



THE YEAR IN FASHION 2021



LYST

Este año nos trajo la vacuna y, con ella, la transición a la «nueva normalidad»; volvimos a arreglarnos para salir y para sentirnos mejor. Sin embargo, los efectos de la covid no desaparecieron: continuamos apostando por la comodidad y un nuevo concepto de ropa de trabajo, mientras que los acontecimientos virtuales siguieron influyéndonos más que nunca. Este año, más de 150 millones de usuarios visitaron la plataforma de compra de moda Lyst, y hemos analizado a fondo sus búsquedas, visualizaciones y métricas de ventas para poner de relieve las historias que dieron forma a estos 12 meses desde el prisma de la moda. Del auge de las prendas digitales a la moda dopamina, pasando por Harris Reed y Hailey Bieber, te contamos todas las tendencias de 2021.

CONTENTS

PAGE No.

MOVIMIENTOS	3
MOMENTOS	4
↳ IRL	5
↳ EN PANTALLA	6
↳ MUSICALES	7
TENDENCIAS DIGITALES	8
LOS MÁS POPULARES	9
↳ MARCAS REVELACIÓN	10
↳ LOS MÁS DESEADOS	11
↳ ZAPATILLAS	12
↳ LOGO	13
↳ COLABORACIONES	14
CELEBRIDADES	15
↳ LOS MÁS INFLUYENTES	15
2022	17
↳ LO QUE VIENE	17
↳ MARCAS	18
↳ ESTRELLAS	19





MOVIMIENTOS

VIRTUAL

A medida que internet se convierte, cada vez más, en el medio escogido para expresar y experimentar con el estilo personal, las marcas de moda han ido ampliando su oferta digital: desde los NFT y las colecciones virtuales hasta las colaboraciones con videojuegos, como la plataforma Roblox. Más recientemente, Balenciaga se alió con Fortnite, ofreciendo prendas digitales exclusivas dentro del juego, así como una línea física de productos. Apenas 24 horas después del lanzamiento de la colección cápsula física, las búsquedas de «balenciaga x fortnite» se dispararon un 72 %, mientras que la demanda de Balenciaga aumentó un 49 %. Cuando la marca de moda indie neoyorquina Collina Strada celebró su primer desfile en el metaverso en mayo, las búsquedas de sus artículos crecieron un 28 %.

CONSCIENTE

En 2021, las celebridades han usado más sus plataformas para concienciar sobre la moda sostenible. Joaquin Phoenix vistió el mismo esmoquin de Stella McCartney durante toda la temporada de premios, mientras que Lorde optó por marcas que usan tejidos descatalogados en su videoclip de Solar Power y su atuendo para la alfombra roja de la gala del Met —Collina Strada y Bode respectivamente—. El consumo responsable con el medioambiente también es una tendencia al alza, como demuestra el aumento en un 178 % de la demanda de artículos de piel vegana y el crecimiento interanual del 131 % de las búsquedas de productos teñidos con tintes naturales.

SIN GÉNERO

Los límites de género siguen desdibujándose en la moda, y este año el movimiento ha estado liderado por algunos de los rostros más conocidos de la música. Después de que Lil Nas X llevara una falda de Louis Vuitton para aparecer en el programa The Tonight Show Starring Jimmy Fallon en mayo, las búsquedas de «falda Vuitton» subieron un 138 % ese mismo mes. Además, Justin Bieber, Bad Bunny y A\$AP Rocky se han dejado ver recientemente con collares de perlas, y las búsquedas del complemento de joyería se han incrementado un 86 % con respecto al año pasado.



MOMENTOS DESTACADOS

En la vida real



1. Moda dopamina

Después de pasar la mayor parte del 2020 sin salir, este último año lo hemos dedicado a sustituir nuestra ropa de estar por casa por prendas que rebosan alegría. Entre abril y agosto, las búsquedas de piezas de colores llamativos y alegres, concretamente en fucsia, naranja, amarillo y verde, se dispararon un 191 %, y entre marzo y agosto, la demanda de joyería vistosa, en particular «colorida», «con abalorios», «arcoíris» y «de resina», se catapultó un 545 %.

2. Bienvenida a las vacunas

Con la distribución de la vacuna contra la COVID-19 en todo el mundo, las camisetas provacunas se convirtieron rápidamente en una tendencia de moda. Dolly Parton y su top con aberturas en los hombros fueron un claro ejemplo de ello, y las búsquedas de camisetas con los términos «asimétrica», «de hombros caídos» y «con aberturas en los hombros» subieron un 73 % desde febrero hasta marzo.

3. Salir con mayúsculas

Al tiempo que se relajaban las medidas de seguridad, el regreso de la temporada de festivales musicales y del ocio nocturno trajeron consigo el resurgimiento de la ropa «de salir». Tal y como ocurrió en los años veinte, los dobladillos cortos fueron una de las tendencias de más rápido crecimiento en 2021: las búsquedas de minifaldas y minivestidos subieron un 221 % interanual. Las búsquedas mundiales de zapatos de tacón alto han crecido a un ritmo constante desde mayo y las plataformas disco heels se dispararon un 233 % en el mismo mes.

4. Ropa de trabajo híbrida

Con el regreso gradual a la oficina en la segunda mitad del año, los trabajadores comenzaron a apostar por una versión smart casual y más relajada de la tradicional indumentaria de trabajo. En agosto, la demanda de trajes oversize incrementó un 109 % con respecto al año anterior, mientras que los pantalones de pernera ancha fueron muy solicitados a partir de julio, con un aumento del 87 %.

5. Pasión por la moda deportiva

Las grandes citas deportivas, como los Juegos Olímpicos y la Eurocopa, despertaron el interés por la ropa de deporte. En junio, en la antesala de la Eurocopa 2020, las búsquedas mundiales de camisetas de fútbol aumentaron un 33 %. En las Olimpiadas de Tokio, el debut oficial del skateboarding acaparó todas las miradas, y las búsquedas de la línea SB de Nike, en concreto de sus zapatillas Dunk Low, subieron un 100 % en tan solo 48 horas.

6. El regreso de la gala del Met

Tras su aplazamiento y posterior cancelación en 2020, este año asistimos al regreso de una de las principales alfombras rojas del calendario. En consecuencia, las búsquedas en internet de Brother Vellies, que vistió a Alexandria Ocasio-Cortez con un vestido en el que podía leerse el mensaje «Tax The Rich» (impuestos para los ricos), se dispararon un 120 % en menos de 24 horas, y las visualizaciones de página de ERL, cuyo diseño lució A\$AP Rocky, crecieron un 259 %. Sin embargo, la marca que registró el mayor incremento fue Balenciaga (que vistió a celebridades como Rihanna, Kim Kardashian y Elliott Page), con un repunte de búsquedas del 505 % en 48 horas.

