



**tth** tendencias  
textil  
hogar

23/24

# **Monográfico tendencias para textil hogar**

Enmarcado dentro del proyecto VALHABITAT 2022, con nº expediente IMAMCA/2022/6

23/24

## Índice de contenidos

Presentación	05
Equipo	06
Situación actual	07
Open home	09
Renovación	10
Health home	11
Proximidad	13
Mundo virtual	14
Economía circular	15
Metodología	16

## Tendencias

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>TECNO-VANGUARDIA</b>	<b>EXPRESIÓN EMOCIONAL</b>	<b>BIENESTAR NATURAL</b>	<b>SUPRA CIRCULAR</b>	<b>VINTAGE NARRATIVO</b>	<b>INTERIOR EXTENSIBLE</b>
<b>18</b>	<b>32</b>	<b>46</b>	<b>60</b>	<b>74</b>	<b>88</b>
Concepto	Concepto	Concepto	Concepto	Concepto	Concepto
Catalizadores	Catalizadores	Catalizadores	Catalizadores	Catalizadores	Catalizadores
Interiorismo	Interiorismo	Interiorismo	Interiorismo	Interiorismo	Interiorismo
Palabras clave	Palabras clave	Palabras clave	Palabras clave	Palabras clave	Palabras clave
Productos	Productos	Productos	Productos	Productos	Productos
Texturas	Texturas	Texturas	Texturas	Texturas	Texturas
Motivos gráficos	Motivos gráficos	Motivos gráficos	Motivos gráficos	Motivos gráficos	Motivos gráficos
Color	Color	Color	Color	Color	Color
Manifestaciones	Manifestaciones	Manifestaciones	Manifestaciones	Manifestaciones	Manifestaciones
Reflejos	Enérgico y dinámico	Hogares acogedores	Experimentando el futuro	Herencia revaluada	Conexión relajada
Tecno-retro	Color reconfortante	Familiar y personal	Ciclos cerrados	Elegancia retro	Espacios flexibles
19	33	47	61	75	89
20	34	48	62	76	90
21	35	49	63	77	91
22	36	50	64	78	92
23	37	51	65	79	93
25	39	53	67	81	95
27	41	55	69	83	97
29	43	57	71	85	99
30	44	58	72	86	100
30	44	58	72	86	100
31	45	59	73	87	101



El proyecto VALHABITAT 2022 – Investigación de Tendencias sociales, mercado y producto en pro del Diseño Estratégico y sostenible en las empresas de Textiles para el Hogar.

Con este proyecto lo que se pretende es fomentar el diseño estratégico entre las empresas del sector Textil Hogar, proporcionándoles información prospectiva de tendencias tanto cualitativas (Tendencias Diseño) como cuantitativas (Estudios de Mercado TH). Uno de cuyos resultados es este Monográfico de Tendencias Textil Hogar 23/24.



# 23/24

## Presentación

El Monográfico TENDENCIAS TEXTIL HOGAR 23/24, es el resultado de la investigación de Tendencias focalizadas en el producto Textil para el hogar, que hemos venido realizando durante 2022 y actualizando las plasmadas en el Monográfico TH 2021 . Esta investigación también ha partido de los resultados obtenidos y plasmados en el CUADERNO DE TENDENCIAS DEL HABITAT 22/23, y que hemos focalizado y aplicado al producto Textil para el Hogar.

En este Monográfico se han tenido en cuenta los cambios socioculturales, tecnológicos y del mercado que se han producido en los últimos años y que vienen marcados por el COVID-19 en positivo o negativo.

Se han detectado seis tendencias cuyo eje central es el HOGAR y que vienen apoyadas por propuestas de producto, texturas, motivos gráficos o gamas de color.



# Equipo



## Carmen Jover

Directora del proyecto Valhabitat 2022. Experta en Tendencias, Diseño y gestión del producto Textil.



## Malén Segarra

Diseñadora industrial y textil, especialista en desarrollo de colecciones e investigación de tendencias del sector textil.



## Paqui Orihuel

Diseñadora de moda experta en planificación de colecciones e investigación de tendencias del sector textil.



## Angus Sánchez

Diseñadora Superior de Moda. Técnica en Tendencias y Diseño de producto Textil de AITEX.



## Situación actual

En 2022 aun notamos la influencia del COVID-19 que ha transformado los espacios en los que vivimos, trabajamos o disfrutamos de nuestro tiempo libre. La pandemia nos obligo a pasar más tiempo en nuestros hogares y muchos nos dimos cuenta que tocaba renovar nuestro equipamiento. Esto ha derivado en un aumento importante de la demanda generando tensiones en las cadenas de suministros , materias primas que han elevado su precio, junto con el aumento de los costes de los transportes.

Unido a un conflicto bélico en las puertas de Europa que ha ocasionado un aumento de los combustibles y llevado a altos datos de inflación en todo el Mundo.

Frente a esto debemos aportar innovación , avances técnicos y tecnológicos . Y empresas que estén preparadas para estos cambios que nos ofrece el entorno y debemos evolucionar a ser industrias más sostenibles donde se minimicen residuos, se impulse el ecodiseño y la reciclabilidad.



# Situación actual



**OPEN HOME**

EXPORMIN



**RENOVACIÓN**

Diseño SO-IL



**HEALTH  
HOME**

MICUNA





## Open Home

La preocupación por la salud y el bienestar se ha incrementado y los **espacios abiertos** ganan importancia en el hogar.

Los consumidores miran cada vez más hacia el exterior como una **proyección del espacio interior**.

El confinamiento ha provocado la necesidad de espacios exteriores que imiten los interiores, con sus propias zonas de estar distintas y definidas.

Se observan espacios de planta abierta diseñados y divididos visual y físicamente como habitaciones.

**Espacios al aire libre para la socialización, el trabajo y la relajación.**



The Sweetest Occasion



Sunbrella

# Renovación

En estos tiempos de incertidumbre y desasosiego la sociedad demanda productos que le aporten **protección y seguridad**.

La **tecnología y la ciencia** están siendo unas grandes aliadas para la innovación en nuevos materiales y productos.

Grandes avances en **investigación de procesos y obtención de materias primas** para la industria Textil mucho más sostenibles.

Mejorar **la funcionalidad de los productos** está siendo un campo de investigación importante. Circuitos electrónicos para monitorizar o guiar al usuario, sistemas de bloqueo de dispositivos o registros de prenda, dan seguridad a los consumidores.



## Health home

El **bienestar** sigue siendo una prioridad para el consumidor y las marcas están apostando por la **tecnología** para dar respuesta a esta necesidad.

A los productos y sistemas inteligentes que definen el *Smarth Home* se le añaden **productos capaces de mejorar y mantener el bienestar** que definen el *Health home*.

Con la pandemia la preocupación por la **salud emocional** se ha incrementado y los diseñadores están siendo conscientes de ello. Proponen productos con herramientas tecnológicas que además de medir el estado físico y el nivel de actividad, miden el estado de ánimo para potenciar el bienestar.



# Situación actual



**PROXIMIDAD**

CONSUM



**MUNDO VIRTUAL**

MICROSOFT



**ECONOMÍA CIRCULAR**

PROYECTO POSEIDONIA



## Proximidad

A la exigencia de **productos de bajo impacto**, que cada vez están más presentes en el mercado, se le une la demanda de servicios y productos que ofrezcan resultados inclusivos y equitativos a nivel local.

Las marcas muestran su esfuerzo por ser más éticas e inclusivas, comparten sus valores y se implican en áreas como la **biodiversidad, la recuperación del planeta y la justicia social**.

En este entorno los **servicios y productos de vinculación local** son cada vez más atractivos para el consumidor y las marcas dan visibilidad

a los materiales regionales y relevancia a los productos locales.



ALEXANDRA  
ROBINSON



ALFRED NEWALL



ALISON DICKENS



ALISON LOUSADA



ANNEMARIE  
O'SULLIVAN



ANTHONY  
BRYANT

Creadores locales

## Mundo virtual

Los mundos físico y digital están cada vez más entrelazados y cada vez ganan más **importancia los productos y recursos digitales** como expresión del estilo de vida, valores y estatus.

Es cada vez más habitual entre los consumidores la utilización de los **canales digitales para la adquisición de productos** y la aceptación de sus métodos de pago y entrega.

Las marcas se inspiran cada vez más en el **mundo virtual para el diseño** y desarrollo de sus productos para el entorno real o digital.

El diseño 3D de colecciones se ha convertido en algo habitual como oferta de productos.

Esta nueva aceptación y comprensión de la tecnología lo que dará lugar a servicios y artículos más **personalizados**.



## Economía circular

El mercado demanda cada vez más diseños que minimicen el impacto ambiental, la producción de residuos y que maximicen su valor en todas las etapas de su ciclo de vida.

