



Gianluca Bernardini • •

Programma didattico per l' Anno Accademico 2017/18

Editoria per il Fashion Design

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 linguaggi di segni e atmosfere di stile una volta orientate sui pubblici interni delle Aziende prima e in seguito sul consumatore e il mercato.

Il settore abbisogna di una grande quantità di 'grafica' e di strumenti di comunicazione che a partire dal marchio si estendono a progettazione di etichette di vario genere, decori sul capo, copritasca e packaging, oggetti p.o.p., shopping bags, cataloghi, look book, merchandising books, pagine pubblicitarie e infine 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 utilizzati 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 Accademia e nello studio Latveria (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.

Non si fa riferimento a nessun testo specifico tuttavia si suggerisce la lettura di **Critica portatile al visual design** di Riccardo Falcinelli e **Grafica per la Moda** edizioni Logos

Gianluca Bernardini