7. Furor por el mes de la moda

Los desfiles y eventos presenciales marcaron el regreso oficial del fashion month. Apenas siete días después de la semana de la moda de Nueva York, aumentaron las búsquedas de minibolsos (+56 %), faldas de Thom Browne (+36 %) y prendas de punto con aberturas (+33 %). El estilo preppy fue popular en la semana de la moda de Londres: en unas pocas semanas, subió el interés por los mocasines de piel (+28 %) y las camisas con cuello babero (+23 %). Balenciaga despertó el mayor interés en las búsquedas online tras su desfile, gracias a su insólita colaboración con Los Simpson: las visualizaciones de página se dispararon un 355 % en 24 horas.



En pantalla

1. Bridgerton

Lyst acuñó el término «Regencycore» debido a la demanda de corsés tras el estreno de la serie de Netflix a principios de año. En menos de una semana desde su lanzamiento en la plataforma, las búsquedas en internet de corsés repuntaron un 23 %. Esta estética de inspiración real se ha vuelto tan influyente que el propio término ha generado más de 105 000 menciones en redes sociales durante 2021.

2. Gossip Girl

El estreno de la recreación de Gossip Girl en HBO Max en julio trajo consigo un nuevo gusto por el estilo preppy. Después de su presentación a principios de ese mes, se produjo un aumento notable de la demanda de moda de estilo universitario y de uniforme, como los chalecos de rombos (+47 %), las faldas de tenis (+41 %) y las camisas de cuello alto (+34 %). Además, las visualizaciones de página de chaquetas universitarias subieron un 53 % interanual.

3. Halston

Después de que Netflix estrenara la miniserie sobre el diseñador de la era disco setentera en mayo, las búsquedas de la marca Halston se catapultaron un 550 % en menos de un mes. Paralelamente, más de 10 000 usuarios de Lyst habían buscado vestidos de cuello halter, una de las siluetas emblemáticas de Halston.

4. La serpiente

La serie británica de suspense ambientada en los 70 desató una oleada de búsquedas de los básicos de moda de la década, como los pantalones de campana (+34 % en abril, coincidiendo con su estreno en Netflix), camisetas de cuello halter (+27 %) y pañuelos estampados para el pelo (+13 %). Monique, uno de los personajes de la serie, suele vestir estas piezas, que inspiraron a los espectadores a dejarse llevar por la estética boho setentera. Su traje verde azulado, concretamente, provocó una subida del 66 % en búsquedas de prendas similares poco después del estreno de la serie.

5. La casa Gucci

La película ya ha generado un enorme interés antes de su estreno oficial en cines el 24 de noviembre, gracias a unas primeras fotos de Lady Gaga y Adam Driver trabajando en el set de rodaje. Cuando se presentó el tráiler oficial en agosto, las búsquedas de Gucci se dispararon un 173 %, y las visualizaciones de página de vestidos de lunares y encaje (que lleva Gaga en su papel de Patrizia Reggiani) aumentaron un 100 %. Las gafas de aviador de Gucci (que luce Driver) también han crecido en popularidad a un ritmo constante.

6. Sex Education

La serie de Netflix regresó con su tercera temporada en septiembre y el vestuario de aires ochenteros del reparto ha causado impresión en los usuarios. Una semana después del estreno, las búsquedas en internet de chaquetas de inspiración universitaria y de béisbol aumentaron un 93 %, además de más de 10 000 visualizaciones de página de prendas de abrigo. La protagonista, Aimee Gibbs, encarnada por Aimee Lou Wood, y sus vaqueros acampanados provocaron una subida del 50 % en búsquedas en menos de 48 horas.

7. Savage X Fenty Show Vol. 3

Rihanna regresó con su espectáculo de pasarela Savage X Fenty el 24 de septiembre, con un reparto plagado de estrellas. Las prendas, confeccionadas en tejidos que iban del látex a la piel de serpiente, generaron demanda en búsquedas de ropa interior, en particular lencería «colorida» y «neón», que creció un 116 % en menos de una semana desde el estreno del show.

8. El juego del calamar

La serie revelación coreana es actualmente la más popular de la historia de Netflix. Además, su oportuno estreno, antes de Halloween, la ha convertido en una gran fuente de inspiración. Las búsquedas en todo el mundo de su característico vestuario característico se han disparado: chándales (+97 %), zapatillas sin cordones blancas (+145 %), monos rojos (+62 %) y camisetas blancas numeradas (+35 %). En particular, las zapatillas sin cordones de Vans han pasado a ser las más visitadas desde el estreno de la serie, mientras que la demanda del color verde azulado ha subido un 130 %.



1. Dua Lipa: Future Nostalgia

La era de Future Nostalgia de la estrella del pop británica ha sido una fuente inagotable de inspiración estilística con el lanzamiento de cada videoclip: desde los estilismos rescatados del lejano Oeste de Love Again al Regencycore de Demeanor. Las búsquedas del bikini de cebra de The Attico que Dua Lipa luce en Love Again aumentaron un 224 % tras el lanzamiento del vídeo.

2. Kanye West: Donda

El esperadísimo álbum Donda del rapero llegó en agosto, con la artística y cuidada celebración de la primera fiesta para escuchar el disco en Atlanta, en la que Kanye West llevó un plumífero rojo de su colaboración Yeezy x Gap. En las 24 horas posteriores al evento, las visualizaciones de página del abrigo de plumas rojo se dispararon un 73 % y las búsquedas de su marca Yeezy subieron un 128 % ese mismo mes. Después de la segunda fiesta de Donda —a la que Kanye West acudió ataviado con un conjunto de Balenciaga—, las búsquedas de la marca aumentaron un 81 % en 24 horas.

3. Billie Eilish: Happier Than Ever

La cantautora sorprendió al abandonar sus característicos ropa ancha y streetwear de marca por corsés y SKIMS para su nuevo álbum Happier Than Ever. Esta nueva imagen, que la artista presentó en la portada de la edición británica de Vogue en junio, provocó que las búsquedas en internet de corsés se dispararan un 74 % en tan solo dos días. Su apuesta por los pantalones de látex para la fiesta de lanzamiento de su álbum en julio supuso un incremento del 147 % de las búsquedas de prendas similares.

4. Bad Bunny: Yonaguni

Si bien el exitoso sencillo <i>Yonaguni</i> de la estrella del rap latino fue una de las canciones más comentadas en Twitter en el verano de 2021, el estilismo del cantante logró captar aún más la atención. Una semana después del estreno del videoclip del single en junio, las búsquedas de la colaboración de zapatillas del artista con Adidas, Forum, que le hemos visto lucir en varias ocasiones, se dispararon un 125 %.

5. Doja Cat: Kiss Me More

La artista y autora de Planet Her ha dado rienda suelta al estilo de la era espacial para su tercer álbum y, cuando su videoclip del sencillo Kiss Me More se estrenó en abril, las búsquedas de «moda espacial» aumentaron un 55 %. Con el lanzamiento de la portada del álbum en junio, las búsquedas de corsés metálicos crecieron un 40 %. Después de presentar los premios MTV VMA de 2021, uno de sus estilismos —un conjunto firmado por Thom Browne de la primavera de 2018— provocó una subida del 24 % en búsquedas de la marca en 24 horas.