Productos que pueden repararse, reaprovecharse o revenderse en **un sistema circular en el que participan consumidores y empresas**. Incluso que dan pie a nuevos negocios con los que las marcas pueden beneficiarse más allá del momento de venta del producto. Las marcas pasan de ofrecer líneas de productos sostenibles a iniciativas de mayor envergadura como poner en marcha **cadena de suministro circular**.

Los consumidores tienen conciencia por **la protección de los recursos del planeta** y se involucran en el uso de energías limpias y sostenibles en el hogar.



H&M



Prada

## Metodología

El trabajo que presentamos tiene cuatro apartados básicos, distribuidos ordenadamente y con un tiempo de ejecución concreto para cada uno de ellos.

### Contexto

Análisis de la situación actual

Investigamos sobre datos de mercado, estilos de vida, hábitos de consumo, productos innovadores, tendencias de compra o cualquier evento puntual de interés para el sector.

### Temas clave

Conceptos de tendencias

Analizamos los datos, los filtramos a través de diferentes variables y todo esto nos lleva a definir unos temas de tendencias relevantes para el sector y el momento.

### Contenido

Productos  
Texturas  
Gráficos  
Color

Estudiamos los temas de tendencias, su concepto, palabras clave e interiorismo con el que se relacionan. Elaboramos un contenido visual con las claves de diseño.

### Paneles de inspiración

Propuestas de estilo mediante Moodboards

Elaboramos varias líneas de trabajo mediante la creación de diferentes Moodboards. La finalidad es que el usuario, elabore sus propias paneles, según su producto.





1

**TECNO-  
VANGUARDIA**

2

**EXPRESIÓN  
EMOCIONAL**

3

**BIENESTAR  
NATURAL**

4

**SUPRA  
CIRCULAR**

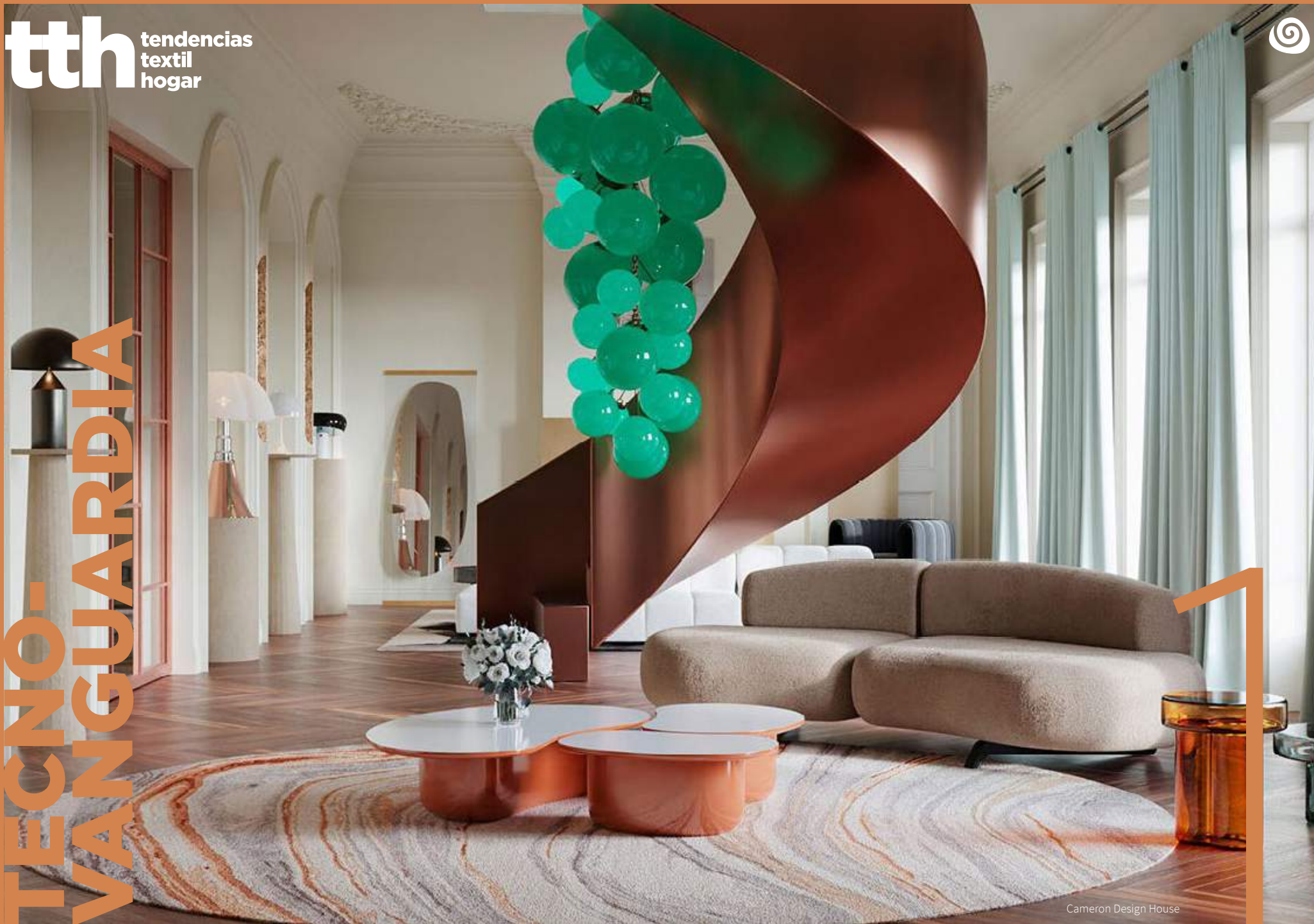
5

**VINTAGE  
NARRATIVO**

6

**INTERIOR  
EXTENSIBLE**

**TECNO-  
VANGUARDIA**



## Concepto

El **sector del lujo** está experimentando una reconceptualización a raíz de la pandemia.

El interés por la decoración del hogar ha crecido considerablemente y los consumidores dedican más esfuerzo a arreglar su hogar para poder lucirlo con **estilo y personalidad**.

Crece el interés por el **arte y el diseño**. El público valora los productos **de estética de alta gama** con materiales de efecto brillo o metalizados.

La influencia digital está impulsando productos virtuales y **estéticas futuristas** que se presentan junto a innovaciones inteligentes que mejoran la eficacia de los productos.



## Catalizadores

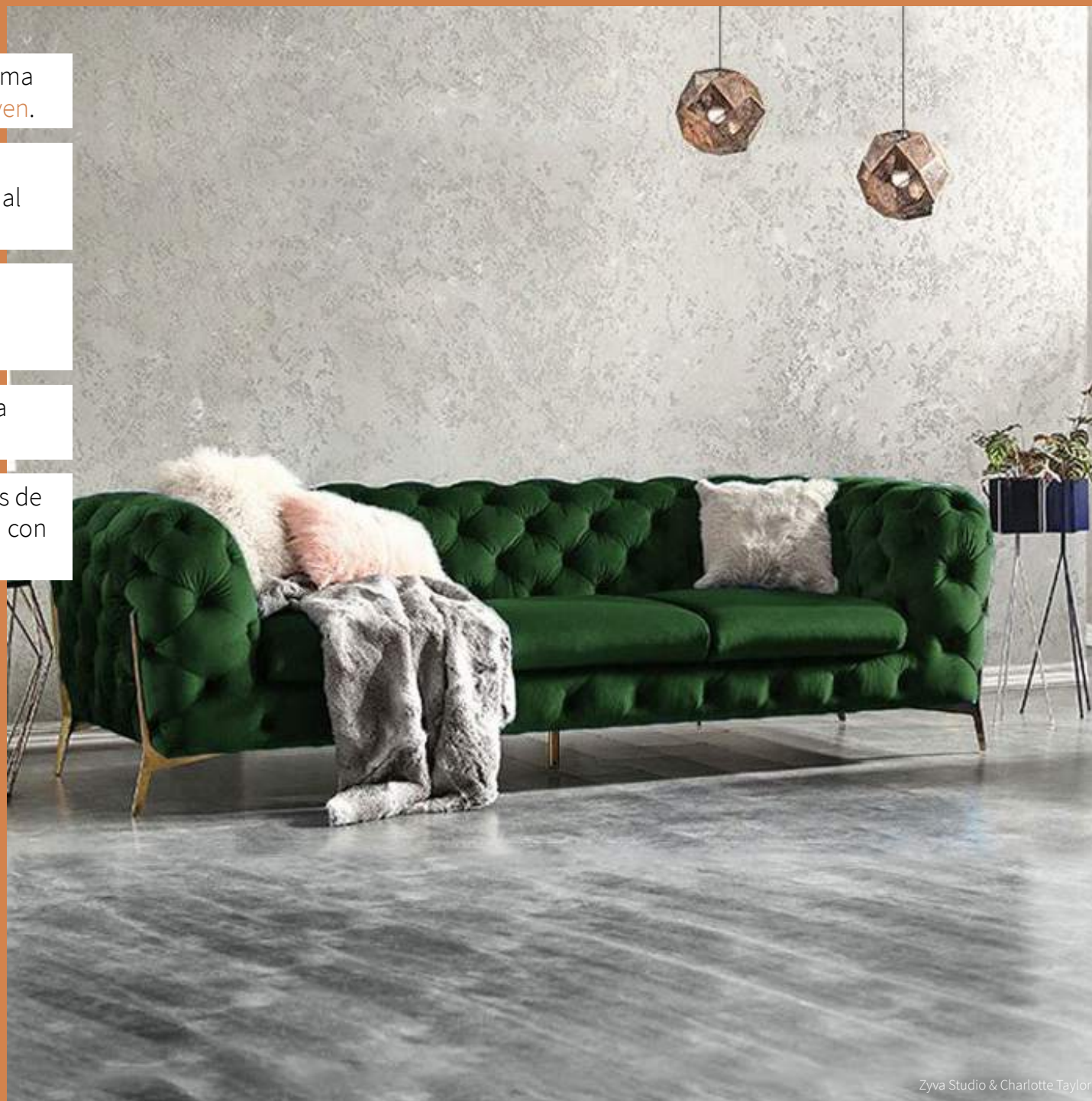
Relevo generacional: marcas top de alta gama referentes de diseño para un **target más joven**.

