

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Definire la linea o collezione stilistica dei prodotti di abbigliamento/casa sulla base della ricerca e valutazione delle nuove tendenze tenendo conto delle linee guida definite dall'azienda

1 - STORY TELLING DEL BRAND E ANALISI DEI TREND DI MERCATO

Grado di complessità 2

1.2 INDIVIDUAZIONE DELLE TENDENZE

Individuare le tendenze della moda attraverso l'interpretazione di informazioni provenienti da diverse fonti (soggetti guida, negozi leader, fiere di settore ...)

1.2 STORY TELLING DEL BRAND

Realizzare lo story telling del brand focalizzando l'analisi su tipologie di produzione, prodotti e buyer

Grado di complessità 1

1.1 ANALISI CONCORRENZA

Raccogliere informazioni finalizzata ad una analisi concorrenziale dei prodotti, collezioni, partecipazione ad eventi consultando varie fonti (giornali, riviste, pubblicità, internet, ecc.)

1.1 STUDIO TREND MERCATO

Reperire e analizzare le informazioni sui trend di mercato fornite da servizi specializzati (manifestazioni fieristiche della moda, mercato editoriale specializzato...).

1.1 ANALISI PRECEDENTI COLLEZIONI

Analizzare le informazioni riguardo al successo/insuccesso dei capi di precedenti collezioni (per singoli capi per temi, modelli, tessuti e varianti)

2 - DEFINIZIONE DELL'IDEA STILISTICA DEL PRODOTTO

Grado di complessità 2

2.2 ELABORAZIONE DIGITALE MOOD BOARD

Elaborare i mood boards (o concept boards o tabelloni), sintetizzando i temi su cui sviluppare la collezione, sia con suggestioni e immagini, sia con primi schizzi dei modelli, con campioni di tessuto, esempi di etichette e di accessori, utilizzando tecniche grafiche e di impaginazione digitali riviste, pubblicità, internet, ecc.)

ADA.05.02.01 - IDEAZIONE STILISTICA DI PRODOTTI DI ABBIGLIAMENTO E PER LA CASA

2.2 DEFINIZIONE CARATTERISTICHE COLLEZIONE

Definire le caratteristiche della collezione integrando caratteristiche estetiche e funzionali con aspetti commerciali, di marketing e di realizzabilità tecnica ed economica

Grado di complessità 1

2.1 ELABORAZIONE MANUALE MOOD BOARD

Elaborare i mood boards (o concept boards o tabelloni), sintetizzando i temi su cui sviluppare la collezione, sia con suggestioni e immagini, sia con primi schizzi dei modelli, con campioni di tessuto, esempi di etichette e di accessori, utilizzando supporti cartacei, riviste, pubblicità, internet, ecc.)

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Strumenti informatici per le ricerche
- Strumenti informatici per la composizione digitale del mood board
- Materiali per la composizione manuale del mood board (materiale cartaceo, kit disegno, etichette, campioni tessuto...)
- Dati e informazione sulle produzioni relativi a specifici brand
- Articoli di giornale
- Articoli su riviste
- Esempi di video pubblicitari veicolati su diversi canali (televisivi, web, social...)
- Risultati di ricerche condotte a livello locale, nazionale e/o internazionale su specifici oggetti di interesse per lo sviluppo della collezione
- Informazioni sulle Fiere di settore
- Informazioni su calendari e contenuti eventi

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi di analisi dei trend del mercato
- Tecniche di analisi del posizionamento aziendale nel mercato di sbocco
- Tecniche di analisi storica dei prodotti, del brand e buyer aziendali
- Tecniche di rappresentazione dell'idea stilistica
- Tecniche per la definizione delle linee guida di una collezione
- Operatività di costruzione del mood board con strumenti manuali e digitali

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Mood board prodotti con strumenti manuale
- Mood board prodotti con strumenti digitali

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Le tecniche di analisi dei trend di mercato
2. L'insieme delle tecniche di definizione e rappresentazione delle linee guida di una collezione
3. Le modalità operative di costruzione del mood board (con strumenti manuali e digitali)

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

ADA.05.02.01 - IDEAZIONE STILISTICA DI PRODOTTI DI ABBIGLIAMENTO E PER LA CASA

1. Prova prestazionale: impostazione, sulla base dell'analisi storica del brand aziendale, di parte di una linea di collezione di prodotti di abbigliamento o casa, caratterizzata da nuovi prodotti, utilizzando strumenti digitali
2. Colloquio tecnico relativo al processo di reperimento ed analisi delle informazioni su prodotti/mercati/collezioni

FONTI

Aglietti Tatiana, Nuovo tecnologie della modellistica e della confezione 2, Ideazione, Progettazione e Industrializzazione del Sistema Moda, Ed. Hoepli, 2015

Grana Cosetta, Tecnologie applicate ai materiali e ai processi produttivi tessili, abbigliamento e moda, 1, 2, 3, Ed. San Marco (Ponteranica), 2014

Tecnologia della confezione nel sistema moda, link

<https://www.setificio.edu.it/wp-content/uploads/2019/12/tecnologia-della-confezione-completa.pdf>

A cura di Clemente Tartaglione e Fabrizio Gallante, Il processo creativo nel Sistema Moda, 2010, link

<https://www.sogesnetwork.eu/sites/default/files/166739153-Processo-Creativo-Nel-Sistema-Moda.pdf>

A cura di Eber, Ebam, Inali, Reg.,. Emilia Romagna, Marche Abbigliamento: confezioni, in Impresa sicura, l'Abbigliamento, Link: http://www.impresasicura.org/abbigliamento/pdf/capitoli/isabb14_cap_2.pdf