

*borgiassociates*





**italy** returns to being a positive reference, a cultural attractiveness for a community of millions of people who feel, to share, want to know and testing a historical experience, aesthetic, economic and social that can legitimately act as a reference building of contemporary reality. the intuition of the **beauty** that turns into a products. italian aesthetics is not only style and image, but is related to hearing, to experimentation, which is the expression of intuition, creativity, nourished of innovation.

in those areas, the work sections, become a network in design and production only italian, are able to achieve:

- **sensations**
- **emotions**
- **original stories.**

the italian model is an expression of **the italian way of life** based on an aesthetic style of thinking, not just a way of life. an object designed do not take life at drawing board, but at the moment that it fits into the everyday, assuming the uses and locations most unpredictable. value of the "complicity" of involvement, often silent and unpredictable relationship with the user object's post-industrial era, in the future will not consume most the product but the experience, what products and services allow us to do. products acquiring value as elements of an alphabet of expression available to the consumer for the definition of real semantic processes.

consumption rather than reduced to a process of choice, more or less complex, results in a creative act, in a DIY activities, in which the consumer plays an active role in the construction of original meanings. in particular importance is attached design and implementation of services both in reference to the style and product applied in the theory of the **5 A**, to the applied style and product of the world of **fashion / Apparel** international system, in industrial **design / interior design**, contract for large international private supplies and hotellery, in the world of **food / Alimentation**, in the world of **art/Arte**, and in that of **architecture**, but also for all publishers of design and licenses in brand extensions.





these are high value-added segments, divided for families and groups of style, designed for the customer and / or end user. the study **BORGIA ASSOCIATES** dedicates its creative and productive resources with the aim of improving its know-how, competing with aesthetic and functional needs.

the concept of "customization" of the product involves the research and production of serial up to total realization of the project, in constant dialogue with the designers and the client. corporate culture shared with the study **BORGIA ASSOCIATES** also includes a detailed and constantly updated, knowledge of all the rules and international standards in terms of supply and security, as well as legal and administrative.

**design** therefore becomes the currency of exchange, through which consumers sharing meanings and declare their belonging. forms, hard or soft, geometric or rounded, they acquire value as they contribute to enriching the expressive means available to aid communication and of the consumer.

**design** proposes itself as a medium, through which give form to trends, fashions and new consumption models developed by the most advanced segments of demand. the design is also the convergence process and mediation between the practices of consumption and the production.

**design** constitutes the frame of meaning, which bring the meanings developed by the community of consumers and specialized skills of the producers.

it is the encounter between sensitivity and values, belonging to the world of consumption and production that is a prerequisite for its marketability in time economy experience along all roads in the industrial design.



### **what we can make**

twenty years experience in the field of **industrial design, fashion design, art, architecture** and **food** become a major point of reference, providing a 360 ° solutions for the area of designing.

the study **BORGIA ASSOCIATES** is inserted in the paths of the world of fashion and industrial design, conceived as a natural extension of the philosophy of designing, offers itself as permanent site and continuity thereof planings.

our intention is to realize the demands and needs of all those companies in need of assistance organization operative and skilled for planning and promote its image and products in partnership with our experience, our professionalism and our professional team of freelancers .

- **selection and analysis of potential markets for start-ups.**
- **analysis and segmentation of active markets.**
- **market research (mystery shopping, focus groups, blind tests, focus on consumers and industry operators).**
- **planning and market positioning of new lines or extensions of existing brands.**
- **a strategy of launching or relaunching not only for accessories, fragrances, cosmetics and clothing, but a vision of the brand with objective work on brand awareness as a reality that is always unique in the fashion, art and culture.**
- **operative budget of planing style offices, or design office, capsule, zero collections, presentations and marketing. one of the primary objectives of corporate communication is to enhance the company and create a strong identity on the market.**

**In this area we are enabled to follow projects:**

- **naming and designing logos and / or brands.**
- **institutional communication.**
- **corporate image.**
- **switching on licenses.**
- **franchises for fashion, food, furniture the project \ opening.**
- **graphics, web design, web marketing, photography.**
- **freelance copywriter.**
- **audiovisual, photo and video commercials.**
- **book editing.**
- **tender, requirements for finding spaces and temporary shops.**
- **tender, requirements for organizing visits, exhibitions, fairs and parades in Italian location or istitution.**

our objective is to give concrete and positive responses to the needs of professionals providing services. we can customize each event according to requirements and availability, providing service professionalism and experience.