La **sostenibilidad, la seguridad y la responsabilidad** de las marcas se adhieren al concepto de lujo.

La compra de arte más accesible para generaciones jóvenes:  
**auge en ventas de arte online**.

Diseño con **última tecnología** que mejora la estética y la eficiencia de los productos.

**Nuevos negocios vinculados al arte**: tiendas de reparación de productos de lujo o tapicería con materias recicladas de alta gama.



# Interiorismo

Los interioristas proponen espacios donde conviven diferentes estilos con una gran carga estética.

Diseños de estilo más industrial que adquieren un **aspecto vanguardista** con acabados metalizados y detalles sutiles y elegantes.

Objetos cotidianos que alcanzan la categoría de artículos de lujo con **detalles refinados** y materiales sofisticados

Ambientes **extravagantes e imprevisibles** que provocan sensaciones en el consumidor.

Espacios más minimalistas con objetos decorativos que se alzan como **piezas escultóricas y artísticas** que elevan los espacios a un estatus más elevado del que suelen estar.



Palabras clave

**arte digital**  
**escultórico tecnología**  
**sofisticado futurista**  
**extravagante**

## Productos

Estéticas futuristas / Acabados técnicos / Formas inesperadas / Estética industrial / Reflejos digitales



## Productos

Piezas esculturales / Acabados brillo / Formas simples / Reflejos espejo / Acero y metálicos





## Texturas

Tacto seda / Raso satén / Tafetanes metalizados / Aplicaciones sorprendentes / Hilos dorados



Shein



Prestigious Textiles



Driesvannoten

# Texturas

Efectos moaré y devoré / Aterciopelados brillantes / Jacquard de motivos clásico / Pequeños grabados



# Motivos gráficos

Motivos abstractos / Cenefas clásicas / Pinceladas de artista /Efectos fluidos / Motivos acuarela / Estructuras perfectas



BaxterMillArchive



Julien Deceroi



Luigi Caccia Dominioni



Julia Heuer



Designers Guild



Zimmer & Rohde

## Motivos gráficos

Geométricos digitales / degradados monocolor / Maxi gráficos sorprendentes / Abstractos futuristas



# Color

Colores metálicos y brillantes de aire futurista / Plata y dorado con matices de otros tonos / Tonos minerales que evocan paisajes cósmicos  
Rojo polvoriento y gris industrial / Azul tecnológico hiper brillante



Project 213A



Anya Pesce



Paul Milinski



Studio Reiser

TECNO-VANGUARDIA



# Manifestaciones

## Reflejos



TECNO-VANGUARDIA

1. Home Bargains
2. Beehivehandmade
3. Morghenstudio
4. Prestigious Textiles
5. THG
6. Mik Max
7. Hot Pop Factory
8. Crate & Barrel
9. Artemide
10. Morghenstudio
11. Kaialighting
12. Italian Converter
13. Magniberg
14. L'Opificio

# Manifestaciones

## Tecno-retro



TECNO-VANGUARDIA

1. Neo Design Collective
2. Black Edition
3. Ryan Clawson
4. Sabre
5. Nilufar
6. Fini Ribbon
7. Anya Pesce
8. J W Renders Studio
9. Dedar
10. Metaphores
11. Kirkby Design
12. Simona Vanth
13. Land of Rugs



# EXPRESSIONAL EMOCIONAL





## Concepto

La búsqueda de la felicidad y del placer sigue siendo una prioridad en la sociedad .

Los consumidores muestran cada vez más su interés por productos y experiencias que aporten **extravagancia** a su vida cotidiana.

Es una tendencia **anticonformista y emocional** que contrarresta con la seriedad del mundo real.

En decoración se mezclan estilos con una clara **autoexpresión personal** que pueden incluso desafiar los clásicos conceptos de buen o mal gusto.

En una estética de casi todo vale, el **color** se utiliza sin complejos, con una clara voluntad de transformar el ambiente más convencional en algo que aporte **alegría** a sus habitantes.



## Catalizadores

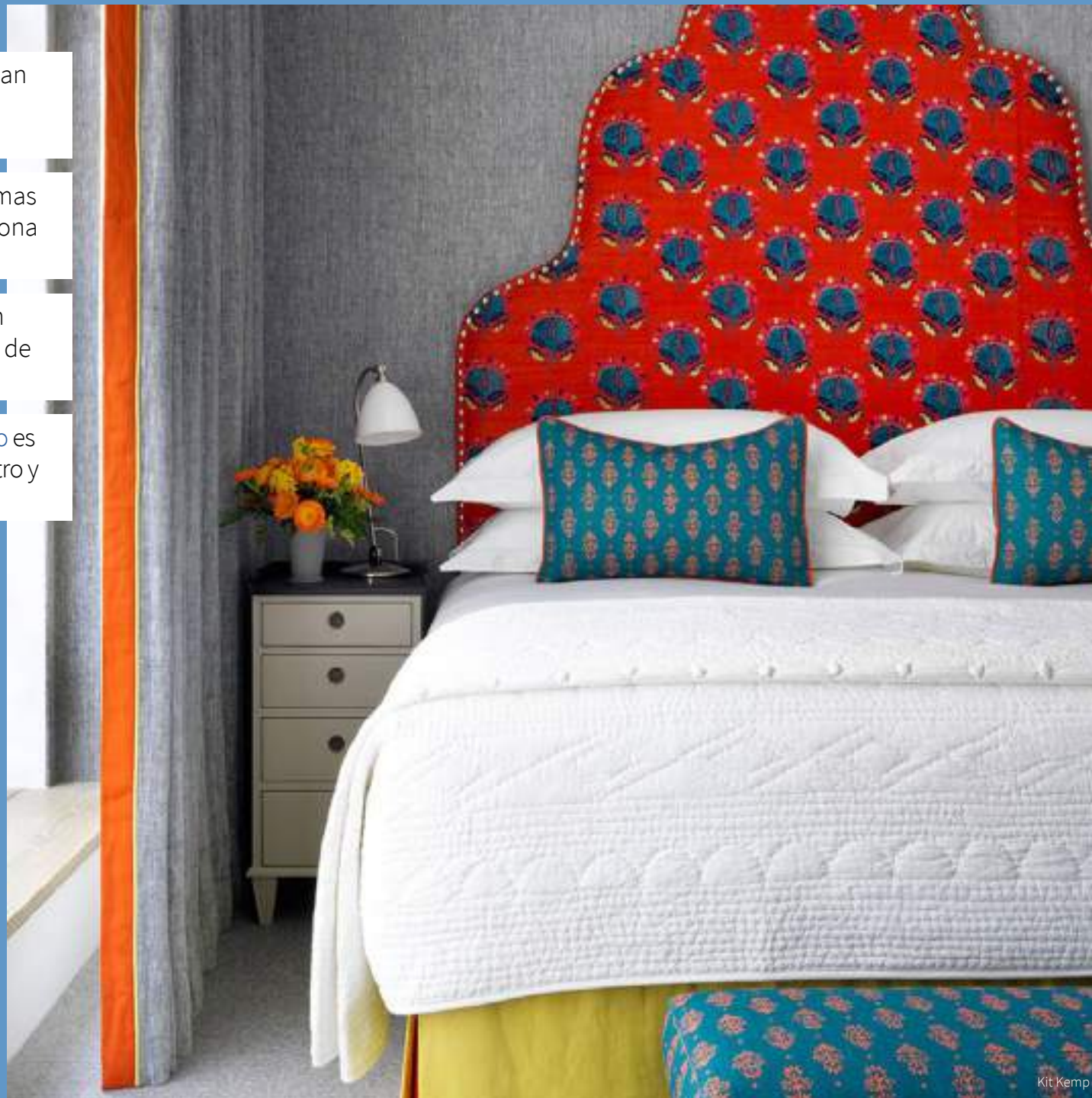
Los consumidores priorizan el juego y buscan productos curiosos.

