



Ministero Istruzione Università e Ricerca  
Alta Formazione Artistica e Musicale

ACCADEMIA DI BELLE ARTI

BOLOGNA



**Prof.** Gianluca Bernardini

**Materia di insegnamento:** Editoria per il Fashion Design

**Ricevimento:**

**e-mail:** gianluca@latveria.com

**Programma della materia**

Il corso si preoccupa di indagare i meccanismi di progettazione, produzione e comunicazione del settore abbigliamento, ovvero le necessità di comunicazione che nascono da questioni commerciali, stilistiche, tecniche ed economiche assai precise che si trasformano poi in strumenti, segni e atmosfere di stile una volta orientate sui pubblici, interni alle aziende prima e in seguito ai consumatori e ai mercati. Non si tratta esclusivamente di glitter e creatività; Gli strumenti di comunicazione differiscono molto a seconda dei pubblici di riferimento e della temporalità dell'industria; a seconda del momento, progettuale, commerciale o distributivo, cambiano gli obiettivi da comunicare, i supporti e il tono di voce.

Il settore abbisogna di una grande quantità di 'grafica' e di strumenti di comunicazione che a partire dalla definizione identitaria del marchio si estendono a progettazione di etichette di vario genere, decori sul capo, grafiche di prodotto, pocket flasher e packaging, oggetti p.o.p., shopping bags, cataloghi, listini tecnici, look book, merchandising books, pagine pubblicitarie e infine



Ministero Istruzione Università e Ricerca  
Alta Formazione Artistica e Musicale

ACCADEMIA DI BELLE ARTI

BOLOGNA

interfacce per e-commerce, comunicazione di eventi connessi all'attività dei marchi, on line e off-line.

Tutta l'architettura didattica è stata sviluppata per ottenere dagli studenti, come prova finale d'esame, l'ideazione di un marchio d'abbigliamento o lo sviluppo del proprio progetto di Fashion Design concepito e sviluppato utilizzando gli stessi strumenti di comunicazione e procedure in uso dai marchi "ufficiali" che operano sul mercato.

Strumenti che differiscono notevolmente a seconda dei pubblici di riferimento; pubblici interni, come redazioni giornalistiche, buyers, rappresentanti e negozianti oppure i pubblici esterni, come il cliente finale (l'ex consumatore!), bloggers e opinionisti del settore.

Attraverso le presentazioni di case history rilevanti, alternate a momenti di verifica degli elaborati in aula e con tappe di approfondimento nello studio Latveria ([www.latveria.com](http://www.latveria.com)) di cui sono titolare( e dove gli studenti, in passato, hanno potuto accedere ad una ricca bibliografia specifica agli interessi del corso), si è partiti dalla definizione della "mission" del marchio, al suo sviluppo nei veicoli usuali di diffusione, come brand book o vision book, passando attraverso la definizione grafica della segnaletica del prodotto, le sue grafiche, e la sua rappresentazione negli strumenti cartacei e web come look book, cataloghi, advertising e materiale per il punto vendita.

**Bibliografia**

Verranno esplorate di volta in volta pubblicazioni e produzioni dei maggiori brand di riferimento presenti sul mercato e afferenti, per prodotto e per strumenti di comunicazione, alle tematiche del corso.  
Si suggerisce la lettura di Critica portatile al visual design di Riccardo Falcinelli e Grafica per la Moda edizioni Logos



Ministero Istruzione Università e Ricerca  
Alta Formazione Artistica e Musicale

ACCADEMIA DI BELLE ARTI

BOLOGNA

Profilo professionale:

**Titolo di studio**

**Diploma di Maturita' Artistica** conseguito nel 1983  
presso il Liceo Artistico statale di Bologna,

**Diploma in Pittura** conseguito presso  
l'Accademia di Belle Arti di Bologna nel 1987

**Esperienze professionali**

**1987/1988:** collabora con GER.SO., societa' di restauro, per il consolidamento e la manutenzione di affreschi e opere pittoriche tra cui la basilica di Fiorano (MO) e Palazzo Malvezzi a Bologna

**1998/1992:** parallelamente alla attività di cartoonist partecipa a varie esposizioni di pittura in localita' italiane ed estere, tra cui "Action One" a Karachi, Pakistan e "Exposition d'Apres-Garde" a Marsiglia, Francia

Dal **1992 al 1998** collabora con lo Studio A.G.O. s.r.l. di Bologna in qualita' di Art Director per realta' legate al mondo dell'abbigliamento e della comunicazione giovanile, tra cui Avirex (gruppo Ateca), Vans (WP Lavori in corso) e Meltin 'Pot (Romano SpA) per il quale ha rivestito il ruolo di direttore artistico.

Nel **1999** fonda, insieme ad Andrea Carnoli e a Margherita Manca lo studio **Latveria Design** dove tuttora ricopre la carica di presidente ed Art Director;  
impegnato in attività strategiche e di comunicazione principalmente per aziende del settore tessile quali Rifle, Meltin'Pot, Playlife, Killer Loop, Lonsdale, Big Star, Brooks Brothers, Henry Cotton's, Marina Yachting, Les Copains, Gattinoni.  
Le aree di competenza dello studio si allargano dal graphic design alle strategie di comunicazione, alle piattaforme multimediali, al web design.

Nel **2012** apre con Andrea Carnoli e Carlo Branzaglia il **DMC**, Design Management Center, una Associazione che si occupa di progettare ed applicare strumenti per gestire l'innovazione all'interno delle organizzazioni, pubbliche o private, utilizzando metodologie di design thinking, design management, strategic & concept design

Docente di Visual Design presso il CERFORM di Sassuolo ( MO) dal **2015 al 2018**

Docente a contratto per il corso di Editoria per il Fashion Design all' Accademia di Belle Arti di Bologna dal **2006 al 2018**

Data: 11 Ottobre 2019

Firma