study trends is about figuring of market forecasts in relation to the product, to its design and its consumption. important, in this case, especially interested in the new cultural ferment going on, interpreting their signals from their embryonic stage. such an activity allows to draw guidelines forecasts can provide companies a land best known and safe in which go into. exploring of the emerging research topics also promotes continuous interactions between the various sectors. we are therefore able to present the "books of advances or anticipations" on the stylistic trends in progress, applied to different items and markets, complete with indication of colors, materials, images, sounds and lights can anticipate and address the market. the facilities offered by **STUDIO BORGIASSOCIATES** are addressed to strategic issues of Company, analyzed from various angles and related to the marketing mix (product, price, placement, distribution and communication). create one pole of project to attract operators in, the production chain of the world of fashion design and accessories, in the industrial design and the food experience. a center that aims to reflect and investigating an the phenomenon well established, which is introducing significant changes in the fashion world. Company and experts of cultural processes in order to identify and discuss the characteristics of the phenomenon, its real significance, its impact on the world of fashion and its potential in terms of economic and cultural development. in a world where technology has brought distances to naught and everything has become incredibly fast, to be "only" present is no longer sufficient. is the 'quality of presence, the goodness is the the speed of your communication that make the difference. creativity is the concerted strategy to optimize the work is the to better communicate the brand and the product. Hence the importance of of coordinating the work of the whole team. nothing is left to the case, from the definition of priorities, calculating timelines and deadlines, to the analysis and monitoring of the feedback, everything has to be part of a well-designed plan. fashion, design art, architecture and food have become a popular form of aesthetics useful to express the best of one's self. he debate thus begins about "culture of fashion, design and food" : in an ethical and sustainable way for the development of a new language to talk about fashion design, industrial design and food; the study and the narrative of living cultures of the fashion houses, of the design editor, and the heritage of italian cuisine culture; the survey from market research to understand the practices of the consumer; the fashion and food blogging and social networking; enhancement of fashion in museums and exhibitions, stunning restaurant; ethical fashion, design food and critique.

the **must** that controls the success or failure of an image of a luxury product, is a comprehensive study, a culture that is ours, a depth that only what is light demands.

