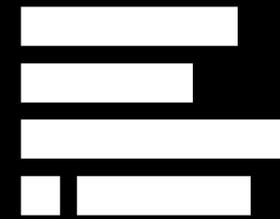


IAAD.

ISTITUTO
D'ARTE
APPLICATA
E DESIGN



FINAL WORK INDIVIDUALE

IN COLLABORAZIONE CON BENFENATI & CO

BENFENATI & CO



SHIFT STUDIO

“DESIGN E IDENTITÀ IN TRANSIZIONE: UN BRAND TRA ADOLESCENZA E MATURITÀ”

Simone Zucchi & Filippo Fraboni

CHI SIAMO



Siamo **Simone** e **Filippo**, due ragazzi nati e cresciuti a **Bologna**, con età e vissuti diversi, ma legati da un'**amicizia** nata all'università, tra **lezioni**, **progetti** e mille confronti sul nostro modo di vedere la **moda**. Siamo partiti da **percorsi lontani**, ma ci siamo trovati con lo stesso sguardo critico verso ciò che ci circonda. Da questa **visione condivisa**, è nata anche la scelta di **collaborare** per scrivere insieme la nostra tesi, mettendo in gioco idee, valori e competenze. Un sogno che, in fondo, avevamo entrambi da sempre: costruire un **brand personale**, che parli con **sincerità** e che abbia un **senso vero**, prima di tutto per noi.



CONCEPT



Durante il **passaggio** dal liceo all'università ci siamo accorti di una cosa: lo stile personale cambia, si evolve. Non si è più del tutto ragazzi, ma nemmeno ancora adulti. Si resta un po' nel mezzo, e in quello spazio di transizione è difficile trovare vestiti che parlino davvero di sé. Da questa sensazione è nata l'idea di lavorare su **capi vintage** e di seconda mano, non per modificarli nella struttura, ma per cambiarne il significato. Dargli una **nuova identità**, un nuovo ruolo. È qui che prende forma il concetto di shift: uno spostamento, un riadattamento. Un modo per raccontare qualcosa di diverso partendo da ciò che già esiste.

MISSION

Shift Studio nasce con l'obiettivo di proporre un **nuovo modo** di intendere la moda: non come **consumo veloce**, ma come processo consapevole di **trasformazione**. Ogni capo è il risultato di una scelta: recuperare, reinterpretare, dare valore. Alla base c'è la volontà di superare le logiche del fast fashion e costruire un'alternativa più umana, etica e personale.

Trasformiamo capi di seconda mano in pezzi unici, dando nuova vita a materiali già presenti, per ridurre l'impatto ambientale e promuovere un **approccio circolare** alla moda.

Ogni creazione riflette un passaggio, un cambiamento: vogliamo **accompagnare** chi indossa Shift Studio in una fase di **crescita personale**, offrendo capi che rappresentano una nuova consapevolezza estetica e culturale.



VISION

Vogliamo diventare un **punto di riferimento** per una nuova generazione che vive la moda come forma di espressione consapevole. Shift Studio nasce dal desiderio di unire design, sostenibilità e trasformazione personale, con l'obiettivo di dimostrare che esiste un **modo diverso di fare moda**: più lento, autentico e responsabile. Immaginiamo un futuro in cui ogni capo racconta una **storia**, riflette un processo e rappresenta una scelta etica. Un futuro in cui il valore non si misura nella quantità prodotta, ma nella **cura per i dettagli**, nella relazione con chi sceglie il brand e nella coerenza tra ciò che si crea e ciò che si comunica.



La nostra visione è dar vita a un **laboratorio creativo** stabile, in cui l'artigianato dialoga con la cultura contemporanea. Un luogo in evoluzione costante, che mantiene saldi i propri principi: **produzione limitata, recupero delle risorse, trasparenza nei processi e relazione diretta** con la propria community. Non intendiamo semplicemente vendere abiti, ma costruire uno spazio dove design, memoria e trasformazione si intrecciano in un'**identità solida** e riconoscibile nel tempo.



VALUES

SOSTENIBILITÀ

Crediamo in una sostenibilità concreta e applicata: partiamo da capi già esistenti e li trasformiamo in pezzi unici, riducendo sprechi e impatto ambientale, senza scendere a compromessi sulla qualità o sull'identità del prodotto.

AUTENTICITÀ

Mostriamo ogni fase del nostro lavoro in modo diretto e senza filtri. Crediamo che la fiducia si costruisca attraverso la trasparenza, raccontando ciò che facciamo con chiarezza e coerenza.

COMUNITÀ

Non costruiamo solo un brand, ma una relazione autentica. Coinvolgiamo chi ci segue, ascoltiamo con attenzione, dialoghiamo in modo aperto e diamo valore a ogni contributo ricevuto.

ARTIGIANALITÀ

Ogni capo nasce da un lavoro manuale, preciso e personale. Nessuna produzione industriale: solo cura, tempo e attenzione ai dettagli, per valorizzare ogni fase del processo.

IDENTITÀ IN EVOLUZIONE

Mostriamo ogni fase del nostro lavoro in modo diretto e senza filtri. Crediamo che la fiducia si costruisca attraverso la trasparenza, raccontando ciò che facciamo con chiarezza e coerenza.

RICERCA

Non costruiamo solo un brand, ma una relazione autentica. Coinvolgiamo chi ci segue, ascoltiamo con attenzione, dialoghiamo in modo aperto e diamo valore a ogni contributo ricevuto.



INSIGHT

85%

MODA COME RACCONTO

85% dei giovani si fida di più dei brand che mostrano il dietro le quinte. Vogliono vedere mani, processi, errori: la verità prima dell'estetica.

Fonte: **IDM Alto Adige** – Gen Z: il valore del dietro le quinte nella comunicazione di marca, 2023.

92%

VOGLIA DI UNICITÀ

Il 92% dei Gen Z dichiara che l'autenticità del brand è più importante del logo.

Fonte: **Roundabout Pro** – Gen Z e brand: tra autenticità e connessione reale, 2024.

50 K

INTERESSE CRESCENTE

+50k post su Instagram con l'hashtag #upcycling. I contenuti legati al riuso creativo crescono ogni mese: è una community globale.

Fonte: Monitoraggio Instagram via **Later.com** e **Socialinsider** – dati aggiornati al 2024.

70%

SOSTENIBILITÀ COME SCELTA

70% dei consumatori 20–30enni considera l'impatto ambientale prima di comprare. L'upcycling non è più una nicchia, è un criterio di valore.