Las marcas aprovechan esa actitud lúdica.

El hashtag #styleithappy acumula muchísimas publicaciones en Instagram y esto se relaciona por la necesidad de interiores felices.

La sostenibilidad cada vez más presente en los hogares transforma los restos en piezas de diseño a todo color.

La división entre maximalismo y minimalismo es más difusa. Se mezclan conceptos como neutro y moderno a otros como atrevido o ecléctico.



## Interiorismo

El hogar se convierte en un espacio donde desarrollar la creatividad a través de la decoración.

Con un **estilo libre y espontaneo** se generan ambientes de gran carga estética donde el color es el protagonista.

En ocasiones se perfilan **espacios surrealistas** con combinaciones inusuales de productos y objetos decorativos **muy expresivos**.

En otras **el color llega a cualquier rincón de la casa**, molduras, suelos, paredes o incluso techos, creando un factor sorpresa en el espectador.

En los lugares públicos se diseñan **entornos divertidos**, un tanto teatrales y extravagantes que los convierten en sitios muy especiales para sus usuarios.



Palabras clave

**artístico optimista  
lúdico inesperado  
atrevido imaginación  
personal**

# Productos

Vinculados al arte / Formas repensadas / Segunda vida / Expresivo y emocional



EXPRESIÓN EMOCIONAL

# Productos

Minimalista pop / Artístico / Deforme y desigual / Digital / Personalizado



# Texturas

Hiper texturas / Hilos 3D / Adornos multicolor / Contrastes de texturas / Flecos y remates llamativos



# Texturas

Formas figurativas / Mullido y acolchado / Pasamanerías en contraste / Detalles extravagantes





# Motivos gráficos

Motivos figurativos / Motivos surrealistas / Efectos aguados / Composiciones collage / Efectos artísticos



# Motivos gráficos

Geométricos a todo color / Hilos a contraste / Pinceladas manuales / Flores expresivas



kozenakanishi



Leah Singh



Mayer Fabrics



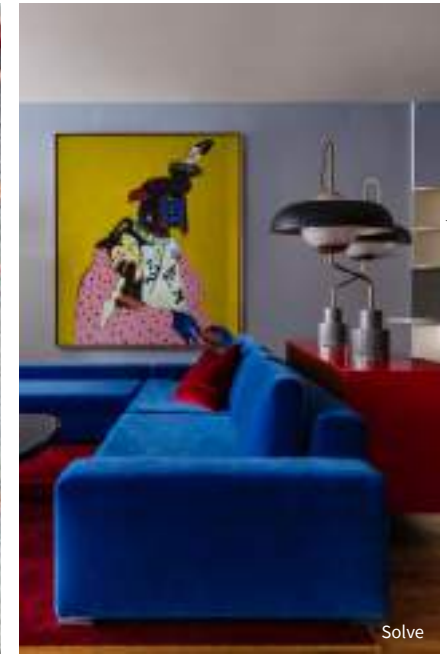
Baxter Mill Archive



Ellie Mac Embroidery

# Color

Mezcla de pasteles convertidos en medios tonos / naranja albaricoque y lila lavanda / Colores energéticos y dinámicos / Naranja y amarillo / Contrastes de tonos saturados con blanco y negro / Azul cobalto, amarillo lima y verde intenso



EXPRESIÓN EMOCIONAL



# Manifestaciones

## Enérgico y dinámico



EXPRESIÓN EMOCIONAL

1. Safareig
2. Le Chance
3. Office SM
4. Seangerstley
5. Joni Veizaj
6. Tamar Mogendorff
7. Patricia Urquiola
8. H&M
9. Anthropologie
10. Selena liu
11. Stan Editions

# Manifestaciones

## Color reconfortante



EXPRESIÓN EMOCIONAL

1. Studio Wieki Sommers
2. H&M
3. Curl Simitis Architecture
4. Tarta Gelatina
5. My friend Paco
6. Alice Givide
7. Juslin Maulua
8. João Bruno Design
9. Rug Star
10. Camilla Bliss



# BIENESTAR NATURAL



Calico Wallpaper

## Concepto

El hogar se convierte en un lugar acogedor y adaptable en el que sentirnos bien y prepararnos el futuro.

El estrés de los acontecimientos mundiales nos ha llevado a una profunda reflexión, hemos tomado conciencia de nuestra fragilidad y buscamos el bienestar físico, mental y emocional para enfrentarnos a lo que venga.

La vivienda es el centro del bienestar personal y familiar, un espacio compartido que se adapta a nosotros y en el que las mascotas son uno más.

Se busca la conexión con la naturaleza, incluso en el interior del hogar, como parte necesaria para lograr el equilibrio y encontrar nuestra esencia.



## Catalizadores

Revisión de valores y estilos de vida.

Conexión con la naturaleza para la búsqueda de nuestra esencia.

Necesidad de bienestar, físico, mental y emocional.

Construir futuro en familia, desde un hogar acogedor.





## Interiorismo

Espacios acogedores, polivalentes, adaptados y adaptables a cada una de las actividades de sus moradores.

Espacios compartidos que se convierten en privados gracias a elementos separadores como cortinas o biombos.

Se combinan elementos para dar a los espacios una sensación de suavidad con un resultado visualmente relajante.

Entornos que integran la naturaleza, diseños de inspiración biofílica, materiales naturales y biodegradables, luz natural, ventilación mejorada.



**Palabras clave**

**conexión natural  
acogedor bienestar  
adaptable calidez  
armonía suavidad  
serenidad**

**BIENESTAR NATURAL**

MONOGRAFICO TENDENCIAS PARA TEXTIL HOGAR 23/24

CTA / AM HOUSE

# Productos

Diseños serenos / Formas suaves y acogedoras / Productos flexibles, adaptables / Básicos combinables



# Productos

Diseños serenos / Formas suaves y acogedoras / Productos flexibles, adaptables / Básicos combinables



# Texturas

Suavidad ante todo / Textiles acogedores, mullidos, que abrazan / Acabados lisos mate que dan sensación de suavidad / Relieves suaves / Pelo



Hem



Matouk



Misia Paris

# Texturas

Suavidad ante todo / Textiles acogedores, mullidos, que abrazan. Acabados lisos mate que dan sensación de suavidad / Relieves suaves / Pelo



# Motivos gráficos

Lisos - colores difusos / Relieves y acanalados / Geométricos, cuadros / Biofílicos



# Motivos gráficos

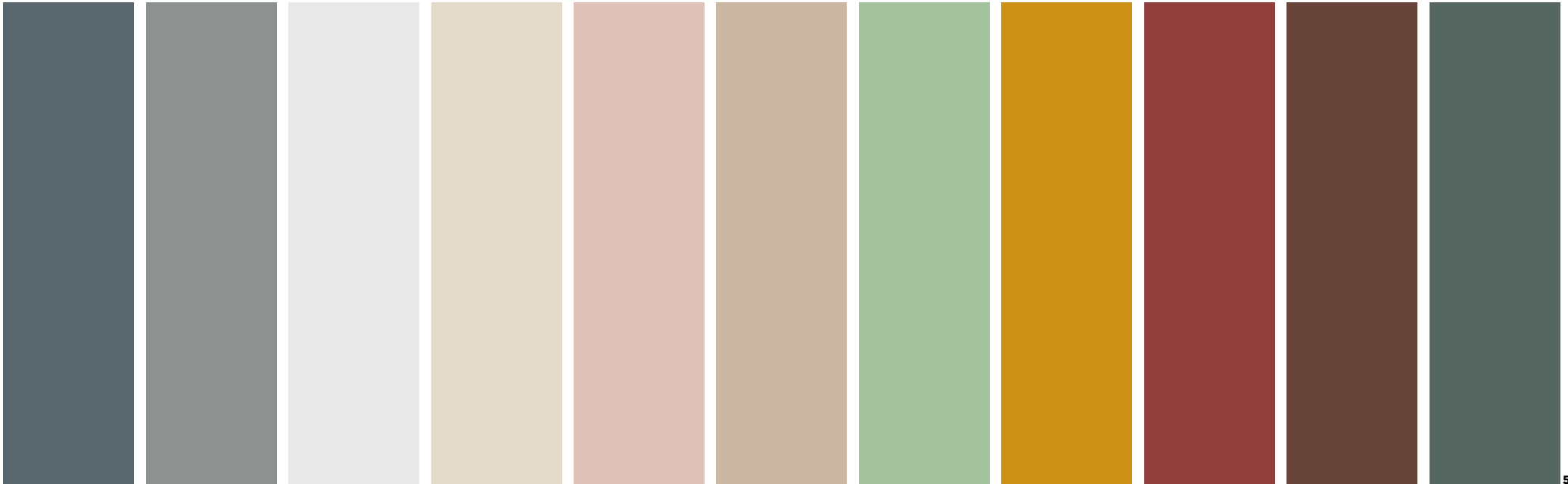
Lisos - colores difusos / Relieves y acanalados / Geométricos, cuadros / Biofílicos





