

IAAD.

PROFESSIONAL

/ FASHION STYLING

iaad.it

INDICE

3 IAAD. – Istituto d'Arte Applicata e Design

4 CORSI PROFESSIONAL

5 FASHION STYLING

7 PROGRAMMA

12 FACULTY

IAAD. ISTITUTO D'ARTE APPLICATA E DESIGN

IAAD. – Istituto d'Arte Applicata e Design – è uno dei principali poli di educazione e alta formazione in Italia e in Europa nell'ambito del design.

IAAD. è una community che coltiva il dialogo tra le persone e celebra il rispetto di ogni individualità e differenza.
Alimenta nelle menti curiose il coraggio di osare, di fallire, di cercare soluzioni originali, di ridefinire le regole.
Ricerca nella profondità della cultura umanistica i principi che guidano l'arte del design e insegna ad applicarli.
Crede nel potere dell'immaginazione per ridisegnare la realtà.

Entrare in IAAD. significa fare parte di un network internazionale che fa capo a AD Education, leader in Francia tra le realtà private legate all'insegnamento del design e delle arti applicate e tra i protagonisti del settore in Europa.
Il Gruppo conta 19 scuole, 70 sedi, 36000 studenti/studentesse, 2600 docenti e un sistema didattico integrato, in 5 lingue, composto da circa 160 corsi suddivisi fra percorsi triennali e Master.

-

OFFERTA FORMATIVA

IAAD. presenta per la sede di Bologna un'offerta formativa composta da:

PERCORSI TRIENNALI POST-DIPLOMA
- Graphic & Communication Design
- Graphic & Digital Communication Design
- Interior & Product Design
- Fashion Design

I MAA.ster IAAD.
- Interior Design
- Digital Design
- Communication & Brandign Design
- Fashion Product Design

CORSI PROFESSIONAL
- Fashion Styling
- Fondamenti di Interior Design
- Graphic Design
- Podcasting

CORSI PROFESSIONAL

Forte di 45 anni di esperienza nella formazione avanzata nell'ambito delle industrie creative ed arti applicate IAAD. indirizza la sua offerta formativa ad un pubblico che ha la necessità di specializzare e focalizzare i propri percorsi (didattici o professionali) e le proprie competenze.

In una società in costante cambiamento e in un contesto lavorativo che negli ultimi anni è repentinamente mutato, la formazione professionale, specie se continua e nella sua accezione sistemico-progettuale, è lo strumento necessario per affrontare le sfide della contemporaneità.

Proprio al fine di rispondere a questa crescente esigenza, IAAD. ha deciso di proporre corsi di formazione professional, pensati per professionisti/e senior e junior, studenti/studentesse e neolaureati/e che vogliano accrescere le proprie competenze e acquisirne di nuove per essere i/le protagonisti/e del futuro.

Attraverso un approccio didattico progettuale e di design thinking, i/le partecipanti, in un'ottica di dialogo continuo, potranno confrontarsi con una faculty composta da esperti/e professionisti/e del mondo del design.

La modalità di erogazione dei corsi prevede una didattica fruibile sia in presenza, sia in modalità da remoto, live e on demand.

FASHION STYLING



Coordinatrice: Claudia Vanti

Formula: Blended
(ogni martedì e giovedì + 1 sabato al mese in presenza)
Lingua: Italiano
Inizio: Febbraio 2025
Città: Bologna
Importo 2.800 euro



Il corso professional in Fashion Styling, giunto alla sua seconda edizione, mira a fornire una formazione approfondita e aggiornata per chi desidera intraprendere questa carriera.
Negli ultimi anni, si è assistito a una crescente consapevolezza riguardo alla professione dello/a stylist, precedentemente considerata come il "segreto" più gelosamente custodito nell'ambito della moda.
Questa figura professionale, che fino agli anni '90 operava in relativo anonimato, si è rivelata ora essere un elemento cruciale collaborante a stretto contatto con gli stilisti e le stiliste, contribuendo attivamente al successo di servizi fotografici, campagne pubblicitarie, produzioni video e alla creazione di look distintivi e memorabili.