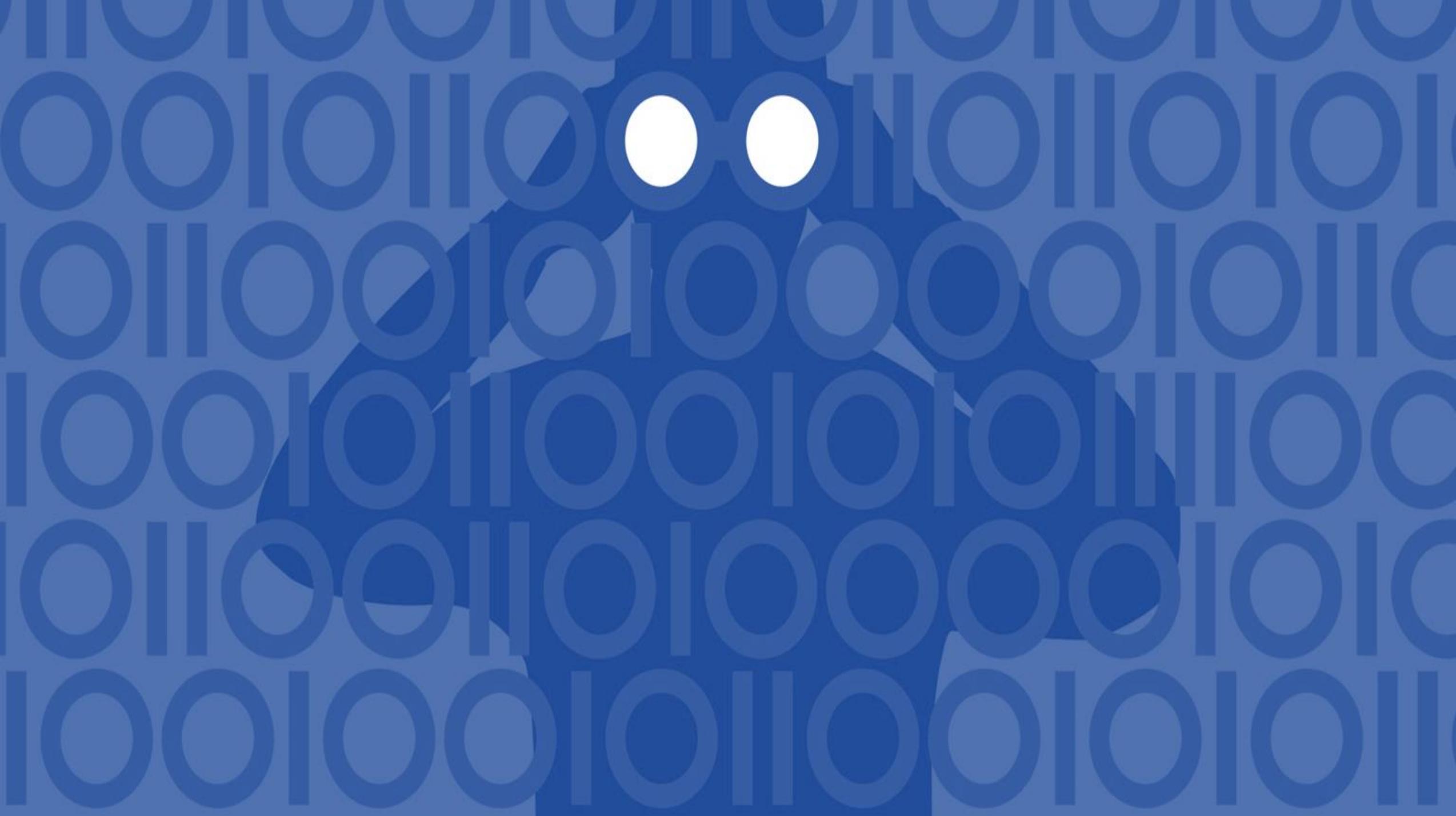


**BORGIASSOCIATED** is characterized by the prestige of the experts in the field involved with large profile and cross, manager of companies that being able to combine creativity and capacity for innovation with the ability to read, interpret and anticipate the business through knowledge and management of specific tools. know and be part of the network of contacts with the system of the big luxury brands, fashion and lifestyle as well as with the main players and opinion leaders, offer important opportunities.

**BORGIASSOCIATES** is a marketing instrument available to companies operating in the fashion, art, architecture, food and design field. benchmarking defined as the comparison of leaders to implement successful strategies, based on an examination of comparative management choices of the main competitors. the focus of our examination, not only compatible but professionally complementary. an international network strongly present in the BRIC countries able to meet the needs of our customers globally. leadership related to professionalism - inspired by accurate market knowledge, expertise and proven mastery of professional dynamics. including high legal skills, a network of law firms throughout Italy, in Europe and worldwide coordinated and specialized in the fashion, design and industry for troubleshooting. a research tools and the sophisticated international network structured guarantee the pursuit of the goals most difficult , finding the most effective solutions for our customers, often linked to local laws paying legal advice of excellence targeted by country and dispute in field on licenses, copyrights rights and intellectual property.







l'**italia** ritorna ad essere un riferimento positivo, una attrazione culturale per una comunità di milioni di persone che sentono, condividono, vogliono conoscere, sperimentare una esperienza storica, estetica, economico-sociale che può legittimamente proporsi come un riferimento costruttivo della realtà contemporanea. l'intuizione del **bello** che si trasforma in prodotto. l'estetica italiana non è soltanto stile e immagine ma si rapporta a l'ascolto, alla sperimentazione, ossia è l'espressione dell'intuizione, della creatività nutrita d'innovazione. in questi settori, le sezioni di lavoro, diventano una rete progettuale e produttiva unica italiana, in grado di realizzare:

- **sensazioni**
- **emozioni**
- **racconti originali**

il modello **italia** è espressione di un modo di vivere italiano basato su uno stile estetico di pensare, non solamente uno stile di vita.

un oggetto progettato non prende vita al tavolo da disegno, ma nell'attimo in cui esso si inserisce nella vita di tutti i giorni, assumendo gli usi e le collocazioni più imprevedibili. il valore della "complicità", del coinvolgimento, della relazione spesso silenziosa ed imprevedibile con l'utilizzatore dell'oggetto nell'epoca post- industriale, nel futuro non si consumerà più il prodotto ma l'esperienza, ciò che i prodotti e il servizio ci permettono di fare. i prodotti acquisiscono valore in quanto elementi di un alfabeto espressivo a disposizione del consumatore per la definizione di veri e propri processi semantici. il consumo più che ridursi ad un processo di scelta , più o meno complesso, si traduce in un atto creativo, in una attività di bricolage, nel quale il consumatore svolge un ruolo attivo nella costruzione di significati originali. di particolare rilevanza la progettazione e la realizzazione di servizi sia in riferimento alla teoria delle **5 A**, allo stile e al prodotto applicati del mondo del; **fashion/Abbigliamento** system internazionale, nel **design industriale/Arredamento**, alle progettazioni di interni, di contract per grandi forniture internazionali private ed di hotellery, nel mondo del **food/Alimentazione**, nel mondo dell'**Arte**, e in quello della **Architettura**, che per tutti gli editori di design e licenze nelle estensioni di brand.





