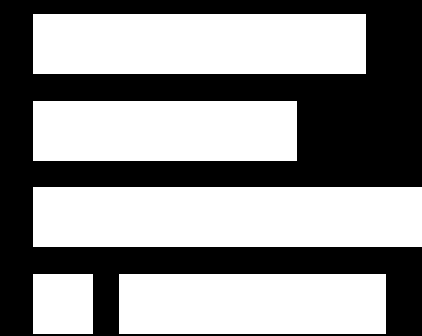


IAAD.

ISTITUTO
D'ARTE
APPLICATA
E DESIGN



FINAL WORK INDIVIDUALE

IN COLLABORAZIONE CON

les libellules

MINIATURE MODERNE

PICCOLI ABITI, GRANDI SIGNIFICATI

Stella Giuliani

DOVE TUTTO HA INIZIO



ORIGINI DELLA MODA BAMBINO



La moda per bambini nasce come riflesso dei cambiamenti nella percezione dell'infanzia. Un tempo i più piccoli erano vestiti come adulti in miniatura, ma oggi l'abbigliamento infantile è pensato per rispondere a bisogni specifici: comodità, sicurezza e libertà di movimento. La moda bambino ha progressivamente acquisito una propria identità, influenzata da pedagogia, cultura e innovazioni sociali. Figure come Montessori e Piaget hanno trasformato il modo di considerare l'infanzia, e di conseguenza anche il vestire è diventato un atto educativo. Non è più solo estetica: è funzione, espressione e linguaggio.

DAL NOVECENTO AI TREND DUEMILA



Nel Novecento, la moda infantile si evolve seguendo i cambiamenti storici. Dai capi funzionali dei primi anni del secolo alle estetiche ottimiste del baby boom, l'abbigliamento riflette i valori familiari e culturali del tempo. Dagli anni Sessanta, con materiali sintetici e colori vivaci, emerge una moda più giocosa. Negli anni Duemila, i bambini diventano partecipi attivi nelle scelte di stile. Si diffonde il trend "Mini-Me", con look coordinati tra adulti e figli, promosso anche da brand come Dolce & Gabbana. La moda bambino non imita più: crea connessioni affettive e racconta storie familiari.

VALORI, SOSTENIBILITÀ E GENDERLESS



Oggi la moda per bambini è specchio di un mondo in cambiamento. I genitori cercano capi belli ma anche funzionali, tecnici e durevoli. Cresce la domanda di sostenibilità: materiali bio, collezioni etiche e attenzione ambientale. Parallelamente, la moda genderless supera le vecchie distinzioni, offrendo ai bambini libertà di scelta e identità non vincolate agli stereotipi. Marchi come Gray Label e Primary propongono uno stile minimalista, libero e inclusivo. La moda diventa strumento educativo, sociale ed espressivo, capace di rappresentare valori contemporanei e nuove visioni di crescita.

MEDIA, SOCIAL E NUOVE INFLUENZE

I media e i social hanno trasformato profondamente la moda per bambini. Instagram e TikTok lanciano trend istantanei, spesso tramite i “kidfluencer”: bambini diventati icone di stile e testimonial di campagne globali. Le collezioni si fanno più visive e narrative, influenzate da cartoni, celebrities e contenuti digitali. Il linguaggio della moda diventa parte del gioco e dell’apprendimento: i bambini scelgono outfit, sperimentano identità, comunicano emozioni. Brand e genitori devono gestire questa esposizione con consapevolezza, valorizzando diversità, realismo e autenticità nelle rappresentazioni.



MODA COME ESPRESSIONE E INCLUSIONE



L'abbigliamento è molto più che copertura: è un mezzo per scoprire sé stessi e il mondo. Scegliere un capo significa esercitare autonomia, imparare a fare scelte, esplorare la propria identità. Attraverso i vestiti, i bambini vivono giochi simbolici, rafforzano l'autostima e apprendono norme sociali. La moda riflette appartenenza culturale, status sociale, visioni familiari. L'inclusione è una sfida chiave: capi accessibili, adattivi, gender-neutral permettono a tutti i bambini di sentirsi rappresentati e valorizzati. La moda diventa così un veicolo educativo e civico.

FUTURO E INNOVAZIONE NELLA MODA KIDS

Guardando al futuro, la moda per bambini si avvicina sempre più all'innovazione e alla personalizzazione. Tessuti intelligenti, realtà aumentata, stampa 3D e intelligenza artificiale rivoluzioneranno l'esperienza estetica e funzionale. I bambini saranno sempre più protagonisti attivi, capaci di disegnare, personalizzare e raccontare il proprio stile. Il gusto estetico si forma fin da piccoli e la moda sarà sempre più un laboratorio creativo per stimolare mente, emozioni e relazioni. Inclusività, sostenibilità e innovazione saranno i cardini su cui costruire la moda dell'infanzia del futuro.

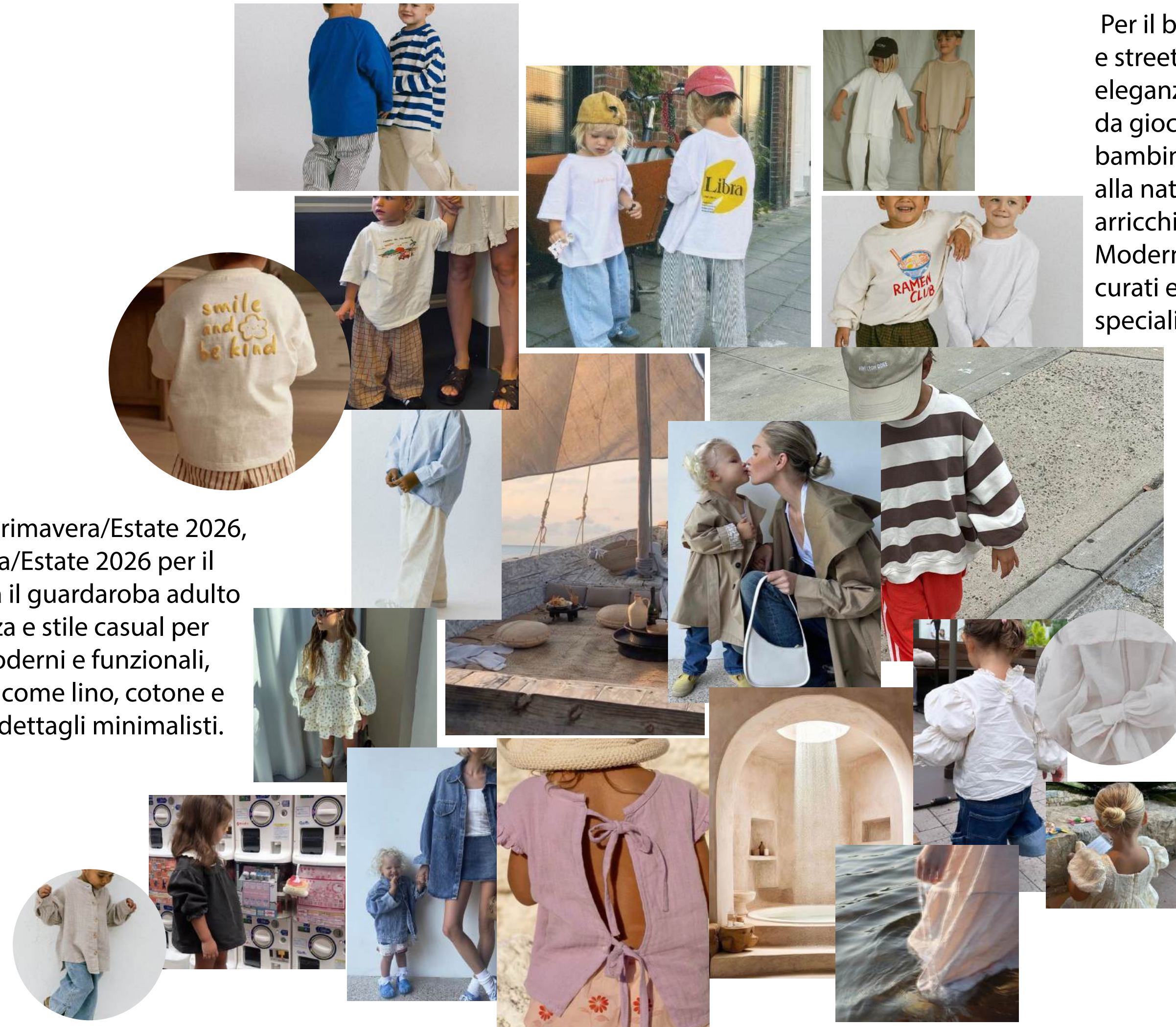


CONCEPT

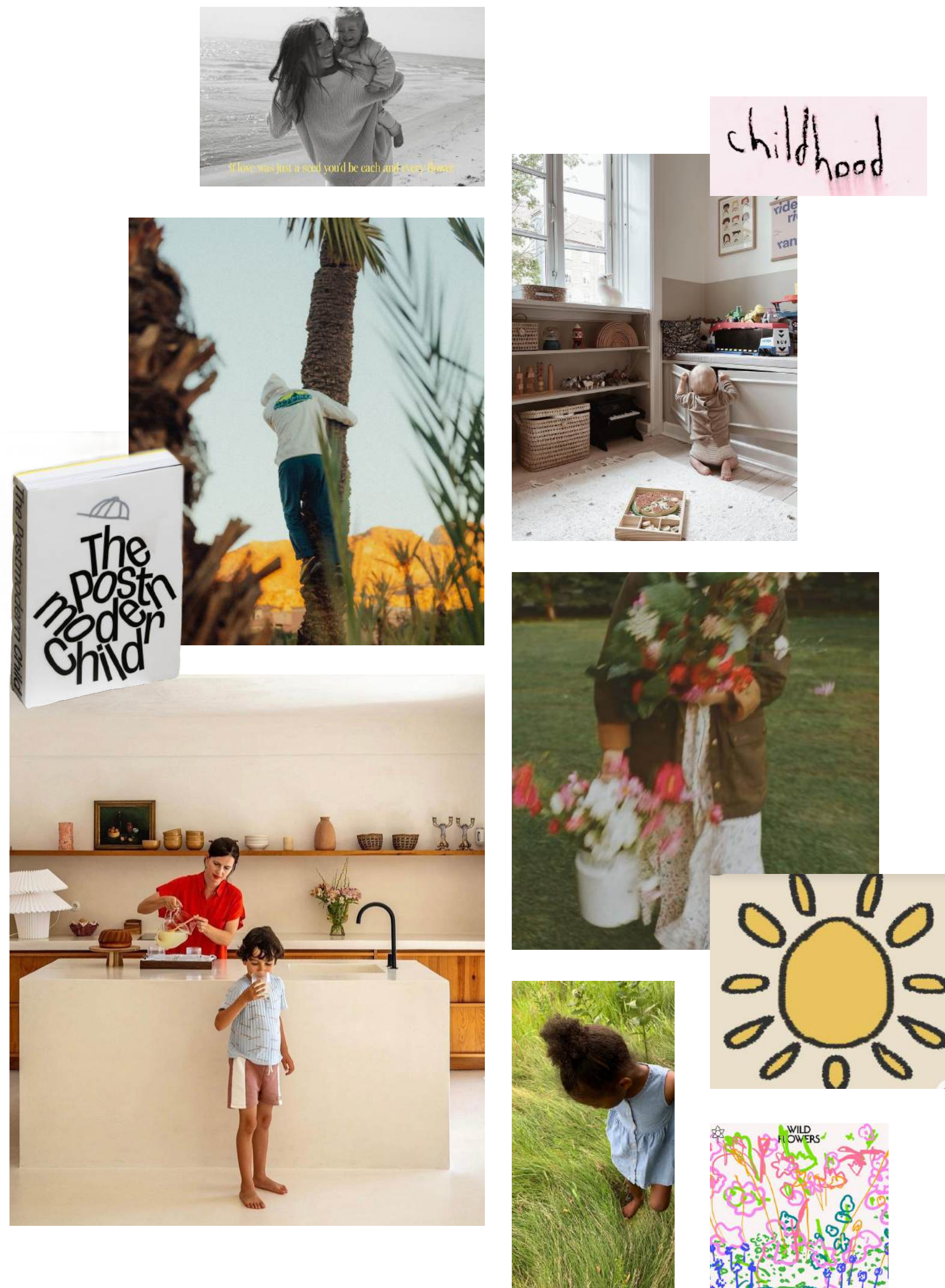
MOODBOARD STILE

Per il bambino si propone uno stile più mascolino e street ma accompagnato sempre da un tocco di eleganza, ben strutturato ma comodo, reso vivace da giochi di colore, stampe e dettagli trendy. Per la bambina, lo stile è più elegante ma quotidiano, ispirato alla natura e alla spontaneità dell'infanzia, con capi arricchiti da volant, balze e forme leggere. Miniature Moderne accompagna i più piccoli con look pratici, curati e adatti sia alla vita di ogni giorno che ai momenti speciali.