Fonte: **McKinsey & Company** – Consumi e sostenibilità nelle nuove generazioni, 2024.



BRAND DISCOVERY



PERCHÉ “SHIFT”?

Il nome racchiude la nostra essenza: cambiamento. “Shift” è movimento, **transizione**, trasformazione. Ogni nostro capo è la traccia concreta di questo passaggio. Recuperiamo qualcosa di esistente e lo portiamo oltre, lo **spostiamo** in un nuovo tempo, in una nuova forma, in una nuova identità. In questo processo non solo evitiamo sprechi, ma creiamo relazioni vere con chi ci fornisce i capi, con chi lavora con noi, con chi crede in questo approccio. Ogni pezzo porta con sé una **storia**: noi vogliamo rispettarla, trasformarla, e farne nascere una nuova. Un’emozione, un legame. Un capo che non è solo da indossare, ma anche da capire.

PERCHÉ LA “T” STACCATA?

La scelta di staccare la “T” in “Shif T Studio” è stilistica ma non casuale. La T rappresenta la **soglia**, lo scarto, il momento esatto del cambiamento. Una pausa visiva, un'interruzione netta tra ciò che era e ciò che sta diventando. È un **segno grafico** che dà corpo al nostro concetto di shift: non solo spostare, ma anche spezzare, spostare il punto di vista, cambiare direzione. Una lettera distaccata per marcare una trasformazione.

PERCHÉ “STUDIO”?

Abbiamo scelto di inserire la parola “Studio” nel nome perché tutto è nato lì. La nostra tesi, il nostro progetto, le nostre idee hanno preso forma nella casa del cugino di Simone, che è diventata il nostro punto fisso di lavoro. Quello spazio è stato, di fatto, il nostro primo studio. Un luogo semplice, ma fondamentale: ci abbiamo lavorato ogni giorno, discusso, sperimentato, definito il nostro metodo.



LOGOTIPO

Per il logotipo del brand, è stato scelto un carattere che rappresenta una combinazione perfetta di eleganza e modernità. Il carattere esprime la capacità di coniugare semplicità e avanguardia. Le sue forme rigide ma fluide si prestano a creare un'identità visiva che comunica autorevolezza senza risultare opprimente, ed eleganza senza scivolare nell'eccesso decorativo. Un logo semplice, ma fondamentale.



SHIF T STUDIO

SHIF T STUDIO

LOGOTIPO : AREA DI RISPETTO

L'area di rispetto, cioè lo spazio intorno al logo in cui è consigliato non inserire altri elementi grafici, è stata definita prendendo come riferimento l'altezza della lettera "o" minuscola (x).



TIPOGRAFIA

Per il logotipo del brand è stato scelto il font Hiragino Kaku Gothic StdN W8, un sans-serif giapponese caratterizzato da linee pulite, struttura geometrica e un equilibrio visivo solido. La sua estetica minimalista lo rende versatile e raffinato, perfetto per rappresentare un brand che punta su qualità e design essenziale. La scelta è stata ispirata dall'identità visiva di marchi come Comme des Garçons, noti per l'equilibrio tra semplicità e avanguardia. Hiragino Kaku richiama proprio quella essenzialità, dove il carattere tipografico diventa parte integrante della filosofia del brand, senza mai risultare decorativo o eccessivo. Il peso W8 aggiunge forza e impatto visivo, mantenendo allo stesso tempo armonia e fluidità nelle forme. Questo permette al logo di essere chiaro, riconoscibile e coerente con l'approccio grafico del progetto: pulito, diretto, preciso.

STDN

W8

HIRAGINO KAKU GOTHIC

HIRAGINO KAKU GOTHIC



ELEMENTI GRAFICI : SIMBOLOGIA

Il nostro logo prende ispirazione dalla **girella**, un elemento semplice ma ricco di significato. La sua forma circolare, con linee concentriche che si intrecciano, richiama il **movimento continuo**, la **ciclicità della vita** e il **passare del tempo**. Non è una scelta solo estetica, ma concettuale: la girella rappresenta la nostra visione della moda come qualcosa di dinamico e in evoluzione. Un approccio che accoglie le differenze e guarda sempre avanti, aperto ai cambiamenti del mondo che ci circonda.



SHIF T STUDIO 



TARGET DI RIFERIMENTO

Il nostro pubblico principale è composto da giovani **tra i 19 e i 22 anni**, una fascia d'età in cui si manifesta un **cambiamento profondo** nell'identità personale e nello stile. È il momento in cui si smette di vestirsi **“per appartenere”** e si comincia a scegliere cosa rappresenta davvero chi siamo. Sono studenti **universitari, giovani freelance o creativi** che vivono tra città dinamiche e centri culturali. Frequentano mostre, mercatini, concept store e spazi ibridi tra arte, moda e società. Usano la moda come linguaggio, ma rifiutano il consumo veloce. Cercano autenticità, pezzi unici, **storie vere**. Il loro stile di acquisto è attento, selettivo: **comprano poco**, ma **scelgono con cura**. Amano il vintage, il second hand curato, i progetti indipendenti. Spendono mediamente tra i 300 e i 500 euro al mese per la moda, spesso in modo frammentato tra piccoli acquisti e investimenti su capi di valore. Usano Instagram e TikTok non per seguire i trend, ma per scoprire idee nuove, progetti alternativi, narrazioni originali. Amano sentirsi parte del processo, vedere il dietro le quinte, capire chi c'è dietro un brand. Hanno una forte attenzione alla sostenibilità, ma odiano il greenwashing. Accanto al core target (19–22), ci rivolgiamo anche a una fascia più ampia 25–30 anni, con maggiore potere d'acquisto ma valori simili: gusto per la ricerca, attenzione all'artigianato, sensibilità culturale e ambientale.



ETÀ: 21

GENERE: MASCHIO

CITTÀ : MILANO

PAESE: ITALIA

Luca, 21 anni, vive a Milano e studia Design della Comunicazione. Lavora part-time in un concept store di moda indipendente e nel tempo libero visita mostre, fotografa oggetti di design e cerca ispirazione tra libri e riviste. È molto attivo su Instagram e TikTok, dove non segue i trend di massa ma ricerca brand con un'identità chiara e personale. Compra abiti principalmente su Depop, Vinted e nei mercatini locali: vuole pezzi unici, con stile minimale e contenuto. Ha un budget di circa 300 euro al mese, che spende con attenzione. Per lui, ogni capo deve raccontare qualcosa ed essere diverso da ciò che vede indosso agli altri.