Lo/la stylist non crea gli abiti ma li mette insieme per costruire un'identità e raccontare una storia, di un brand, di una fotografia o di una persona.

Lavora all'interno di una dimensione collettiva che comprende stilisti/e, fotografi/e, hair e make up artist, uffici stampa e showroom.
Grazie alla loro collaborazione, definisce lo stile dell'immagine, attraverso una mente creativa, capacità di coordinamento e una conoscenza della cultura della moda.

Quella di stylist è una professionalità interdisciplinare che trova moltissimi ambiti di applicazione: lookbook e presentazioni di collezioni moda e beauty, restyling di brand, editoriali, content creation, pubblicità, produzione di video, cinema e tv, e-commerce, web comunication, look per eventi speciali, image making, personal styling indirizzato a professionisti che richiedono un supporto personalizzato per affrontare con sicurezza situazioni specifiche di visibilità pubblica, e, non ultima, l'assistenza al retail dell'abbigliamento, per supportare la creazione di vetrine o esperienze d'acquisto più personalizzate e gratificanti per la clientela.

PROGRAMMA



AREA TEORICA

SISTEMA MODA

- Introduzione all'universo della moda: caratteristiche dei modelli di progettazione/produzione
- Le collezioni: operatività e figure chiave
- Analisi dei processi creativi alla base delle collezioni
- I trend di settore

CULTURA E IMMAGINE DELLA MODA

- Elementi di storia del costume
- Le figure più influenti dello stile contemporaneo
- La relazione della moda con la produzione culturale attraverso l'analisi di periodi e fenomeni specifici

Per lavorare con i capi di abbigliamento, sceglierli e creare l'immagine giusta di un editoriale, di una campagna pubblicitaria, un lookbook o una presentazione di collezione, un catalogo per l'e-commerce, un look personalizzato per figure pubbliche o per un'occasione speciale è necessario conoscere il funzionamento del sistema moda: le collezioni e come sono progettate dai creativi e dai loro collaboratori, i tempi della realizzazione e i calendari degli eventi.
Risulta altrettanto importante conoscere anche i trend della moda contemporanea e quali siano le figure più influenti e creative nel settore, quelle in grado di fare la differenza generando estetiche che fanno scaturire nuova creatività in chi, come gli/le stylist, dietro le quinte di atelier, redazioni, backstage di sfilate e servizi di moda o con le celebrities diventano gli/le artefici dei trend, mixando e remixando moda e accessori.

Alla base di un'immagine per una campagna, per un look speciale o per qualsiasi altra applicazione della professionalità di uno/a stylist c'è poi una accurata conoscenza non solo della moda contemporanea, ma anche dei codici artistici ed estetici delle varie epoche e in particolare del '900. Storia dell'arte e storia del costume sono profondamente connesse.

Inoltre è importante allenarsi a stabilire e riconoscere le connessioni estetiche fra i vari ambiti della creatività.
Una delle caratteristiche dello stile di oggi è infatti l'interdisciplinarietà dei riferimenti visivi.
Per questo è essenziale abituarsi alla ricerca di fonti eterogenee, riconoscere le ispirazioni all'origine dei prodotti moda e decodificare gli immaginari complessi.
In questo modo si avranno gli strumenti per ideare contenuti originali e personalizzati.



AREA STILE

PROFESSIONE STYLIST

- Introduzione alla professione di stylist
- Moodboard e ricerca iconografica
- Definizione di concept e dell'identità stilistica del progetto
- Produzione di uno shooting commerciale e/o advertising
- Produzione di uno shooting editoriale
- Case study: Gucci
- Grace coddington e le origini e l'evoluzione dello styling
- Gestione degli uffici stampa - l'importanza della reputazione operativa
- Celebrities: costruzione e valorizzazione dei personaggi

Una volta completata una collezione moda, si delineano una serie di passaggi fondamentali, tutti rivestenti un ruolo di estrema rilevanza nel trasformare il prodotto finale in un articolo disuccesso, caratterizzato da una sua commercializzazione efficace, un'attrattiva distintiva e un riconoscimento sul mercato.