6. Olivia Rodrigo: Sour

La estrella de Sour ha transmitido nostalgia por la moda de principios de los 2000 tanto a través de su música como de su vestuario. Después de publicar una foto suya en Instagram con las botas de plataforma hasta la rodilla Kiki de Marc Jacobs, las visualizaciones de página del artículo se dispararon un 225 % en 48 horas. Su videoclip de Brutal también estuvo muy inspirado en el estilo del nuevo milenio, y las búsquedas de esa estética se duplicaron en apenas dos semanas desde su lanzamiento.

7. Lisa, de Blackpink: Lalisa

El proyecto en solitario de la integrante de Blackpink y estrella del K-pop, Lalisa, se estrenó con su primer sencillo del mismo nombre, que la artista interpretó en el programa The Tonight Show with Jimmy Fallon el 11 de septiembre. En apenas 24 horas, las camisetas de brillantina y estrás subieron un 12 % y las búsquedas de las zapatillas Superstar de Adidas que llevó en el videoclip también aumentaron un 36 %. En el vídeo de su segundo sencillo, Money, se calzó el modelo de botas Moon Boot con Hello Kitty de la firma GCDS, cuyas búsquedas se dispararon un 369 % en una semana, lo que las convirtió en el segundo producto más buscado de la marca.

Musicales

TENDENCIAS DIGITALES

1. Moda de los 2000

El renacimiento de la moda de principios de los 2000 tiene mucho que agradecer a las generaciones más jóvenes, que buscaron inspiración en los estilismos que Paris Hilton y Britney Spears lucían en aquel entonces, así como en marcas que vivieron su particular apogeo en esa década, como Von Dutch, Juicy Couture y Ed Hardy. La etiqueta #y2kfashion ha generado más de 220 millones de visualizaciones en TikTok, mientras que las búsquedas de «Y2K» subieron un 389 % interanual. Además, las visualizaciones de página del bolso más emblemático de la década, el Baguette de Fendi, aumentaron un 290 % interanual.

2. Generación Z frente a mileniales

Si, en 2020, TikTok acaparó el consumo de redes sociales, en 2021, la aplicación de vídeos cortos se hizo con las riendas del debate sobre moda. Discusiones acerca de estilos determinados, especialmente entre integrantes de la generación Z y mileniales, se sucedieron en la plataforma. ¿Vaqueros de pernera ancha o pitillo? Depende de a quién preguntes (y, quizás, de la edad que tenga). Según las búsquedas de 2021, imperaron los vaqueros anchos, con un crecimiento interanual del 55 %, y marcas como Levi's y Weekday se situaron entre las más populares.

3. Kidcore

La nostalgia siguió siendo tendencia y kidcore es la estética rescatada de la infancia en la que predominan los colores vivos, accesorios inspirados en juguetes y estampados en contraste. Este tipo de vestimenta desenfadada ha ganado protagonismo en la moda masculina, como han demostrado Pete Davidson, Justin Bieber y Tyler, The Creator. La marca de calzado afín al kidcore Crocs ha sido muy demandada este año; de enero a septiembre, se vendieron siete pares al día en Lyst.

4. Royalcore

Motivados por la serie de éxito de Netflix Bridgerton, la docuserie de la BBC británica sobre el reinado de Enrique VIII y las recientes películas y series sobre la princesa Diana de Gales, los estetas se han dejado cautivar por todo lo relativo a la moda de la realeza. En TikTok, los usuarios con más estilo se han rendido ante las tendencias royalcore y princesscore, mientras que celebridades como Bella Hadid, con su collar de B de Dilara Findikoglu (inspirado en el mismo que llevó la reina Tudor Ana Bolena), impulsaron la demanda de piezas similares. Durante el verano, las búsquedas de «tudor» se dispararon un 24 %, y el vestido «Tudor dress» de Reformation se llevó la mayor parte de las visualizaciones de página.

5. Cabincore

En respuesta a la fiebre del cottagecore del año pasado, el cabincore se apoderó de los armarios de otoño. La tendencia de moda impulsada por TikTok, que fusiona normcore con gorpcore y prendas de punto prácticas y calentitas, apuesta por las caminatas en el bosque y el relax en una cabaña de montaña, en lugar de los picnics soleados en el campo y las hornadas de pan. Las búsquedas de botas de montaña aumentaron un 234 % interanual, y el interés por las camisas de franela subió un 145 %.



LAS MÁS POPULARES



1. Nensi Dojaka

El minivestido negro asimétrico de Nensi Dojaka se coló entre los diez artículos de mujer más populares de la edición del 1T de 2021 de The Lyst Index; a ello hay que añadirle una media de más de 7000 búsquedas mensuales durante el resto del año. El deseado modelo de la marca londinense, la sensual versión con transparencias para 2021 del clásico vestido negro, ganó un premio LVMH y es un claro ejemplo estilístico del regreso de este año a la moda de salir.

2. Christopher John Rogers

Christopher John Rogers pasó de ser un diseñador neoyorquino en alza a un nombre consolidado en la moda, lo que le valió una colaboración con Target; una lista en aumento de clientas VIP, como Lady Gaga, Bella Hadid y Karlie Kloss; y un cameo en la recreación de Gossip Girl que provocó que las búsquedas de la marca subieran un 73 % en julio.

3. I.AM.GIA

I.AM.GIA es la marca de moda favorita de internet, como demuestra su fuerte presencia en redes sociales, su popularidad entre las it girls y sus diseños inspirados en los 2000 que se han vuelto virales en TikTok. Los pantalones son la categoría más deseada de la marca, concretamente su modelo Halo con tiras en la cadera, cuyas búsquedas subieron un 164 % desde comienzos de 2021.

4. Harris Reed

Harris Reed, conocido por sus diseños de género fluido, irrumpió en la escena pública por vestir a Harry Styles. Las búsquedas del diseñador crecieron un 189 % en el 1T de 2021, tras la presentación de la portada de Styles para Vogue en diciembre de 2020, en la que el cantante lucía una de las creaciones de Reed. Durante el pasado año, Reed se alzó con el premio GQ al Diseñador Revelación del año, se estrenó con una colección de moda y ha colaborado con la marca de joyería Missoma y con MAC Cosmetics.

5. Maximilian

El graduado del London College of Fashion Maximilian Davis lanzó su marca en 2020 y ha cosechado un gran éxito durante la pandemia. Después de que Michaela Coel vistiera de Maximilian en la alfombra roja de los premios BAFTA celebrados en abril de 2021, las búsquedas de la marca aumentaron un 49 % el mismo mes. La firma cuenta con otros clientes destacados, como Naomi Campbell, Rihanna y A\$AP Rocky.