ANALISI CONCORRENZA : POSIZIONAMENTO

@GENTILEMILANO

Brand italiano indipendente che lavora con tessuti riciclati e produzione locale. Estetica curata, comunicazione semplice e forte attenzione alla community. Competitor per approccio artigianale e storytelling diretto.

@ARCHIVIO MILANO

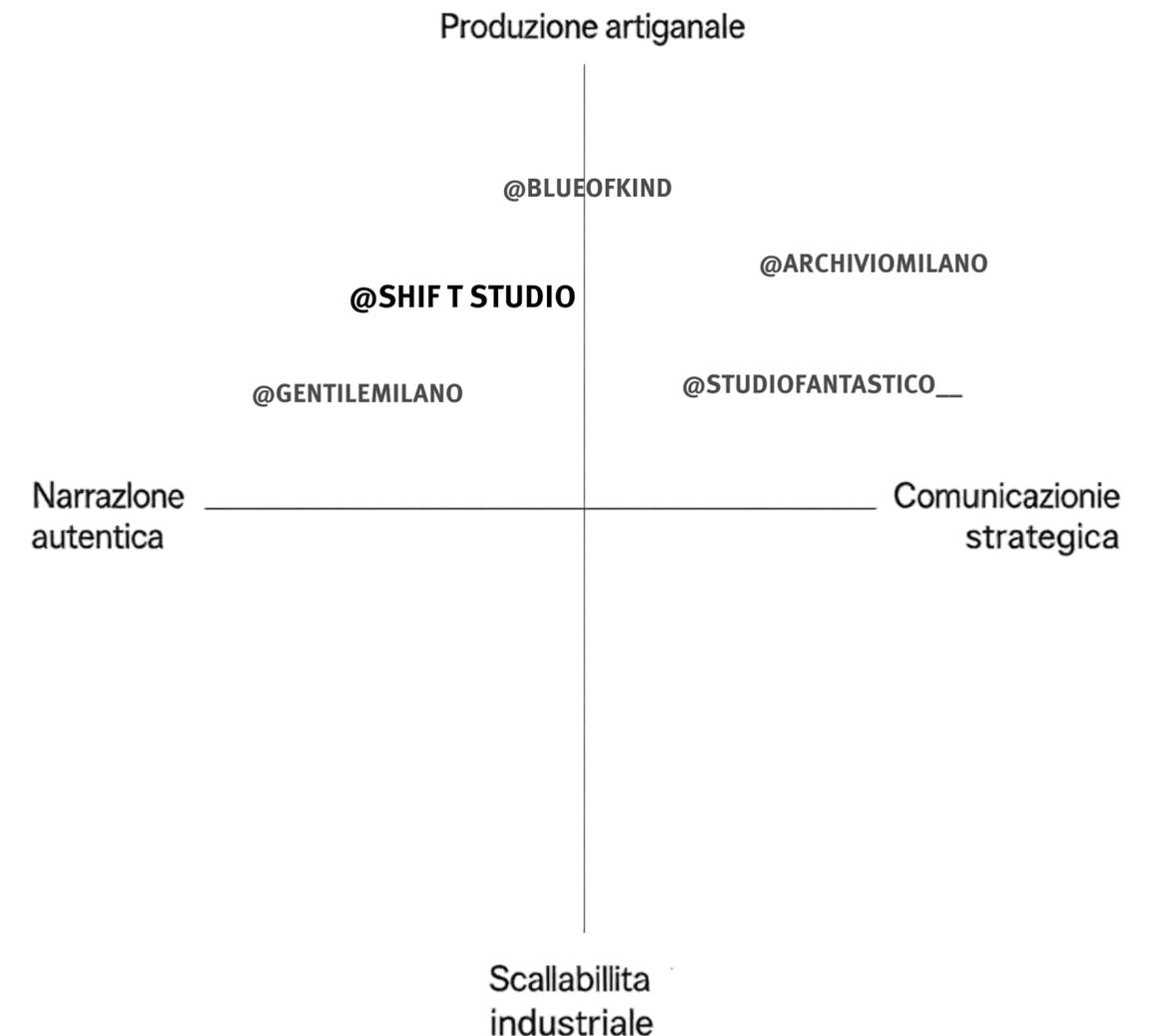
Brand che seleziona e rielabora pezzi vintage con un'identità forte e contenuti visivi impattanti. Competitor per estetica fashion e uso creativo del second hand.

@BLUEOFKIND

Marchio italiano di upcycling denim, con forte attenzione alla tracciabilità e all'impatto ambientale. Competitor sul lato "trasformazione del già esistente" e posizionamento etico.

@STUDIOFANTASTICO__

Progetto giovane che lavora su capi unici upcycled con estetica minimale e contenuti social veri, intimi, coerenti. Molto vicino per spirito e pubblico. Competitor diretto su Instagram.



ANALISI SWOT

PUNTI DI FORZA (STRENGTHS)

Identità autentica e distintiva, costruita su valori reali e riconoscibili.

Approccio artigianale e sostenibile, con focus su upcycling e produzione limitata.

Forte coerenza tra concept, comunicazione e prodotto.

Comunicazione diretta, umana e trasparente, efficace soprattutto sui canali social.

OPPORTUNITÀ (OPPORTUNITIES)

Crescente interesse verso la moda rigenerativa, il design consapevole e il made in Italy indipendente.

Domanda di produzione locale, tracciabile e su piccola scala.

Evoluzione dei comportamenti d'acquisto delle nuove generazioni (Gen Z e Millennials) verso scelte etiche.

Possibilità di costruire una community attorno al brand, attiva e coinvolta, tramite storytelling e canali digitali.



PUNTI DI DEBOLEZZA (WEAKNESSES)

Limitata capacità produttiva legata al carattere artigianale (bassa scalabilità).

Assenza di una struttura aziendale consolidata (logistica, customer service, operations).

Dipendenza dalle risorse individuali e da forniture non sempre stabili (materiali second-hand).

Difficoltà nel posizionarsi con prezzi sostenibili per il cliente ma redditizi per il brand.

MINACCE (THREATS)

Rischio di greenwashing da parte di grandi marchi che utilizzano strategie simili solo a livello comunicativo.

Difficoltà nel mantenere visibilità stabile in un mercato saturo di micro-brand emergenti.

Inflazione dei costi (tessuti, trasporti, promozione digitale) che può rendere difficile l'equilibrio economico.

Percezione del second-hand ancora non pienamente accettata da una parte del pubblico mainstream.