La collezione Miniature Moderne Primavera/Estate 2026, è pensata per la stagione Primavera/Estate 2026 per il brand DOUDOU KIDS, reinterpreta il guardaroba adulto in chiave infantile, unendo eleganza e stile casual per bambini dai 3 agli 8 anni. I capi, moderni e funzionali, sono realizzati in materiali naturali come lino, cotone e denim morbido, con linee pulite e dettagli minimalisti.



MOODBOARD CONCETTUALE



Il moodboard concettuale e ispirazionale per lo shooting di Miniature Moderne definisce un'estetica che fonde naturalezza, funzionalità e poesia quotidiana. Le immagini evocano un'infanzia libera, autentica, immersa nel gioco, nella scoperta e nei legami affettivi. La palette cromatica, calda e polverosa, riflette l'armonia tra mondo naturale e interiorità infantile.

L'atmosfera è quella di una modernità gentile, attenta al benessere emotivo e fisico del bambino. I riferimenti visivi suggeriscono semplicità sofisticata, materiali puri e forme essenziali. Il risultato è una visione stilistica che celebra l'identità del bambino contemporaneo con equilibrio e consapevolezza.

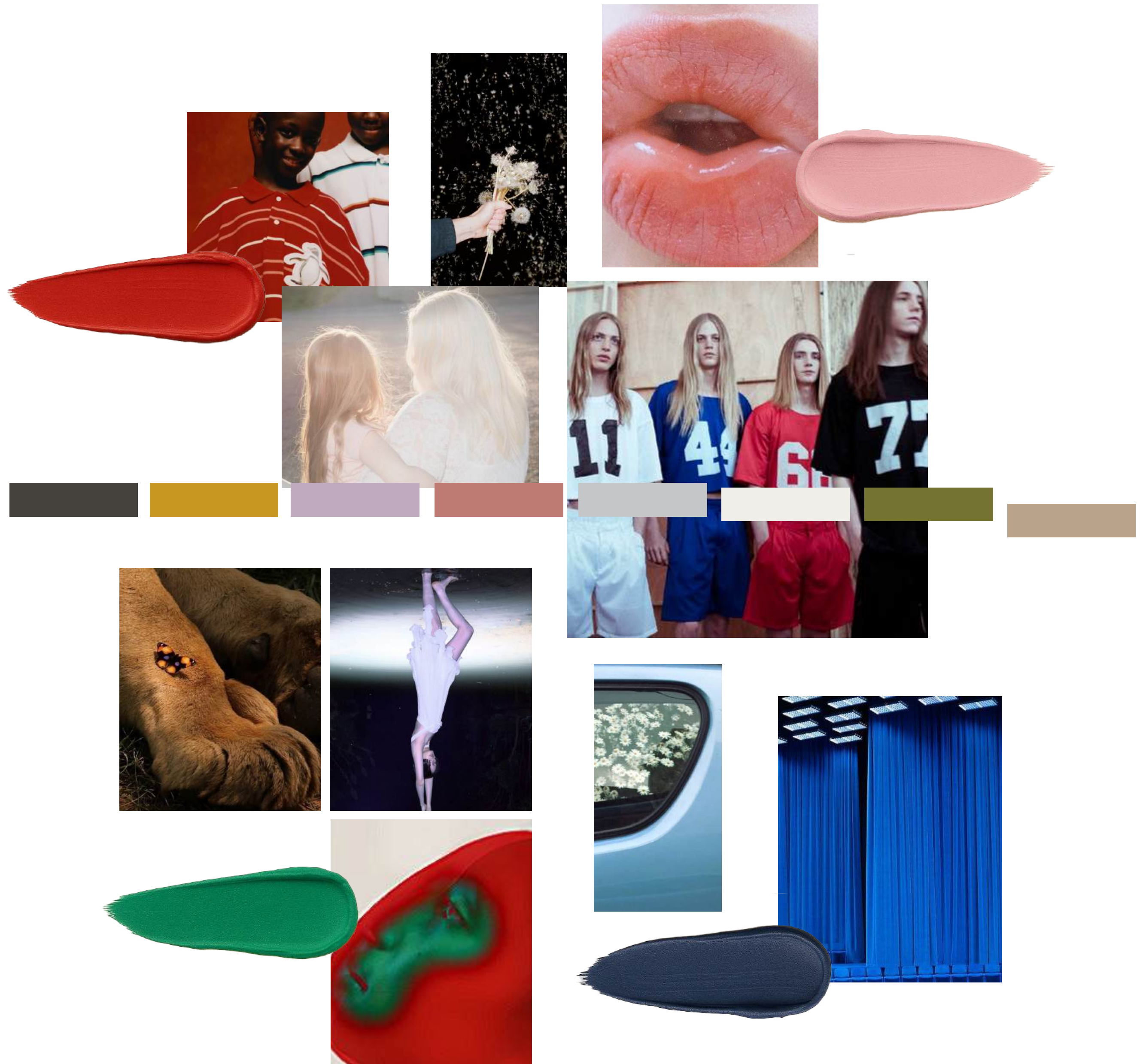


MINIATURE MODERNE | STELLA GIULIANI

les libellules

CARTELLA COLORI

Il moodboard definisce l'identità visiva del progetto, articolandosi attorno a una ricerca iconografica che fonde modernità, naturalezza e sensibilità infantile. Le immagini selezionate richiamano atmosfere intime e autentiche, dove l'infanzia è rappresentata attraverso gesti quotidiani, texture sensoriali e cromie armoniose. L'intento è quello di tradurre valori come comfort, eleganza essenziale e spontaneità in una narrazione visiva coerente, capace di guidare lo sviluppo stilistico della collezione e la scelta materica.

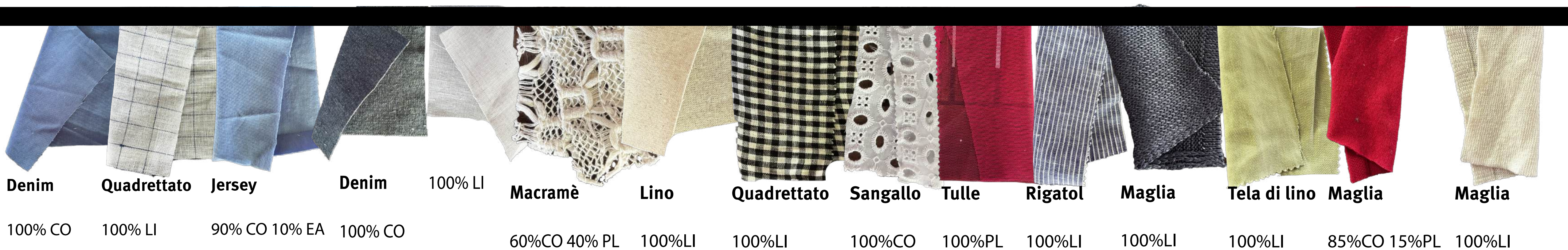


MINIATURE MODERNE | STELLA GIULIANI

les libellules



CARTELLA TESSUTI



BUSINESS PLAN

EXECUTIVE SUMMARY

BUSINESS PLAN

MISSION

- Fornire abbigliamento bambino di fascia medio-alta combinando eleganza e praticità: il brand progetta capu con linee pulite, raffinate e tessuti pregiati, garantendo al tempo stesso comfort quotidiano.

- Valorizzare l'italianità e sostenibilità: privilegia materie prime naturali di alta qualità (Made in Italy) e processi produttivi rispettosi dell'ambiente.

. Incarnare il "buon gusto" nel vestire dei piu piccoli: trasmette una filosofia di eleganza discreta (logo poco esibito) e forte identità stilistica

La missione strategica di DOUUOD Kids può essere formulata come: «Creare abiti per bambini che uniscano eleganza casual-chic, comfort e rispetto per l'ambiente, riflettendo uno stile di vita pratico e spontaneo»

VISION

- Diventare punto di riferimento nella moda bambini medio-alta: il brand aspira a consolidare la sua presenza globale, proponendo un'eleganza senza tempo ispirata all'artigianalità italiana e al casual-chic

- Diffondere uno stile di vita pratico ma raffinato: promuovere abbigliamento dai dettagli ricercati che rifletta i valori di buon gusto e semplicità sofisticata, rivolto a famiglie attente alla qualità

- Essere un esempio di sostenibilità e innovazione: consolidare una reputazione etica, introducendo collezioni contemporanee realizzate con tessuti sostenibili e processi produttivi eco-friendly

- Ispirare genitori e bambini: diventare marchio sinonimo di fiducia, offrendo proposte che uniscono design riconoscibile, artigianalità italiana e materiali naturali

La vision strategica di DOUUOD Kids immagina il marchio come "lifestyle brand" d'eccellenza per il segmento kids, capace di trasmettere la filosofia del buon gusto a nuove generazioni attraverso moda elegante, confortevole e responsabile



EXECUTIVE SUMMARY

BUSINESS PLAN

PRODUCT

DOUUOD Kids crea e produce abbigliamento, calzature e accessori per bambini da 0 a 14 anni, distinguendosi per l'alta qualità 100% Made in Italy. Le collezioni si caratterizzano per linee pulite, raffinate ma anche grintose, frutto di una costante ricerca su tessuti pregiati e confortevoli, ed arricchite da dettagli e lavorazioni artigianali inedite. Lo stile è contemporaneo ma sobrio: capi dal logo poco visibile e design inconfondibile che conferiscono al brand una forte identità. L'offerta copre un total look bambino (abbigliamento casual ed elegante, scarpe, borse, accessori, fino a pigiamaeria), pensato per accompagnare i piccoli clienti in ogni occasione con eleganza funzionale.

COMPETITOR

DOUUOD Kids compete direttamente con brand italiani di lusso per bambini come Il Gufo e Monnalisa, oltre a marchi francesi come Bonpoint e le linee junior di grandi maison internazionali (es. Gucci Kids, Stella McCartney Kids) con uno stile "mini-me" simile. I competitor indiretti includono marchi premium/commerciali come Zara Kids, Benetton e OVS Kids, che offrono prodotti basic a un pubblico più ampio. DOUUOD si distingue per il design italiano raffinato ed essenziale e per la produzione artigianale di qualità, mantenendo una forte identità nel segmento alto di gamma.

LEADERSHIP

Il brand è guidato dalla sua fondatrice e direttrice creativa Elisabetta Mambelli, designer romagnola che ha lanciato DOUUOD Kids nel 2006. Mambelli oggi azionista di maggioranza del marchio imprime la sua chiara visione stilistica all'azienda, assicurando coerenza e riconoscibilità al prodotto. A supporto della crescita, DOUUOD Kids ha stretto dal 2022 una partnership strategica con Simonetta Spa, azienda leader italiana nel childrenswear di lusso. Questa alleanza consente al brand di avvalersi dell'esperienza manageriale e della rete globale di Simonetta per lo sviluppo produttivo e distributivo su scala mondiale.

FINANCIAL STATUS

DOUUOD Kids ha costruito una base finanziaria solida, crescendo da circa €4 milioni di fatturato nel 2013 a €10-11 milioni nel 2018. Le vendite si sono mantenute stabili e, secondo stime interne, il fatturato 2024 si colloca tra €12-15 milioni, trainato da nuovi mercati e dal canale online. Il brand beneficia di margini elevati grazie al posizionamento premium e a una struttura operativa snella. È quindi ben posizionato per una fase di espansione internazionale e crescita accelerata.

OVERALL INDUSTRY

Il mercato globale dell'abbigliamento per bambini è in forte crescita, passando da \$199 miliardi nel 2023 a oltre \$318 miliardi previsti entro il 2030. Il segmento premium/luogo è trainato da genitori attenti allo stile, dal trend mini-me e dalla presenza sui social media. I grandi marchi del lusso investono sempre più in linee kids. L'Italia si conferma un punto di riferimento, con eventi come Pitti Bimbo e brand di alta gamma. I consumatori cercano estetica, qualità, funzionalità e sostenibilità. In questo contesto, DOUUOD Kids si posiziona con successo nella fascia alta, seguendo le principali tendenze del mercato.

FUTURE PLANS

- Espansione internazionale: potenziare la presenza in mercati chiave come Asia-Pacifico, Nord America e Medio Oriente, puntando a superare il 50% del fatturato da export entro il 2026.
- Innovazione prodotto: lanciare capsule eco-friendly e nuove linee (es. teen), mantenendo alta qualità e produzione Made in Italy, per attrarre genitori attenti a stile e sostenibilità.
- Crescita finanziaria: puntare al raddoppio del fatturato entro il 2028 (€25-30M), migliorando margini e redditività attraverso sinergie produttive con Simonetta.