Marcas revelación

6. The Attico

La casa italiana se convirtió en una marca de culto, gracias a celebridades como Hailey Bieber y Dua Lipa, cuyo videoclip de Love Again incluyó el bikini de estampado de cebrá de la marca y provocó un incremento del 224 % de visualizaciones de página tras su estreno en junio. El modelo de baño se coló entre las prendas más populares del 2T de 2021 y la demanda de la marca ha aumentado un 65 % desde comienzos de año.

7. Christopher Esber

El diseñador australiano comenzó su trayectoria en 2010, pero ha sido ahora en 2021 cuando sus vestidos de fiesta y detalles de cintas cruzadas en el abdomen han casado de pleno con la creciente demanda de moda para salir, lo que se ha traducido en una subida interanual del 54 % de las búsquedas de la marca. Los emblemáticos vestidos con aberturas de Christopher Esber se situaron entre los más deseados de la categoría este año, mientras que las búsquedas específicas de los vestidos de la firma ascendieron un 49 % con respecto al año pasado.

8. Story Mfg.

La marca británica se centra en la sostenibilidad y la moda respetuosa con el medioambiente, y ofrece prendas sin género confeccionadas a partir de tejidos ecológicos y tintes naturales. En febrero, Story Mfg. presentó unas zapatillas sin crueldad animal en colaboración con Reebok; las búsquedas de la marca subieron un 123 % durante el primer trimestre del año tras el esperadísimo lanzamiento.

9. Heaven by Marc Jacobs

En su esfuerzo por atraer a una clientela de la generación Z, Marc Jacobs lanzó su nostálgica línea de moda «Heaven» en septiembre de 2020. Hasta el momento, sus codiciados diseños y colaboraciones (con Dr. Martens, Cactus Plant Flea Market, Stray Rats y, más recientemente, Nodaletto) han conquistado a jóvenes celebridades como Olivia Rodrigo, Bella Hadid, Vegyn, Dua Lipa y Beabadoobee.

10. SKIMS

La línea de ropa interior moldeadora de Kim Kardashian copó la atención de todo el mundo por vestir a las deportistas del equipo olímpico de EE. UU. durante sus horas de ocio con ropa de estar por casa, ropa interior y pijamas. Cuando Kardashian anunció la noticia en sus redes sociales, las búsquedas mundiales de prendas de SKIMS se dispararon un 112 % en menos de 48 horas.



Los Más Deseados



1. Vaqueros de corte ancho de Levi's

Los vaqueros holgados fueron una tendencia importante en las pasarelas de P/V21, así como los favoritos de celebridades como Gigi y Bella Hadid, Hailey y Justin Bieber o Katie Holmes durante el verano. Con el cambio de armario del chándal a los vaqueros, las búsquedas de estos tejanos de corte amplio subieron un 52 % interanual, y los modelos anchos o de pernera ancha obtuvieron más del doble de búsquedas que los vaqueros pitillo hasta la fecha.

2. Reloj Submariner de Rolex

Uno de los artículos más populares de la edición del 1T de The Lyst Index, este reloj suizo de lujo es el accesorio más deseado del año. Las ventas de relojes de muñeca han aumentado un 13 % interanual y la categoría registró un crecimiento significativo en el ámbito de las bodas. Las búsquedas de relojes junto a los términos «pareja», «compromiso» y «boda» han comenzado a aparecer con mayor frecuencia y han crecido en conjunto un 53 % durante el último año.

3. Bolso Mini Jodie de Bottega Veneta

La casa de moda italiana presume de otro accesorio estrella: el bolso más buscado en Lyst en 2021. El complemento, que cuenta entre sus seguidoras con celebridades como Kendall Jenner y Elsa Hosk, y también se ha convertido en un básico del street style en el último mes de la moda, se vale de la estética de lujo minimalista con su aspecto de inspiración noventera apto para Instagram.

4. Zuecos Boston de Birkenstock

Los zuecos Boston, un modelo de calzado sin género ideal tanto para llevar en casa como en la calle, son los zapatos más deseados de 2021. La marca también siguió contando con el beneplácito de la alta moda este año, gracias a sus colaboraciones con Stüssy, Proenza Schouler y Jil Sander. Si se compara con la siempre popular sandalia Arizona de Birkenstock, el zueco Boston recibió un 36 % más de visualizaciones de página este año.

5. Falda de tablas de Thom Browne

Después de que el personaje interpretado por Dan Levy, David Rose, vistiera un «traje de chaqueta y falda para novio» en el capítulo final de Schitt's Creek, el discreto diseñador se convirtió en un icono de la cultura popular. Las búsquedas de «faldas nupciales de hombre» subieron un 48 % interanual y la falda negra de tablas de Thom Browne fue uno de los artículos más deseados. En la edición del 2T de The Lyst Index, la falda de la marca también irrumpió en la clasificación de los 10 artículos de hombre más populares por primera vez.

6. Minivestido asimétrico de Nensi Dojaka

El minivestido de inspiración noventera, que apareció por primera vez en la edición del 1T de The Lyst Index, es el vestido negro más deseado de 2021, y ejemplifica a la perfección la emoción colectiva por volver a arreglarnos y salir de fiesta. Como no es de extrañar, las búsquedas del vestido alcanzaron su punto álgido durante el verano, entre junio y agosto, cuando celebridades con mucho estilo, como Emma Corrin, Emily Ratajkowski o Rihanna, se dejaron ver con él.

7. Bolso de ganchillo de Prada

El bolso veraniego de Prada se agotó rápidamente en distintas tiendas en Lyst, pues se sumaba a las populares tendencias del ganchillo, craftcore y DIY. En general, las búsquedas de bolsos de ganchillo han aumentado un 56 % interanual.

8. Cárdigan La Maille Pralù de Jacquemus

El atrevido modelo de punto de Jacquemus, que han llevado Megan Fox, Kendall Jenner y Hailey Bieber, encabezó la tendencia del pin top o cárdigan cortinilla este verano. En agosto, las búsquedas de este modelo en concreto se dispararon un 79 %, y «top anudado al frente», «top con cordón» y «pin top» fueron las palabras clave más buscadas.

9. Sudadera con capucha de Pangaia

La marca de moda ecológica Pangaia ha sido tendencia todo 2021, pero fue la aprobación de Harry Styles, que se dejó ver con su sudadera con capucha Flamingo en fucsia en octubre, lo que provocó un aumento del 91 % en búsquedas. Las búsquedas en internet de las sudaderas con capucha de la marca han subido un 172 % durante el transcurso del año.

10. Jersey de rayas de & Other Stories

Las búsquedas de artículos similares al jersey de rayas de corte minimalista de la marca fueron un indicador del regreso de esta pieza de inspiración náutica, pues las consultas de prendas de punto de rayas aumentaron un 125 % interanual. A principios de agosto, las búsquedas de jerséis de cuello alto de rayas también subieron un 37 % con respecto al mes anterior.