questi segmenti sono di alto valore aggiunto, suddiviso per famiglie e gruppi di stile, progettati per il cliente e/o consumatore finale. lo studio **BORGIA ASSOCIATES** dedica le proprie risorse creative e produttive con l'obiettivo di migliorare il proprio know-how tecnologico, misurandosi con esigenze estetiche e funzionali. il concetto di "customizzazione" del prodotto prevede la ricerca e la produzione di serie, fino alla totale realizzazione su progetto, in costante dialogo con i designer ed il committente.

la cultura aziendale condivisa con lo studio comprende anche un'approfondita e costantemente aggiornata conoscenza di tutte le norme e gli standards internazionali in fatto di forniture e sicurezza, oltre ad aspetti legali e amministrativi.

il **design** dunque diventa la moneta di scambio, attraverso cui i consumatori condividono significati e dichiarano la propria appartenenza. le forme, rigide o morbide, geometriche o arrotondate, acquisiscono valore in quanto contribuiscono ad arricchire i registri espressivi disponibili per i processi comunicativi e del consumatore. il **design** si propone come medium attraverso il quale dare forma a tendenze, mode e nuovi modelli di consumo elaborati dai segmenti più evoluti della domanda. il **design** è anche un processo di convergenza e di mediazione tra le pratiche del consumo e quelle della produzione. il **design** costituisce la cornice di senso, alla quale ricondurre i significati elaborati dalla comunità di consumatori e le competenze specializzate dei produttori. è proprio l'incontro tra sensibilità e valori diversi, appartenenti al mondo del consumo e della produzione che costituisce il presupposto per la sua spendibilità nel tempo dell'economia dell'esperienza percorrendo tutte le strade del **design industriale**.



## cosa sappiamo fare

una esperienza decennale nel campo del design e della moda diventata un importante punto di riferimento offrendo soluzioni a 360° per la progettazione di collezioni. lo studio **BORGIA ASSOCIATES** e' inserito nei percorsi del mondo della moda e del design, concepito come naturale estensione della filosofia della progettazione, si offre come sito permanente e continuità delle stesse progettazioni. il nostro intento è di realizzare le richieste e le esigenze di tutte quelle aziende che necessitano di assistenza organizzativa operativa qualificata per progettare e promuovere la propria immagine e i propri prodotti, in collaborazione con la nostra esperienza, la nostra professionalità ed il nostro team di professionisti freelance.

- **selezione ed analisi di nuovi mercati potenziali per start up.**
- **analisi e segmentazione dei mercati attivi.**
- **ricerche di mercato (mystery shopping, focus group, blind test, focus a consumatori ed operatori di settore).**
- **progettazione e posizionamento sul mercato di nuove linee o estensione di brand esistenti. una strategia di lancio o di rilancio non soltanto per accessori, fragranze, cosmetici e capi di abbigliamento. obiettivo lavorare sulla brand awareness come una realtà che è sempre unica nel panorama della moda, dell'arte e della cultura.**
- **budget operativo di progettazione di uffici stile, o studio design, collezioni zero e presentazioni marketing. uno degli obiettivi primari della comunicazione istituzionale è valorizzare l'azienda e creare una forte identità sul mercato. In questo settore siamo abilitati a seguire progetti:**
- **naming e progettazione logotipi e/o marchi.**
- **comunicazione istituzionale.**
- **immagine coordinata aziendale.**
- **accensioni licenze.**
- **franchising for fashion, food, furniture project \opening.**
- **grafica, web design, web marketing, fotografia.**
- **copywriter freelance.**
- **audiovisivo, servizi fotografici e spot video.**
- **book editing.**
- **tender per la ricerca di spazi e temporary shop.**
- **tender per organizzazione di visite, mostre, fiere e sfilate in sedi italiane.**

il nostro obiettivo è dare risposte concrete e positive alle esigenze degli addetti ai lavori offrendo servizi. siamo in grado di personalizzare ogni evento secondo delle esigenze e disponibilità, mettendo a servizio professionalità ed esperienza.