ANALISI DI MERCATO

CHI SCEGLIE DOUDOU KIDS

Dou Dou Kids si rivolge a un mercato premium nel settore dell'abbigliamento per bambini, focalizzandosi su capi sostenibili e di alta qualità. Il target comprende neonati, bambini e pre-adolescenti, con una clientela composta prevalentemente da genitori con un reddito medio-alto, attenti al design e alla sostenibilità. L'azienda opera principalmente online, ma ha anche partnership con boutique selezionate nelle principali città italiane. Dou Dou Kids si distingue per l'uso di materiali organici e per un'estetica minimalista che richiama il design scandinavo. La comunicazione è incentrata su valori familiari, etici ed eco-friendly.

BUYER PERSONA



Francesca Morelli

Nome: Francesca Morelli

Età: 38 anni

Città: Milano, Italia

Professione: Luxury Marketing Manager per un brand di moda e di cosmetica di alta gamma

Reddito anuo stimato: €120.000 – €150.000

BUSINESS PLAN

INTERESSI E VALORI

- Crede nell'importanza di materiali pregiati e nella manifattura italiana
- Preferisce marchi che abbiano un'attenzione all'ambiente e alla sostenibilità
- Ama un'estetica elegante e raffinata, lontana dalle mode passeggere
- Apprezza i brand di nicchia e prodotti non massificati

CANALI D'ACQUISTO PREFERITI

- Ama fare shopping in boutique multimarca di lusso
- Acquista spesso su MyTheresa, Farfetch
- Partecipa a eventi esclusivi e vendite private organizzate da brand

PRINCIPALI FATTORI CHE INFLUENZANO LE SUE DECISIONI D'ACQUISTO

- Segue influencer, magazine di moda e consigli di personal shopper
- L'arrivo di nuove collezioni o il timore di perdere un capo esclusivo, la spingono all'acquisto immediato
- Viene attratta dai marchi che raccontano una storia autentica e trasmettono valori in cui si riconosce



DESCRIZIONE DEL BRAND

BUSINESS PLAN

CHI SIAMO

DOUUOD Kids è un brand italiano di moda bambino che nasce dal desiderio di unire eleganza e autenticità. Pensato per bambini da 0 a 14 anni, il marchio interpreta lo stile casual-chic con capi dal design essenziale, raffinato e mai eccessivo. Ogni collezione racconta una storia fatta di spontaneità, qualità e cura dei dettagli, fedele a una visione del lusso discreta e funzionale. Il nome DOUUOD ispirato al tenero “doudou”, il primo compagno dei bambini esprime l’anima del brand: accogliente, affettivo, profondamente legato al mondo dell’infanzia. Ideato e sviluppato interamente in Italia, il marchio valorizza il Made in Italy attraverso l’utilizzo di materiali pregiati, lavorazioni artigianali e una sensibilità stilistica sobria ma distintiva. Guidato dalla creatività di Elisabetta Mambelli, DOUUOD Kids si rivolge a famiglie moderne, attente allo stile e alla qualità. I suoi capi, confortevoli e contemporanei, vestono i bambini accompagnandoli nella quotidianità come nelle occasioni speciali. I colori neutri, i tagli fluidi e i tessuti morbidi riflettono una filosofia precisa: il vero buon gusto è quello che lascia spazio alla libertà di espressione e al movimento. Oggi DOUUOD Kids è distribuito in boutique monomarca, store multimarca selezionati e sui principali marketplace internazionali. Ogni collezione è un invito a riscoprire la bellezza della semplicità, con uno stile che cresce insieme ai bambini con naturalezza, personalità e un tocco di poesia.



MINIATURE MODERNE | STELLA GIULIANI

les libellules

OFFERTA DI COLLEZIONE

BUSINESS PLAN

SCHEDA PRODOTTO

CATEGORIA	# ARTICOLI					PREZZI RETAIL		PREZZI WHS		COSTI IND.LI
	Bambina	Bambino	LEGENDA	CARRYS OVERS	PRICE RANGE	Min	Max	Min	Max	Min
GIACCA					1	€ 150,00	€ 360,00			
	/	/								
ABITI					1	€ 140,00	€ 240,00			
	5	/								
CAMICIA					1	€ 110,00	€ 150,00			
	1	4								
GONNA					1	€ 80,00	€ 130,00			
	1	/								
PANTALONE					1	€ 90,00	€ 140,00			
	4	5								
TOP/ T-SHIRT					1	€ 80,00	€ 200,00			
	6	5								
SHORTS					1	€ 90,00	€ 140,00			
	3	/								
BERMUDA						€ 80,00	€ 140,00			
	/	4								
GILET						€ 110,00	€ 190,00			
	1	2								
TOTALE RTW	21	20								

CAPPELLI	/	1					€ 60,00	€ 100,00					
SCARPE	13	10					€ 100,00	€ 200,00					
TOTAL ACCESSORI	13	1000%											



PIANO DI MARKETING

BUSINESS PLAN

STRATEGIA DI DISTRUBUZIONE

BOUTIQUE MONOMARCA

DOUUOD Kids opera con diversi negozi monomarca di proprietà in Italia. Queste boutique si trovano a Milano, Marittima, Cesena, Bologna, Riccione. I punti vendita diretti svolgono un ruolo chiave di brand experience: permettono al marchio di presentare l'intera collezione in un ambiente controllato, coerente con l'identità del brand, rafforzandone l'immagine e il rapporto diretto con la clientela locale.

E-COMMERCE UFFICIALE

Il brand dispone di un proprio shop online internazionale (sito douuodkids.com, in italiano e inglese) attraverso cui vende direttamente al consumatore finale. L'e-commerce offre incentivi alla clientela, come ad esempio la spedizione gratuita e uno sconto di benvenuto del 10% sul primo ordine per gli utenti registrati su douuodkids.com. Questo canale ha un duplice ruolo strategico: da un lato genera vendite dirette con marginalità maggiore e raccoglie dati sui consumatori, dall'altro estende la portata di DOUUOD Kids oltre le città coperte dai negozi fisici, raggiungendo clienti in tutta Italia e all'estero 24/7.

NEGOZI MULTIMARCA E DEPARTMENT STORE

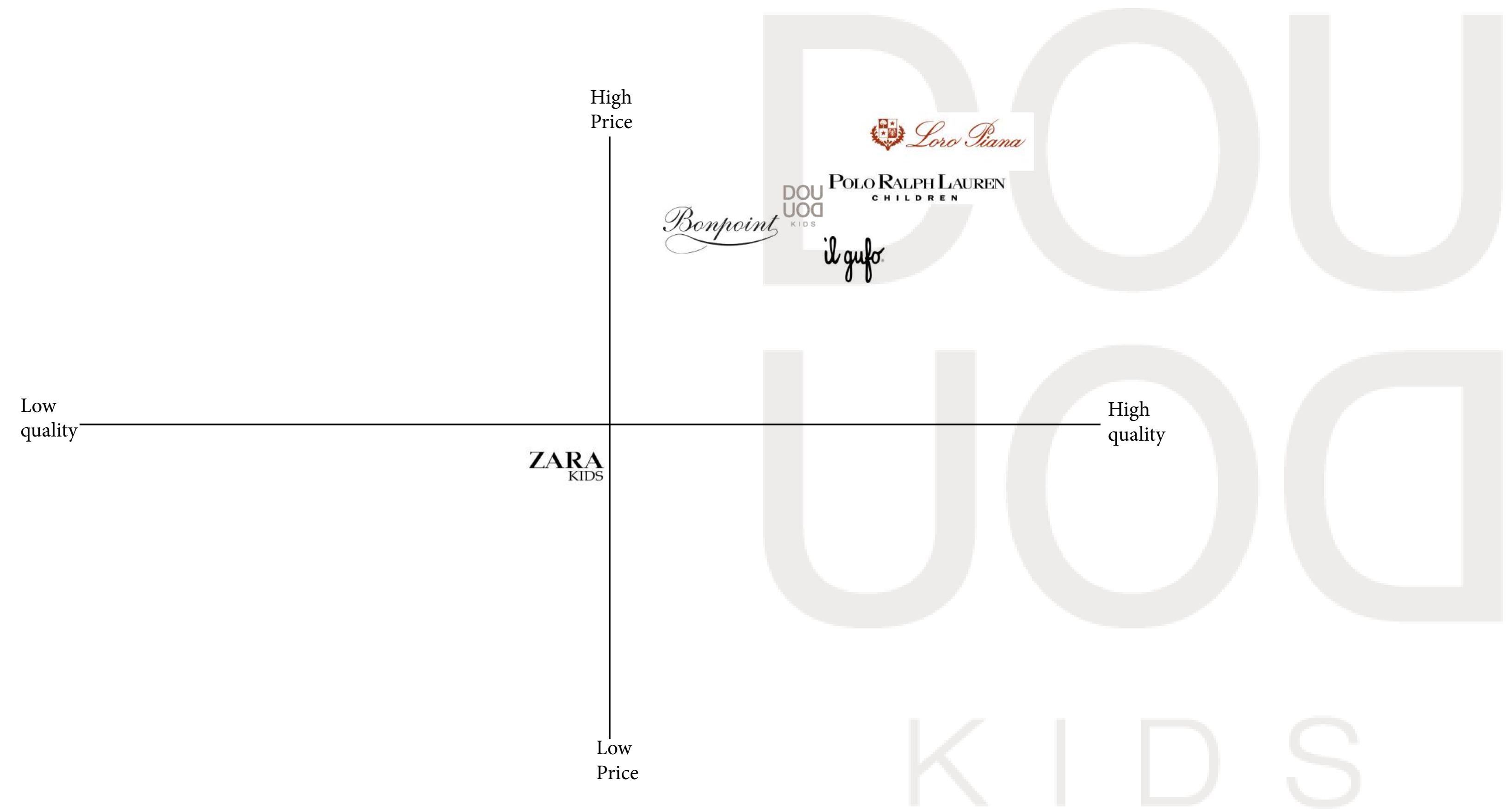
Le collezioni del brand vengono distribuite, grazie ad accordi con partner locali, in una rete di boutique multi-marca specializzate nell'abbigliamento bambino e in selezionati department store in tutto il mondo. Questo canale consente al marchio di avere punti di vendita in numerose città senza gestire direttamente ogni negozio, garantendo una capillarità geografica molto più ampia. I partner multimarca offrono inoltre al brand uno standing prestigioso, posizionando i capi DOUUOD Kids accanto ad altri nomi del lusso bambino e contribuendo a rafforzarne la visibilità. Il presidio dei department store, come ad esempio La Rinascente in Italia, o corner in grandi magazzini esteri, ha anche una valenza di branding: spesso questi spazi dedicati allestiti in formula shop-in-shop permettono di ricreare l'immagine DOUUOD all'interno di store rinomati, raggiungendo una clientela internazionale di alto profilo.

MARKETPLACE E RETAILER ONLINE

Oltre al sito proprietario, DOUUOD Kids distribuisce le proprie collezioni tramite piattaforme e-commerce multimarca di moda. Ad esempio, il marchio è presente su marketplace globali e luxury retailer online come YOOX, Farfetch, Smallable e TheDoubleF, nonché su siti di comparazione come ShopStyle. La presenza su questi marketplace consente di intercettare un pubblico internazionale più ampio e diversificato, beneficiando dell'infrastruttura, del traffico e della notorietà di tali piattaforme. Strategicamente, i marketplace fungono da amplificatori di vendita all'estero (espansione internazionale) e da canale aggiuntivo per smaltire lo stock, pur mantenendo un posizionamento premium grazie alla selettività dei partner scelti.



POSIZIONAMENTO



PRICING

CATEGORIA	FASCIA DI PREZZO
Body e t-shirt baby	35 – 60 €
Felpe e maglieria	60 – 110 €
Gonna e pantaloni	70 – 120 €
Giacche e capispalla	150 – 360 €
Calzature	90 – 160 €
Accessori	30 – 80 €



ANALISI COMPETITOR

IL GUFO

COMPETITOR DIRETTO

FORZA	DEBOLEZZA	OPPORTUNITÀ	MINACCE
<ul style="list-style-type: none">• Materiali pregiati e lavorazioni made in italy• Presenza nei mercati chiave con boutique e retailer di fascia alta• Investimenti in materiali eco-friendly	<ul style="list-style-type: none">• Limitata accessibilità a una faccia di clientela ristretta• Competizione con brand di lusso e fats fashion• Espansione retail limitata	<ul style="list-style-type: none">• Espansione nei mercati internazionali• Sostenibilità e produzione eco-friendly• Collaborazioni esclusive	<ul style="list-style-type: none">• Crescente concorrenza da parte di brand di lusso e fast fashion• Instabilità economica• Rischio di imitazione

POLO RALPH LAUREN

COMPETITOR INDIRETTO

FORZA	DEBOLEZZA	OPPORTUNITÀ	MINACCE
<ul style="list-style-type: none">• Marchio riconosciuto a livello globale• Qualità dei materiali• Curabitur ac porta mi.• Ampia gamma di prodotti	<ul style="list-style-type: none">• Non accessibile a tutte le fasce di consumatori• Competizione elevata• Poche variazioni rispetto alle collezioni precedenti	<ul style="list-style-type: none">• Espansione nei mercati emergenti come Asia e Medio Oriente• Sviluppo di canali e-commerce e digital marketing• Collaborazioni con designer o influencer per collezioni capsule	<ul style="list-style-type: none">• Aumento della concorrenza• Rischio di contraffazione e imitazione dei prodotti.• Pressioni per ridurre l'impatto ambientale della produzione



PIANO DI MARKETING

BUSINESS PLAN

LE 4 P DEL MARKETING

PRODOTTO

DOUUOD Kids è un marchio Made in Italy di abbigliamento, calzature e accessori per bambini (0–14 anni) dal gusto casual-chic. Si distingue per linee pulite e raffinate ma anche grintose, frutto di una costante ricerca su tessuti pregiati e confortevoli. I capi uniscono eleganza essenziale e praticità per uno stile spontaneo, con design inconfondibile e identità forte ma logo poco visibile, in linea con la filosofia di “buon gusto” del brand

PROMOZIONE

La comunicazione di DOUUOD Kids punta su un’immagine casual-chic autentica e sui valori di qualità e Made in Italy. Il brand predilige un marketing raffinato e mirato: partecipa alle principali fiere moda bimbo (come Pitti Immagine Bimbo) per presentare le nuove collezioni agli addetti ai lavori, e ottiene ampia visibilità editoriale su riviste specializzate e lifestyle (es. Vogue Bambini, Elle Kids). La presenza social è attiva su Instagram e Facebook, con contenuti che enfatizzano la spontaneità dei bambini (hashtag dedicati come #kidsarethefuture) e outfit eleganti ma comodi.