1. Air Force 1 de Nike

Como pudimos comprobar en la edición del 2T de The Lyst Index, en la que fue uno de los artículos de mujer más populares, la clásica zapatilla blanca lisa es el calzado de diario predilecto de la generación Z. Las búsquedas del modelo Air Force 1 de Nike aumentaron un 248 % interanual; no en vano, los usuarios de Lyst buscaron el artículo más de 4000 veces al día.

2. Colección Dunk Low «THE 50» de Off-White x Nike

Esta colaboración exclusiva, cuyo lanzamiento se produjo en la aplicación SNKRS de Nike, incluyó 50 versiones de las zapatillas Dunk Low de Off-White x Nike, que se distribuyeron aleatoriamente entre los compradores. En las 48 horas posteriores al lanzamiento, las búsquedas de la zapatilla se dispararon un 236 %. Después de la presentación de la colección en agosto, las zapatillas, cuyo PVP original era de 150 euros, se vendían en plataformas de reventa por aproximadamente un 400 % más.

3. Foam Runner de Yeezy

Desde su presentación en junio de 2020, cada lanzamiento del modelo Foam Runner de Yeezy ha sido un éxito. Durante 2021, la zapatilla en forma de zueco se presentó en más colores y, gracias a ello, las búsquedas se dispararon un 411 % en el 3T. Con un PVP de 60 euros, las Foam Runner de Yeezy pueden revenderse por más del 720 % de su valor original en las plataformas de reventa.

4. Forum de Adidas

La que en su momento fuera una zapatilla discreta asociada a diversas subculturas se ha convertido ahora en uno de los zapatos más deseados de Adidas, gracias a una colaboración con Bad Bunny que se presentó en marzo y empujó las búsquedas, las cuales aumentaron un 103 % la semana siguiente.

5. SB Dunk Low de Nike

El interés por las zapatillas SB Dunk de Nike, lanzadas en una gama de colores durante el año, aumentó un 182 % interanual. Con el mundo entero pendiente del debut del skateboarding en las Olimpiadas de Tokio, el tirón de las zapatillas SB Dunk Low de Nike, el calzado oficial de esta modalidad deportiva, creció un 148 % durante julio y agosto.

6. Samba de Adidas

Después de que tanto Rihanna como A\$AP Rocky se calzaran este modelo, las búsquedas de las zapatillas Samba de Adidas subieron un 63 % a partir de julio. Son muchas las celebridades partidarias de este calzado, como Jonah Hill, Frank Ocean y Tyler, The Creator.

7. 327 de New Balance

Las zapatillas 327, de inspiración retro y producto de colaboraciones con diseñadores como Staud y Casablanca, así como la variada gama de colores que propone New Balance, han captado la atención de los usuarios. Las búsquedas han aumentado continuamente durante el año, alcanzando su punto más alto en agosto con un crecimiento del 96 %.

Zapatillas

8. Go Flyease de Nike

Las zapatillas Go Flyease de Nike generaron mucha expectación antes de su lanzamiento en febrero y se convirtieron en el séptimo artículo de mujer más popular en la edición del 1T de The Lyst Index. Las características manos libres de este calzado suponen toda una innovación tecnológica para la marca y una revolución para los deportistas de todas las capacidades.

9. Chuck 70 de Converse

Converse se convirtió en la marca de zapatillas más deseada en febrero, después de que la vicepresidenta Kamala Harris fuera fotografiada con un par de Chuck 70 para la portada de febrero de Vogue. Las búsquedas prácticamente se multiplicaron por diez con respecto al año anterior, y se produjeron 100 búsquedas por hora en Lyst.

10. Run Star Hike de Converse

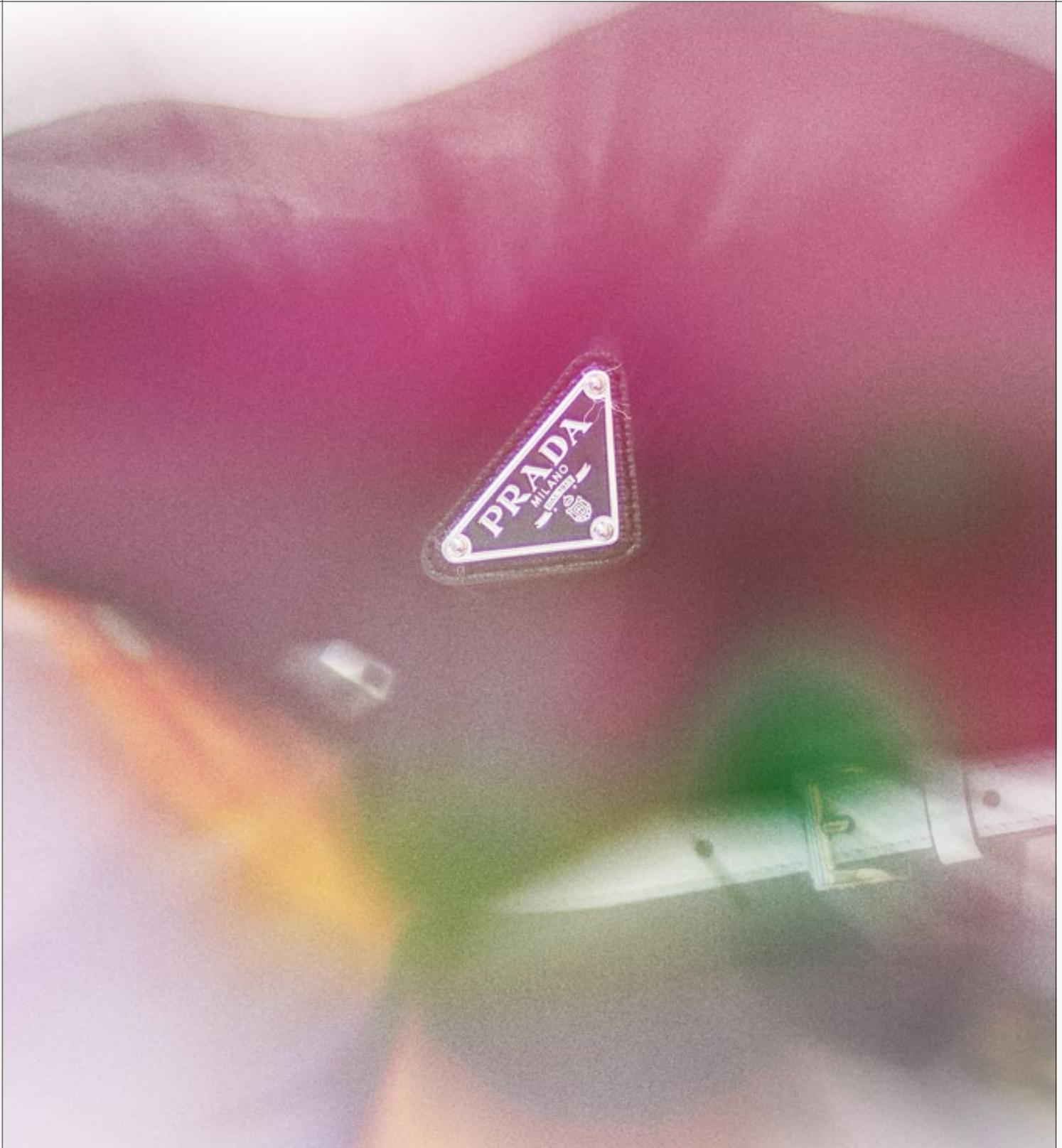
Dado que el calzado con plataforma se convirtió en una de las principales tendencias de 2021, no es de sorprender que también se popularizara la versión de Converse con su zapatilla Chuck. Durante 2021, las búsquedas del modelo Run Star Hike de la firma, que le hemos visto a Bella Hadid y Charli D'Amelio, aumentaron un 69 %, mientras que el calzado se buscó 64 veces por hora.



