



AIPi – Associazione Italiana Progettisti d'interni – interior designers

Design e Moda: punti di convergenza

Riflessioni sull'importanza del design nelle strategie del fashion business. La capacità di comunicare i valori del brand e la filosofia aziendale con la gestione di progetti di design: dal design di prodotto, al design nella comunicazione al retail design. Particolare attenzione a quest'ultimo aspetto e al ruolo del retail designer, una professione che ha come obiettivo la definizione di nuovi linguaggi di comunicazione commerciale e di nuove forme di coinvolgimento dei consumatori.

Da un lato le aziende alla continua ricerca di nuove strategie per la promozione dei loro prodotti, dall'altro il rapido cambiamento dei consumatori, dei loro bisogni e del loro approccio all'acquisto.

Al centro chi si occupa di retail design, progettando non soltanto gli spazi commerciali in senso fisico, ma definendo nuove forme di interrelazione tra prodotti e consumatori e reinventando la funzione dei luoghi della vendita. Tutto questo con la chiara consapevolezza della **componente emotiva** che il design porta intrinsecamente con se, proprio perché il buon progetto sta nell'appagamento delle esigenze emozionali dei suoi fruitori.

Quella del retail designer è una professione di confine che si divide tra la sfera dell'architettura, quella dell'interior design e quella importantissima legata alla conoscenza del mercato in tutte le sue componenti.

E' infatti proprio il binomio Brand e design che ci porta a concentrarci sugli aspetti di marketing analizzando le motivazioni di acquisto dei consumatori, i competitors, i valori del brand e le influenze culturali.

Con questo bagaglio di informazioni si sviluppa il progetto che si connota come la costruzione di una storia che ha come principale protagonista il prodotto e come principale interlocutore il consumatore.

arch. Michele Trevisan Head of Interior Design, Diesel Headquarter