STRATEGIA MARKETING

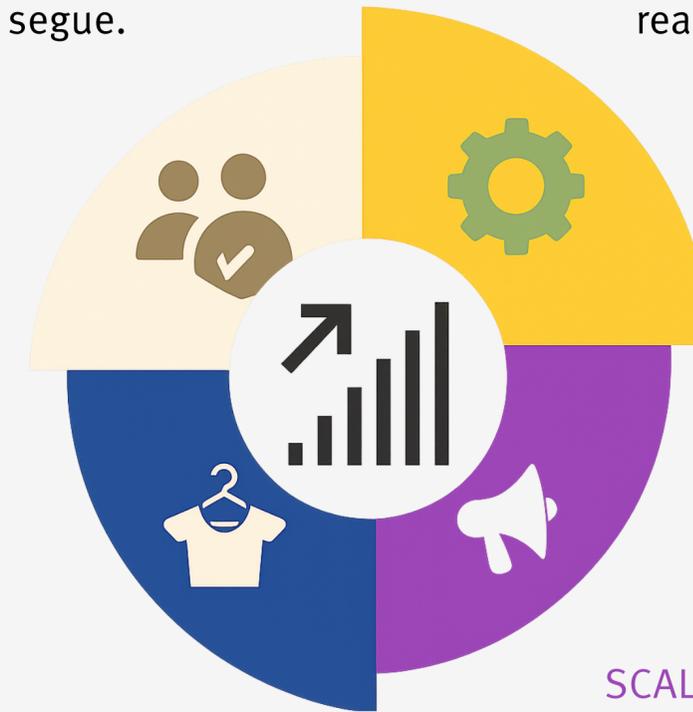
La strategia di Shift Studio si basa su una **comunicazione trasparente**, umana e coerente con l'identità del brand. Parliamo attraverso il **processo**, non solo il prodotto: ogni capo è raccontato, ogni contenuto nasce da esperienze reali. Ci muoviamo su **piccola scala**, con attenzione ai dettagli e una relazione diretta con chi ci segue. L'obiettivo non è solo vendere, ma **costruire fiducia**, coinvolgere una community consapevole e valorizzare il design responsabile.

TRASPARENZA E UMANITÀ

Parliamo in modo chiaro e sincero. Mostriamo chi siamo davvero, creando un legame autentico con chi ci segue.

FOCUS SUL PROCESSO

Non raccontiamo solo il prodotto finale, ma tutto quello che c'è dietro: idee, scelte, mani che lo realizzano.



ESPERIENZE REALI

Ogni contenuto nasce da momenti vissuti. Usiamo storie vere, non costruite, per raccontare il nostro lavoro.

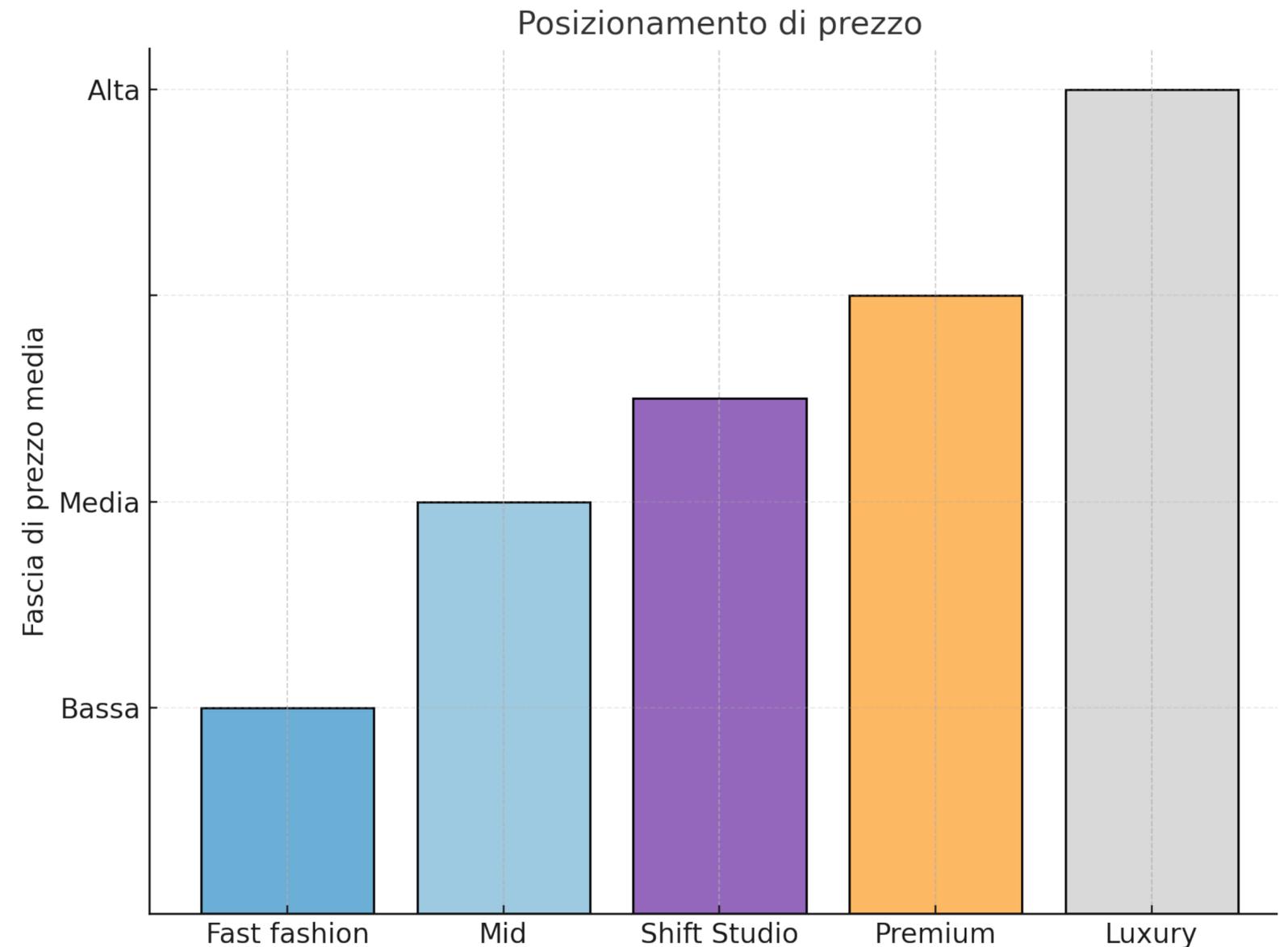
SCALA RIDOTTA E ATTENZIONE AI DETTAGLI

Produciamo poco, con cura. Ogni capo è pensato, ogni dettaglio conta. Siamo vicini a chi ci sceglie.