PREZZO

Il brand si posiziona in una fascia di prezzo medio-alta, coerente col segmento premium del childrenswear. Il costo elevato è giustificato dall’alta qualità dei materiali e dalla produzione artigianale italiana. La partnership con Simonetta azienda leader nell’abbigliamento bimbi di fascia alta conferma questo posizionamento elevato del brand. Il target di clientela è disposto a investire di più per capi alla moda, durevoli e dal design ricercato.

POSIZIONAMENTO

Il brand adotta una distribuzione selettiva internazionale. Le collezioni DOUUOD Kids sono vendute in boutique monomarca proprie, in punti vendita multimarca esclusivi e nei migliori department store, sia in Italia che all’estero. Viene curata anche la presenza online tramite e-commerce ufficiale e retailer di moda bimbo di alta gamma.



SITO E-COMMERCE

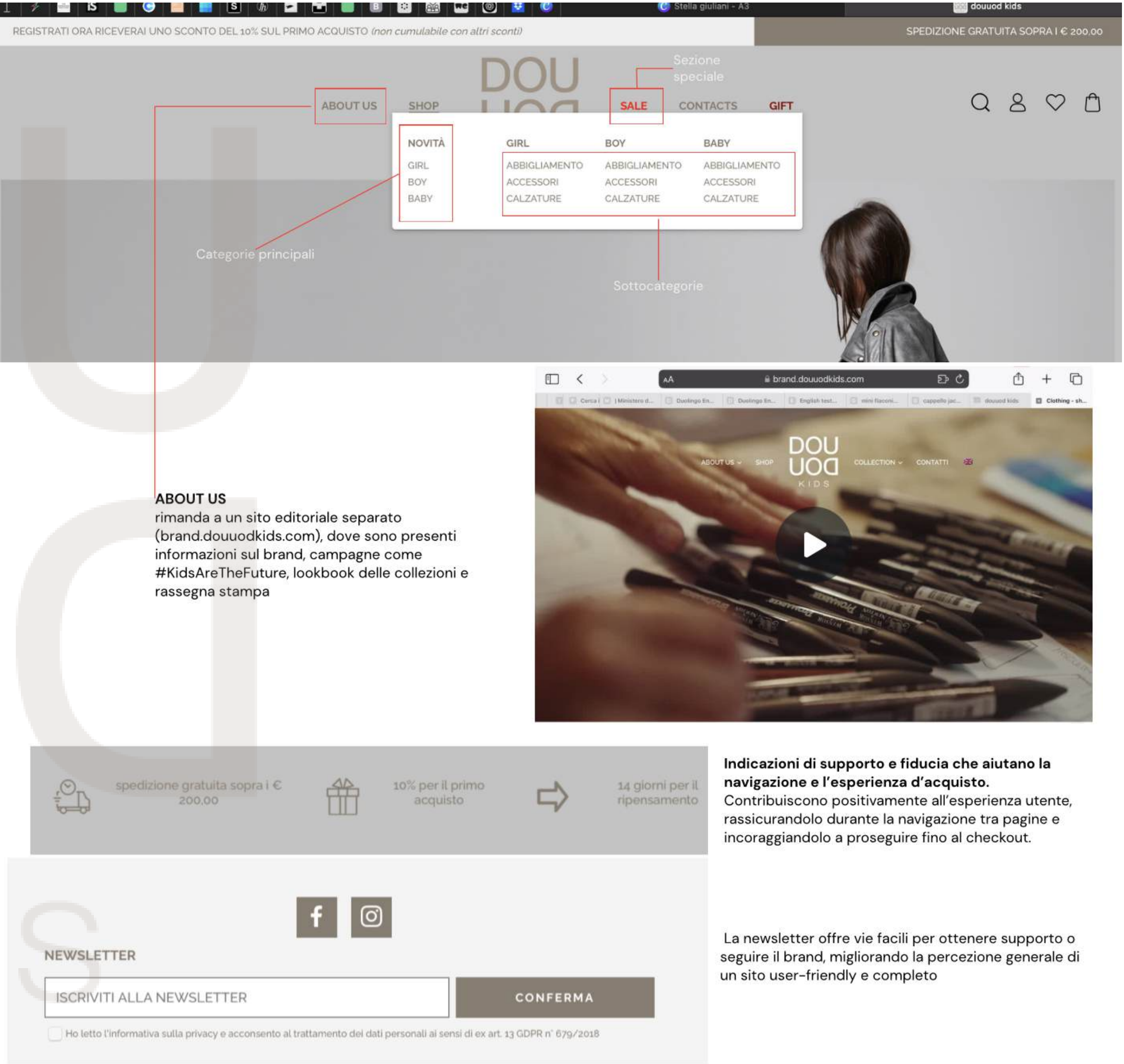
BUSINESS PLAN

Il sito ufficiale di DOUUOD Kids presenta un’esperienza di shopping online coerente con l’immagine del brand di moda bimbo. Di seguito si esamina nel dettaglio il design visivo, i contenuti e la facilità di navigazione del sito, evidenziando punti chiave e best practice rilevate.

Design Visivo

- Il design del sito riflette perfettamente lo stile minimal ed elegante del brand, con una grafica pulita, uso abbondante di spazi bianchi e una palette di colori neutri.
- La tipografia è moderna e leggibile, coerente con il posizionamento premium del marchio.
- Il layout è ordinato: il menu è chiaro, i contenuti ben distribuiti e l’attenzione è sempre focalizzata sui prodotti.
- Le immagini sono ad alta risoluzione, professionali, con sfondi neutri, offrendo un impatto visivo forte e valorizzando la qualità dei capi.

L’estetica generale comunica raffinatezza, sobrietà e qualità, in perfetto allineamento con l’identità casual-chic di DOUUOD Kids.



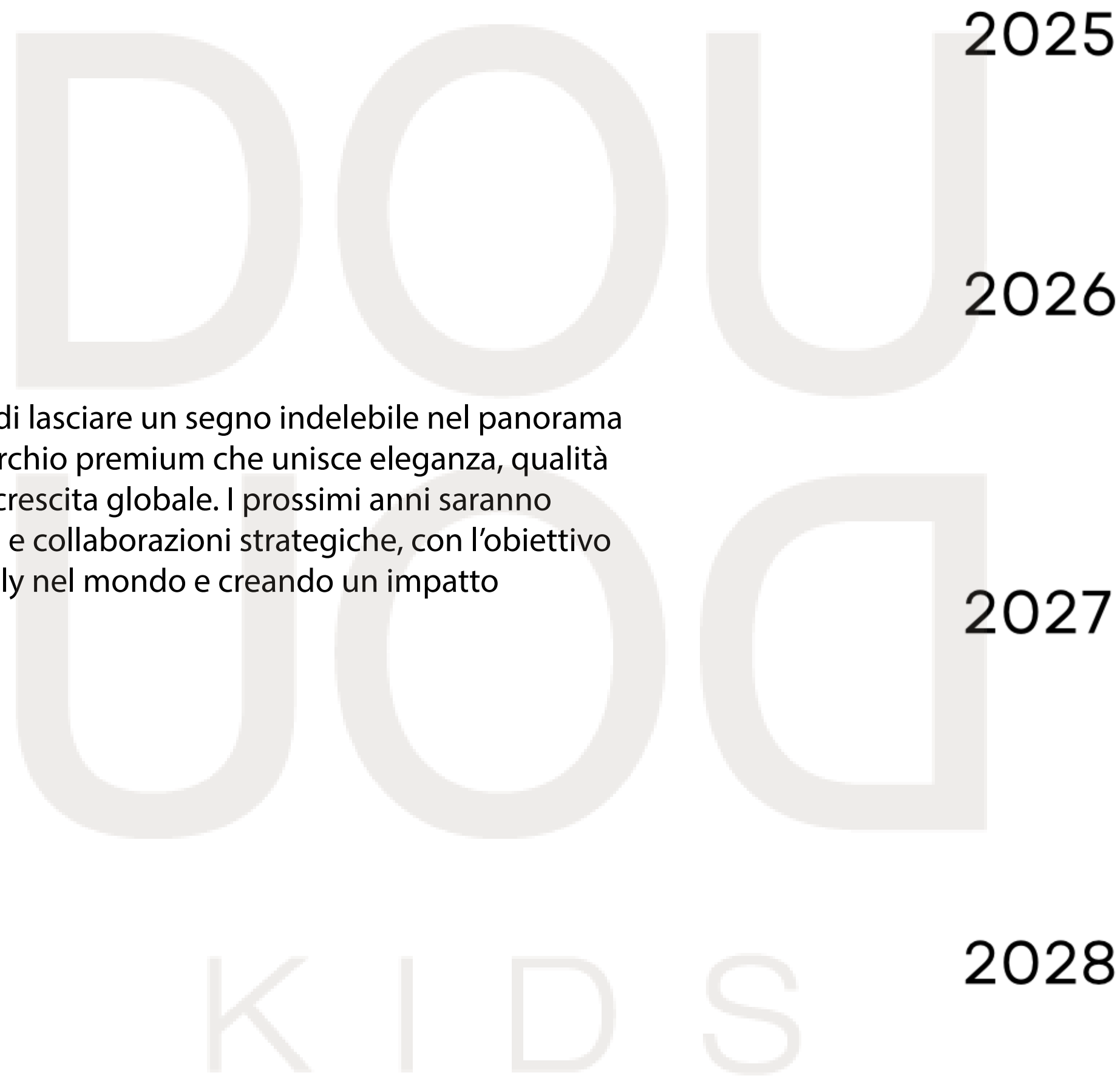
MINIATURE MODERNE | STELLA GIULIANI

les libellules

PROETTI E TRAGUARDI PER IL FUTURO

BUSINESS PLAN

Il futuro di DOUUOD Kids è intriso di ambizione, visione e desiderio di lasciare un segno indelebile nel panorama del kidswear di lusso. Con un posizionamento consolidato come marchio premium che unisce eleganza, qualità e sostenibilità, l'azienda è pronta a intraprendere una nuova fase di crescita globale. I prossimi anni saranno caratterizzati da espansione internazionale, innovazione di prodotto e collaborazioni strategiche, con l'obiettivo di ridefinire il concetto di moda per bambini, portando il Made in Italy nel mondo e creando un impatto duraturo nel settore.



Consolidamento del canale digitale e sostenibilità

- Rafforzamento dell'e-commerce proprietario e delle vendite online su marketplace di lusso (es. Farfetch, Smallable)
- Comunicazione valoriale orientata a qualità e rispetto dell'ambiente

Espansione internazionale e retail selettivo

- Avvio di nuove partnership commerciali nei mercati esteri (focus su Estremo Oriente).
- Potenziamento della distribuzione in department store internazionali e boutique multimarca di alta gamma.
- Possibile apertura o test di shop-in-shop/corner store all'estero in località chiave

Collaborazioni strategiche e visibilità di brand

- Sviluppo di capsule collection in collaborazione con brand o designer affini (es. moda donna o footwear di lusso).
- Lancio di nuove partnership creative come quella già avviata con GIA Couture.
- Incremento della brand awareness attraverso eventi, campagne ed esperienze dedicate.

Retail diretto e innovazione Made in Italy

- Studio di apertura di flagship store monomarca internazionali in capitali della moda (es. Parigi, Londra, Dubai).
- Espansione della presenza fisica del brand fuori dall'Italia come veicolo di branding e posizionamento.
- Sviluppo di nuove linee prodotto o licenze in aree affini (baby home, profumeria infantile, ecc.) con partner specializzati.