Logo

Prada

Miuccia Prada y Raf Simons desvelaron su primera colección como codirectores creativos para P/V21 y el dúo ha apostado por estampar el emblemático logo triangular de Prada por doquier: desde camisetas y pendientes hasta guantes y bolsos. La elección de diseño surtió efecto, pues el logotipo de Prada es el más buscado en Lyst de 2021 y sus búsquedas se han cuadruplicado respecto al año anterior.



Colaboraciones

1. Yeezy x Gap

A pesar de que en 2021 se presentaron un número limitado de productos, esta colaboración generó una gran expectación. El anuncio de la alianza a principios de junio provocó el aumento de las búsquedas de ambas marcas: un 320 % para Yeezy y un 325 % para Gap. Con la presentación del primer artículo, la chaqueta Black Round Jacket, se produjeron más de 50 000 búsquedas de la colaboración en 24 horas.

2. Ivy Park x Adidas

Ivy Park x Adidas, que puede presumir de haber registrado el mayor número de búsquedas de todas las colaboraciones de este año, ha cosechado éxito tras éxito con sus lanzamientos de temporada: de la presentación de «Ivy Park» en febrero, que hizo que las búsquedas de Ivy Park se dispararan un 536 % en una semana, a la colección inclusiva de moda de baño para el verano y la colección «Ivy Park Rodeo» de otoño.

3. The North Face x Gucci

Gucci convirtió la ropa de montaña en un artículo de lujo con su colaboración con The North Face. Cuando se produjo su lanzamiento en enero, se registraron más de 30 000 búsquedas de la colaboración en 24 horas, y su chaqueta bomber de lona fue el artículo de mujer más deseado de la edición del 1T de The Lyst Index. En el mercado de reventa, esta prenda de abrigo sigue teniendo mucho tirón y se vende por hasta cinco veces más que su precio original.

4. Telfar x UGG

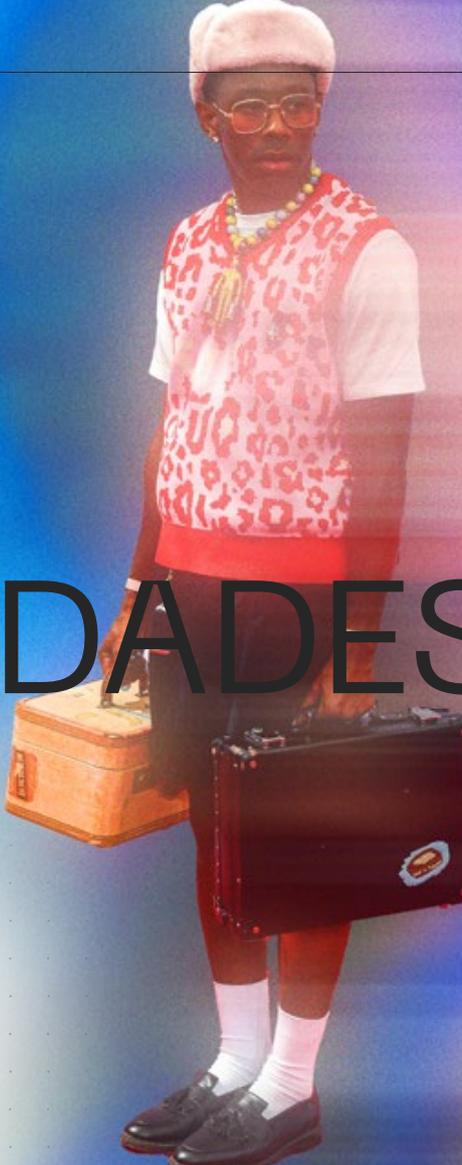
En 2020, el anuncio de la colaboración de Telfar con UGG tuvo muy buena acogida y la preventa se agotó en 24 horas, nueve meses antes del lanzamiento oficial. En julio, un mes después de que se presentara la alianza, la demanda de Telfar aumentó un 275 %; también lo hizo la de UGG un 262 %. Después de que Telfar y UGG lanzaran la segunda entrega de su colaboración, las búsquedas de UGG crecieron un 94 % y las de Telfar, un 101 % en 48 horas.

5. Balenciaga x Gucci

La colaboración —en realidad, jaqueo— de alta moda entre las dos emblemáticas casas de lujo se presentó en abril durante el desfile «Aria» de Gucci. En los dos meses posteriores a su lanzamiento, se produjeron más de 5000 búsquedas diarias de la colección. Además, supuso el germen de un nuevo modelo de alianza entre grandes marcas, al que Fendi y Versace se sumaron en septiembre.



CELEBRIDADES



Celebridades más influyentes:

*Las diez celebridades cuyo estilo propio ha inspirado los mayores aumentos en búsquedas, ventas, cobertura mediática y menciones en redes sociales durante los últimos 12 meses.

1. Zendaya:

Después de la aparición de Zendaya en la alfombra roja de los Óscar de 2021 ataviada con un vestido amarillo a medida de Valentino, las búsquedas del color aumentaron un 222 % en menos de 24 horas. La galardonada estrella de Euphoria, que aglutina más de 110 millones de seguidores en Instagram, también causó un gran revuelo con su vestido a medida de efecto mojado firmado por Balmain en el Festival de Cine de Venecia de 2021: las búsquedas de los vestidos de la marca subieron un 190 % poco después. Además, su aparición en la ceremonia de entrega de los premios BET de 2021, ataviada con un vestido vintage de Versace, hizo que las búsquedas de los trajes de la firma italiana se dispararan un 122 % en 48 horas.

2. Dua Lipa

Durante 2021, Dua Lipa ha influido constantemente en las búsquedas de moda con sus modernos y cuantiosos estilismos: de la estética rescatada de los 2000 y del lejano Oeste a Versace y prendas de ganchillo. Cuando Lipa llevó un collar choker de perlas de Vivienne Westwood a la entrega de los premios BRIT de 2021, las búsquedas de modelos similares se dispararon un 108 % en una semana. Su conjunto de Versace para los Grammy de 2021 catapultó las visualizaciones de página de la marca un 245 %, así como su aparición estelar en la campaña de O/121 de la firma, que desató las búsquedas un 94 % en 24 horas.