STRATEGIA DI PRICING

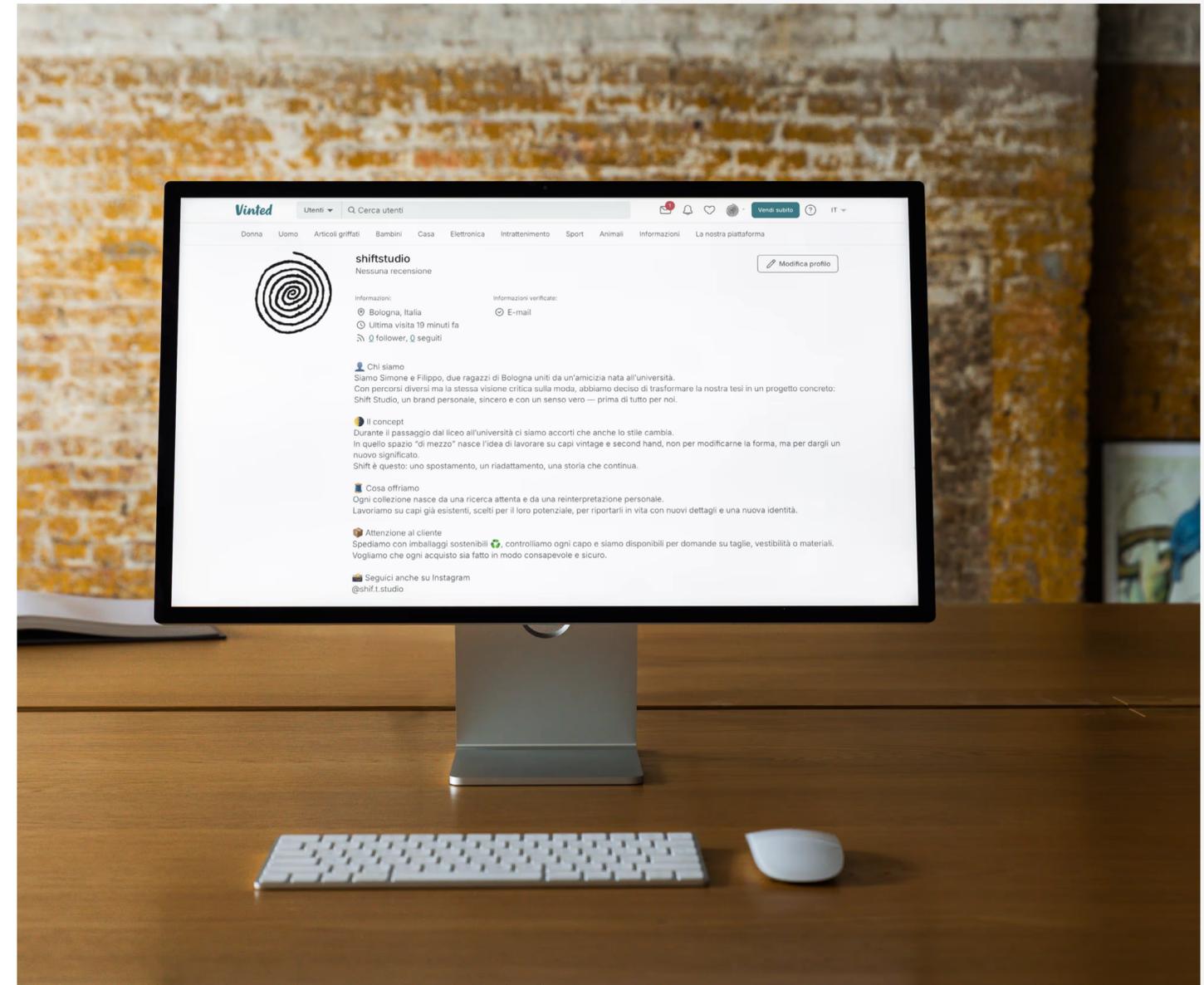
Shift Studio adotta un approccio **value-based**, posizionandosi nella fascia tra mid e premium. I prezzi sono definiti in base al **valore percepito**, considerando unicità, artigianalità e coerenza concettuale. La produzione si basa su capi preesistenti **selezionati** da mercati second-hand o archivi personali, trasformati attraverso un processo sartoriale mirato. La vendita è **diretta**, senza intermediari, per garantire margini sostenibili e trasparenza. Ogni capo viene venduto **singolarmente**, con un prezzo pensato per sostenere l'intero processo creativo, mantenendo l'accessibilità per il target di riferimento. La strategia punta a un equilibrio tra valore culturale, sostenibilità economica e accessibilità reale.



DISTRIBUZIONE : CANALI DI VENDITA

Shift Studio adotta inizialmente una strategia monocanale, basata sulla vendita esclusiva tramite **Vinted**. La piattaforma viene scelta per la semplificazione dei **processi logistici**, permettendo una **gestione diretta** ma snella delle spedizioni da parte del team interno. La logistica è organizzata internamente, con supervisione del confezionamento, controllo qualità e comunicazione cliente, mentre Vinted agevola la fase di consegna attraverso strumenti automatizzati.

In una fase successiva, è previsto lo sviluppo di un **e-commerce proprietario**, che consentirà maggiore controllo sul posizionamento, sulla narrazione del prodotto e sull'esperienza utente. La strategia distributiva privilegia un approccio graduale, sostenibile e in linea con l'identità indipendente del brand.



PACKAGING

Il **packaging** è progettato in ottica **sostenibile**, utilizzando cartone certificato FSC. La scelta di materiali riciclabili e a basso impatto ambientale riflette l'impegno del brand verso una filiera responsabile.

All'interno della confezione è incluso un **packaging insert**: un **biglietto stampato su carta riciclata**, pensato per ringraziare personalmente ogni cliente. Ogni biglietto è completato con una **dedica scritta a mano**, che valorizza il gesto dell'acquisto e rafforza il rapporto diretto tra brand e consumatore. Questa attenzione alla relazione e al dettaglio è parte integrante della nostra identità, che punta a creare un'esperienza curata, umana e coerente con i suoi valori.



THANK YOU

for choosing us

Grazie Luca per il tuo acquisto e per aver scelto Shift Studio. Speriamo che il capo ti accompagni a lungo.