Shooting tecnici e lookbook, campagne pubblicitarie, editoriali ed eventi richiedono molte azioni coordinate che vanno dal casting dei talents coinvolti, alla scelta della location, così come alla pianificazione degli scatti in base al moodboard prestabilito a tutte le fasi di post-produzione che portano alle immagini definitive.

Questa è la parte operativa della professione di stylist, che, a partire dalla definizione del concept e dell'identità stilistica del progetto, deve essere in grado di supervisionare la produzione di uno shooting, commerciale o editoriale, o di un video.

Per comprendere al meglio questa professionalità si farà riferimento anche a study cases, contemporanei o «storici», di grandi stylist e progetti di comunicazione sulle celebrities (da Grace Coddington a Zendaya) e di esercitazioni sia sulla concezione di moodboard per progetti specifici, sia su shooting ai quali dare una precisa direzione artistica.

Il percorso sarà arricchito da frequenti esercitazioni in aula, integrate con approfondite analisi fotografiche e sessioni pratiche in cui modelli e modelle indosseranno gli abiti oggetto di studio.



AREA COMUNICAZIONE

ANALISI DEI MEDIA E DEI LORO LINGUAGGI

- Editoria, web, nuovi media, pubblicità

RACCONTARE PER IMMAGINI

- L'aspetto visivo delle immagini
- Lo storytelling dei vestiti

CULTURA ICONOGRAFICA

- Genesi e costume delle icone
- Le iconografie che hanno segnato l'immaginario condiviso
- Celebrity studies and sociology

Attraverso cinema, riviste, pubblicità e social media, le immagini lasciano un'impronta duratura.
La potenza di un'immagine risiede nella sua capacità di narrare una storia senza ricorrere alle parole, e questo attributo assume particolare rilevanza nel contesto della moda.
Accessori come borse, capi d'abbigliamento come giacche o elementi come occhiali da sole possono fungere da ingresso privilegiato in un universo specifico, offrendo la possibilità di esprimere la propria personalità, aspirazioni ed emozioni.

In questo modulo verranno esplorate la cultura iconografica, scoprendo come alcune icone che hanno plasmato la nostra cultura e il nostro modo di vestire diventano simboli e rimangono saldi nel nostro immaginario condiviso.

Attraverso l'analisi delle iconografie dei generi cinematografici e di vari moodboard, si scoprirà la connessione tra cinema, musica e moda, per capire come queste influenze si intrecciano e si riflettono nello styling contemporaneo.



AREA TECNICA

FOTOGRAFIA

TEORIA

- Elementi di storia della fotografia con focus sugli ultimi 40 anni
- Analisi di fotografi contemporanei

TECNICA

- Fotografia analogica e Reflex
- Fotografia digitale, post-produzione e fotoritocco

PROGETTUALITÀ

- Ambiti di ispirazione e ricerca delle references

PRATICA

- Fotografia in studio e in location
- Still life e Beauty
- Video per social network

L'immagine di moda trova la sua origine con l'invenzione stessa della fotografia.
La concezione del set, il design degli abiti alla fine del XIX secolo e le pose ritratte nelle fotografie di famiglia rappresentano segni indelebili associati allo stile di quel periodo specifico.
Il progresso culturale e tecnologico ha, infatti, consolidato la fotografia come il principale testimone visivo delle diverse epoche storiche.

In questo percorso verranno analizzati i processi evolutivi della fotografia di moda, così come il legame tra designers e fotografi/e, la ricerca stilistica e concettuale dietro le più famose campagne pubblicitarie.

