



ITALIAN DESIGN INSTITUTE

by Sviluppo Europa srl

CORSO ONLINE IN **VISUAL MERCHANDISING - SET UP STUDIO**

CORSO ONLINE

FASI DEL PERCORSO

- Lezioni propedeutiche (Visual Merchandising) testi + piattaforma online
- Fase d'aula: 48 ore online (visual merchandising)
- Project work: realizzazione di un progetto individuale
- Set up studio (opzionale): 48 ore (di cui 24 ore online e 24 ore in presenza a Milano)

MAX 25 PARTECIPANTI

- Realizzazione video CV
- Divulgazione del CV ad aziende di settore

ATTESTATI

- Attestato di Frequenza fase d' aula
- Attestato di Project Work





PECULIARITÀ DEL CORSO

L'obiettivo del Corso di Specializzazione in Visual Merchandising – Set Up Studio IDI è creare professionisti completi nel settore del visual e fashion design, in grado di progettare spazi espositivi, vetrine e concept store, con lo scopo di orientare il comportamento d'acquisto del cliente finale. Massimizzare la redditività degli spazi espositivi di un punto vendita è possibile tramite la sapiente disposizione dei prodotti nello spazio che esalti e sottolinei i punti di forza del brand.

L'acquisto di un prodotto è un'azione che genera un'esperienza emotiva e sensoriale. Se il primo impatto visivo è positivo, lo stato d'animo del cliente potrà influenzare positivamente l'esperienza d'acquisto, portando a una sua fidelizzazione e al potenziale ritorno per acquisti successivi. La clientela cambia costantemente, così come le esigenze e problematiche di consumo e d'acquisto; gli stessi prodotti si rinnovano, in particolar modo nel mondo del design fashion, senza contare le iniziative di comunicazione della concorrenza. Per questo adattare tempestivamente la strategia commerciale di un punto vendita è di fondamentale importanza. La figura del visual merchandising è incaricata di gestire questo cambiamento costante, anticipando o seguendo di volta in volta le tendenze del momento, dato che le strategie di marketing commerciale finalizzate all'incremento delle vendite passano principalmente attraverso la comunicazione visiva e sensoriale.

Coinvolgere sinergicamente tutti i sensi dell'acquirente, suggestionarlo e persuaderlo all'acquisto, informare e proporre con determinazione: ecco gli assi che non possono mancare nella manica del visual merchandiser di successo, che spesso ha un background caratterizzato dalla passione per il design e per la comunicazione, o che ha seguito corsi di moda o di arredo d'interni. Attraverso il modulo "Set Up Studio" poi, verranno trasmesse una serie di competenze legate all'ideoneo utilizzo di materiali e del tipo di lavorazione degli stessi al fine di poter governare al meglio il proprio progetto dotandolo della corretta comunicazione.



PROGRAMMA FORMATIVO

VISUAL MERCHANDISING AREA:

Visual merchandising: non è la traduzione di vetrinista

Marketing oriented: le generazioni con cui dialogare

La comunicazione è un contatto: suggestione, persuasione e linguaggi visivi
Visual merchandising: lo store

Format distributivi e declinazioni di uso: mono-brand, multi-brand, showroom, department store, mall, corner, shop&shop, flagship store, free standing store, concept store, temporary store, pop up store, guerrilla store, outlet. Hotel, café, musei, mostre.

Creare linguaggi strategici esterni

Il layout: le rivoluzioni ibride dove tradizionale, interattivo e digitale convivono.

Nuove consapevolezza sostenibili

Nuovi spazi post-Covid

Le regole e le strategie di redditività del layout merceologico & della parete

Modellare gli arredi interni dello store. Elementi interattivi e multimediali. Props & Manichini

Gli store non dovrebbero essere solo per lo shopping: store esperienziale

L'importanza dell'impressione finale: congedo e packaging

Visual merchandising: tecnica vetrinistica

La vetrina: non solo attrazione per invitare le persone in-store. Tipologie

Set up design: funzione e scelta degli elementi

Visual display: equilibrio e psicologia della composizione. Creazione e sviluppi del punto focale. Regole tecniche.

Set up studio: decorazioni & richiami simbolici

Vetrine multimediali e interattive

Visual merchandising: display

Obiettivi e linguaggi del display

I livelli espositivi della parete

Display: criteri espositivi, applicazione delle regole di diverse tecniche e loro strategie

Display creativi, minimalisti

Display digitali: migliori valutazioni e interazioni con i prodotti attraverso Qr

Code, Ar, Vr, ologrammi

SET UP STUDIO AREA:

Tecnologia dei materiali – il Paesaggio materiale

Basi tecnologiche dei materiali, distinzione delle famiglie e classificazione

Materiali durevoli e non durevoli abbinati alla comunicazione visiva e marketing

Analisi dei materiali

Sostenibilità

Valutazione dell'efficienza

Analisi competitiva

Valutazione del prodotto

Analisi delle opportunità

Tendenze materiali

Scenario Contemporaneo dei materiali – Materiali con la tua visione in mente

Materiali innovativi e ispirazione intersettoriale

Scelta dei materiali

Le idee rivoluzionarie hanno bisogno di materiali rivoluzionari oppure materiali economici?