A presto! — Shift Studio



PIANO DI COMUNICAZIONE

Shift Studio adotta una strategia comunicativa integrata, fondata su **coerenza visiva** e **tono autentico**. Instagram e TikTok - il brand mantiene uno stile uniforme, con palette, immagini e grafica coerenti. Il tono di voce è diretto, concreto e allineato ai valori del progetto, favorendo un **rapporto di fiducia** con il pubblico. La comunicazione è costruita attraverso lo **storytelling**: ogni collezione viene raccontata anche nel processo, mostrando spesso il dietro le quinte. Questo approccio rende il brand più umano e rafforza il legame emotivo con la community, incentivando interazione e coinvolgimento attivo



BRAND TONES & VOICES

DIRETTO, NON COSTRUITO

Usiamo un linguaggio semplice, chiaro e sincero. Parliamo come siamo, senza slogan vuoti o frasi da pubblicità. Vogliamo che chi ci legge senta la voce reale di chi crea, non quella di un ufficio marketing.

UMANO, NON DISTACCATO

Ci rivolgiamo alle persone con empatia e ascolto. Ogni messaggio è un invito al dialogo, non un annuncio. Rispondiamo, raccontiamo, condividiamo. Vogliamo costruire relazioni, non vendite veloci.

CONSAPEVOLE, NON MORALISTA

Parliamo di sostenibilità con onestà, senza superiorità. Non puntiamo il dito, non insegniamo lezioni. Mostriamo ciò che facciamo, i nostri limiti e i nostri sforzi. Il cambiamento per noi parte dalla pratica, non dalla predica

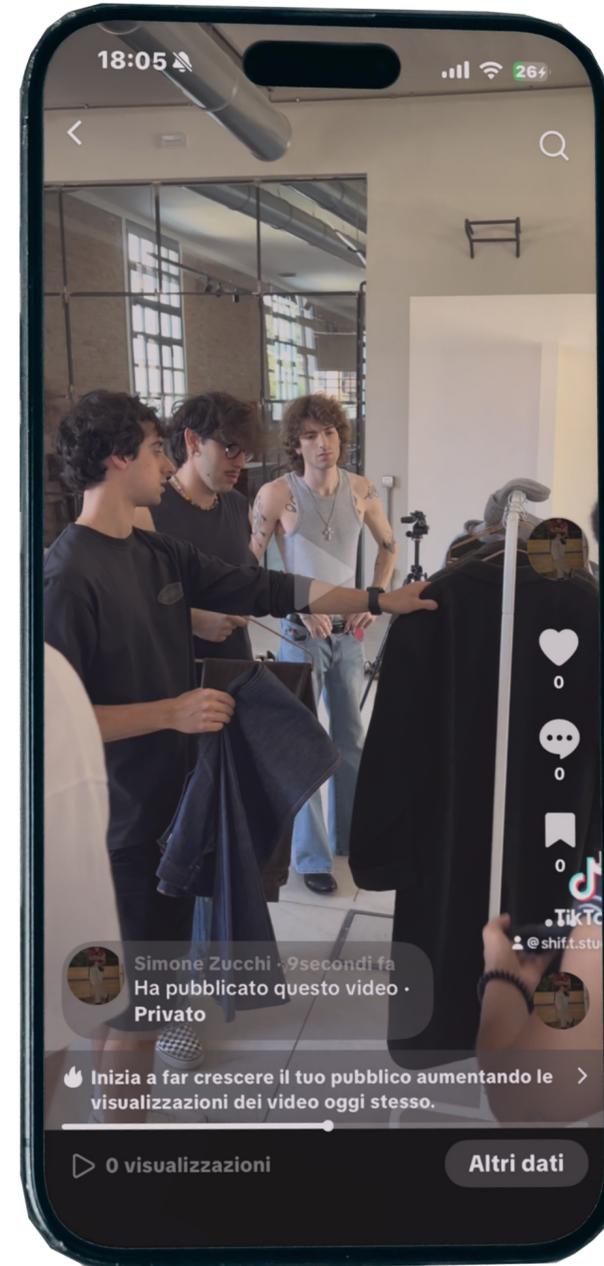
CREATIVO, MA SOBRIO

Il nostro tono è ispirato, ma mai forzato. Giochiamo con le parole, usiamo immagini evocative, ma restiamo essenziali. La creatività per noi non è decorazione, è un modo per dare forma a idee vere, concrete, personali.



STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E CANALI

La presenza di Shift Studio sui social media si articola principalmente su **Instagram** e **TikTok**, utilizzati in modo complementare ma coerente. Su Instagram il brand racconta il **processo creativo** e documenta gli shooting fotografici delle collezioni: il profilo funge da **portfolio visivo** curato, dove immagini e storie in evidenza riflettono l'estetica del marchio e mostrano il lavoro dietro le quinte dei progetti. TikTok, invece, viene impiegato per condividere **brevi video dinamici** (simili a reel) che illustrano le fasi di lavoro, i momenti di backstage e le trasformazioni, offrendo agli utenti uno sguardo autentico e coinvolgente sul processo produttivo. Questi contenuti dietro le quinte – per cui Instagram e TikTok sono piattaforme ideali – permettono di umanizzare il brand e di aumentare l'engagement. L'uso sinergico dei due canali consente a Shift Studio di coinvolgere il pubblico su piattaforme diverse mantenendo coerenza di tono e stile, adattando il linguaggio al medium specifico ma conservando un'identità di brand unificata.



PIANO EDITORIALE

LEGENDA

- POST
- REEL

Settembre 2025								< Oggi >	
lun	mar	mer	gio	ven	sab	dom			
1 set	2	3	4	5	6	7			
	Post (Carosello) h 13:00 Focus Prodotto: intro-immagini still life + lookbook + caption diretta sui valori del capo.				Reel h 13:00 \Dietro le quinte: mini tour dello studio,				
8	9	10	11	12	13	14			
	Post (Foto singola) h 13:00 Focus Prodotto: outfit con capo				Post (Foto con testo scritto a mano) h 13:00				18:00
15	16	17	18	19	20	21			
	Reel h 13:00 Making of: frammenti del processo creativo				Post (Foto macro) h 1:00 Teaser capsule: dettaglio tessuto				18:00
22	23	24	25	26	27	28			
	Post (Ritratto) h 13:00 Incontro con il fondatore				Post (Carosello) h 13:00 look diversi con lo stesso capo.				18:00
29	30	1 ott	2	3	4	5			
									18:00
6	7	8	9	10	11	12			



PIANO DI SVILUPPO E CRESCITA

Shift Studio prevede una crescita su base triennale, articolata in obiettivi progressivi. Nel periodo 2025–2026 è previsto il lancio del brand con i primi prodotti, l'apertura dei canali social e le prime vendite tramite marketplace come Vinted. In parallelo inizierà la progettazione del sito e-commerce e verranno organizzati pop-up temporanei in contesti locali. Nel 2026–2027 è pianificato il lancio del sito e-commerce ufficiale, la produzione di tre capsule collection e lo sviluppo della community digitale, anche attraverso pop-up store a Bologna. Infine, nel 2027–2028 il brand punta a raggiungere una produzione stabile di cinque capsule collection all'anno, con un ampliamento del numero di item grazie a un lavoro continuo di ricerca su capi e materiali, e allo sviluppo di collaborazioni e progetti speciali con realtà locali. Il piano include strategie per mitigare eventuali criticità, come difficoltà di reperimento dei materiali, tempistiche produttive e visibilità iniziale, attraverso una solida pianificazione, una rete fornitori affidabile e una comunicazione mirata.