LES LIBELLULES

PRESENTAZIONE DELL'AZIENDA

Les Libellules è uno studio stilistico artigianale con sede nel cuore del centro storico di Bologna. Qui, un team creativo fondato su solide competenze sartoriali e di design svolge diverse attività: disegno, prototipia, corsi specialistici (cucito, modisteria, ricamo, shibori, ecoprinting), consulenza stilistica e sartoriale. Lo spazio include showroom, temporary shop per brand indipendenti e offre servizi su misura per la clientela privata, eventi e aziende.

STORIA E SVILUPPO

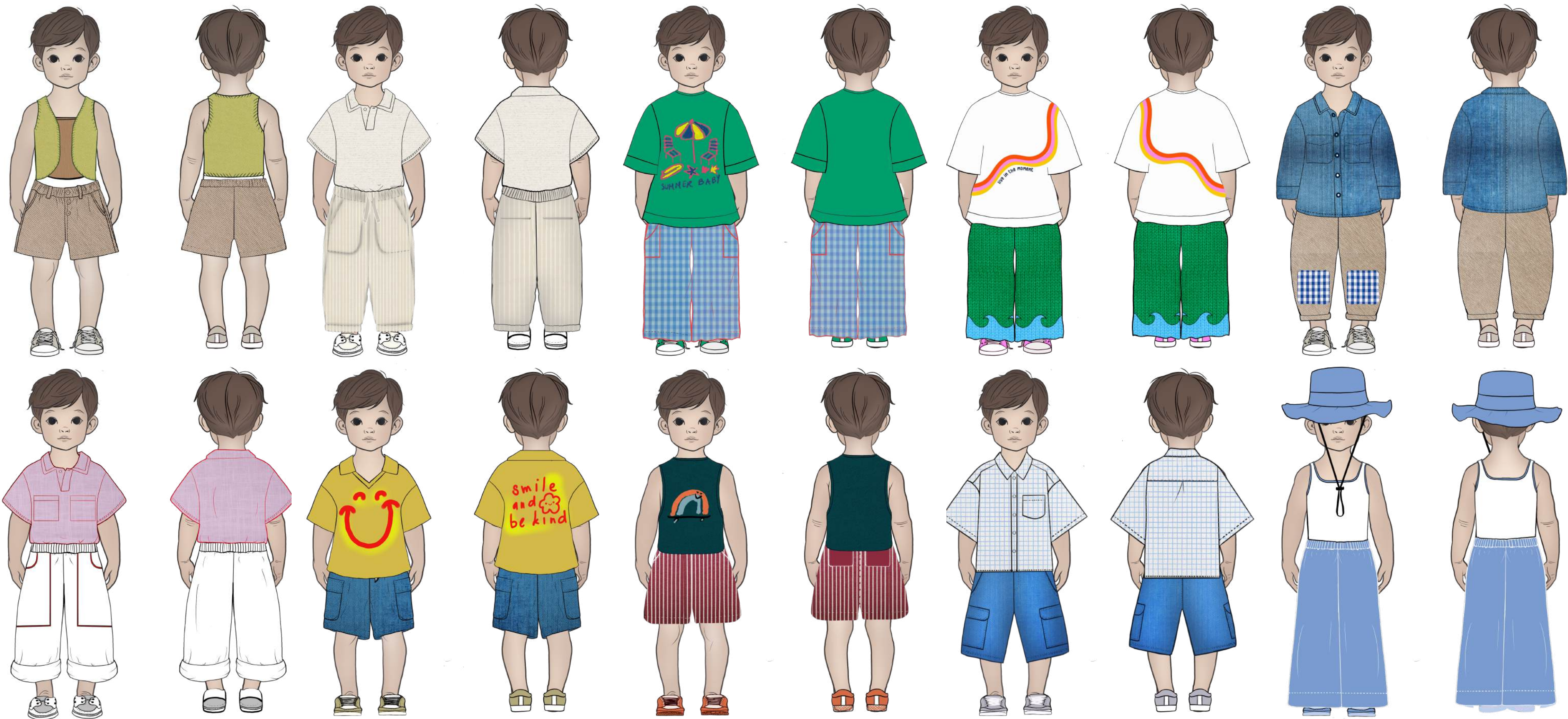
Nata nel 2010 per iniziativa di tre designer, Alice Cappelli, Paola Parenti e Isabelle Guignand, l'azienda ha consolidato la propria identità attraverso un forte orientamento etico e artigianale. Nel primo periodo si è distinta con il marchio di abbigliamento sartoriale per bambino (attivo dal 2010 al 2018), noto anche all'estero, in particolare in Giappone. L'archivio dei quaranta modelli rimane a disposizione per collaborazioni e riproposizioni. Negli anni successivi, lo studio ha perfezionato la produzione di capsule di collezione donna, utilizzando ricami déco, tessuti stampati artigianalmente e suggestioni provenienti dai viaggi e dalle esperienze creative dello staff. Da sempre impegnata nella formazione, Les Libellules organizza corsi e laboratori dai principianti ad avanzati aperti al pubblico, collaborando con professionisti italiani e internazionali.

PRODUZIONE

La produzione di Les Libellules si sviluppa in diversi ambiti, tutti accomunati da un approccio artigianale e sartoriale. Lo studio realizza abiti su misura per cerimonie, sposi, eventi e produzioni teatrali e cinematografiche, seguendo ogni fase creativa, dallo storyboard allo styling finale. Accanto ai costumi teatrali e d'epoca, confezionati secondo tagli storici, propone capsule collection donna in pezzi unici o piccole serie, realizzate anche con tecniche innovative come l'ecoprinting, che utilizza stampe vegetali su tessuti naturali. L'offerta si completa con servizi di consulenza e styling per privati e aziende, curando l'immagine coordinata e gli allestimenti scenografici.



LINE UP BIMBO





PANTONE

17-4023 TCX

Blue Heaven





PANTONE

11-4201 TCX

Cloud Dancer

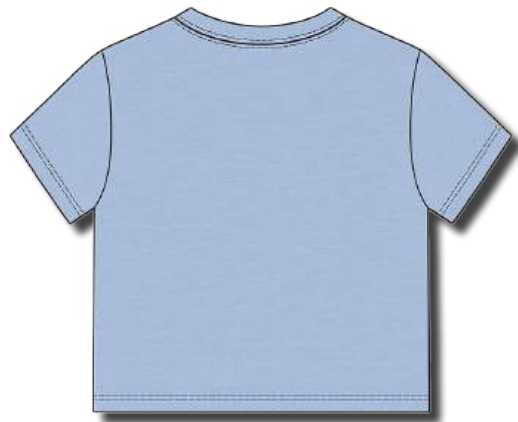
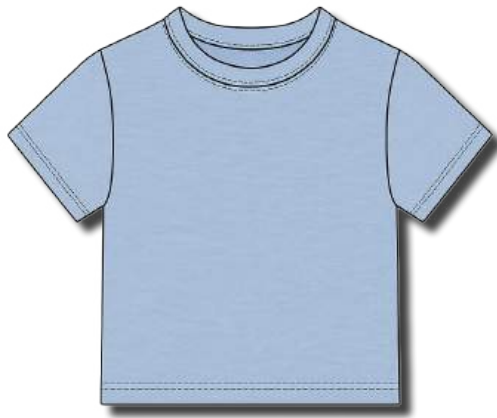
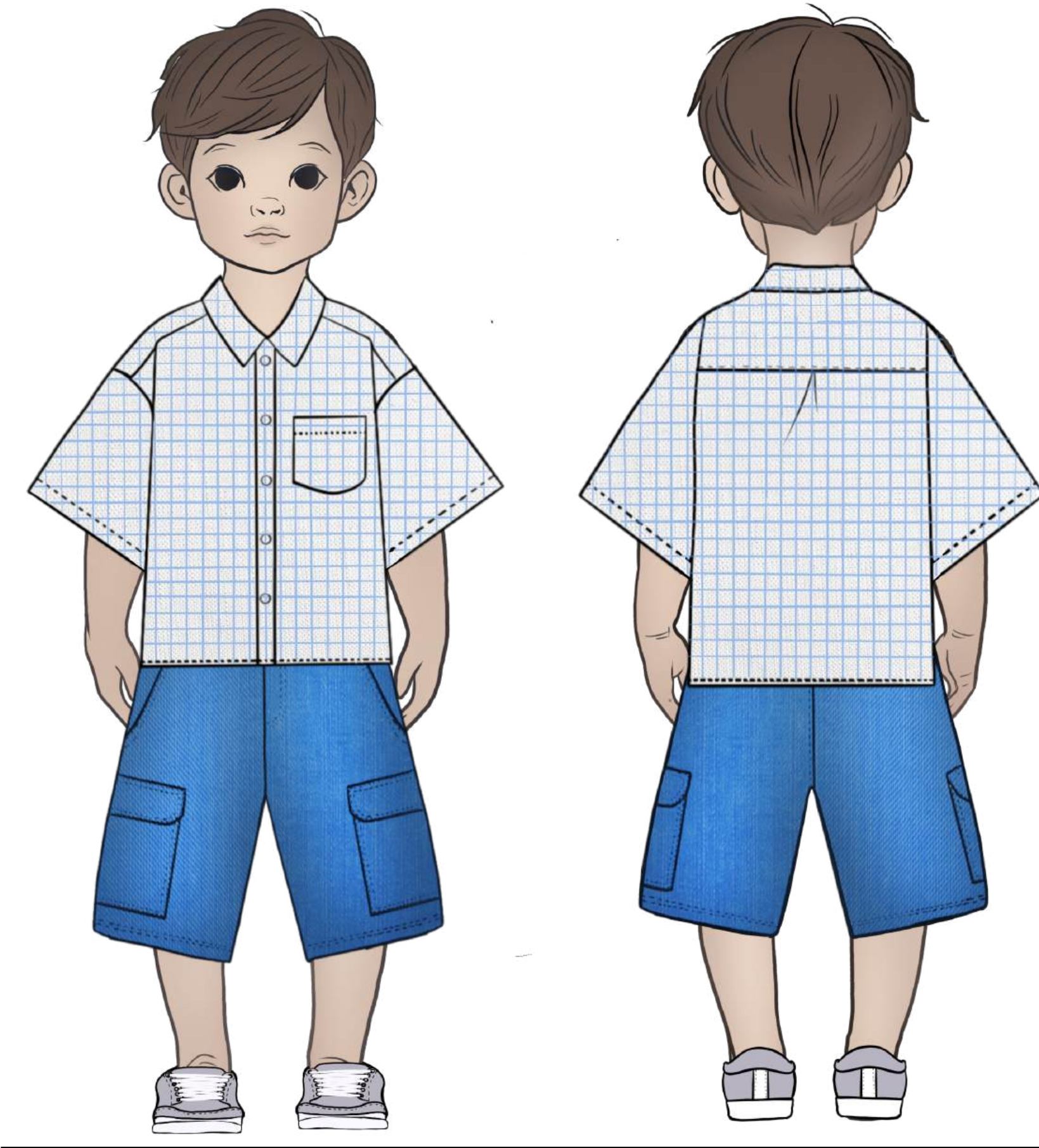
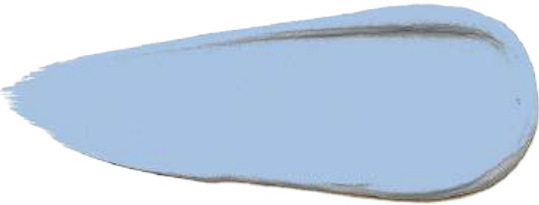




