

## ADA.05.06.01 - IDEAZIONE STILISTICA DEI PRODOTTI DI PELLETERIA

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 1** - Definire la linea stilistica dei prodotti di pelletteria da realizzare sulla base della ricerca delle nuove tendenze e delle innovazioni tecniche-tecnologiche tenendo conto delle strategie indicate dall'azienda

## 1 - ANALISI DELLE STRATEGIE AZIENDALI

Grado di complessità 3

### 1.3 ACQUISIZIONE DEL FABBISOGNO

Acquisire il fabbisogno della azienda attraverso l'interlocuzione le funzioni preposte della azienda, director o marketing, al fine di ottenere indicazioni sulla linea stilistica da sviluppare, comprendere gli obiettivi futuri in termini di nuove linee di collezione da sviluppare e/o di apertura verso nuovi mercati

Grado di complessità 2

### 1.2 ANALISI DELLA PRODUZIONE ATTUALE E POTENZIALE

Acquisire informazioni sulla tipologia di materiali che vengono utilizzati e sulla tipologia di prodotti che l'azienda è in grado di produrre in base alle tecnologie e alle tecniche di lavorazione adottate

Grado di complessità 1

### 1.1 ANALISI DELLO STORICO DELLA AZIENDA

Acquisire le informazioni relative alle linee di stile, vendite stagioni precedenti in relazione ai prodotti più venduti ed ai riscontri ricevuti

## 2 - STUDIO DEI TREND

Grado di complessità 2

### 2.2 ACQUISIZIONE DI INFORMAZIONI DI TIPO SOCIOCULTURALE

Raccogliere e analizzare i fenomeni socioculturali che potrebbero influenzare il settore moda e le linee stilistiche degli articoli di pelletteria anche alla luce di momenti storici, anniversari, ricorrenze, personaggi famosi, artisti, prodotti cinematografici e televisivi, social, libri, mostre e legati al mondo dell'arte in generale.

Grado di complessità 1

### 2.1 ACQUISIZIONE E ARCHIVIAZIONE DELLE TENDENZE DI STILE

## ADA.05.06.01 - IDEAZIONE STILISTICA DEI PRODOTTI DI PELLETERIA

Catalogare e sistematizzare le informazioni sui trend del settore moda e abbigliamento attraverso l'utilizzo di supporti di archiviazione fisica e digitale e acquisite con: la consultazione di riviste; partecipazione a fiere ed eventi; ottenimento di prototipi semilavorati e materiali dai fornitori; conduzione di viaggi studio nelle capitali mondiali della moda per osservare le evoluzioni stilistiche in corso sul posto (fotografando vetrine, mercatini e luoghi fonte di ispirazione e acquistando prodotti)

### 3 - STUDIO INNOVAZIONI TECNOLOGICHE

Grado di complessità 3

#### 3.3 RICERCA E SVILUPPO

Promuovere ricerche e/o sperimentazioni con fornitori su materiali e /o prodotti di potenziale interesse per la azienda anche recuperando lavorazioni tradizionali e trovando, in collaborazione con i fornitori, nuove tecniche di lavorazione

Grado di complessità 2

#### 3.2 IDENTIFICAZIONE DELLE INNOVAZIONI

Identificare potenziali innovazioni tecnologiche di interesse per lo sviluppo dei prodotti anche alla luce dei trend emersi, delle potenzialità e del fabbisogno dei clienti consultando l'archivio a disposizione

Grado di complessità 1

#### 3.1 ANALISI DELLE FONTI

Ricerca in modo sistematico elementi di innovazione attraverso riviste, fiere, eventi, campioni, relazione con fornitori di innovazioni relative a materie prime, prodotti e processi di produzione, tecniche di lavorazione presenti nel mercato oppure in evoluzione, catalogandoli e archiviandoli sia in digitale che fisicamente, in base alle esigenze dei diversi clienti

### 4 - IDEAZIONE STILISTICA E CREAZIONE DELLE BACHECHE

Grado di complessità 3

#### 4.3 DEFINIZIONE DELLE LINEE DI PRODOTTO DA SVILUPPARE

Definire nel dettaglio la linea grafica, le misure, i materiali, i colori, le funzionalità tecniche, la tipologia di accessori di una linea di prodotti sviluppata a partire da un concept grafico, identificando le caratteristiche in funzione dei diversi target di riferimento (donne, giovani, uomo etc) e dei diversi contesti di utilizzo (sportivo, elegante etc) tenendo conto della analisi del fabbisogno e delle potenzialità del cliente e riportando quanto definito su più bacheche divise in funzione dei target e

## ADA.05.06.01 - IDEAZIONE STILISTICA DEI PRODOTTI DI PELLETTERIA

dei contesti.