studiare le tendenze significa occuparsi di pre-visioni di mercato in relazione al prodotto, al suo design e al suo consumo. importante, in questo caso, interessarsi soprattutto dei nuovi fermenti culturali in corso, interpretando i relativi segnali sin dalla loro fase embrionale. tale attività consente di poter tracciare delle linee guida previsionali in grado di fornire alle aziende un terreno più conosciuto e sicuro nel quale addentrarsi. l'esplorazione dei nuovi temi di ricerca favorisce, inoltre, interazioni continue tra i vari settori. siamo dunque in grado di presentare delle "libri di anticipazioni" sulle tendenze stilistiche in corso, applicati a diversi item e mercati di riferimento, completo di indicazione su colori, materiali, immagini, suoni, in grado anticipare ed indirizzare il mercato. i servizi offerti dallo **STUDIO BORGIA E ASSOCIATI** sono rivolti alle problematiche strategiche delle aziende, analizzate da diverse angolazioni e relazionate al marketing-mix (prodotto, prezzo, posizionamento, distribuzione e comunicazione) un polo progettuale per attrarre operatori, della filiera del mondo del fashion design e degli accessori, del design industriale e delle esperienze del food. un polo che intende riflettere e indagare su un fenomeno ormai consolidato, che sta introducendo rilevanti cambiamenti nel mondo della moda. aziende e studiosi di processi culturali per identificare e discutere le caratteristiche del fenomeno, la sua reale portata, il suo impatto sul mondo della moda e le sue potenzialità in termini di sviluppo economico e culturale.

in un mondo dove la tecnologia ha annullato le distanze e tutto si è fatto incredibilmente veloce, essere "solo" presenti non è più sufficiente. e' la qualità della presenza, la bontà e la velocità della tua comunicazione che fanno la differenza. concertando creatività e strategia, per ottimizzare il lavoro e comunicare al meglio il marchio e il prodotto da qui l'importanza di coordinare il lavoro di tutto il team. niente deve essere lasciato al caso, a partire dalla definizione delle priorità, calcolando tempistiche e scadenze, fino alle attività di analisi e monitoraggio dei feedback, tutto deve far parte di un disegno ben progettato.

la moda, il design, l'arte, l'architettura e il food sono diventati una forma di estetica popolare utile ad esprimere il proprio sé. il dibattito si apre dunque sulle "culture della moda, del design e del cibo": in un modo etico e sostenibile per uno sviluppo di un nuovo linguaggio per parlare di moda di design e di cultura alimentare; lo studio e la narrazione della living culture delle case di moda, degli editori e della cucina italiana; l'indagine a partire dalle ricerche di mercato per capire le pratiche del consumatore; il fashion e il food blogging e il social networking; la valorizzazione della moda nei musei e nelle mostre; i ristoranti stellati e la moda etica il food design e la critica.

il **must** che governa il successo o l'insuccesso di un'immagine, di un prodotto di lusso è uno studio approfondito, una cultura che ci appartiene, una profondità che solo ciò che è leggero esige.



**BORGIASSOCIATED** si caratterizza per il prestigio degli esperti del settore coinvolti con profilo ampio e trasversale, manager delle aziende del settore che essendo in grado di coniugare creatività e capacità di innovare con l'abilità di leggere, interpretare ed anticipare il business attraverso la conoscenza e la gestione di strumenti specifici. conoscere e essere parte del network di contatti con il sistema dei grandi marchi del lusso, della moda e del lifestyle nonché con i principali player e opinion leader del settore, offrirà importanti opportunità.

**BORGIASSOCIATES** è uno strumento di marketing operativo a disposizione delle aziende del settore moda, del design, dell'arte, della architettura e della alimentazione. il benchmarking, inteso come il confronto tra i leader per implementare le strategie di successo, si basa sull'esame comparato delle scelte di management dei principali competitors, al centro del nostro esame, non solo compatibili ma professionalmente complementari. un network internazionale fortemente presente nei paesi del BRIC capace di soddisfare le necessità dei nostri clienti a livello globale. una leadership legata a professionalità – ispirata alla accurata conoscenza del mercato, competenza e comprovata padronanza delle dinamiche professionali. comprese elevate competenze legale, un network di studi legali in tutta Italia, in europa e nel mondo coordinati tra loro e specializzati nel settore della moda per la risoluzione dei problemi, strumenti di ricerca sofisticati e un network internazionale strutturato garantiscono il perseguimento dei traguardi più difficili, trovando le soluzioni più efficaci per i nostri clienti, spesso legati a leggi locali prestando una consulenza legale di eccellenza mirata per paese e disputa nei casi di licenze, diritti d'autore e proprietà intellettuali.



