



FACOLTÀ DI SCIENZE TECNOLOGICHE E DELL'INNOVAZIONE

CORSO DI LAUREA IN DESIGN DEL PRODOTTO E DELLA MODA

Prova Finale in
TECNICHE E METODI DI RAPPRESENTAZIONE DEL PROGETTO
Mirir Art: dalla nascita allo sviluppo di un brand

RELATORE
Chiar.ma
Prof Valentina Pirritano

CANDIDATO
Miriam Mosca
MATR. 0042300028

Anno Accademico 2025/2026

Sommario

1. INTRODUZIONE	2
2. DIECI ANNI DI MIRIR ART - NASCITA ED EVOLUZIONE	3
3. GENERI IDENTIFICATIVI E STUDIO CLIENTELA	5
3.1 Steampunk.....	6
3.2 Post apocalittico	7
3.3 Gotico	9
3.4 Fantasy	10
3.5 Nordico	11
3.6 Clientela e mission.....	12
4. ANALISI SETTORE E COMPETITORS	14
4.1 Aconite Creations	15
4.2 Outcast Props.....	16
4.3 Merula Leather.....	17
4.4 Dracula Clothing.....	18
4.5 Punkrave	19
4.6 Killstar.....	20
4.7 Osservazioni generali	21
5. REALIZZAZIONE DEL LOGO	22
6. ESEMPI APPLICATIVI	26
7. CONCLUSIONI	31
8. SITOGRAFIA.....	32

1. INTRODUZIONE

L'obiettivo preposto di questa tesi è la realizzazione di un progetto di branding completo per il progetto *Mirir Art*, un marchio autoprodotta di accessori di abbigliamento artigianali che si inseriscono nel mercato alternativo, utilizzando materiali e tecniche non convenzionali.

Il percorso si apre partendo dai cenni storici del brand, dalla nascita, dieci anni fa, per poi seguire la sua evoluzione nel tempo per stabilirne i filoni caratteristici, da cui individuare la mission e metterla in risalto attraverso la brandizzazione. Passaggi necessari in questo saranno anche l'analisi della clientela e del contesto, concentrandosi sia sul settore merceologico generale che quello più specifico della piattaforma di vendita preferita, *Etsy*, con una base prettamente artigianale, più direttamente collegata al brand stesso.

Stabiliti gli elementi caratteristici dell'identità di *Mirir Art* si passerà alla fase di progettazione grafica, che comprende la selezione della palette cromatica associata al brand e la realizzazione del logo con i suoi vari passaggi, così da arrivare alla rappresentazione grafica definitiva del marchio.

Si affronterà infine la fase applicativa della brand identity, utilizzando la produzione grafica per la creazione di tutto ciò che è pertinente al brand, in riferimento ai materiali visivi: sito web personale, biglietti da visita, packaging e customizzazione dei pezzi realizzati. Si stilerà al contempo una lista di linee guida coerenti che permettano di dare un senso complessivo, completo e coeso del brand per tutte le produzioni che lo riguardano, così da darne un'identità chiara e solida.

2. DIECI ANNI DI MIRIR ART - NASCITA ED EVOLUZIONE

Mirir Art nasce come idea a fine 2015, la spinta iniziale alla creazione dello shop parte da una semplice voglia di realizzare pezzi nuovi, di genere *steampunk*, diversi da ciò che è lo standard commerciale del tema. In quegli anni lo steampunk, un genere prevalentemente di abbigliamento ma che sfocia anche in altri ambiti quali la musica e letteratura, acquisisce un'ampia rilevanza sia in Europa che in America, grazie soprattutto alle fiere di comics e di fumetti. Lo steampunk è l'esaltazione dell'epoca vittoriana e della macchina a vapore. L'interesse verso questo stile, molto particolare e decisamente molto di nicchia, ha fatto da matrice a tutto ciò che è stato poi il filone guida per Mirir Art negli anni a venire. Le prime produzioni si restringevano solo a pochi accessori quali bracciali, maschere e cappellini, pochi pezzi unici, realizzati in EVA foam, materiale molto diffuso sempre nel mondo delle fiere di fumetti nell'ambito cosplay. L'inizio è stato lento, un semplice testare il terreno, mettendo in vendita i primi pezzi unici sulla piattaforma *Etsy* e condividendo le prime realizzazioni sui social, in particolare *Facebook*. Nonostante i pochi prodotti, l'idea sembra avere un futuro ed arrivano le prime vendite con un discreto riscontro sui social. È proprio questo che permette ai primi lavori di essere visti da un operatore del teatro del parco divertimenti Gardaland, che interessato allo stile, commissiona un centinaio di articoli per lo spettacolo teatrale "Rebellion", tenutosi poi al teatro del parco per tutta la stagione successiva. Questo ordine sposta il focus dallo steampunk al post apocalittico, ampliando sia le tematiche dello stile che i prodotti richiesti, è qui che verranno realizzati infatti i primi corsetti e le prime maschere antigas. Questa commissione sarà ciò che davvero darà inizio al brand vero e proprio e alla voglia di dedicarsi a tempo pieno al negozio e alla creazione di nuovi pezzi, affrontando nuove tematiche e nuovi prodotti, favorendo una crescita costante.

