

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Definire le linee guida della collezione a partire dalle strategie aziendali, analizzando i dati di mercato, studiando le tendenze della moda e della società e valutando le innovazioni tecniche e stilistiche dei materiali, processi, ecc.

1 - PIANIFICAZIONE DELLE ATTIVITA' DELLA COLLEZIONE

Grado di complessità 3

1.3 PIANIFICAZIONE ATTIVITA' DI PIU' COLLEZIONI CON PIU' LINEE PER PIU' EVENTI

Pianificare le attività collegate allo sviluppo di più collezioni per marchi diversi, caratterizzate da più linee, da presentare a più eventi collocati a scadenze diverse, fornendo indicazioni relative a dead line di tutte le scadenze da rispettare (entro le quali devono essere consegnati bozzetti, definiti punti fermi relativi a strutture, materiali, ecc., progettati i modelli, approvati i prototipi, approvata la collezione, presentata ad eventi) controllando l'avanzamento con ausilio di sistemi di project management quali PLM (Product Lifecycles Management), calendari condivisi e simili

Grado di complessità 2

1.2 PIANIFICAZIONE ATTIVITA' DI UNA COLLEZIONE CON PIU' LINEE PER PIU' EVENTI

Pianificare le attività collegate allo sviluppo di una collezione per un unico marchio, caratterizzata da più linee, da presentare a più eventi collocati a scadenze diverse, fornendo indicazioni relative a dead line di tutte le scadenze da rispettare (entro le quali devono essere consegnati bozzetti, definiti punti fermi relativi a strutture, materiali, ecc., progettati i modelli, approvati i prototipi, approvata la collezione, presentata ad eventi) controllando l'avanzamento con ausilio di sistemi di project management quali PLM (Product Lifecycles Management), calendari condivisi e simili

Grado di complessità 1

1.1 PIANIFICAZIONE ATTIVITA' DI UNA COLLEZIONE CON UNA LINEA PER UNICO EVENTO

Pianificare le attività collegate allo sviluppo di una collezione per un unico marchio, caratterizzata da una linea da presentare ad un unico evento, fornendo indicazioni relative a dead line di tutte le scadenze da rispettare (entro le quali devono essere consegnati bozzetti, definiti punti fermi relativi a strutture, materiali, ecc., progettati i modelli, approvati i prototipi, approvata la collezione, presentata ad eventi) controllando l'avanzamento con ausilio di sistemi di project management quali PLM (Product Lifecycles Management), calendari condivisi e simili

2 - STUDIO DELLE TENDENZE

ADA.05.04.23 - IDEAZIONE STILISTICA DEI PRODOTTI CALZATURIERI

Grado di complessità 4

2.4 VISUALIZZAZIONE TEMI

Visualizzare temi, mediante schizzi, foto, immagini tratte da giornali e riviste o altre fonti, accompagnati o meno da oggetti (ad esempio: pezzi di stoffa, ecc.), utili per rappresentare visivamente e concettualmente le tendenze che potrebbero essere fonte di ispirazione per la collezione, anche con ausilio di appropriata grafica e ausilio di nuove tecnologie

Grado di complessità 3

2.3 INDIVIDUAZIONE TENDENZE SOCIO-CULTURALI

Individuare le tendenze socio-culturali (ad esempio: tendenze collegate a momenti storici, ad anniversari, a personaggi famosi, ad artisti, a ricorrenze, a film, a libri, all'arte in generale, ecc.) che potrebbero essere fonte di ispirazione per la collezione attraverso la raccolta di informazioni e la loro riorganizzazione anche con ausilio di applicazioni che consentono di sistematizzare le note elettronicamente

Grado di complessità 2

2.2 INDIVIDUAZIONE TENDENZE RELATIVE ALL'ABBIGLIAMENTO

Individuare le tendenze relative all'abbigliamento che potrebbero interessare anche gli accessori e le calzature ed essere fonte di ispirazione per la collezione, attraverso la raccolta di informazioni e di immagini, stoffe, campioni, ecc. e la loro riorganizzazione anche con ausilio di applicazioni che consentono di sistematizzare le note elettronicamente

Grado di complessità 1

2.1 RACCOLTA INFORMAZIONI PRODOTTI CONCORRENTI

Raccogliere in modo sistematico informazioni circa i prodotti dei concorrenti, le loro collezioni, gli eventi a cui partecipano da varie fonti (giornali, riviste, pubblicità, internet, ecc.) acquistando direttamente anche gli stessi prodotti dei concorrenti se disponibili

3 - ANALISI DEL MERCATO E DELLA CONCORRENZA

Grado di complessità 3

3.3 ANALISI DEL MERCATO DI SBocco A LIVELLO INTERNAZIONALE

Analizzare il mercato di sbocco a livello internazionale per marchio operante su più mercati o a livello globale e della concorrenza tenendo conto dei target price ed evidenziando i punti chiave da

ADA.05.04.23 - IDEAZIONE STILISTICA DEI PRODOTTI CALZATURIERI

considerare ai fini dell'orientamento della collezione

Grado di complessità 2

3.2 ANALISI DEL MERCATO DI SBOCCO A LIVELLO NAZIONALE

Analizzare il mercato di sbocco a livello nazionale per marchio locale e della concorrenza tenendo conto dei target price ed evidenziando i punti chiave da considerare ai fini dell'orientamento della collezione

Grado di complessità 1

3.1 ANALISI DELLE VENDITE DELLA STAGIONE PRECEDENTE

Analizzare le vendite della stagione precedente omologa considerando i target price, i diversi canali di vendita (negozi diretti, outlet, franchising, e-commerce) ed evidenziando i punti chiave da considerare ai fini dell'orientamento della collezione