# Color

Combinación equilibrada de colores que evocan la Naturaleza / Tonos minerales, tierra, bosque / Neutros versátiles



BIENESTAR NATURAL

# Manifestaciones

## Hogares acogedores



BIENESTAR NATURAL

# Manifestaciones

## Familiar y personal



BIENESTAR NATURAL



1. Création Baumann  
 2-3-8. Liewood  
 4-5-6. Sage & Sill  
 7. Hunting Pony

# SUPRA CIRCULAR



## Concepto

Tecnología y creatividad se alían en la experimentación para dar lugar a textiles sostenibles, circulares, alineados con la filosofía “de la cuna a la cuna”.

Hay un proceso centrado en repensar nuestros productos y mejorarlos, la mirada se vuelve a la naturaleza más cercana para aprovechar al máximo las materias primas locales.

También se buscan nuevas oportunidades en lo ya desechado, se experimenta para aprovechar lo que hasta ahora no servía, lo que antes se descartaba se plantea ahora como valiosa materia prima.

Y en el polo más experimental la biotecnología para la producción de tejidos y colores.

Este proceso hace surgir textiles que a través de la textura y el color expresan nuevas realidades centradas en lo positivo, hay una manera mejor de hacer las cosas.



## Catalizadores

Demanda de productos de economía circular

Estrategia europea para la circularidad y sostenibilidad de los productos textiles

Necesidad creativa de nuevas formas de hacer las cosas

Tecnología como aliada



## Interiorismo

Interiores **diversos** que combinan la estética de materiales naturales con elementos sofisticados de acabados perfectos.

Espacios que **experimentan**, a través de la creatividad y la tecnología para lograr un resultado **optimista** y lleno de positividad.

Nuevas combinaciones para lograr resultados más personales.

La **creatividad** llega a romper con los códigos tradicionales, cualquier combinación está permitida siempre el resultado sea sostenible.

Hay una expresión del **proceso experimental**, elementos que parecen inacabados, motivos **fortuitos** y puesta en valor de la **imperfección natural**.



**Palabras clave**

**experimental**  
**natural investigación**  
**positividad sostenibilidad**  
**biotecnología creatividad**  
**suprarreciclado**



# Productos

Productos ecodiseñados, aprovechamiento de recursos, uso de biomateriales o de materias que fueron desperdicio.



TexStyle



Simone Post



Charlotta Åman. Babybo



Saltyco. Bio Puff



Studio Irene van Ophoven



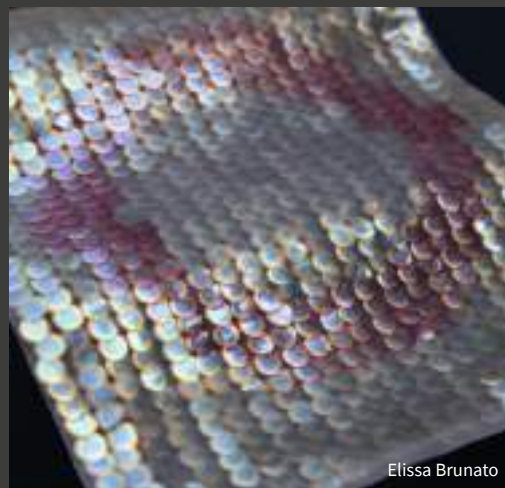
Magazin



Malu Lücking. Cladophora

# Productos

Productos cultivados / Biotintados



## Texturas

Texturas que vuelven a lo esencial, la simplicidad, la pureza, el aspecto natural, valorar la imperfección orgánica.



Orange Fiber



Hempea



Elitis

## Texturas

Texturas que vuelven a lo esencial, la simplicidad, la pureza, el aspecto natural, valorar la imperfección orgánica.



## Motivos gráficos

Lisos / Biotintados / Estampados fortuitos, salpicaduras de pigmentos, aspecto “hecho a mano”



Laura Luchtman & Ilfa Siebenhaar



Liene Kazaka



SpaceCraft / Fiona Lynch's



Ellen Mae Williams

# Motivos gráficos

Naturaleza abstracta / Inspiración camuflaje

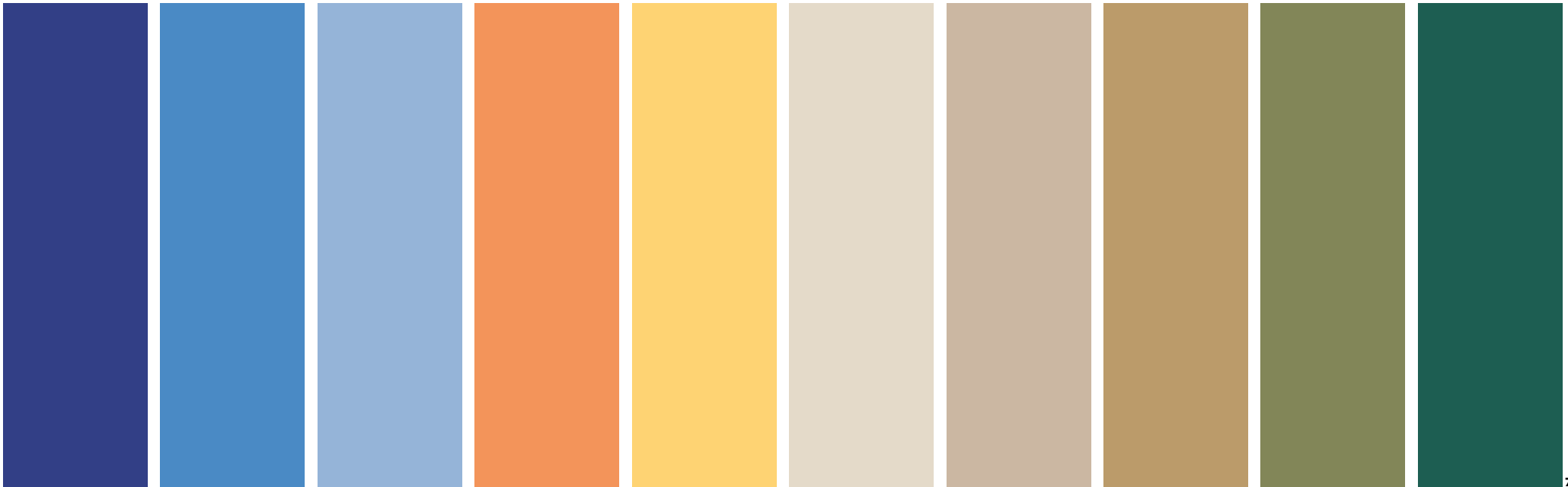


# Color

El color se inspira en la naturaleza, en el fondo marino y en los pigmentos botánicos y minerales.

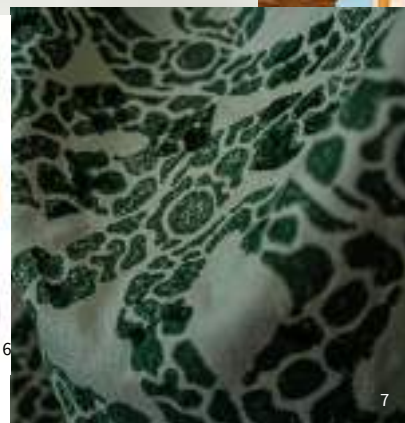


SUPRA CIRCULAR



# Manifestaciones

## Experimentando el futuro



SUPRA CIRCULAR

1. Laura Luchtman & Ilfa Siebenhaar
2. Ellen Mae Williams
3. Daniel Elkayam
4. Agostina Laurenzano
5. Orange Fiber
6. Simone Post
7. Aastha Poddar
8. M C Architects. TECLA 3D House



# Manifestaciones

## Ciclos cerrados



SUPRA CIRCULAR



1-2-5, Camira  
 3, Villanova  
 4, Simply Decor  
 6-7, Ege Carpets **73**



# VINTAGE NARRATIVO



ReganBakerDesign

## Concepto

Estilos de vida impregnados por un aire de **nostalgia**. La nostalgia es un sentimiento que genera **comodidad** y **seguridad**, nos trasporta a recuerdos del pasado donde nos refugiamos ante la incertidumbre del futuro próximo.