Le tematiche si iniziano ad allargare, lo steampunk resta il filone di partenza, ma si cominciano a toccare altri generi sempre nell'ambito alternativo e di nicchia, spaziando dal fantasy, al gotico ed al già citato post apocalittico. I corsetti e le cinture diventano insieme alle maschere i prodotti più venduti, con un mercato che spazia un po' in tutto il mondo, pur concentrandosi prevalentemente negli Stati Uniti e in qualche nazione europea quali Germania e Francia.

Attorno al 2018/2019 il brand inizia ad affermarsi con un buon seguito sia sui social che sulla piattaforma Etsy, per portare poi alla nascita dell'e-commerce sul sito internet personale, in parallelo allo shop Etsy. Si passa dalla realizzazione di pezzi unici alla creazione su ordinazione in base a modelli campione, così da facilitare il mercato e poter offrire più prodotti. Lo sviluppo è anche tecnologico, il taglio laser diventa strumento essenziale per molteplici articoli. Dal paio di decine di prodotti iniziali si arriva attorno al 2021 a proporre circa 150 pezzi tra cui scegliere, disponibili in varianti di colore e di taglia. Si ampliano le tecniche di realizzazione e matura anche la presentazione grafica e fotografica del brand, andando a creare uno stile più coeso che riesce a caratterizzare appieno il marchio.

Ad oggi si registrano più di due mila ordini, spediti in 43 nazioni.

3. GENERI IDENTIFICATIVI E STUDIO CLIENTELA

Come già accennato nella storia del marchio, il punto di partenza è stato il genere steampunk ma con il passare degli anni le tematiche si sono ampliate restando comunque in un ambito alternativo e di nicchia. Di seguito verranno presentate più dettagliatamente.

3.1 Steampunk



Sottogenere del fantascientifico, ispirato all'epoca vittoriana e al mito della macchina a vapore. Caratterizzato da un'eleganza tipica del periodo di fine '800 ma con una visione futuristica delle tecnologie analogiche del periodo. Ingranaggi e automatismi meccanici diventano parte integrante dell'abbigliamento e ad un certo grado del corpo umano stesso. Si parla di tecnologia

retrofuturistica. Il termine steampunk è stato coniato per la prima volta dall'autore K.W. Jeter nel 1987:

“Personally, I think Victorian fantasies are going to be the next big thing, as long as we come up with a fitting collective term... Something based on the appropriate technology of the era; like 'steampunks,' perhaps...”.¹

È difficile indicare una vera data di inizio di questa corrente, ma le sue origini traggono ispirazione a partire già da *Frankenstein* di Mary Shelley e da varie opere di Jules Verne, quali *ventimila leghe sotto i mari* e *viaggio al centro della terra*. Il genere ha chiaramente ispirazione letteraria ma è proprio nell'ambito fashion che negli ultimi due decenni si è visto il suo maggiore sviluppo e diffusione.

¹ K. W. Jeter, 1987

3.2 Post apocalittico



Altro sottogenere della fantascienza, rappresenta un futuro distopico a volte molto lontano a volte più vicino, ma comunque rappresentazione di un mondo “dopo l’apocalisse”, al collasso della società. Le tematiche sono quelle di un mondo devastato da eventi catastrofici sia naturali che causati dall’uomo, in cui i pochi sopravvissuti utilizzano qualsiasi

resto del mondo passato per riuscire a creare una nuova esistenza e una nuova civiltà. Ha acquisito particolare rilievo negli ultimi decenni grazie ad opere cinematografiche quali *Mad Max* o più semplicemente nel film d’animazione *Wall-E*, ma resta un tema affrontato in moltissime opere letterarie, anche ben prima del ‘900.