4 - RICERCA (INNOVAZIONI TECNICHE E TECNOLOGICHE)

Grado di complessità 3

4.3 ANALISI RISULTATI DI PROGETTI DI RICERCA

Analizzare i risultati di ricerche a livello nazionale o internazionale condotte da aziende e istituti di ricerca-università su specifici oggetti (ad esempio: materie prime eco sostenibili, nuove tecnologie e materiali per la produzione, innovazioni che favoriscono il confort e la salute del piede, ecc.) individuando aspetti di potenziale interesse per la definizione delle linee guida della collezione

Grado di complessità 2

4.2 PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA

Condurre con i fornitori dei progetti di ricerca volti ad innovare su oggetti di interesse per l'azienda relativi a materia prima, accessori, tecnologie, individuando risultati di potenziale interesse per la definizione delle linee guida della collezione

Grado di complessità 1

4.1 INDIVIDUAZIONE DELLE INNOVAZIONI TECNICHE/TECNOLOGICHE

Individuare le tendenze relative a tecnologie di produzione, a materiali, ad accessori, a materia prima (pellami, tessuti, ecc.) mediante la partecipazione a fiere di settore relative alla componentistica e la raccolta di dati e informazioni

5 - ELABORAZIONE DELLE LINEE GUIDA DELLA COLLEZIONE

Grado di complessità 3

5.3 DEFINIZIONE DELLE LINEE GUIDA DI COLLEZIONE CON UN ELEVATO GRADO DI PROPOSTE FASHION

Definire, previa valutazione delle tendenze, delle analisi di mercato e della concorrenza, dei risultati delle ricerche, le linee guida di una collezione che presenta un elevato grado di proposte fashion rispetto alle collezioni precedenti da proporre in eventi/sfilata e differenti combinazioni/soluzioni in funzione dei diversi canali di vendita

Grado di complessità 2

5.2 DEFINIZIONE DELLE LINEE GUIDA DI COLLEZIONE CON UN CERTO GRADO DI INNOVATIVITA'

Definire, previa valutazione delle tendenze, delle analisi di mercato e della concorrenza, dei risultati delle ricerche le linee guida di una collezione che presenta un certo grado di innovatività rispetto alle collezioni precedenti, bilanciando riproposizioni e proposte fashion da proporre in eventi

Grado di complessità 1

5.1 DEFINIZIONE DELLE LINEE GUIDA DI COLLEZIONE IN CONTINUITA' CON LE PRECEDENTI

Definire linee guida di una collezione che si pone in continuità con le collezioni precedenti, caratterizzata da riproposizioni di prodotto (continuativi) con introduzione di alcuni elementi innovativi (ad esempio: relativi a colore o accessori)

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

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

- Eventi a cui le collezioni devono essere presentate
- Giornali o riviste
- Pubblicità
- Internet
- Campioni di prodotti dei concorrenti
- Fiere di settore relative alla componentistica
- Oggetti utili alla visualizzazione di temi (pezzi di stoffa, ecc.)
- Sistemi di project management quali PLM (Product Lifecycles Management)
- Calendari condivisi
- Applicazioni utili alla condivisione di note
- Dati relativi ai mercati di sbocco (a livello internazionale o nazionale)
- Dati relative alle vendite per canale di vendita
- Ricerche condotte a livello nazionale e/o internazionale su specifici oggetti di interesse per lo sviluppo della collezione
- Risultati delle analisi dei mercati di sbocco
- Tendenze individuate
- Risultati delle ricerche relative a innovazioni tecniche e tecnologiche

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di project management quale PLM (Product Lifecycles Management)
- Metodi di analisi di mercato e del posizionamento aziendale
- Operatività relativa allo studio delle tendenze della moda e della società di potenziale interesse per la definizione delle linee guida della collezione
- Operatività di ricerca delle innovazioni tecniche e tecnologiche di potenziale interesse per la definizione delle linee guida della collezione

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Linee guida della collezione definite

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Una parte/linea di una collezione (p.e. donna sportiva)
2. Due tipologie di articoli componenti la collezione (riproposizioni di prodotti/prodotti nuovi)
3. Due tipologie di eventi a cui la collezione deve essere presentata (evento/sfilata)

ADA.05.04.23 - IDEAZIONE STILISTICA DEI PRODOTTI CALZATURIERI

4. Un set informativo relativo a tendenze socio-culturali, 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, delle linee guida relative ad una parte/linea di una collezione di calzature per un unico marchio, 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.05.04.23 - IDEAZIONE STILISTICA DEI PRODOTTI CALZATURIERI

FONTI

GLOBAL EXPORT, Glossario tecnico delle calzature IT - EN,

<http://www.globalexport.it/ita/pubblicazioni/images/babel/122010Glossario%20tecnico%20calzature%20%28biligue%29.pdf>

ISPESL, Ciclo produttivo, rischi per la sicurezza e la salute, misure generali di tutela nel comparto calzaturiero, dicembre 2005

EBER, EBAM, INAIL, Reg. Emilia Romagna, Reg. Marche, Impresa sicura calzature

Regione Lombardia, Decreto 1864 del 7.03.2012, Vademecum per il miglioramento della sicurezza e della salute dei lavoratori nelle attività calzaturiere

Piano formativo Nazionale integrato, Azione di sistema di formazione dei formatori, L'alternanza scuola-lavoro nel settore calzaturiero. Progettare esperienze di didattica integrata