PANTONE

14-4130 TCX

Blue Frost



Denim

100% CO



Quadrettato

100% LI

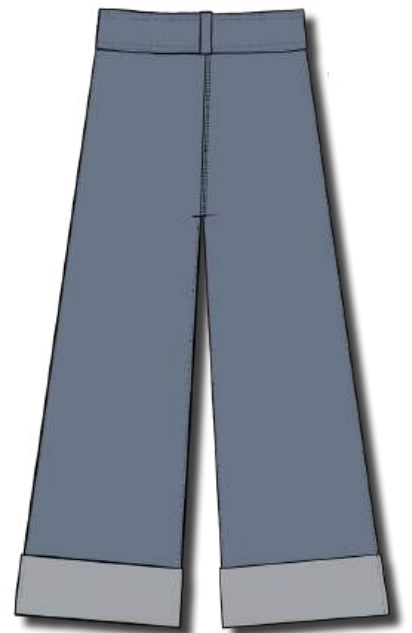
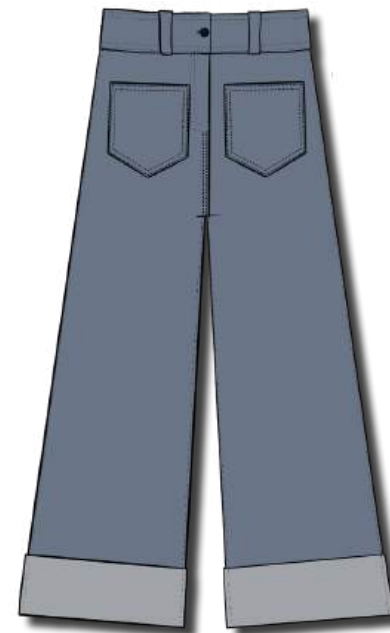
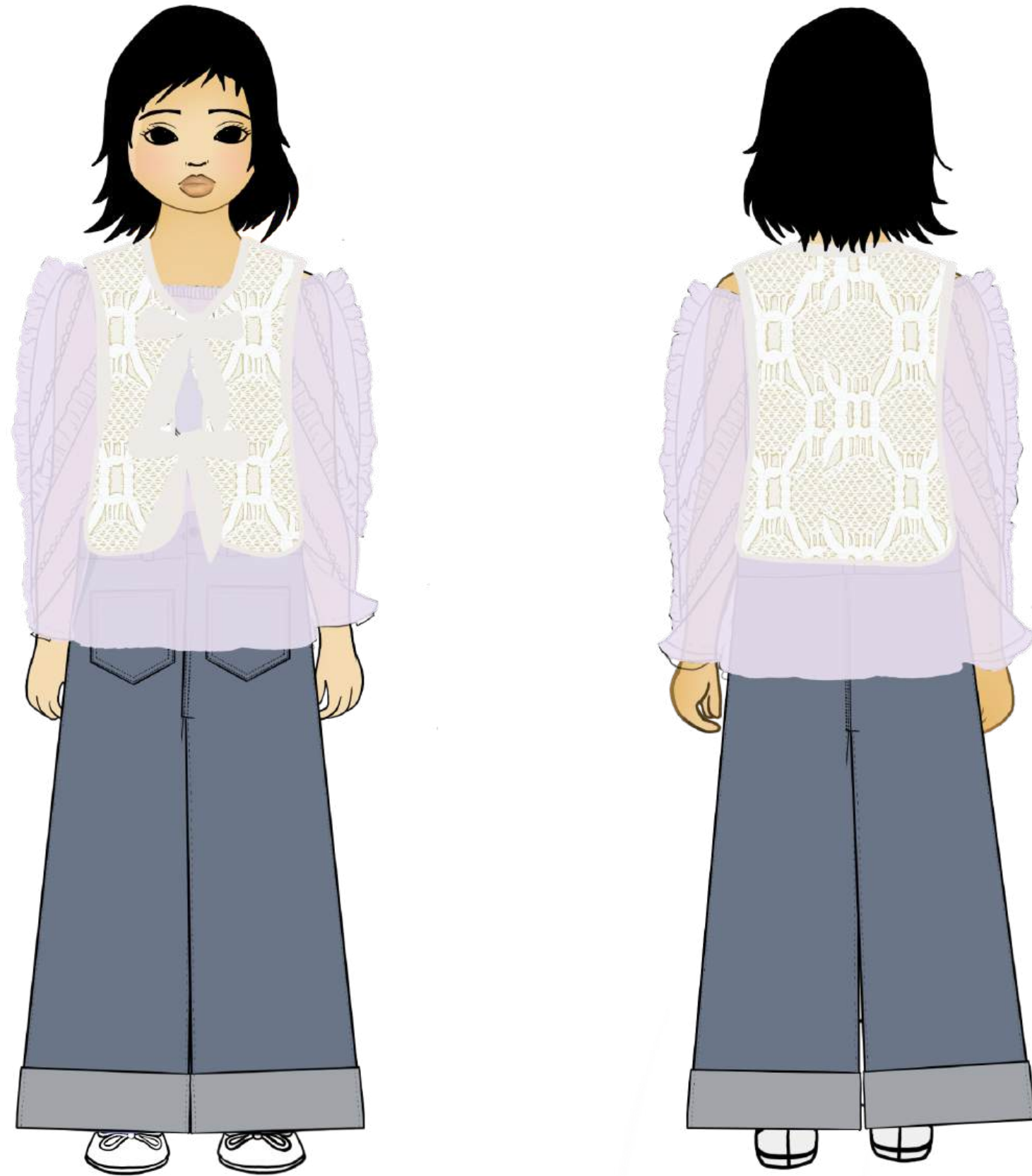


Jersey

90% CO 10% EA

LINE UP BIMBA





Denim

100% LI

Macramè



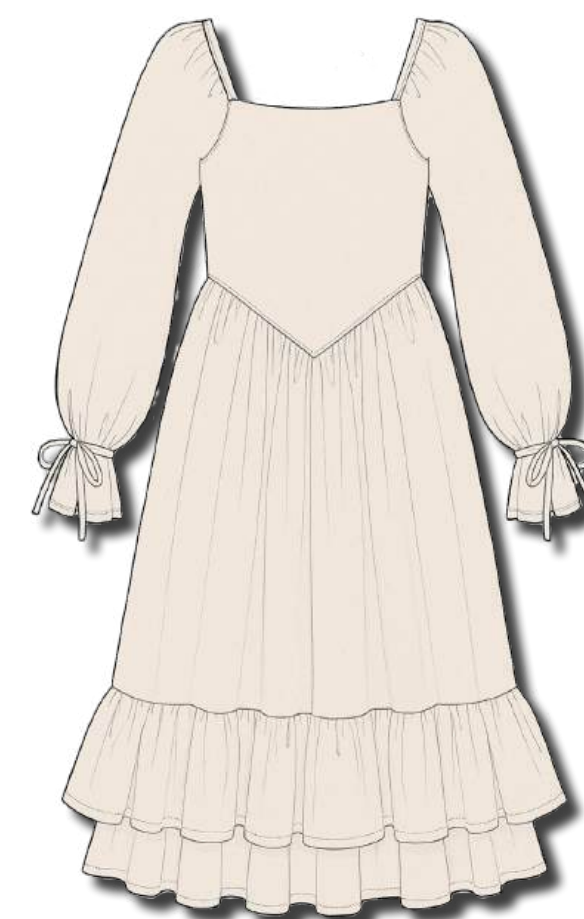
100% CO

60%CO 40% PL





PANTONE
16-1212 TCX
Nomad



Lino

100%LI

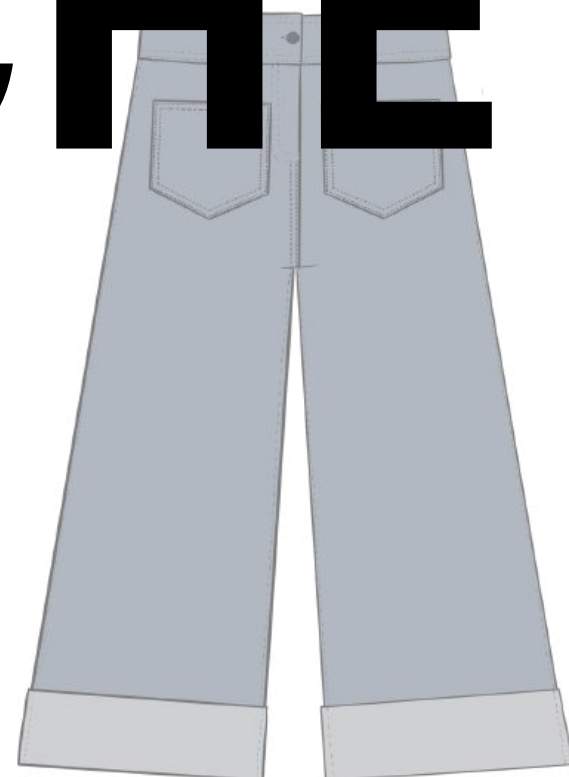
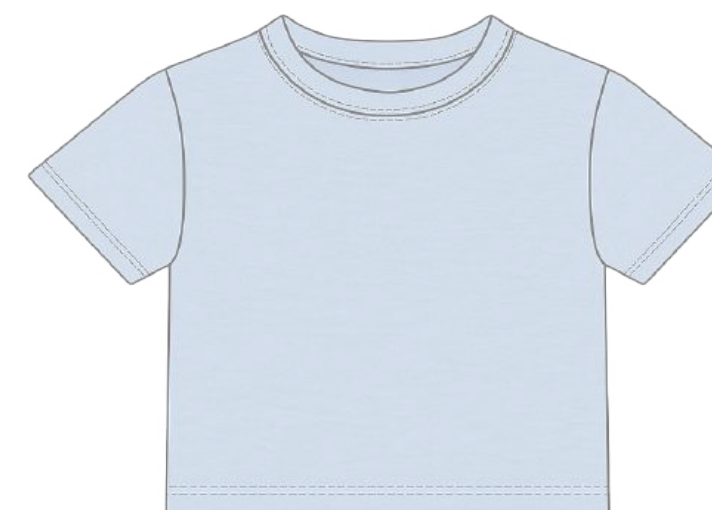
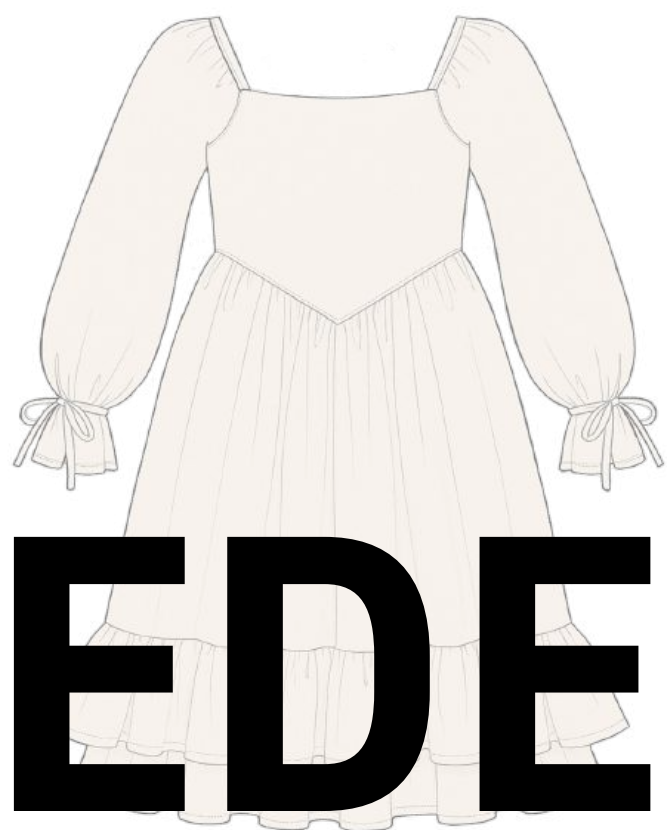


MINIATURE MODERNE | STELLA GIULIAN

les libellules

SCHEDA TECNICHE

CAPI REALIZZATI



MINIATURE MODERNE | STELLA GIULIANI

les libellules

DESCRIZIONE MODELLO: Abito stile impero

Davanti: Abito forma impero con corpino sagomato e taglio a V rovesciata sotto il seno e scollo quadrato. Maniche a sbuffo e ampie con aggiunta di nastro da annodare attorno al polso. Gonna ampia e rifinito alla fine con balze.

Dietro: è presente sul dietro una chiusura con nastro sul corpino a forma di V. Gonna più lunga sul dietro, arricciata e balzata come sul davanti.

Maniche: Lunghe a sbuffo, arricciate all’attaccatura della spalla. Rifinite al fondo con nastro annodato.

Polsi: Presenta dei nastri annodati

Colli: Scollo squadrato sia davanti che dietro.