*“The end of the world holds a perennial fascination for us, and we just can’t keep ourselves from going there, time after time.(...)Every generation sees the end of the world through the prism of its own day-to-day reality. And the popularity of apocalyptic fiction seems to rise and fall in line with real-world fears and tensions and insecurities.”*²

Dal 2010 ad oggi uno dei principali stimoli per l’ambito fashion di questo stile è il *Wasteland weekend*, un festival a tema post-apocalittico di quattro giorni tenuto nel deserto Mojave in California. È qui che le persone danno maggior sfogo alla fantasia nel creare abbigliamento e accessori il più adatti allo scenario per rendere l’esperienza il più immersiva possibile.

² M. R. Carey, A Brief history of the end of the world - Eletricliterature.com, 2018

Elementi caratteristici sono il riciclo, il riuso e lo sfruttamento di qualsiasi materiale di scarto per la creazione di vestiario, “armature” e accessori. Non vi è nulla di davvero nuovo, tutto è sfruttato al limite.

3.3 Gotico



Definire lo stile gotico nell'ambito fashion è più complicato di quanto possa sembrare, questa sottocultura infatti comprende al suo interno svariati rami minori, ognuno riccamente caratterizzato ed individuale. In generale però possiamo trovare le sue origini principalmente nel *victorian mourning attire*, ovvero il tipico abbigliamento nero da lutto reso popolare dalla regina Vittoria dopo la

morte del marito nel 1861. Non si può parlare di moda gotica senza un accenno all'ambito musicale, i due settori sono infatti strettamente collegati tra loro, già a partire dal 1970 con le prime band glam rock e punk rock che evolveranno nel tempo in quello che è conosciuto oggi come genere *gothic*. La sottocultura gotica è fondamentalmente appariscente, con scelte di abbigliamento ricche di dettagli, piercing, tatuaggi, capelli colorati, e una *dark sensibility*³ che caratterizza lo stile e lo rende immediatamente riconoscibile.

³ Claire Nally, <https://www.museumofyouthculture.com/goth/>

3.4 Fantasy



Più ancora dello stile gotico, lo stile fantasy abbraccia decine di sottoculture, ma ciò che unisce il tutto è l'idea del fantastico alla base. Fantastico inteso al di là del reale, in quell'unione di mitologico e magico derivante dalle favole. Come nel corrispettivo letterario, il fantasy più classico, le ispirazioni si traggono dal folklore e dall'epoca medievale, con castelli, cavalieri, armature, fate, elfi,

draghi e altre creature fantastiche. Nell'ambito fashion, soprattutto negli USA, vi è stato un aumento dell'interesse dovuto alle cosiddette *ren faire* (*reinassance faire*), ovvero festival di rievocazione medievale pseudo-storici, dove si è sviluppato questo miscuglio di storia e fantastico, in cui ognuno può permettersi di vivere qualche giornata immergendosi appieno nel proprio sé più fantasy, senza precise regole di stile. È uno genere che permette di sognare mondi fantastici e differenti per ognuno, in cui si può avere la libertà di essere chiunque si voglia e di vivere sulla propria pelle i mondi fantasy che da sempre attivano l'immaginazione di tutti.

*“The history of fantasy is as old as humanity itself. Every culture around the world has their own myths and folklore that they use to impart lessons or carry on pieces of their history.”*⁴

⁴ Amanda Pagan, 2020, *Hallmarks of Fantasy: A Brief History of the Genre*

3.5 Nordico



Sempre legato all'ambito delle rievocazioni storiche più o meno fedeli, troviamo lo stile nordico, ispirato alla simbologia e tradizione celtica e scandinava. Non si tratta di una riproduzione dell'epoca, ma di una libera interpretazione dei design e simboli dei suddetti periodi. La mitologia nordica ha ancora oggi un impatto molto rilevante soprattutto nel mondo del fantasy, come possiamo

chiaramente vedere nelle opere di J.R.R. Tolkien o in quelle di George R. R. Martin. I due mondi finiscono spesso per interlacciarsi dando origine a questa miscela di storia, mitologia e fantastico.

“The stories from Norse mythology are loaded with symbolism and interpretation, often reflecting the values and concerns of the ancient Norse people. Strength, honor, courage, and kin loyalty shine through these tales.”⁵

In ambito fashion è facile trovare questo abbigliamento in setting specifici, come le già sopracitate *ren faire*, ma anche in festival e concerti ispirati al genere, in particolare con band di genere folk o *viking*.