Crece el interés por objetos **vintage** y con aire **retro** en nuevas generaciones como los milenials y generación Z.

Aumenta la conciencia por **conservar**, **reparar** y dar una **segunda vida** a las antigüedades. Aparecen compradores que buscan reutilizar mobiliario y objetos de decoración, transformándolos en piezas **únicas** con líneas y colores actualizados.

Predominan nuevos productos inspirados en el pasado y otras culturas, mezclando **tradición** y **vanguardia**.



## Catalizadores

Marcas tradicionales reviven sus clásicos diseños con la creación nuevos productos.

Crece el interés por estilos y épocas anteriores Mid-Century y años 70 y 80.

La artesanía sigue en auge y aparecen fusiones de artistas-artesanos, incorporando técnicas antiguas con nuevos materiales.



## Interiorismo

Ambientes antiguos donde se mantiene la **tradición** y al mismo tiempo se combina con muebles y piezas de decoración **más vanguardistas**. Espacios que narran el paso de los años adaptándose a los nuevos estilos.

Interiores nuevos con **aires retro** mezclando piezas icónicas del diseño con piezas más modernas, **fusión** de diferentes **estilos y épocas**.

Diseños de interiores donde la **artesanía** se hace notar, apostando por piezas **atemporales e imperfectas**.



Palabras clave

retro  
único artesanía  
patrimonio cultura  
antigüedad pasado

## Productos

Nuevo lenguaje estético / Productos auténticos / Aires retro / Evolución del pasado



## Productos

Objetos con personalidad / Acabados artesanales / Fusión de estilos





# Texturas

Bordados / Anudados / Acolchados / Pasamanería / Relieves suaves



# Texturas

Artesanales / Terciopelos / Rústicas



Elities



Antropologie



Designtex



Antropologie

## Motivos gráficos

Ornamentales-Clásicos / Pop / Florales / Indianas



Antropologie



Cabana



Yves Delorme



Zoffany

# Motivos gráficos

Tartanes/ Mid Century /Damascos/ Paisley



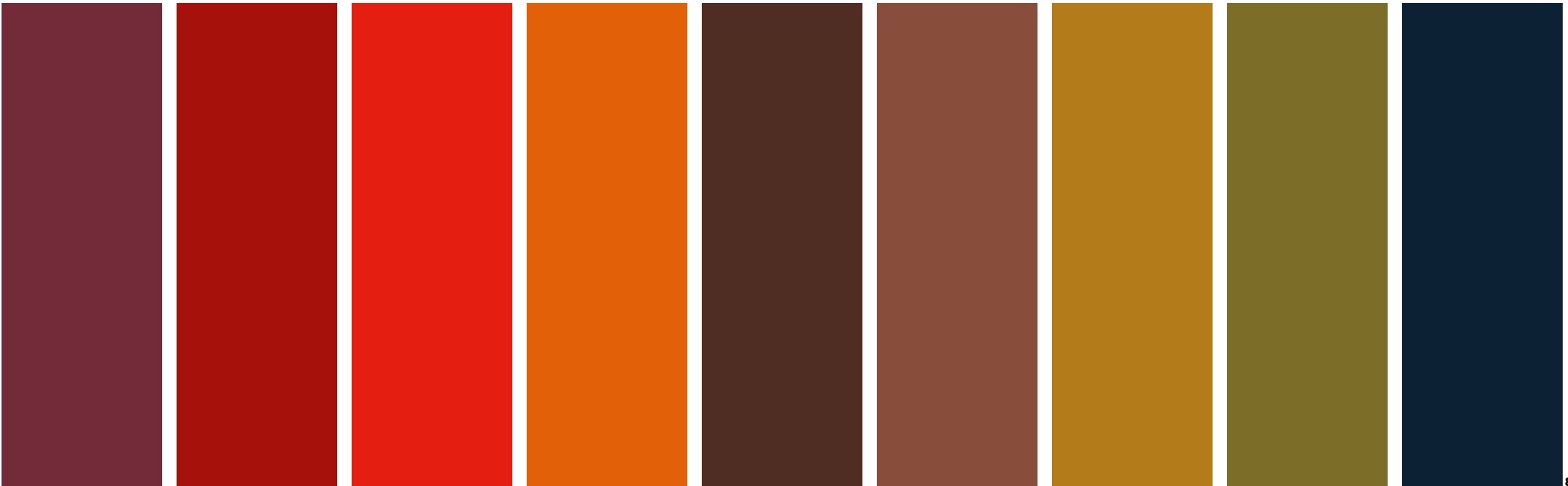
VINTAGE NARRATIVO

# Color

Colores oscuros y saturados / contraste con colores vivos / tonos rojos cerezas / verde musgo / ocre / morados / azules profundos / tonos maderas nobles

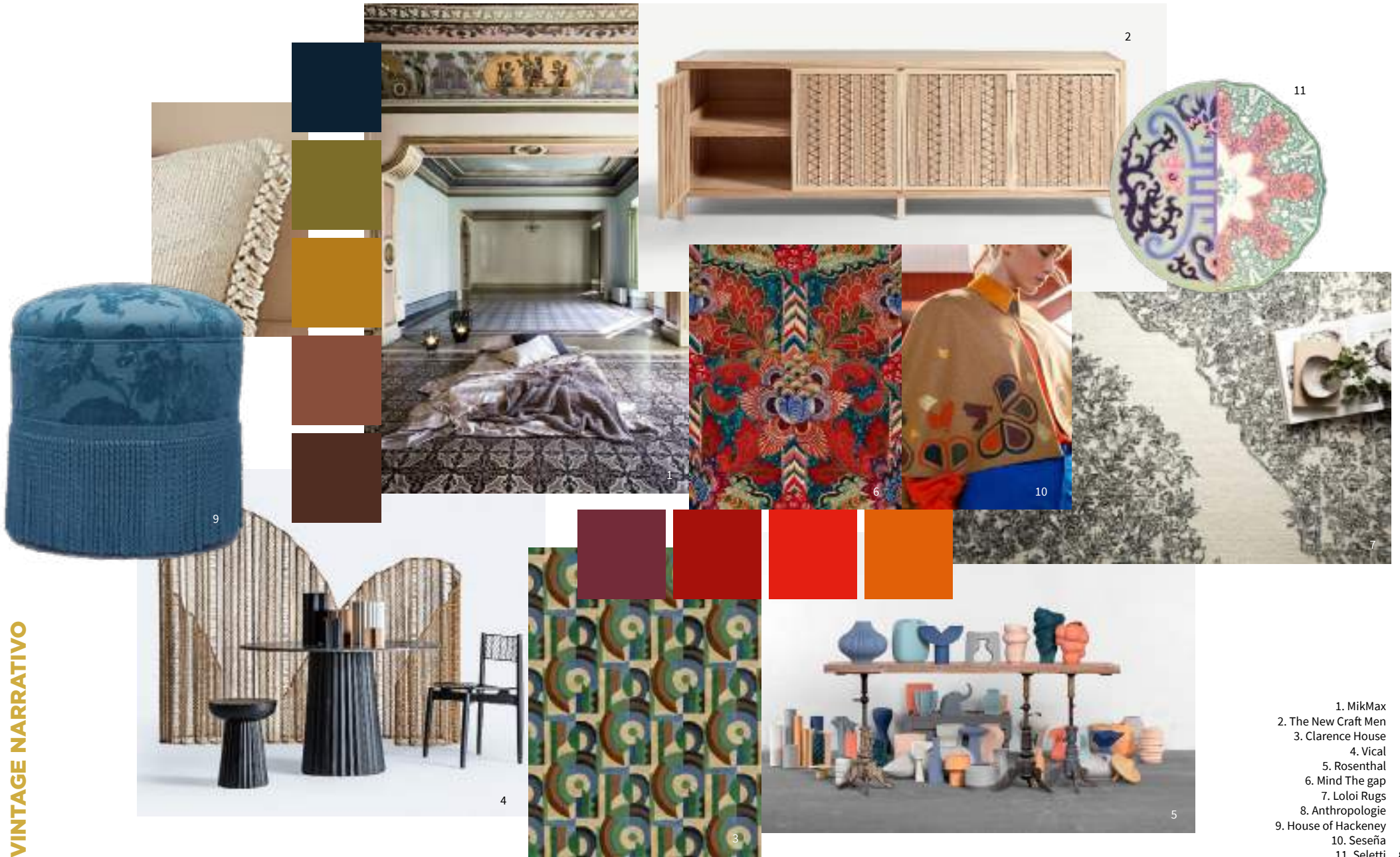


VINTAGE NARRATIVO



# Manifestaciones

## Herencia revaluada

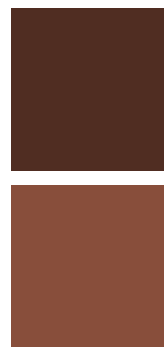


VINTAGE NARRATIVO

1. MikMax
2. The New Craft Men
3. Clarence House
4. Vical
5. Rosenthal
6. Mind The gap
7. Loloi Rugs
8. Anthropologie
9. House of Hackney
10. Seseña
11. Seletti