Si comprenderà l'importanza della fase progettuale, le fonti d'ispirazione che alimentano le idee e l'interdisciplinarietà del lavoro creativo.
Si discuterà, quindi, dell'impaginazione di un moodboard e della collaborazione con le altre figure professionali del team. Verrà condotta un'analisi del lavoro di fotografi/e che gravitano intorno al sistema moda da decenni.
Tramite l'ispirazione derivante dagli scatti di alcuni/e di loro, si esplorerà l'uso creativo della macchina fotografica, la creazione di piccoli set e l'immersione nelle diverse possibilità comunicative della fotografia.

Nella fase conclusiva, sarà affrontato il tema della fotografia contemporanea e del suo utilizzo sui social media. Saranno sperimentati vari linguaggi espressivi al fine di produrre immagini professionali destinate alle diverse piattaforme di sponsorizzazione.



PROGETTO FINALE

Per il progetto finale verrà ideato e realizzato un elaborato visivo per una copertina, sviluppando un progetto completo a partire dal tema assegnato:

- analisi del brief e ideazione del concept moodboard
- ricerca delle reference
- elaborazione del contenuto narrativo ed emozionale indicazione di location, hair e make up
- shooting fotografico ed editing finale del progetto

Nel corso della precedente edizione del corso, abbiamo avuto l'onore di ospitare **Mustafa Sabbagh**, rinomato fotografo e **Silvia Ortombina**, fondatrice di Tiny Idols.
La loro testimonianza è stata un'esperienza preziosa e stimolante per tutti/e.

FACULTY



COORDINATRICE

Claudia Vanti
Designer

Designer nell'ambito della moda donna e accessori, dal luxury e celebrities al ready to wear e contemporary, progetta collezioni definendone identità, concept, materiali e modelli.

Dopo studi umanistici e DAMS lavora come stilista free-lance collaborando alla progettazione di collezioni per Blumarine e Anna Molinari.

Nel 2000 a Milano per lo start up di Hugo Boss Woman, poi un lungo rapporto con Gianfranco Ferré, prima per gli accessori, poi come responsabile creativa di Ferré Milano Donna.
In seguito molti altri progetti dei quali è consulente, in Italia e all'estero: Derercuny, Samsung Fashion, Chanel accessoires, Les Copains, Philia, Kai-aakmann.

Ricercatrice per trends forecast, per brand (Samsung Design Milano e Midea) e pubblicazioni specializzate (Fashion Box), analizza l'immaginario visivo contemporaneo, e moda in particolare, per elaborare proposte a medio-lungo termine.

Magazine contributor di D'Ars Magazine, Forbes Italia e, da gennaio 2023, de Il Foglio della Moda.

"La moda è ricerca, studio, proposta, volumi, colori, decorazione, rappresentazione, musica, teatro, artigianato, industria, letteratura, politica, impegno, interazione, progetto e... comunicazione: di una visione, di un racconto o una lunga storia che si concretizza in un abito o in un'immagine. Uno sguardo sulla moda è una sintesi del mondo contemporaneo".

DOCENTI

Beatrice Mazza
Fashion stylist

Nasce a Bologna nel 1996. Dopo l'Università e il primo Master lavora come fashion stylist per progetti nazionali e internazionali.
Un secondo Master la porta 6 anni fa a esplorare una carriera nel marketing, settore in cui lavora tuttora.
Nel 2019 ha fondato Ravenous Fashion Podcast, oggi tra il 5% dei podcast più condivisi a livello globale, citato da Elle Magazine, Marie Claire, IO Donna e Cosmopolitan.

Appassionata di neuroscienze, people development e personal branding ha tenuto lezioni come formatrice sia online che presso realtà consolidate come Università Sapienza di Roma e Moodart Fashion School.