⁵ Karl F, How Norse Mythology Influenced Modern Fantasy - ancientlegendsapparel.com

3.6 Clientela e mission

Dall'analisi delle tematiche affrontate dal marchio è possibile stilare una serie di punti che possono identificare la clientela a cui si rivolge il brand. Come vediamo non si tratta di un abbigliamento ideato principalmente per l'uso comune di tutti i giorni, ma è rivolto verso una specifica nicchia di persone con particolari interessi. Alla base di tutto vi è la voglia di distinguersi e di accedere ad un mondo diverso da quello di tutti i giorni e potersi immergere completamente in questa fantasia. I materiali utilizzati, quali l'EVA foam, resine e gomme, non sono inoltre materiali storici adatti a rievocazioni, ma permettono la creazione di prodotti altrimenti irrealizzabili con materiali più tradizionali. La clientela a cui ci si rivolge non è quindi interessata al vero storico ma alla libertà di potersi esprimere e di poter esprimere il proprio sé fantastico.

Pur offrendo svariati prodotti quali maschere, bracciali e altri accessori che si rivolgono ad una clientela unisex, i prodotti più definitivi del marchio sono cinture e corsetti, che nonostante destino interesse anche in clienti di sesso maschile, hanno come primario destinatario le donne. L'offerta di varie taglie e di possibili personalizzazioni sulle misure amplia il mercato a fisicità di ogni tipo, non limitandosi alle taglie standard normalmente offerte.

Essendo prodotti artigianali, il prezzo non risulta facilmente accessibile a tutti, limitando quindi in linea generale le generazioni più giovani.

Per riassumere possiamo così sintetizzare la clientela:

- Donne in maggior percentuale ma anche uomini per accessori più generici
- Nessuna distinzione di taglia, ogni corpo è valorizzato
- Età dai 20 anni a salire

- Interessi di nicchia, legati principalmente al fantasy e a tutte le sue declinazioni
- Interesse nell'avere un pezzo unico di artigianato
- Partecipa ad eventi pubblici o privati tematici (ren faire, festival, concerti, ma anche matrimoni)
- Voglia di distinguersi e di presentare una nuova versione di sé

Tutto questo può essere riassunto in quella che diviene la mission del brand *“don't be afraid to show your fantastic self”*

4. ANALISI SETTORE E COMPETITORS

Il marchio va ad inserirsi nel settore della moda alternativa, ampio settore composto da svariati piccoli rami ognuno legato ad uno specifico genere, come quelli già evidenziati nel precedente capitolo. La particolarità del marchio, ovvero la base artigianale e i materiali non convenzionali, rende i prodotti unici nel loro genere, riuscendo così ad inserirsi in una fetta di mercato ancora piuttosto libera da concorrenza. Questo porta all'assenza di competitors propriamente diretti, che forniscono quindi lo stesso prodotto, ma possiamo analizzare quelli che più si avvicinano al brand anche in maniera meno diretta. È essenziale fare una distinzione principale tra:

- Competitors sulla piattaforma Etsy: essendo il mercato principale e quello con prodotti più simili
- Competitors generici: brand più commerciali e meno artigianali ma che si inseriscono nello stesso genere.

4.1 Aconite Creations

Brand presente su Etsy da 12 anni e con 2700 vendite con base nel Regno Unito.



“Striking, armour-like accessories blurring the lines between costume and fashion, our signature is dramatic ornate pieces that are lightweight, comfortable and eminently wearable.”⁶

Utilizzando il lattice come materiale principale, realizzano articoli leggeri che appaiono come metallo e che danno l’illusione di armature

riccamente ornate. Il range di prezzo è leggermente più elevato andando dai 200€ per le cinture più semplici fino ai quasi 700€ dei pezzi più dettagliati. Lo stile è molto coeso ed è unico del brand, pur presentando ispirazioni fantasy, gotiche e ornamentali. Gli articoli sono *one size fits all*, grazie alle chiusure regolabili.

⁶ [aconitecreations.com](https://www.aconitecreations.com)

4.2 Outcast Props

Brand presente su Etsy da 8 anni, ma all'attivo dal 2005, con 26 mila vendite e con sede a Barcellona in Spagna.