3. Lil Nas X

Lil Nas X, célebre por su capacidad para crear expectación y dar que hablar, acaparó titulares todo el año. Su controvertida colaboración con MSCHF en un par de zapatillas satánicas a finales de marzo polarizó la opinión pública y generó más de 669 000 comentarios, me gusta y publicaciones compartidas en redes sociales. Nike, por su parte, demandó a MSCHF alegando violación de la marca registrada. En lo que respecta a estilo personal, la estrella de Montero no deja a nadie indiferente. Tras llevar un traje de Richard Quinn a la ceremonia de los premios BET de 2021, las visualizaciones de página de las prendas florales de la marca subieron un 78 % en 24 horas, y las búsquedas con palabras clave, como «traje bordado» y «traje con abalorios», crecieron conjuntamente un 50 %.

4. Hailey y Justin Bieber

Los Bieber son una de las parejas más influyentes del panorama internacional. Después de que los dos asistieran a un evento de etiqueta en julio, el vestido negro de Hailey firmado por Alessandra Rich provocó que las búsquedas de vestidos de terciopelo y encaje de la marca subieran un 168 % en 48 horas. Las apuestas estilísticas de Justin han incluido algunas de las tendencias y artículos más populares de este año, y hace poco el cantante ha dado un giro hacia la alta moda como rostro de Balenciaga y seguidor de ERL, una marca emergente de Venice Beach.

5. Kai (EXO)

Kai, integrante de EXO, inició su andadura en solitario en 2020, lo que fomentó su estatus de megaestrella y le valió una colaboración con Gucci. La colección cápsula, que incluyó un motivo de osito de peluche, supuso la primera vez que la casa de moda italiana trabajaba con una celebridad coreana en una colección. Cuando se presentó en abril, se agotó prácticamente al instante y las búsquedas de Gucci en internet se dispararon un 264 %.

6. A\$AP Rocky y Rihanna

Desde que hicieran pública su relación en verano, A\$AP Rocky y Rihanna han compartido muchos momentos estilísticos como pareja, incluida la grabación de su videoclip en Nueva York en julio. En 48 horas, las búsquedas del estilismo de Rihanna, con palabras como «top con corsé» y «bustier de piel», subieron en conjunto un 86 %, y los abrigos de borreguito, un 72 %. El atuendo de Rocky, en el que destacaban una gorra trucker y botas militares negras, también provocó un aumento de las búsquedas del 21 % y 43 %, respectivamente.

7. Tyler, The Creator

Tyler, The Creator estrenó su último álbum, CALL ME IF YOU GET LOST, en junio y con él se abrió paso una nueva era en la moda. Sus estilismos suelen incluir sombreros de Ushanka y, después de su actuación en la gala de los premios BET de 2021, las búsquedas del modelo de sombrero de pelo aumentaron un 75 %. Su uniforme predilecto también incluye estampado de leopardo y mocasines, cuyas búsquedas se incrementaron en la categoría de moda de hombre un 79 % y un 55 % respectivamente en una semana del lanzamiento del disco. En los últimos cuatro meses, la demanda de la línea de moda GOLF le FLEUR* del rapero aumentó un 125 %.

8. Harry Styles

Harry Styles sigue siendo el abanderado de Gucci. Tras los Grammy de 2021, las visualizaciones de página de boas de plumas registraron una impresionante subida (+1500 %) en tan solo 48 horas después de que el cantante de Golden se dejara ver con dos versiones diferentes de la marca. La pieza más buscada fue la boa de plumas violeta de Gucci que Styles llevó durante su discurso de agradecimiento. Además, las búsquedas del accesorio han subido un 111 % desde el comienzo de su gira Love On Tour en EE. UU. en septiembre. Durante su actuación, lució un traje de cuero, que impulsó las búsquedas de pantalones de cuero para hombre un 100 % en menos de 24 horas.

9. Jennifer Lopez

El renacimiento de J.Lo continuó en 2021. El conjunto blanco de Chanel que eligió para actuar en la ceremonia de investidura presidencial de EE. UU. en enero supuso un aumento del 89 % en 24 horas de las visualizaciones de página de prendas blancas de Chanel, mientras que las búsquedas de abrigos blancos largos aumentaron un 119 %. Un mes después, llegó a la Super Bowl ataviada con un abrigo de pata de gallo y un top corto de Louis Vuitton; ello provocó un aumento del 10 % en la demanda del estampado, así como una subida en búsquedas de la marca francesa de lujo (24 %) y de tops cortos (22 %) en 24 horas.

10. Lady Gaga

La nueva película de Lady Gaga, La casa Gucci, lleva influyendo en las búsquedas de moda desde mucho antes de que se anunciara la fecha oficial de su estreno. Las búsquedas de pañuelos de Gucci registraron una subida del 67 % después de que se publicaran fotos de Gaga con uno en el set de rodaje. Cuando la cantante y actriz pasó una temporada en Nueva York para actuar en Radio City Music Hall, sus estilismos también despertaron el interés de los usuarios. La demanda de «botas de plataforma» subió un 60 % tras la aparición de la artista con distintos pares en julio, y las visualizaciones de página de Valentino aumentaron un 117 % cuando llevó un conjunto de alta costura de la marca.



2022. ¿LO QUE VIENE?

1. NUEVAS FRONTERAS:

En 2021 se produjeron algunos hitos de la historia de los viajes espaciales, especialmente en lo relativo al turismo espacial. Este nuevo avance en el transporte seguirá sirviendo de inspiración para más diseños y tecnologías futuristas.

2. ZAPATOS FUTURISTAS:

Con el éxito de las Foam Runner de Yeezy y las Go Flyease de Nike, además del auge del modelo Run Star Hike de Converse, el calzado está comenzando a adoptar siluetas totalmente novedosas. El diseñador de zapatillas Salehe Bembury, que colaboró recientemente con Crocs, es uno de los expertos que están trazando este nuevo camino.

3. EXPERIENCIA MULTISENSORIAL:

A medida de la ropa se vuelve más técnica y práctica, el aumento de las búsquedas demuestra el interés que existe por la moda que ofrece una experiencia multisensorial a través de la textura, como vestir de borreguito de pies a cabeza o de materiales inspirados en la naturaleza, como las plumas y la madera.

4. MINIMALISMO:

Con el anuncio de que Phoebe Philo lanzará su marca homónima después de que abandonara su cargo de directora creativa de Céline en 2017, no cabe duda de que el retorno de la diseñadora supondrá la vuelta de su característica estética minimalista y visión depurada de los diseños de lujo.