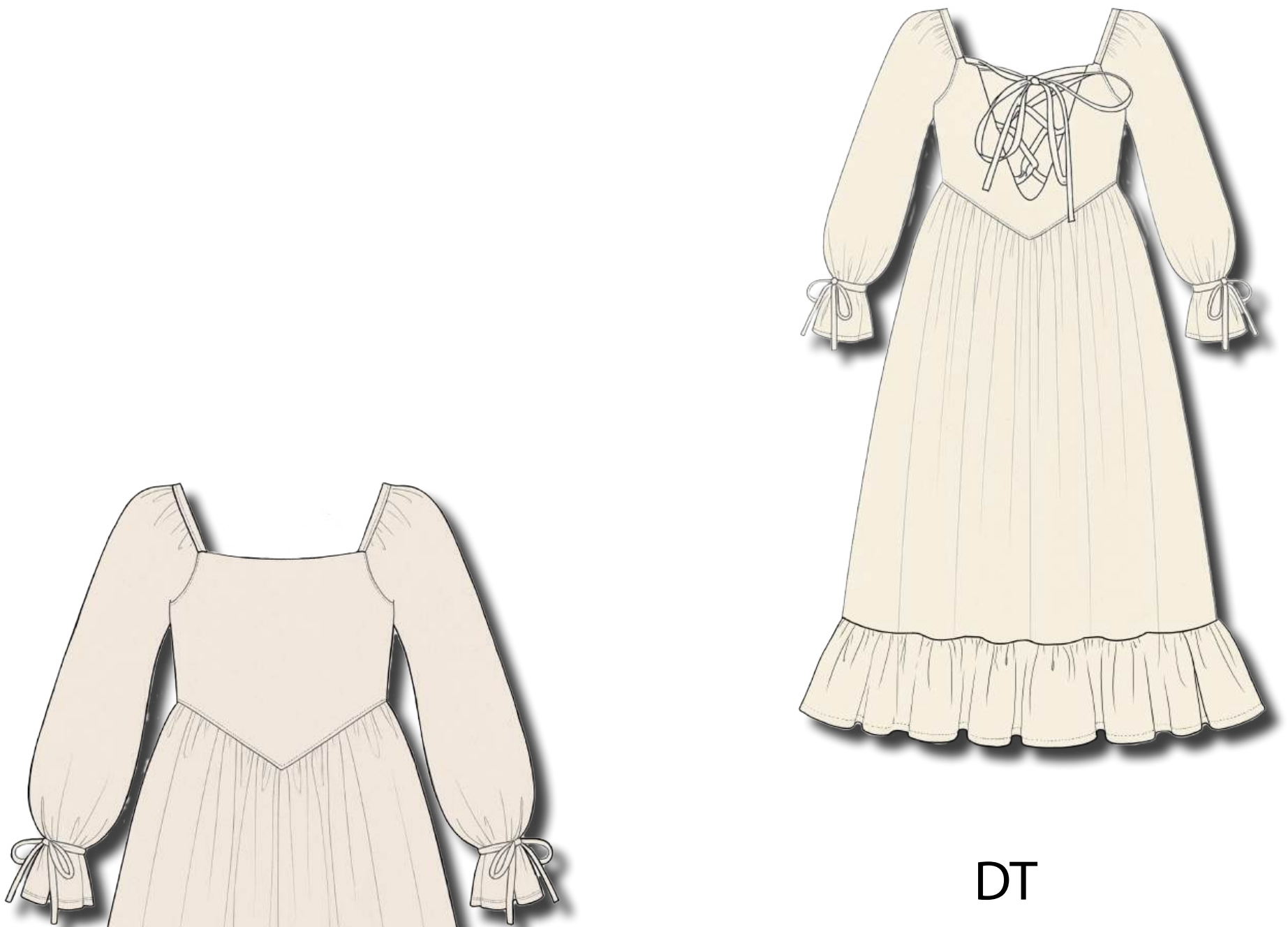
Cuciture: Cucitura lineari visibili sul davanti sul livello vita, sulle maniche a livello spalle sul fondo una doppia cucitura. Cuciture laterali su corpino e gonna. Riporta anche delle cuciture visibili sulle balze della gonna.

Impunture: Impuntura sul DV a livello vita, sulle maniche e sulle balze. Orlo rifinito con impuntura macchina.

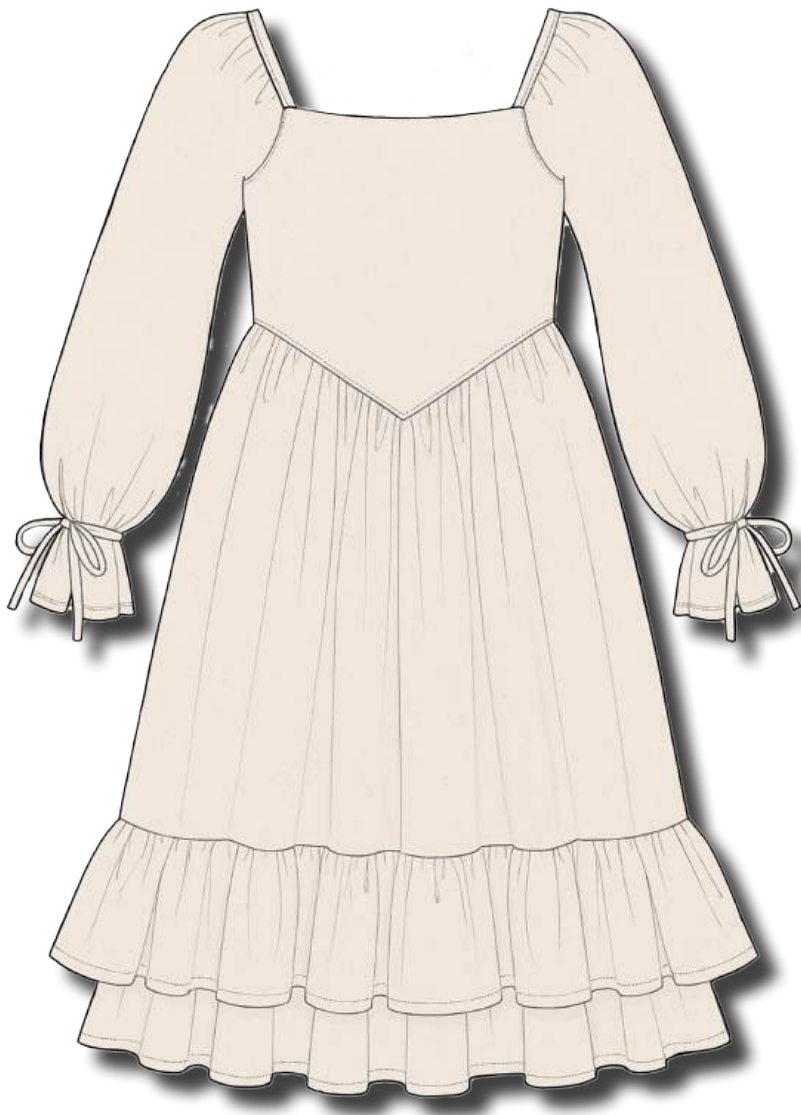
Tasche: Assenti.

Occhielli: Assenti

Sormonto: Non presente



DT



DV

DESCRIZIONE MODELLO: Bermuda cargo

Davanti: Bermuda con vita regolare e cinturino con passanti. Presenta chiusura frontale con pattina e bottone visibile. Tasche arrotondate sui fianchi. Tasche applicate laterali stile cargo con pattina su entrambe le gambe.

Dietro: Due tasche a filetto posizionate sotto la cintura. Cinturino con passanti visibili anche sul retro. Linea semplice e pulita.

Cuciture: Cuciture lineari evidenti lungo i fianchi, interno gamba e cavallo. Cucitura centrale davanti e dietro. Cuciture a doppia impuntura sulle tasche cargo, sul cinturino, sull’orlo e sui filetti posteriori.

Impunture: Impuntura singola decorativa e funzionale lungo apertura davanti, cinturino, tasche laterali e posteriori. Orlo rifinito con doppia impuntura visibile.

Tasche: 2 tasche davanti stile jeans, 2 tasche cargo applicate con pattina, 2 tasche posteriori a filetto

Occhielli: Assenti.

Sormonto: Sormonto frontale con chiusura a pattina e bottone. Chiusura zip nascosta sotto la pattina.



DV



DT

DESCRIZIONE MODELLO: Camicia quadrettata

Davanti: Camicia a manica corta con linea dritta. Collo classico con rever. Chiusura centrale frontale con abbottonatura a vista e bottoni rotondi. Presenza di un taschino applicato sul lato sinistro del petto. Tessuto con motivo a quadretti regolari. Cuciture lineari visibili lungo la chiusura, sull’attaccatura del colletto e sui fianchi.

Dietro: Carré posteriore lineare. Piega centrale al centro schiena per dare maggiore vestibilità. Orlo inferiore leggermente arrotondato. Cuciture visibili sul carré e sull'orlo.

Maniche: Maniche corte, taglio classico, con cuciture visibili sull'attaccatura e sull'orlo. Motivo a quadri continuo rispetto al corpo della camicia.

Polsi: Non presenti, finitura semplice con impuntura sul bordo manica.

Colli: Collo classico con rever, cuciture evidenti sulla base e sull’esterno del colletto.

Cuciture: Cuciture lineari visibili lungo i lati del busto, sulle maniche, sull’orlo inferiore e lungo la linea del carré. Cuciture evidenti anche lungo il centro della chiusura abbottonata.

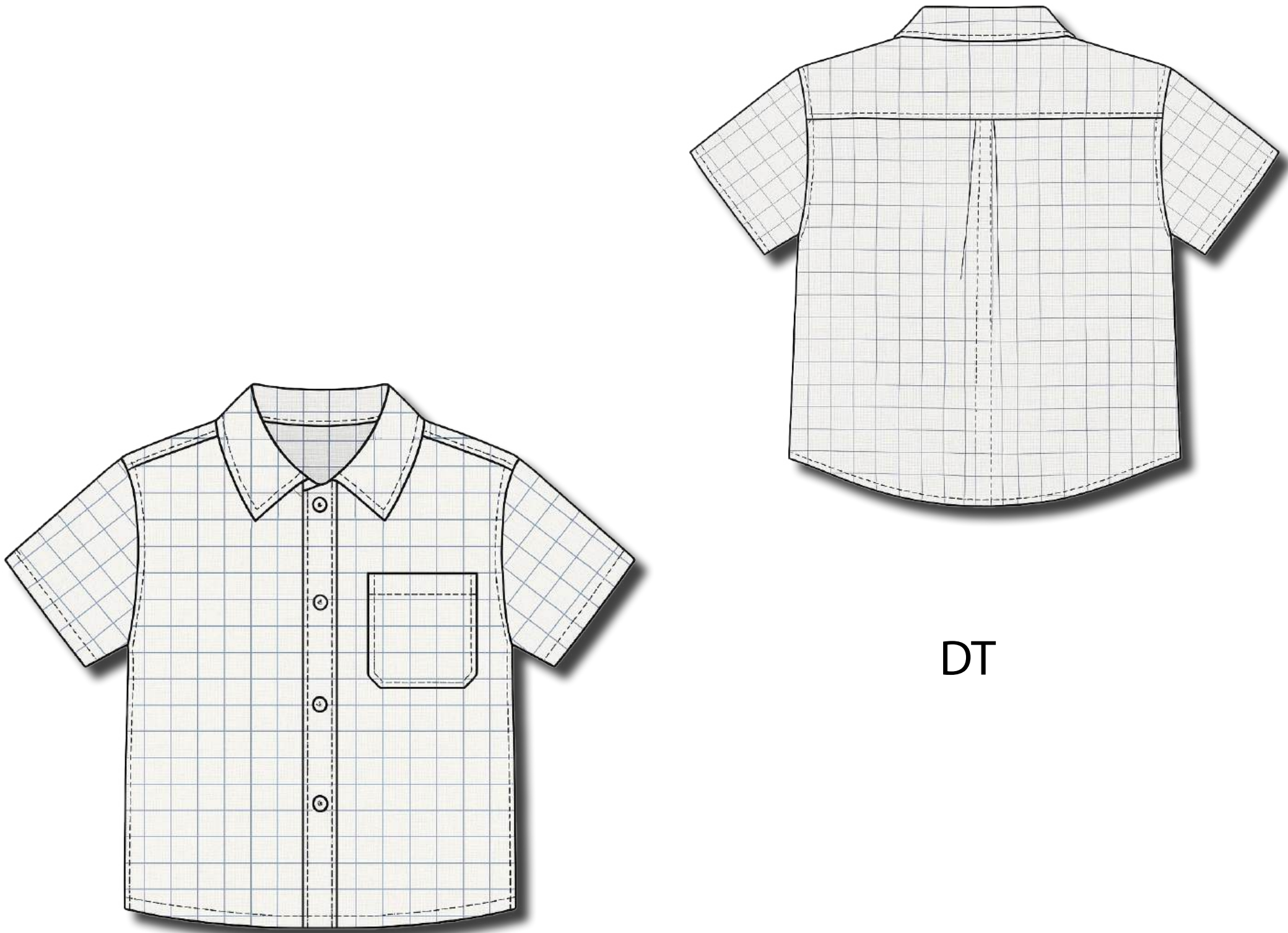
Impunture: Impunture presenti su colletto, maniche, carré e lungo il centro davanti della camicia.

Orlo: Orlo inferiore stonato rifinito con impuntura macchina.

Tasche: Presente una sola tasca applicata sul petto a sinistra con angoli inferiori leggermente stonati e cucitura visibile.

Occhielli: Presenti lungo la lista bottoni centrale davanti.

Sormonto: Presente al centro davanti per la chiusura con bottoni.



DV

DT



DESCRIZIONE MODELLO: Gilet macramè

Davanti: Gilet simmetrico senza maniche realizzato in tessuto macramè. Il centro davanti è aperto e chiuso da due fiocchi in tessuto applicati, uno in alto e uno in basso. Lo scollo è stonato a V con bordatura in tessuto a contrasto.

Dietro: Linea semplice, con stesso tessuto traforato. Scollo leggermente stonato sul retro e bordato come il davanti. Il dietro è intero, senza tagli strutturali visibili.

Maniche: Assenti, apertura rifinita con bordatura pulita.

Polsi: Non presenti.

Collo: Lo scollo è profilato con bordo in tessuto, a V davanti e leggermente arrotondato dietro.