“We achieve shapes, textures and finishes worthy of a cinematic masterpiece. Each piece of leather armor is carefully tooled, embossed, and shaped using traditional leatherworking techniques combined with modern innovation. Our armor balances beauty with functionality—designed to be worn, not just displayed.”⁷

Si concentra prevalentemente sui lavori in vera pelle, creando cinture, corsetti e armature e altri accessori che vanno ad inserirsi in quel ambito a confine tra lo storico e il fantasy, sbilanciandosi verso l'uno o l'altro in base al progetto. I materiali sono più convenzionali ma le tecniche sono decisamente innovative. Affrontano anche generi quali steampunk, nordico e post apocalittico andando ad inserirsi nello stesso ambito di mercato quale Mirir Art. I prezzi degli articoli più simili, quindi cinture e corsetti, restano in linea con lo stesso, presentando un range dai 70€ ai 200€. La disponibilità delle taglie varia ampiamente per ogni singolo prodotto, passando da alcuni corsetti disponibili in una sola taglia ad altri disponibili in 5/6 taglie differenti.

⁷ <https://outcastprops.com/>

4.3 Merula Leather

Su Etsy da 9 anni e con un migliaio di vendite. Sede a Gran Canaria.



“I take inspiration from books, games, series and movies about elves, nymphs, hobbits, fairies, witches, vikings, anything magical, anything that takes my mind from our reality. And that is also the goal of my creations, step into a different world, become part of something else, something that inspires and evokes magic, life, a creative force.”⁸

Come per Outcast Props il materiale principale è la pelle. Le tematiche affrontate sono quelle del fantasy e del mondo nordico e gli articoli principali son cinture e corsetti. I prezzi si presentano in un range tra i 300€ e i 500€. I corsetti sono usualmente disponibili in sole tre taglie, ma è possibile contattare lo shop per richieste su misura.

⁸ <https://merulaleather.com/>

4.4 Dracula Clothing

Passando ai brand più commerciali non presenti sulla piattaforma Etsy è facile notare come tendano a virare molto più sulle tematiche del gotico, essendo questo un genere molto più diffuso e quindi più commerciale.



“Our goal is to make timeless clothing and be super slow fashion”⁹

Il brand, stabilitosi nel 2007 in Repubblica Ceca, si presenta spiccatamente gotico con una piccola sezione dedicata allo steampunk. I corsetti restano uno dei prodotti di spicco ma abiti e abbigliamento generale sono la maggioranza degli articoli offerti. Il range di prezzo per i corsetti resta ben al di sotto dei 100€ e la proposta di taglie è tale da soddisfare ogni corporatura.

⁹ <https://draculaclothing.com/pages/about-us>

4.5 Punkrave

Brand cinese stabilitosi nel 2006.



“The idea of Punkrave brand is to create a style which is different from all the traditional styles and matches with the new generations, thus cultivating a culture of alternative style”¹⁰

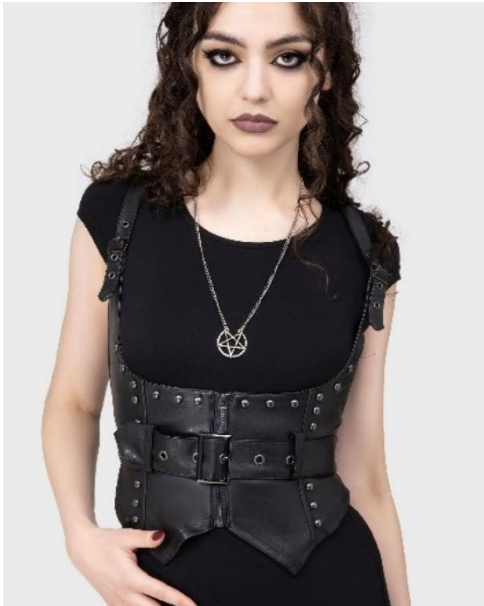
Nato, come evidenzia il nome, dallo stile punk si è evoluto ad affrontare altri stili come il gotico, facendosi influenzare particolarmente dalle

versione orientali di questo genere. Sono evidenti le influenze *gothic lolita* e *visual kei clothing*, che donano una nota di modernità al brand, portandolo a distaccarsi dal gotico europeo più tradizionale. Il range dei corsetti è ristretto ma molto caratteristico, con prezzi anche qui sempre al di sotto dei 100€. La gamma di taglie offerte è piuttosto ristretta.