Grado di complessità 2

### 4.2 DEFINIZIONE DI UN PRODOTTO DA SVILUPPARE

Definire la linea grafica, (misure, materiali, colori, funzionalità tecniche, tipologia di accessori) che caratterizza un unico prodotto in funzione del target di riferimento (donne, giovani, uomo etc) e del contesto di utilizzo (sportivo, elegante etc) tenendo conto della analisi del fabbisogno e delle potenzialità del cliente e riportando quanto definito sulla bacheca

Grado di complessità 1

### 4.1 DEFINIZIONE DEGLI ELEMENTI STILISTICI CHIAVE

Individuare i concetti e i valori che si intendono esprimere attraverso un prodotto o una collezione in funzione dei target individuati e dei contesti di utilizzo, selezionando le immagini che meglio le rappresentano e producendo degli schizzi a mano che traducano in senso grafico le idee emerse in base alle linee da sviluppare cominciando a costruire le bacheche/pareti mobili in cui raccogliere e sistematizzare appunti, immagini, campioni, schizzi di disegni fatti a mano o acquisiti dal cliente, che rappresentano la linea stilistica

## ADA.05.06.01 - IDEAZIONE STILISTICA DEI PRODOTTI DI PELLETERIA

### SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

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

- Oggetti utili alla visualizzazione di temi (pezzi di stoffa, accessori, fotografie, ecc.)
- Campioni di prodotti dei concorrenti
- Bacheche/pareti mobili
- Postazione PC con connessione internet
- Giornali o riviste di moda
- Eventi a cui le collezioni devono essere presentate
- Pubblicità di moda
- Dati relativi ai mercati di sbocco (a livello internazionale o nazionale)
- Dati relative alle vendite per canale di vendita
- Informazioni su aspetti contestuali e specifici di interesse per lo sviluppo di prodotti/collezioni"
- Informazioni sulle caratteristiche dei mercati di sbocco
- Informazioni sui trend di riferimento
- Informazioni relative all'ambito tecnico/tecnologico di riferimento

#### TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi di analisi di mercato e del posizionamento aziendale
- Metodi di ricerca e analisi delle tendenze socioculturali e della moda
- Metodi di ricerca e analisi delle innovazioni tecniche e tecnologiche

#### OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Linea stilistica del prodotto e/o della collezione definita in base al contesto di utilizzo e il target

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

##### ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Due tipologie di articoli componenti la collezione (riproposizioni di prodotti/prodotti nuovi)
2. Un set informativo relativo a tendenze socioculturali, esiti di analisi di mercato e della concorrenza, risultati delle ricerche relative a tecniche e tecnologie di interesse

##### DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: impostazione, sulla base delle informazioni fornite, della linea stilistica di due prodotti di una collezione di articoli di pelletteria, connotata da un bilanciamento tra riproposizioni di articoli con varianti estetiche e da nuovi articoli
2. Colloquio tecnico relativo al processo di reperimento ed analisi delle informazioni su prodotti/mercati/collezioni

## ADA.05.06.01 - IDEAZIONE STILISTICA DEI PRODOTTI DI PELLETTERIA

## ADA.05.06.01 - IDEAZIONE STILISTICA DEI PRODOTTI DI PELLETTERIA

## ADA.05.06.01 - IDEAZIONE STILISTICA DEI PRODOTTI DI PELLETERIA

### FONTI

Co.Se.F.I. Associazione Industriali di Firenze (a cura di), Lorenzo Ricci, M. Grazia Simoni, (2005) Progetto APPROC Moda - Pelletteria, Contestualizzazione del settore