Daniela Guccini
Fotografa

Nata a Lecce nel 1984, Daniela Guccini inizia la sua formazione presso il Liceo Artistico della provincia salentina. Con particolare attenzione al ritratto, si appassiona alla fotografia all'età di 16 anni.
Frequenta la triennale al Dams di Bologna, qui compie i primi studi teorico-critici in fotografia e arte performativa. Inizia il suo periodo di sperimentazione con l'autoritratto fotografico che la vede coinvolta in collettivi studenteschi e gallerie indipendenti.
Si iscrive al biennio di fotografia presso l'Accademia di Belle Arti di Bologna. Affina quindi la tecnica e amplia la conoscenza del mezzo fotografico.
Il percorso in accademia le permette, inoltre, di partecipare a svariati concorsi; alcuni tra questi: Premio Celeste (menzione speciale 2012), ArteFare, FoodVision, e il Premio Nazionale delle Arti, vincitrice per la sezione fotografia nel 2011.
Ultimati gli studi collabora con fotografi professionisti come fotoritoccatrice freelance, contemporaneamente lavora in ambito e-commerce.

Nel 2016 fonda Utopia Studio, spazio creativo nel centro di Bologna. Pubblica editoriali su magazine di settore, lavora con brand e agenzie di comunicazione realizzando lookbook e campagne pubblicitarie tra Milano e Bologna.
Nel 2020 ha tenuto il corso professionale di fotografia per adulti presso Cefal. Da alcuni anni organizza laboratori fotografici dedicati ad adolescenti in collaborazione con licei, istituti formativi e centri di aggregazione giovanile.

Fabio Mercurio
Designer

Si divide fra Milano e Bologna dove vive da 26 anni e dove si é formato come uomo, ha frequentato l'accademia di moda e costume ad indirizzo designer. Ha un solido background nel design di borse e accessori maturato negli anni della formazione scolastica, dopo ha disegnato borse per piccolo brand Toscano per 5 anni.
È appassionato di archivi di moda che reputa una grande risorsa.
Sin da ragazzino é stato interessato alla fotografia di moda, comincia a lavorare come stylist e set designer nel 2007 quasi per caso, sostituendo un amico. Rapidamente sono arrivati i primi test fotografici per costruire il portfolio, i lavori per spot tv e celebrities italiane fra cui spiccano Ermal Meta e Max Pezzali e le collaborazioni in esclusiva con la CBS in America.

Ha pubblicato editoriali su riviste all'avanguardia come Fucking Young e Shön, scattando sia per marchi di nicchia che per prestigiosi web retailers.
Ha avuto il grande onore di lavorare con grandi fotografi come Mustafa Sabbagh, Fabrizio Ferri, Gilles Marie Zimmerman o il Regista Ian Derry, lavorando per Saks Fifth Avenue, Bottega Veneta, Revlon, Carrera e curando l'immagine di diversi personaggi come il premio Emmy Christine Baranski, Mayim Bialik, Matthew Gray Gubler, Jake McDorman.

Marta Martina
Ricercatrice di Moda

Studia le relazioni tra moda, arte e media.
Analizza le tendenze, le pratiche di rappresentazione e valorizzazione del prodotto. Coordina l'immagine e l'identità estetico visiva di aziende del settore tessile. Come giornalista pubblicista, è redattrice e project manager per la casa editrice trade Nuova Libra. Qui sviluppa progetti multimediali per aziende del settore tessile-abbigliamento, supervisionando progetti di restyling strategico e grafico.
I suoi interessi di ricerca, portati avanti in ambito accademico e giornalistico, sono rivolti all'analisi del sistema della moda in relazione al complesso panorama artistico e mediale, al rapporto tra l'economia della moda e le pratiche di rappresentazione e di comunicazione.

Ha un dottorato di ricerca in Studi Cinematografici conseguito al Dipartimento di Arti Visive, Performative e Mediali dell'Università di Bologna. È docente in diversi istituti universitari, dove si occupa di moda e comunicazione nel panorama globale. Ha collaborato con l'Università Sapienza di Roma, dove ha insegnato per cinque anni "Fashion in Audiovisuals" e "Clothes on Film". Ha pubblicato anche in riviste scientifiche italiane e internazionali, tra cui "Film, Fashion & Consumption" e "ZoneModaJournal".

ORIENTAMENTO
uffici e contatti

BOLOGNA
via jacopo barozzi 3/m
40126 bologna, italy
+39 051 639 0656
corsiprofessional@iaad.it

www.iaad.it