¹⁰ <https://punkrave.ch/pages/about-us>

4.6 Killstar

Brand stabilitosi nel 2010 nel Regno Unito.



“Combining great design and unsurpassed quality, KILLSTAR has quickly gained a following amongst free-thinkers and retailers worldwide. Explore the dark and unorthodox, and celebrate individuality with its over-sized prints, studded leather and digital designs, alongside kick ass accessories and leggings.”¹¹

Uno dei brand più riconosciuti in ambito alternativo. I prodotti son molto più commerciali, con prezzi ben al di sotto dei 100€, per i corsetti si arriva infatti ad un massimo di 60€. Il brand presenta articoli adatti a più occasioni e alla vita di tutti i giorni, rivolgendosi ad un mercato molto più ampio e meno di nicchia, pur mantenendo una nota distintiva di gotico e alternativo. Offrono articoli adatti per tutte le taglie.

¹¹ eu.killstar.com

4.7 Osservazioni generali

Come si può notare, il focus del marchio Mirir Art, si rivolge ad una clientela molto ristretta, spesso tralasciata dai brand più commerciali. Il settore di mercato è molto ridotto ma allo stesso tempo presenta poca concorrenza. Essendo poi un settore con uno spiccato senso artistico e di ispirazione fantastica, l'aspetto dell'artigianato e della customizzazione degli articoli diventa di essenziale importanza per avere il giusto rilievo. Non avendo competitors diretti visti i materiali e le tecniche utilizzate, pare opportuno concentrarsi sullo sviluppo di prodotti che non possano essere realizzati con materiali più convenzionali, come i tessuti o la pelle. Lo stile gotico, che da un punto di vista della diffusione è quello maggiormente conosciuto, risente della concorrenza dei brand più commerciali e dai prezzi più abbordabili. Gli altri stili, essendo spesso invece tralasciati dai marchi più grandi possono essere ambito per un maggior sviluppo e successo, questo dovuto anche alla sola presenza di articoli artigianali, con una linea di prezzo molto più simile. La possibilità, lavorando su ordinazione, di realizzare articoli in numerose taglie permette poi di rendersi disponibili a quella clientela ancora più di nicchia che viene tuttora spesso tralasciata sia dai brand più piccoli che anche da alcuni dei maggiori.

5. REALIZZAZIONE DEL LOGO

Affrontando il marchio diversi stili, per la realizzazione del logo si è deciso di non concentrarsi su un singolo genere ma di puntare a qualcosa che riesca ad evocarne lo spirito generale. Si è optato quindi per la rappresentazione di un drago, simbolo per eccellenza del mondo fantasy ma anche della mitologia, nonché tema molto ricorrente in svariati articoli proposti. Lo stile utilizzato punta ad evocare in maniera stilizzata gli stemmi araldici medievali, così da evocare armature e tempi passati, senza voler darne una rappresentazione storica accurata.



Il disegno è volutamente creato per essere monocromatico, così da poter essere facilmente inciso od utilizzato come stampo, senza perdere in qualità e mantenere sempre lo stesso aspetto indipendentemente dalla tipologia di stampa o metodo di riproduzione.

Per la scelta del font, seguendo la stessa linea di pensiero di una tematica generica ma comunque evocativa si è optato per:



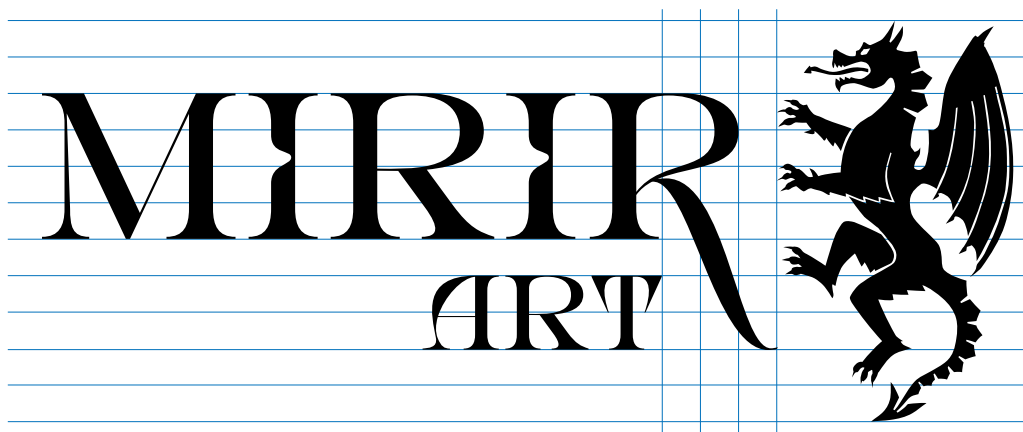
Retro modern serif display font, Embrace a typeface that encapsulates the essence of retro charm and modern minimalism. Whether you're looking to