5. ENFOQUE DEPORTIVO:

Las Olimpiadas de Tokio incorporaron más moda en los uniformes y vestuario de ocio de los deportistas que nunca, mientras que otros deportes, como el fútbol y el skateboarding, han captado la atención de marcas de lujo. Con la Copa Mundial de la FIFA 2022 ya en el horizonte, esta tendencia está llamada a continuar, y la moda deportiva en general incluirá más propuestas de alta moda con estilo.

6. COLABORACIONES MÁS GRANDES Y EXTRAÑAS:

Si tomamos como ejemplos la alianza entre Palace y Stella Artois para lanzar una colección de streetwear o los diseños de airbags suprarreciclados de Heron Preston para Mercedes Benz, parece que cualquier marca de cualquier sector podría asociarse por sorpresa con una firma de moda. Existen, por tanto, muchísimas oportunidades por explotar en lo que a colaboraciones se refiere.

7. ROPA DE TRABAJO ARREGLADA PERO CÓMODA:

A medida que el mundo entero regresa a la oficina, nuestros armarios tendrán que adaptarse a la nueva indumentaria laboral, sin que ello suponga sacrificar la comodidad de estos más de 18 meses de ropa y zapatillas de estar por casa. Las prendas sastre bien estructuradas se combinarán con líneas y tejidos más suaves para lograr estilismos elegantes a la par que cómodos.

Marcas que vienen pisando fuerte



1. Conner Ives

El finalista del LVMH Prize, conocido por sus singulares piezas prêt-à-porter y su moda de noche, suprarrecicladadas a partir de tejidos desechados, llamó la atención de Rihanna incluso antes de haberse graduado de Central Saint Martins.

2. Coperni

La marca parisina, entre cuyos famosos seguidores se encuentran Maisie Williams y Bella Hadid, es conocida por su estética de la era espacial y sus bolsos de hombro estructurados, cuya demanda ha aumentado un 90 % interanual.

3. Area

La firma de lujo neoyorquina cuenta con un nutrido grupo de seguidores gracias a sus prendas y accesorios con incrustaciones de cristal y abalorios, como su bolso Crystal Chair Bag, que es el artículo más visto de la marca.

4. Mach & Mach

La firma radicada en Tiflis forma parte de una nueva ola de diseñadores que está definiendo la revancha pospandemia de la moda. Megan Fox llevó un conjunto rosa Barbie firmado por la marca a la entrega de los iHeartRadio Music Awards de 2021, incluido un par de zapatos de tacón con detalle de lazo doble e incrustaciones de cristal, que fue un modelo superventas entre finales de 2020 y principios de 2021.

5. Peter Do

La marca homónima del discreto diseñador neoyorquino generó expectación en el sector con motivo de su lanzamiento en 2018, pero no fue hasta cuatro años más tarde que debutó en la semana de la moda de septiembre y las visualizaciones de página de la marca se dispararon un 376 % en 24 horas. En mayo, las búsquedas de los vestidos de la marca subieron un 128 % después de que Anya Taylor-Joy luciera un vestido de su colección de O/I21 en SNL.

6. ERL

La marca con sede en Venice Beach se está haciendo un hueco en la moda de hombre gracias a dos grandes colaboraciones con megaestrellas: Justin Bieber en agosto, que provocó que las búsquedas de las chaquetas de plumas de la firma crecieran un 212 %, y A\$AP Rocky, que llevó una colcha de ERL en la alfombra roja de la gala del Met, haciendo que las visualizaciones de página de la marca subieran un 259 % en menos de 24 horas.

7. Stefan Cooke

La marca londinense de moda masculina, que se fundó en 2017, ha mantenido un crecimiento constante, pero su reciente asociación con A\$AP Rocky la ha hecho destacar aún más. Después de que el rapero luciera un conjunto de Stefan Cooke en julio, las búsquedas de la firma subieron un 86 % con respecto al mes anterior, mientras que el porcentaje de aumento interanual fue de 214 %.

8. Ludovic de Saint Sernin

El diseñador asentado en París fundó su marca homónima en 2017 después de pasar dos años en Balmain especializándose en ornamentación. Tras el lanzamiento de su colección de O/I21, que rindió homenaje a los e-boys de TikTok, las búsquedas de la firma de género fluido subieron un 108 % y las visualizaciones de página aumentaron un 134 % desde principios de año. Entre las celebridades que lo siguen se encuentran Rihanna, Bad Bunny, Kim Kardashian y Dua Lipa.

Estrellas que no perder de vista

*Los siete pioneros del mundo de la cultura de más rápida proyección internacional, cuya influencia ha sido notoria y cuyo número de seguidores ha crecido significativamente durante los últimos 12 meses.

1. Olivia Rodrigo

With a breakout debut album and a Y2K-heavy wardrobe, Olivia Rodrigo is Gen Z's fashion muse. After visiting the White House wearing a vintage pink Chanel suit, online searches for "vintage Chanel" on Lyst increased 200% within a week of her appearance. Plus, searches for "Marc Jacobs platform boots" were up 49% in August after being seen on Rodrigo – and getting a shout-out on Fashion TikTok.

2. Amanda Gorman

The poet laureate grabbed the world's attention with her performance at the Presidential Inauguration, while her bright yellow coat and red headband from Prada cemented her style status. In less than 48 hours after the event, searches for the term "yellow coat" skyrocketed by 1328%, while searches for "red headband" jumped 560%.

3. Emma Raducanu

The 2021 US Open champion became the first British woman to win a Grand Slam singles title in 44 years. After her victory, Raducanu attended the Met Gala dressed in Chanel and Tiffany & Co., and was named the jewelry brand's newest ambassador. Already she's making an impact on fashion, with demand for Nike tennis shoes increasing 86% after the US Open, and the black strapless Chanel dress which she wore for the trophy ceremony catalysing a 53% spike in searches for similar styles.

4. Nico Hiraga

The pro skater-turned-actor's breakout role in Netflix's Moxie stole the hearts of young fans everywhere, as his 92% increase in social media followers proves. He most recently had a cameo appearance in fellow style star Olivia Rodrigo's music video "Brutal".



5. Kai-Isaiah Jamal

The poet and activist became the first Black trans model to walk in a Louis Vuitton show, appearing on the runway for F/W '21. Since then, they've landed major fashion campaigns, with brands including Tommy Hilfiger, Martine Rose, Calvin Klein, and Filippa K.

6. Ella Emhoff

A recent Parsons graduate who studied textile design and knitwear, and step-daughter of the US Vice President Kamala Harris, Ella Emhoff gained international attention at the Presidential Inauguration for her bedazzled Miu Miu coat. Her outerwear choice went viral and caused a 455% spike in searches for the Italian brand's coats in just six hours.

7. Emma Corrin

The British actress is known for her award-winning portrayal of Princess Diana in The Crown, as well as for her avant-garde outfits styled by Harry Lambert. The custom Miu Miu dress she wore to the 2021 Golden Globes caused a 112% spike in online searches for the brand in less than 48 hours. On social media, her mentions have grown by 347% and her average monthly Google searches have jumped 987%.