Approvvigionamento di materiale

Materialità

Esperienza materiale

Analisi dei materiali in abbinamento al progetto – Introduzione al progetto e ricerca

Immagine Coordinata del retail e concept di progetto

Scelta del progetto da sviluppare e ricerca immagini con materiali connessi

Esecuzione del progetto

Struttura di un progetto e organizzazione – Fasi di progettazione, produzione e ricerca

Progetto di massima

Meeting congiunto

Verifica necessità e budget

Progettazione di massima

Fase progettuale

Verifica tridimensionale 3D

Progettazione tecnica e grafica

Studio e progettazione impianti e spazi

Fase Organizzativa

Sopralluogo e rilievo

Verifica certificazioni e normative

Gestione servizi di supporto

Produzione

Realizzazione

Montaggio e Smontaggio

Trasporti

Post Produzione

Assistenza tecnica sede espositiva

Studio e realizzazione multimedia

Stoccaggio e manutenzione

Laboratorio di progettazione in presenza

DOCENTI

ENRICA MELOTTO

La prospettiva multidisciplinare e la forte passione nutrita per questo campo le permettono ad Enrica Melotto, di essere costantemente aggiornata circa l'evoluzione del Visual Merchandising che la vede attiva nel settore del fashion e ovunque questa disciplina possa essere applicata.

Enrica Melotto ha collaborato con Yves Saint Laurent, Celine...si è occupata di allestimenti speciali per TELE+(Festival del Cinema di Venezia), Trudi, è stata impegnata nella formazione del personale Visual di aziende tra le quali Diesel Italia e Diesel Estero, OVS Industry.

MAX FALSETTA SPINA

Brillante professionista, creativo a tutto tondo, è riuscito in pochi anni, nonostante la sua giovane età, a differenziarsi e ad emergere in un ambito per molti proibitivo. Le autorevoli collaborazioni per la progettazione di modelli, prototipi e concept per le vetrine, gli hanno consentito di lavorare ai massimi livelli per aziende internazionalmente riconosciute come leader di mercato. Alla soglia dei vent'anni di attività imprenditoriale può vantare tra i suoi clienti, nomi del calibro di Giorgio Armani, Bikkembergs, Just Cavalli, Les Co-

pains, Page 2 of 4 Fay, Ferrero, Alberta Ferretti, Ralph Lauren, Lg Electronics, Missoni, Nike, Marc Jacobs, Juventus Store, Piaggio, Pinko, Pomellato, Ricoh, Sony Europe, Swatch Group, Tod's Hogan, Ermenegildo Zegna e molti altri. L'espressione creativa che caratterizza la professionalità dello scenografo appartiene ad una sincera passione per il proprio lavoro, una serietà e caparbietà che gli consente di sperimentare e indagare ambiti a lui ormai ampiamente esplorati e collaudati. L'applicazione di una costante ricerca rigorosa su materiali e la quasi maniacale attenzione ad ogni dettaglio, rendono ogni progetto, un autentico capolavoro creativo, attraverso il quale ogni idea può diventare realtà. Nel ricco percorso professionale si ricordano in particolare gli autorevoli riconoscimenti ricevuti nel 2010 e 2011 quando è stato selezionato tra le migliori 100 imprese di Monza e Brianza e premiato con il trofeo Best to Brianza nella categoria "Best to the next generation", riconoscimento assegnato per la realizzazione del celebre Evangelario, creato in occasione della beatificazione di Papa Giovanni II, avvenuta il 1 Maggio 2011 in un evento di portata mondiale. Nello stesso anno Max Falsetta Spina, in virtù di un crescendo inarrestabile di vincenti impulsi imprenditoriali, riceve l'importante onorificenza di Cavaliere del Lavoro under 40.

SBOCCHI OCCUPAZIONALI

Affidarsi ad esperti di Visual Merchandising per trasformare idee creative e strategiche in redditività è un must per tutte le attività commerciali e le Aziende in questo periodo di grandi mutazioni. L'apprendimento teorico e pratico della materia permette possibilità di carriera all'interno delle Aziende ricoprendo ruoli con diverse competenze che vanno dal Visual Merchandiser in-store che quotidianamente si occupa dell'applicazione delle linee guida aziendali alla figura manageriale che crea le strategie espositive di redditività passando per il Visual Merchandiser di Area che viaggiando supporta gli store nei diversi territori. Non dimentichiamo i Visual Merchandiser delegati alle importanti città outlet. Le porte sono aperte anche per inserimenti nelle Agenzie specializzate che offrono servizi, progetti e consulenze per stand fieristici e retail. Se si ama sviluppare il proprio lavoro per plurime realtà, attraverso una professionalità a 360 gradi con progetti e consulenze, si può trovare la propria dimensione come Visual Merchandiser Freelance. Le competenze tecniche della disciplina permettono spazi d'azione con allestimenti ed installazioni per catwalk, mostre, eventi. Seguendo anche "set up studio" è possibile esprimere la propria professionalità e creatività all'interno di team di progettazione e ideazione di allestimenti di Visual Merchandising per brand di Moda e Design.

www.italiandesigninstitute.com

SEDE LEGALE:

SVILUPPO EUROPA SRL

Via A. Albricci, 9 - 20122 Milano - P.iva 10282190965
Tel. 02 67739066 - N. Verde 800 136 0588 - Fax 02 87360069