*evoke nostalgia or convey contemporary elegance, this font is your go-to solution for achieving that perfect balance.*¹²

Il marchio apparirebbe quindi così:

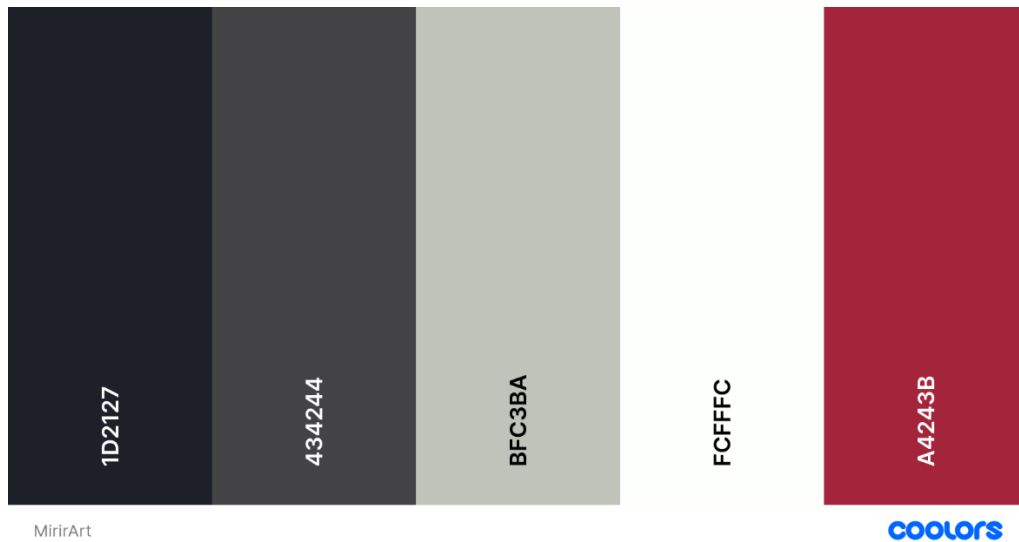
MIRIR ART

Per il bilanciamento del testo con l'immagine del logo si procede nel seguente modo:



¹² <https://onedsgn.com/product/erakov-display/>

Per la scelta cromatica, la paletta creata per il brand è la seguente:



La scelta è su quattro colori “neutri” e un rosso a contrasto. Il bianco ed il nero vengono sostituiti da due tonalità molto simili ma non piene, per risultare meno pesanti agli occhi.

Applicando la palette scelta al logo si avrà quello che diviene il logo definitivo e principale del brand:

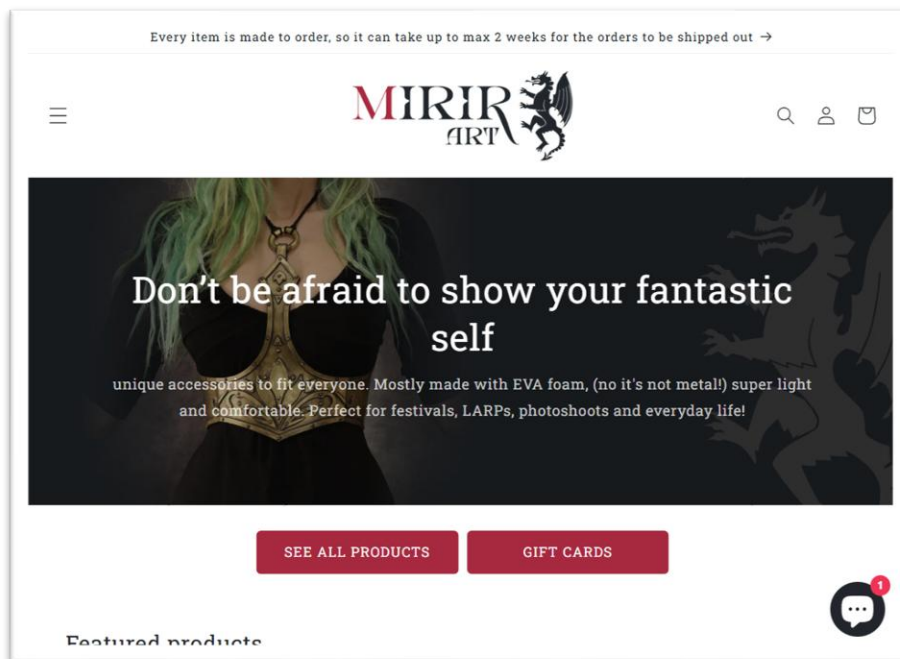


Varianti di colore:

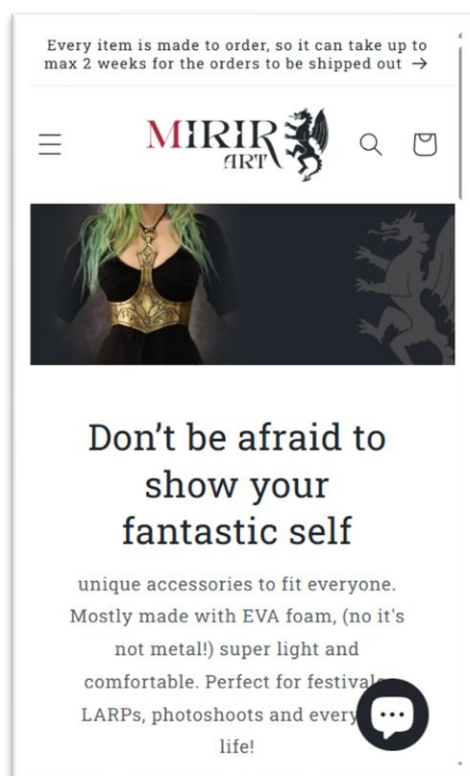


6. ESEMPI APPLICATIVI

Sito web:



Formato mobile:



Biglietti da visita:



Tag:



Scatole per spedizioni:



Adesivi:



Stampi:



Prodotti con logo:



7. CONCLUSIONI

Comprendere un marchio nella sua storia e nelle sue intenzioni è parte fondamentale per riuscire ad individuare il suo obbiettivo e poterlo quindi direzionare al meglio verso il successo. Attraverso questo lavoro si è potuto analizzare le basi ormai solidificate del brand, ma soprattutto si è riusciti ad identificare i suoi filoni nevralgici, rendendoli più precisi e definiti, per poterne evidenziare le qualità e guidare quindi la scelta e la direzione futura, distaccandolo dalle altre realtà concorrenti. Creare un'immagine chiara e omogenea di un brand nel mondo moderno è ormai parte essenziale di qualsiasi impresa, in particolar modo nell'ambito moda. Non si tratta infatti solo di presentare dati o nozioni razionali, ma toccando elementi soggettivi, emotivi e culturali, diventa di primaria importanza comunicare con il cliente e far sì che il messaggio sia il più chiaro e semplice possibile. Solo in questo modo si riuscirà a stabilire un legame, una vera relazione tra il marchio e la sua clientela senza lasciare spazio a confusioni ed incertezze ma dando un riferimento distinto e certo, che renda il prodotto chiaramente identificabile, non solo nel suo aspetto estetico ma anche, e soprattutto, nelle sue *core values*.

Solo in questo modo un brand riesce ad acquisire una sua identità vera e propria e divenire così in grado di poterla comunicare e condividere.

8. SITOGRAFIA

<https://www.plainsmanmuseum.org/single-post/steampunk-an-introduction>

<https://electricliterature.com/a-brief-history-of-the-end-of-the-world/>

<https://www.wastelandweekend.com/>

<https://www.attitudedclothing.co.uk/blog/gothic-fashion-history-everything-you-need-to-know/>

<https://www.museumofyouthculture.com/goth/>

<https://www.nypl.org/blog/2020/05/18/hallmarks-fantasy-brief-history-fantasy>

<https://fantasy.bnf.fr/en/understand/when-far-north-inspires-fantasy/>

<https://ancientlegendsapparel.com/blogs/mythology-folklore/how-norse-mythology-influenced-modern-fantasy>

<aconitecreations.com>

<https://outcastprops.com/>

<https://merulaleather.com/>

<https://draculaclothing.com/pages/about-us>

<https://punkrave.ch/pages/about-us>

<eu.killstar.com>

<https://onedsgn.com/product/erakov-display/>