 Lancio del brand e dei primi prodotti

 Apertura dei canali social

 Prime vendite su marketplace indipendenti

 Inizio progettazione del sito e-commerce

 **2026–2027**

 Lancio del sito e-commerce ufficiale

 Produzione di 3 capsule collection

 Sviluppo della community digitale

 **2027–2028**

 Produzione stabile di 5 capsule all'anno

 Più item disponibili grazie alla ricerca su capi e materiali



PIANO FINANZIARIO

Costi fissi del primo mese

Descrizione	Importo	
Capi ricerca	80€	
Treppiedi	20€	
Relle	40€	
Stampe (magia+camicia)	45€	
Fotografo	180€	
Lookbook	70€	
Etichette	40€	
Lookbook	135€	

Prodotti (13 capi)

Nome capo	Costo di acquisto (€)	Prezzo di vendita previsto (€)	Venduto (sì/no)	Ricavo effettivo	Margine
SHIFT STUDIO FORMAL COAT	40€	190€		190€	150€
SHIFT SHELL 70'	130€	175€		175€	45€
INHERITANCE BLAZER	0€	145€		145€	145€
SHIFT KNIT	40€	100€		100€	60€
SHIFT BASIC HOODIE	15€	85€		85€	70€
SHIFT-RT	20€	60€		60€	40€
SHIFT TEE	22€	40€		40€	18€
SHIFT TRUCK	0€	50€		50€	50€
SHIFT CHOCOLATE PANTS	0€	70€		70€	70€
SHFT - J	70€	90€		90€	20€
SHFT- PAPER	40€	70€		70€	30€
SHIFT CAP	0€	35€		35€	35€
SHIFT-BEANIE	15€	25€		25€	10€

Proiezione Utile Lordo

Ricavi totali	<u>1135€</u>	- Costi totali	<u>867€</u>	= Utile lordo atteso	<u>268€</u>
---------------	--------------	----------------	-------------	----------------------	-------------



PRODOTTO : COLLEZIONE E ASSORTIMENTO

La prima capsule collection di Shift Studio si intitola **Treshold** ed è pensata come una dichiarazione d'intenti. Composta da **tre dici capi**, la capsule attraversa tutte le stagioni per dimostrare la **versatilità** del brand e la sua capacità di declinare il proprio linguaggio in ogni periodo dell'anno. Lo stile adottato è quello del **quiet formal**, una sintesi tra elementi del guardaroba formale e un'attitudine più rilassata e contemporanea. Ogni pezzo è **unico**, nessun capo è identico a un altro: ogni intervento progettuale, ogni finitura e ogni dettaglio rendono ogni indumento irripetibile. L'assortimento si sviluppa **senza vincoli stagionali rigidi**, ma con un approccio modulare e duraturo, fondato sulla qualità, sulla coerenza progettuale e sulla costruzione di un guardaroba essenziale. Ogni collezione nasce da un'attenta **ricerca** di capi preesistenti in linea con il concept progettuale. Il risultato è una serie di capi irripetibili, ciascuno portatore di una storia e di una nuova identità.



ETICHETTE

Ogni capo della capsule è dotato di un'etichetta "SHIFT STUDIO just took over this piece" che si affianca a quella originale, senza sostituirla, per sottolineare l'intervento del brand. Nei capi privi di etichetta viene applicata solo la nostra.

Alcuni capi selezionati, definiti "storici", includono invece un'etichetta più grande cucita all'interno con testo narrativo: luogo di ritrovamento, composizione e storia del pezzo. Questo sistema rafforza l'identità del brand e valorizza il capo come oggetto unico.



INHERITANCE BLAZER

NEGLI ANNI '80, LA SARTORIA MASCHILE AVEVA UN RIGORE TUTTO SUO: SPALLE LARGHE, TESSUTI PESANTI, LINEE DECISE. QUESTA GIACCA FIRMATA GIANFRANCO FERRÈ NE È UN ESEMPIO PERFETTO. L'ABBIAMO TROVATA IN SOFFITTA, BEN PIEGATA DENTRO UNA VALIGIA, INSIEME AD ALTRI ABITI APPARTENUTI AL PADRE DI SIMONE. IL TESSUTO PRINCIPE DI GALLES È ANCORA INTATTO, SEGNO DI UNA QUALITÀ CHE RESISTE AL TEMPO. UN CAPO CHE RACCONTA NON SOLO UNA MODA, MA ANCHE UNA STORIA PERSONALE, FATTA DI GESTI MISURATI E DETTAGLI CURATI.

SHIFTED BY _____

DATE/ TIME _____ / _____

SHIF T STUDIO ●

THANK YOU FOR CHOOSING AND USING THIS PRODUCT

SHIFT SHELL 70'

NEGLI ANNI '70 E '80, L'ABBIGLIAMENTO DA CACCIA ERA PROGETTATO CON UN TESSUTO DI SAIA DI COTONE MOLTO BATTUTO PER COMBINARE FUNZIONALITÀ E RESISTENZA. QUESTA GIACCA, PRODOTTA DALL'AZIENDA NAT FOR SPORT AND WORK, L'ABBIAMO TROVATA AL MERCATO DELLA MONTAGNOLA DI BOLOGNA, TRA BANCHI DI ABITI DIMENTICATI E STORIE DA RISCOPRIRE.