# Manifestaciones

## Elegancia retro



1



5



4



2



11



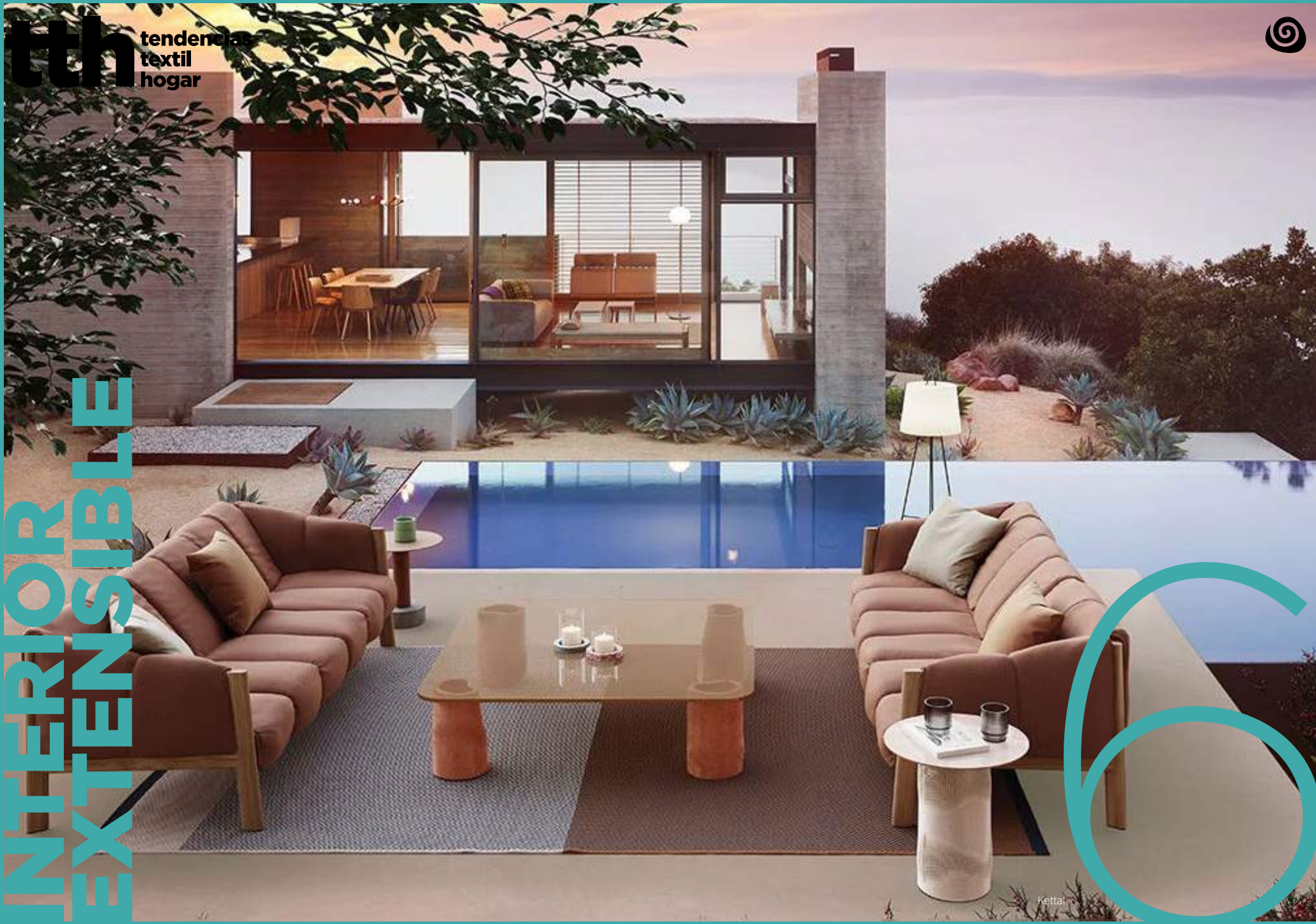
10



9

- 1. Mezzo Collection
- 2. Harlequin
- 3. Mezzo Collection
- 4. Anthropologie
- 5. Mezzo Collection
- 6. Harlequin
- 7. Mezzo Collection
- 8. Mezzo Collection
- 9. Anthropologie
- 10. Mezzo Collection
- 11. Create

INTERIOR  
EXTENSIBLE



Kettal



## Concepto

Después de la necesidad de cambio en nuestro hogar debido a la pandemia, seguimos adaptando espacios, y continuamos necesitamos **hogares flexibles** que se adapten a cualquier circunstancia.

Volvemos a compartir nuestros hogares con la gente, abrimos los **espacios al aire libre** como alternativa más segura para las reuniones, siendo las terrazas un espacio para estar y disfrutar con soluciones de mobiliario y textiles que son tanto de interior como **exterior**.

Encontramos soluciones de equipamiento en **flexible** y **multiusos**. Se revalorizan las **terrazas** y **balcones**, siendo el espacio preferente para reunirnos con la gente.



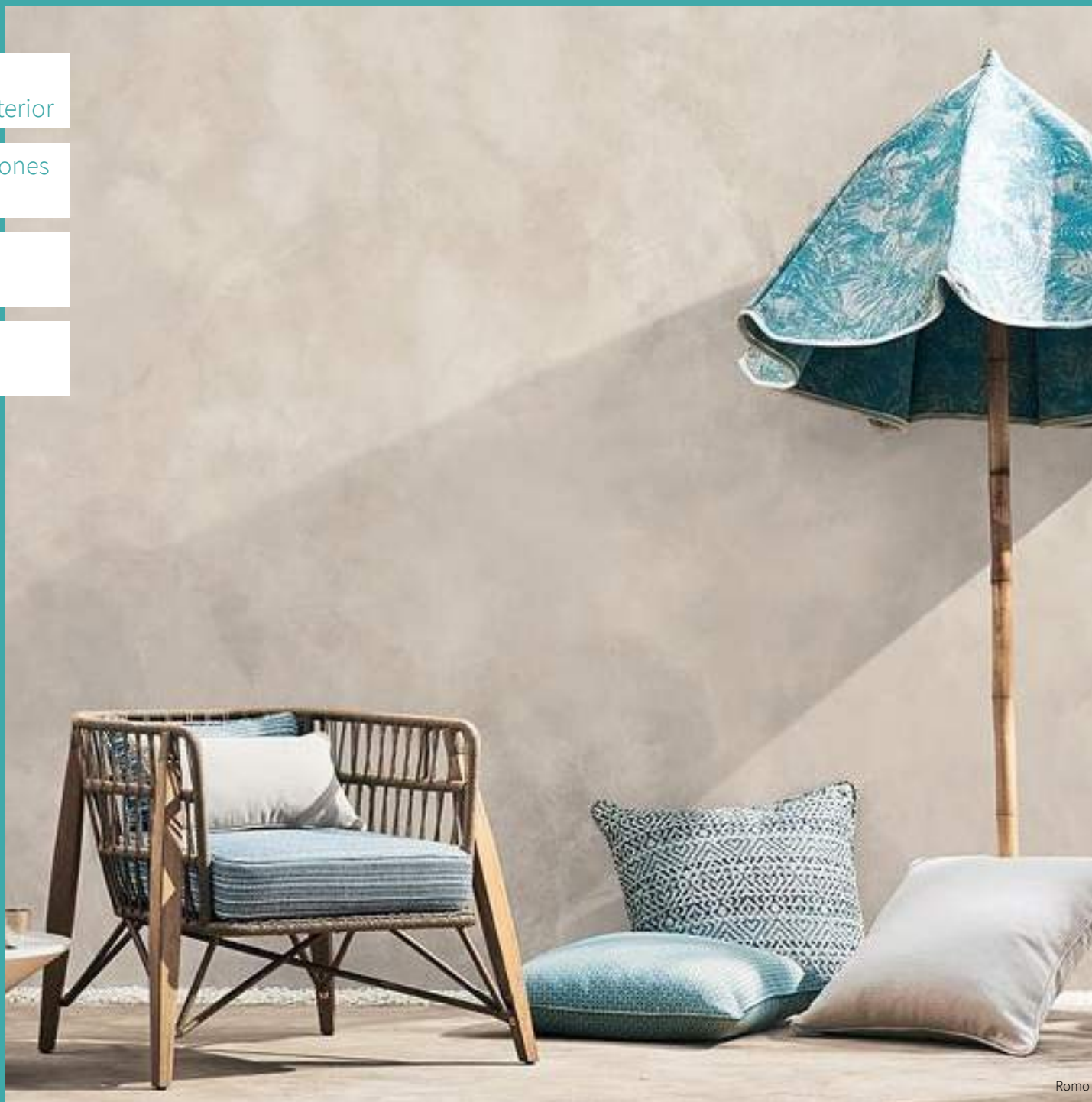
## Catalizadores

Necesidad de **contacto con el exterior**.  
Se desdibujan los límites entre **interior y exterior**

Revalorización de **terrazas y pequeños balcones**  
y son una estancia mas de la casa

Espacios y mobiliario **modular** para  
disfrutar durante todos los días del año

Exteriores donde  
**compartir** con la gente



# Interiorismo

Interiores fácilmente **adaptables** y **flexibles**. Soluciones para **dividir espacios**, zonas donde disfrutar y pasar el tiempo en casa.