Impunture: Impuntura visibile lungo tutto il bordo dello scollo, giromanica, fondo e apertura davanti.

Tasche: Assenti

Sormonto: Assente. Apertura centrale davanti con chiusura a fiocchi decorativi



DT

DV

DESCRIZIONE MODELLO: T-shirt

Davanti: T-shirt simmetrica dal taglio dritto con girocollo rotondo e maniche lunghe fino al gomito. Linea pulita e minimal. Lunghezza regolare, fondo diritto.

Dietro: Schiena liscia senza tagli né cuciture decorative. La struttura è continua e simmetrica come il davanti

Maniche Maniche corte classiche, attaccate con cucitura a macchina. Orlo manica rifinito con impuntura doppia

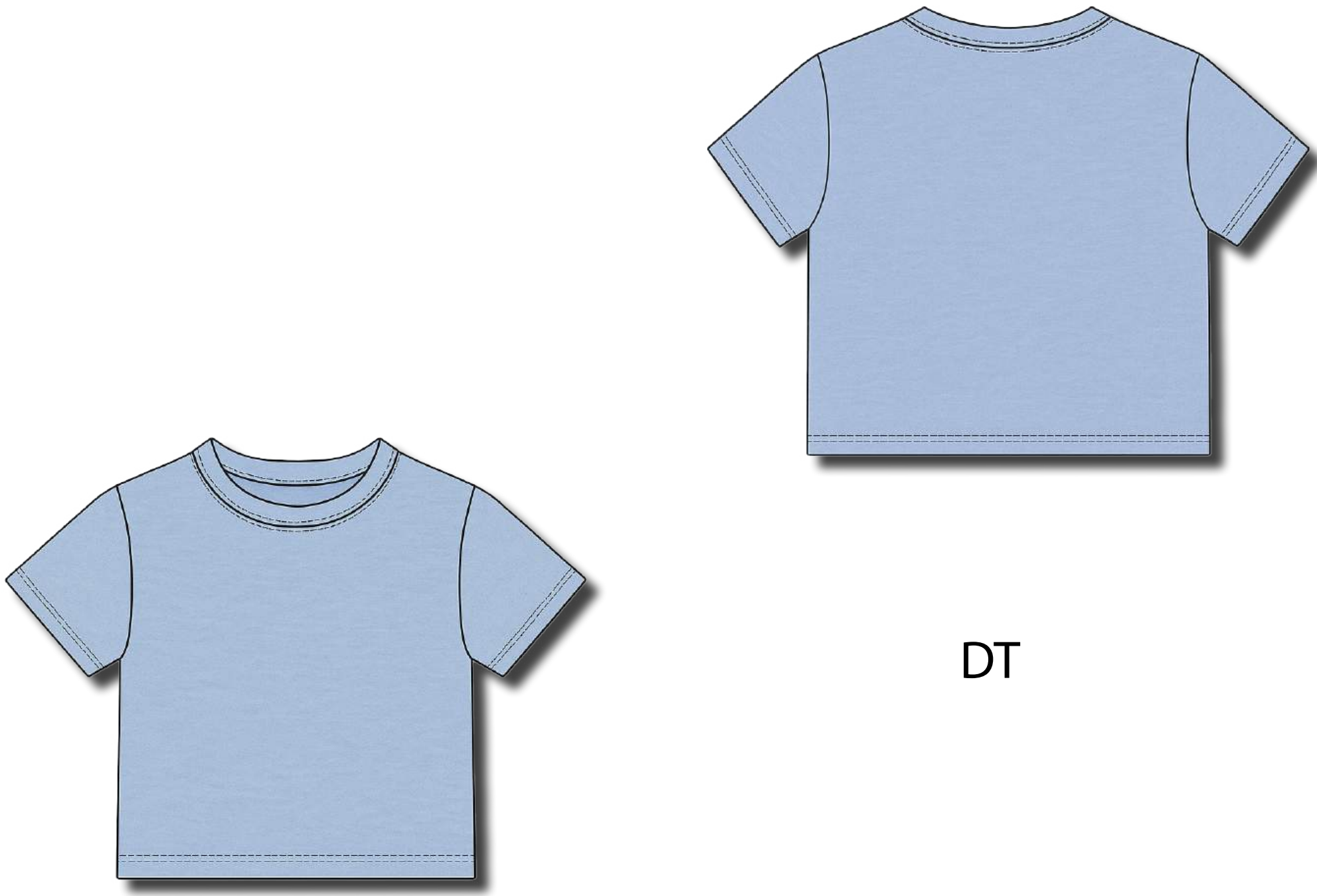
Polsi: Non presenti.

Collo: Girocollo classico con forma rotonda. Impuntura visibile lungo la base del collo.

Impunture: Doppia impuntura visibile su orlo fondo, maniche e girocollo

Tasche: Assenti

Sormonto: Assente



DV

DT



DESCRIZIONE MODELLO: Pantalone denim

Davanti: Pantalone a gamba ampia con cavallo regolare e fondo con risvolto visibile. Chiusura centrale con zip e bottone singolo. Cinturino con passanti. Presenta due tasche frontali visibili.

Dietro: Cucitura lineare sul centro dietro. Struttura del cinturino con passanti equidistanti. Linea ampia e dritta fino al fondo.

Maniche Non presenti

Polsi Non presenti.

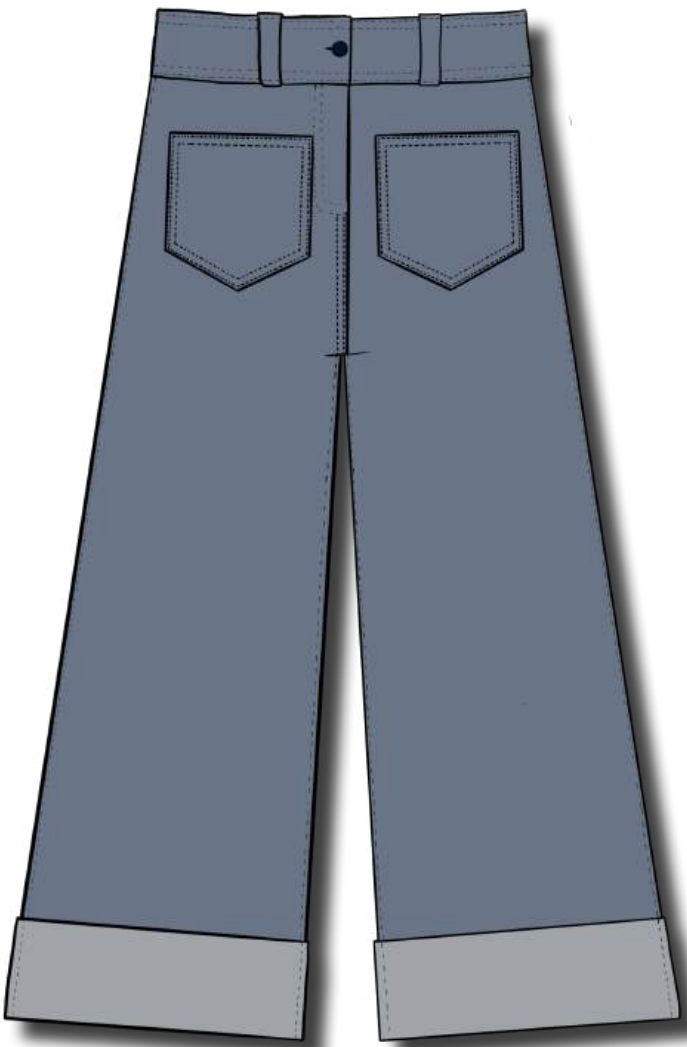
Collo: Non presente

Cuciture: Cuciture lineari interne e laterali a macchina, Cucitura centrale davanti e dietro, Doppia cucitura di rinforzo su cavallo, Cucitura applicazione tasche posteriori

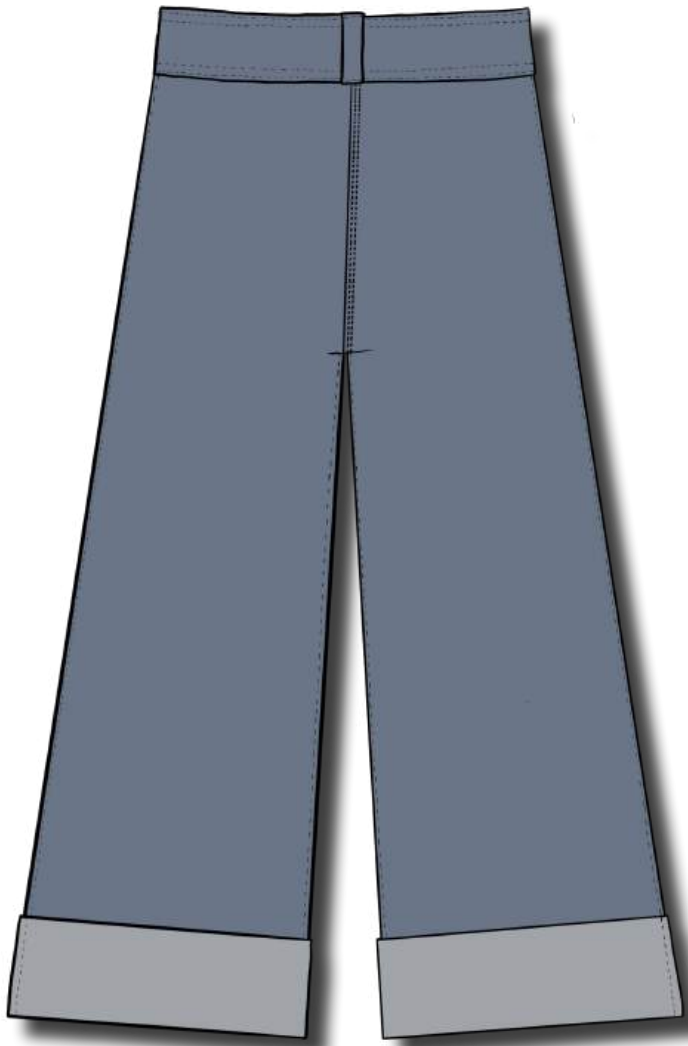
Impunture: Doppia impuntura visibile su cinturino, tasche posteriori e cuciture principali, Orlo con impuntura singola sul risvolto, Impuntura visibile sulla chiusura frontale

Tasche: 2 tasche posteriori applicate, assenza di tasche anteriori visibili

Sormonto: Sormonto anteriore con chiusura tramite zip e bottone sul cinturino.



DV



DT

DESCRIZIONE MODELLO: Blusa

Davanti: Blusa lunga fino al bacino con scollatura ampia e arrotondata con elastico inserito nel girocollo. La parte inferiore si apre in modo svasato. Le cuciture lineari verticali sagomano la linea, accentuando il movimento.

Dietro: Il dietro riprende perfettamente la costruzione del davanti. Nessuna chiusura presente. Capo da infilare.

Maniche: Maniche lunghe con arricciature evidenti su tutta la lunghezza, terminate con elastico al fondo. Lungo il centro manica è applicata una fettuccia decorativa che segue la linea arricciata, creando volume strutturato.

Polsi: Rifiniti con elastico interno che arriccia il fondo manica.

Collo: Girocollo ampio elasticizzato

Cuciture: Cuciture lineari verticali sagomate sul busto, davanti e dietro, cuciture laterali. cucitura centrale sulla manica per l’applicazione della fettuccia, orlo rifinito con cucitura a macchina

Impunture: Impuntura visibile sul fondo e sulla manche

Tasche: Non presenti

Sormonto: Non presenti



DT



DV



SHOOTING



MINIATURE MODERNE | STELLA GIULIANI

les libellules



PH: Stella Giuliani
les libellules



MINIATURE MODERNE | STELLA GIULIANI



PH: Stella Giuliani





PH: Stella Giuliani



RINGRAZIAMENTI

Desidero ringraziare la Professoressa Claudia Vanti , la mia relatrice interna, per aver creduto in questo progetto fin dall'inizio e per il supporto costante, competente e appassionato.

Un sentito grazie alla mia famiglia, per l'amore incondizionato, la pazienza e il sostegno che non mi sono mai mancati.

Ringrazio i miei amici più stretti, che hanno saputo alleggerire i momenti di difficoltà con la loro presenza e il loro affetto.

Un grazie speciale va alla mia relatrice esterna e all'azienda Les Libellule, in particolare a Alice e Isabelle dove portano tanta dedizione e passione in quello che fanno: grazie per il supporto, la collaborazione e l'esperienza preziosa nella realizzazione dei capi.

Un grazie sincero va alle bimbe, Alba e Alessandra, che hanno partecipato allo shooting, per aver contribuito con entusiasmo e spontaneità a rendere questo progetto completo e autentico: ho apprezzato moltissimo il vostro coinvolgimento.

Grazie allo IAAD, Istituto d'Arte Applicata e Design, per avermi offerto un percorso formativo stimolante, ricco di sfide, crescita e opportunità.





www.iaad.it