

Vardaglig dekadens, bohemiskt, hantverk och ungdomligt – Synoptiks glasögonstylist guidar oss genom säsongens nyheter 2021

Glasögontrenden i vår och sommar är en direkt konsekvens av ett år med social distansering och naturens revansch för återhämtning. Nu vill vi synas, uttrycka våra känslor och visa upp vår stil igen med bågar som tar för sig. Men den vardagliga trenden finns kvar, även om i en mer dekadent uppsyn. Längtan efter en normal vardag är tydlig och trenderna visar hur mycket vi saknar att umgås bortom skärmarna.

Paulina Håkansson, diplomerad glasögonstylist på Synoptik, visar trenderna för vår och sommar.

– Vi ser tydligt på vårens bågar att vi längtar efter fest och mingel. Samtidigt har naturen blivit allt viktigare för oss det senaste året och även det speglar sig i de trender vi har att se fram emot. Det går lika bra att välja det glittrigt lyxiga som mjuka pastellfärger inspirerat av naturens alla färger och former. Att vi har tid kvar innan allt är som vanligt gör att trenderna även går mot dekadent vardag, glasögonen blir en viktig accessoar som gärna får sticka ut i det bekväma hemmamodet. Det euforiskt ungdomliga som vi också ser i vår är en blinkning mot det vi alla väntar på - att få mötas igen, säger Paulina Håkansson.

Vardaglig dekadens

De bekväma och mjuka kläderna som har dominerat det gångna året kommer finnas kvar även i år. Men att sätta guldkant där det går är onekligen en trend för våren och sommaren 2021. Ett par stora guldiga bågar, gärna med lite gitter på, är en accessoar som piggar upp i alla digitala möten. Vi kommer även se många överdimensionerade modeller och kraftiga bågar gärna i svart.



Michael Kors 3051, 1.998 kr

Bohemiskt blommigt

Naturen har blivit det ställe som allt fler av oss fyllt på vår energi. Även det avspeglas i vårens och sommarens trender. Behovet av färger och former som associeras med naturen syns även inom modet med mycket blommor, färg och abstrakta mönster. Allt detta blandas upp med en härlig 70-talskänsla och för glasögonen signaleras detta med bågar i pastellfärger och gärna djärva siluetter.



Tom Ford 5618-B, 2.998 kr

Synoptik etablerades i Sverige 1991 och är idag med över 140 butiker och en omsättning över 1.2 miljarder en av landets ledande aktörer inom optik. Genom att erbjuda kvalitetsoptik som alla kan ha råd med ska Synoptik bli Sveriges folkoptiker. Företaget ägs delvis av Synoptikfonden, en icke vinstdrivande stiftelse som verkar för att främja nordisk forskning inom optik. Varje år skänks därför en del av vinsten från Synoptik till forskning inom optik och oftalmologi. Synoptik är även en del av GrandVision N.V., en världsledande aktör inom optisk detaljhandel, med drygt 7.000 butiker i fler än 40 länder. För mer information, se synoptik.se.

Naturens hantverk

Hållbarhet och klimatpåverkan i modebranschen har i år verkligen fått sitt stora genombrott. Med det år vi har bakom oss har många på allvar bestämt sig för att leva mer miljösamt. Man funderar på vad man behöver och med det görs även mer medvetna inköp. Även det ser vi i valet av glasögonbågar och där utbudet av kollektioner tillverkade av återvunna material ständigt utökas. Upptäck hållbara nyheter från bland andra Tommy Hilfiger, DbyD och danska varumärket Monkeyglasses.



Monkeyglasses TIPPI101, 1998 kr.

Euforiskt ungdomligt

Blanda 80-, 90- och 00-talets stilar med futuristiska element och vi får den euforiskt ungdomliga stilen som ska föra oss in i det glada 20-talet igen. Den färgsprakande trenden ser vi mycket av i modevärlden men även i säsongen bågar. Vill du sticka ut och välkomna det nya ska det vara i bågar som tar för sig och gärna i regnbågens alla färger och med sportiga inslag.



Tommy Hilfiger 1860, 1.498kr

För mer information:

Paulina Håkansson, glasögonstylist och butikschef, Synoptik, tfn: +46 (0)8-23 23 60
Marielle Wernoltz, Brand and Communications Manager, Synoptik, tfn: +46 (0)70-190 11 18

Bilder för fri publicering kontakta:

Anders Ekhammar, pressansvarig Synoptik, tfn: +46 (0) 707 46 25 79,
e-post: anders.ekhammar@perspective.se