Muebles **multiusos**, y paneles divisorios para configurar espacios cuando se necesita intimidad.

Terrazas **modulares** donde **compartir al aire libre** durante todo el año, con soluciones y acabados preparados para el exterior pero con la estética y **comodidad** del interior.

Cocinas tanto de interior como de exterior. Diseño cuidado en mobiliario de exterior como chimeneas, barbacoas. Revestimientos **resistentes** y textiles como alfombras y mantas preparados para el exterior.

Exteriores de **estilo depurado** con líneas más **minimalistas** y detalle en los acabados.



Palabras clave

**adaptable**  
**flexible** **multiusos**  
**resistente** **modular**

INTERIOR EXTENSIBLE

## Productos

Nuevo lenguaje estético / Productos auténticos / Aires retro / Evolución del pasado



# Productos

Modulares / Soluciones 365 días / Seguros y protectores



My Youri



AK47



Vondom

INTERIOR EXTENSIBLE

# Texturas

Lisos / semi lisos / Anudados / Acabado aspecto artesanal



Mindoi



Saba



Paola Lenti

# Texturas

Rústicos / Granitos / Trenzados / Acabados mate / Rizos



Kravit



Gervasoni



Kettal



Paola Lenti



Paola Lenti

Zinc Textile

INTERIOR EXTENSIBLE



## Motivos gráficos

Rayas / Pequeños geométricos / Vegetales / Motivos orgánicos



Colefax



Romo



Pierre Frey



My your

# Motivos gráficos

Rayas / Vegetales / Zig-zags / Ikats / Rombos / Geométricos / Florales



Romo



Pierre Frey



Haldane



Romo



Designers Guild

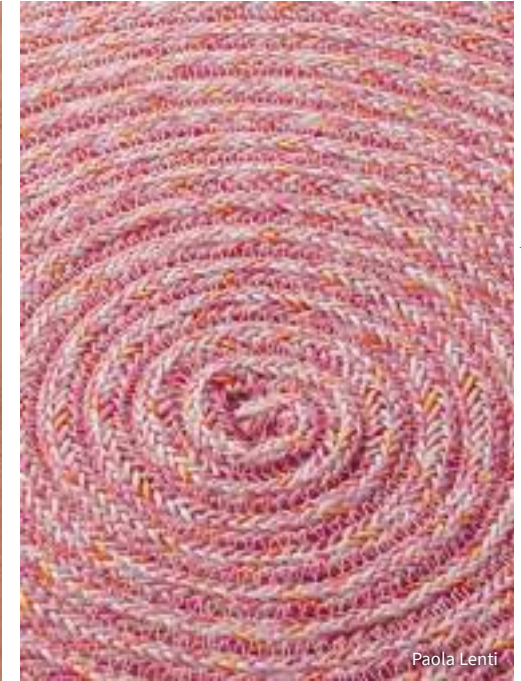


Kirby Design

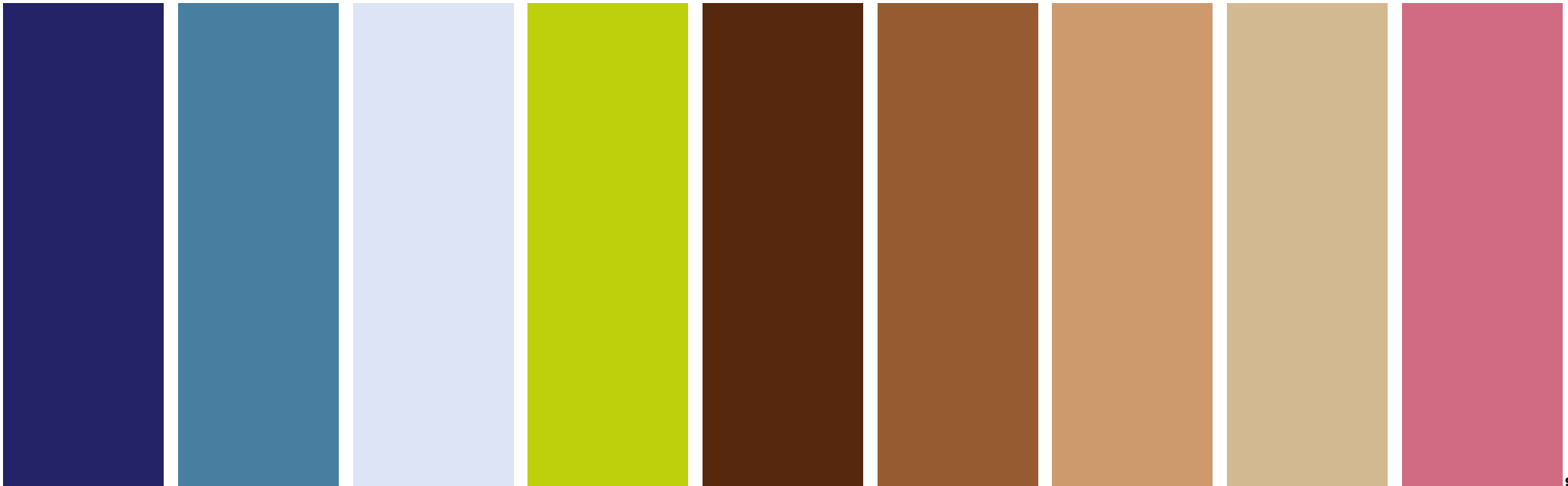
INTERIOR EXTENSIBLE

# Color

Colores vivos / Azules / Verdes / Tierra / Rosa palo



INTERIOR EXTENSIBLE



# Manifestaciones

## Conexión relajada

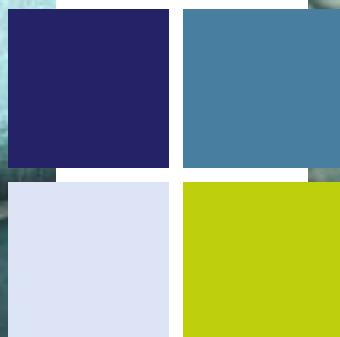
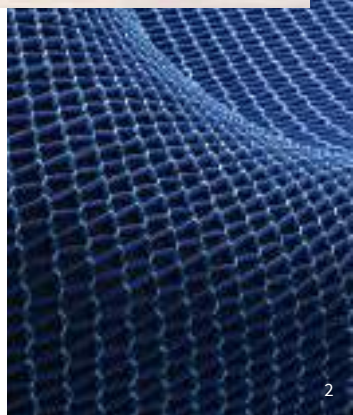
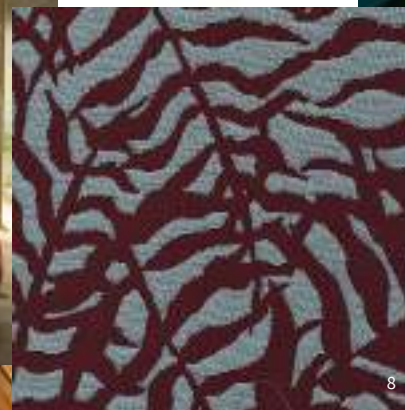


INTERIOR EXTENSIBLE

- 1. Zinc Textile
- 2. Dedon
- 3. Verpan
- 4. Romo
- 5. Gervasoni
- 6. Dedon
- 7. Cassina
- 8. Impact Acoustic
- 9. Dedon
- 10. Expormim

# Manifestaciones

## Espacios flexibles



INTERIOR EXTENSIBLE

1. Mindo
2. Paola Lenti
3. Saba
4. Paola Lenti
5. Mindo
6. Alice Oehr
7. Mindo
8. Haldane
9. Saba
10. Sunbrella