SHIFTED BY _____

DATE/ TIME _____ / _____

SHIF T STUDIO ●

THANK YOU FOR CHOOSING AND USING THIS PRODUCT

SHIFT STUDIO FORMAL COAT

CORNELIANI NASCE A MANTOVA NEGLI ANNI '30, DA UNA PICCOLA ATTIVITÀ FAMILIARE DI IMPERMEABILI, E DIVENTA POI UNO DEI NOMI CHIAVE DELLA SARTORIA MASCHILE ITALIANA NEL DOPOGUERRA. L'ABBIAMO SCOVATO IL CAPPOTTO A BOLOGNA, ALLA PIAZZOLA IN MONTAGNOLA, TRA PILE DI CAPI APPESI. TAGLIO PULITO, COSTRUZIONE SOLIDA, LANA SPESSA. UN CAPPOTTO PENSATO PER DURARE, CHE OGGI TORNA A CAMMINARE CON NUOVE ABITUDINI, MA LA STESSA PRESENZA DISCRETA.

SHIFTED BY _____

DATE/ TIME _____ / _____

SHIF T STUDIO ●

THANK YOU FOR CHOOSING AND USING THIS PRODUCT

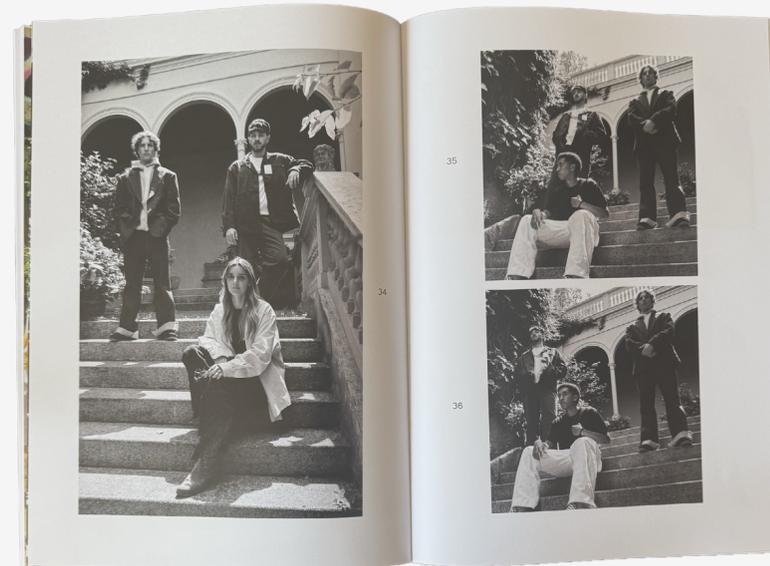
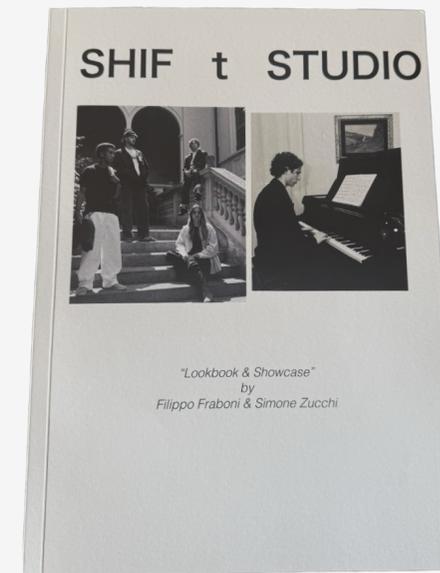


LOOKBOOK

Il lookbook della nostra prima collezione è molto più di una semplice sequenza di immagini: è un racconto visivo, intimo e coerente con l'identità di Shift Studio. Ogni scatto restituisce l'atmosfera calda e raccolta che accompagna il concetto di quiet formal—uno stile essenziale, curato, mai rigido. Ambientato in spazi vissuti, tra divani in pelle, tappeti, libri e luce naturale, il lookbook trasmette un senso di autenticità e profondità.

Abbiamo scelto di rappresentare non solo i capi, ma anche le storie che potrebbero abitare chi li indossa. I volti rilassati intrecciano le pose con la quotidianità, con la lettura, il silenzio, i gesti lenti.

Il lookbook vuole raccontare una soglia—quella tra adolescenza e maturità, tra passato e presente—e lo fa con immagini che parlano sottovoce, ma restano impresse.



RINGRAZIAMENTI

Ringrazio i miei genitori, **Barbara** e **Riccardo**, per aver sempre sostenuto le mie decisioni, anche se non sempre coincidevano con la loro visione, e per aver sempre creduto in me e nelle mie potenzialità.

Ringrazio i miei nonni, **Daria** e **Alessandro**, per l'entusiasmo sempre dimostrato nei miei confronti e aver sempre ascoltato i miei problemi, offrendo una soluzione e un punto di appoggio.

Ringrazio mio zio **Alessandro**, per essere stato una guida e un punto di riferimento durante tutto l'anno accademico, grazie ai suoi consigli e la sua visione sempre un passo avanti a quella degli altri.

Ringrazio i miei compagni per le risate che ci siamo fatti in questi anni, attraverso alti e bassi della nostra vita, con l'augurio di rimanere sempre in contatto negli anni a venire.

Ringrazio i miei amici **Riccardo** e **Simone** per essere i sempre stati accanto nei momenti difficili e nei momenti belli, offrendomi sempre un'isola sicura in cui liberarmi dei problemi per qualche ora della giornata.

Ci tengo a ringraziare in primis la mia famiglia per tutto il sostegno che mi hanno dato in questi tre anni, ma soprattutto i miei genitori **Marcello** e **Mariangela**, che hanno reso possibile questo percorso aiutandomi con tutte le loro forze, spero di essere riuscito a trasmettervi l'impegno e la cura che ho dedicato a questo progetto, e di avervi reso orgogliosi di me.

Ringrazio i miei amici di una vita **GLI SBREGIZ** che ci sono sempre stati e non mi hanno mai lasciato solo.

Ringrazio tutti i miei compagni di corso per questo fantastico percorso e soprattutto voi: **Riccardo, Filippo, Stella, Evita** e **Maria Vittoria**, avrete sempre un posto speciale nel mio cuore.

Ringrazio la mia splendida ragazza **Martina** per aver creduto in me anche quando io facevo fatica. Il tuo supporto è stato più importante di quanto riuscirò mai a spiegare.

Grazie anche ad **Alessandro**, per aver messo a disposizione la sua esperienza, i suoi consigli pratici e la sua disponibilità costante. Il suo contributo come relatore esterno è stato prezioso nel dare al progetto uno sguardo più ampio e concreto.

Grazie ai **docenti** che mi hanno guidato in questi anni, contribuendo con competenza e passione alla mia crescita.





www.iaad.it