



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CAMERINO

SCUOLA DI ARCHITETTURA E DESIGN “E. VITTORIA”

CORSO DI LAUREA IN

DISEGNO INDUSTRIALE E AMBIENTALE

TITOLO DELLA TESI

SOUTH CORE – PROGETTO DI IDENTITÀ VISIVA

PER UN'AZIENDA DI ABBIGLIAMENTO

Laureando/a

Nome..Minonne Donato.....

Firma.....
Minonne Donato

Relatore

Nome..Sardo Nicolò.....

Firma.....
Sardo Nicolò

Se presente eventuale Correlatore indicarne nominativo/i

ANNO ACCADEMICO

2024/2025

Donato Minonne

South Core

Progetto di identità visiva
per un'azienda di abbigliamento



SAAD / UNICAM

Università degli Studi di Camerino
SAAD / Scuola di Ateneo di Architettura e Design “E. Vittoria”
Corso di Laurea in Disegno Industriale e Ambientale
A.A. 2024/2025

Studente: Donato Minonne
Relatore: Prof. Nicolò Sardo

Donato Minonne

SOUTH CORE

Progetto di identità visiva per
un'azienda di abbigliamento

INDICE

01

Presentazione

- Identità visiva di un'azienda di streetwear

7

02

Storia dello streetwear

- Origini del movimento (USA, anni '70-'80)
- Cultura urbana, musica e ribellione
- Streetwear e identità: dall'underground al lusso
- Evoluzione del fenomeno in Italia
- Target

11

12

13

14

16

03

I casi studio

- Il territorio come linguaggio visivo
- Casi studio
- Le varianti del logo nel contesto streetwear

19

20

32

04

Salento e promozione culturale

- Il territorio come ispirazione identitaria
- Il Salento come motore creativo
- Streetwear come promotore culturale

35

36

38

05

Il Progetto SOUTH CORE

- Origine del brand 41
- Analisi del logo e le sue varianti 44
- Analisi degli elaborati 54

06

Catalogo

- Progetto 209
- Gli elementi costruttivi 211
- Pagine tipo 213

07

Bibliografia e Sitografia

- Bibliografia 231
- Sitografia 232



01

Presentazione

1.1 Identità visiva di un'azienda di streetwear

Estetica e funzione: la grafica come strumento identitario nello streetwear

Nel panorama contemporaneo della moda urbana, la grafica non è solo decorazione: è linguaggio, simbolo, identità. Lo streetwear, sin dalle sue origini, si è distinto per la capacità di unire cultura visiva, musica, strada e ribellione, dando forma a codici espressivi indipendenti. Indossare un capo streetwear significa dichiarare appartenenza a un'estetica, a una comunità, a un'idea.

In questo contesto si inserisce SOUTH CORE, un progetto di brand streetwear che nasce da un processo di ricerca visiva e territoriale. Il suo punto di partenza è il Salento, non come cornice folcloristica o nostalgica, ma come archivio visivo e narrativo vivo: un luogo dove architettura, religione, mito e suono si intrecciano da secoli. Il nome stesso — SOUTH CORE — unisce due concetti forti: il Sud come spazio geografico e simbolico, e il cuore (core) come centro emotivo, identitario, interiore.

Il brand si propone di tradurre graficamente elementi del paesaggio e della cultura salentina — come fari, santi, torri, musiche rituali, processioni e simboli popolari — all'interno di una grammatica visiva urbana e



riconoscibile. La progettazione grafica, l'uso dei colori e la composizione distintiva sono strumenti attraverso cui SOUTH CORE crea capisaldi visivi: capi che funzionano come icone portatili di memoria e territorio.

Tuttavia, SOUTH CORE non si rivolge esclusivamente al Mezzogiorno. Il suo scopo non è costruire un brand di nicchia o "locale", ma creare un'identità capace di parlare a tutti coloro che si riconoscono in un'estetica onesta, radicata, ma aperta. Chiunque abbia un legame con il Sud — geografico, culturale, familiare, o anche solo ideale — può indossare SOUTH CORE. Il brand si fa quindi ponte tra territori e generazioni, tra memoria e linguaggio visivo contemporaneo.

Il progetto è stato sviluppato attraverso un lavoro di ricerca su casi studio nazionali e internazionali, con un focus specifico su brand che hanno saputo trasformare la propria cultura di origine in un linguaggio grafico forte e coerente.







02

Storia dello streetwear

2.1 Origini del movimento (USA, anni '70-'80)

Dallo streetwear globale al Sud come spazio narrativo

Lo streetwear nasce negli Stati Uniti tra la fine degli anni '70 e l'inizio degli anni '80, in particolare nelle aree urbane di Los Angeles e New York, come espressione della cultura giovanile underground. A differenza dell'haute couture, lo streetwear è sempre stato legato a ciò che accade "in strada": musica, sport, arte e ribellione.

I primi segnali di questo stile si osservano nella scena skate e surf californiana, con brand come Stüssy, nato nel 1980 grazie a Shawn Stussy, che stampava il suo cognome con una grafia ispirata ai graffiti su magliette e tavole da surf. Questo approccio pionieristico ha segnato l'inizio dello streetwear come forma di espressione personale, culturale e di appartenenza.

In parallelo, sulla costa est, si affermavano movimenti hip-hop e graffiti legati a quartieri come il Bronx e Harlem. L'abbigliamento diventava parte integrante del messaggio culturale: sneakers customizzate, tracksuit, cappellini e T-shirt con logo erano manifestazioni visive di una comunità in crescita.



2.2 L'evoluzione degli anni '90 e 2000

Negli anni '90, lo streetwear si espande grazie a brand come FUBU, Karl Kani, Wu-Wear, collegati direttamente a figure dell'hip-hop. La visibilità mainstream aumenta con artisti come Tupac, Nas e Jay-Z, che trasformano l'abbigliamento in uno strumento di affermazione e status.

Nel 1994 nasce Supreme, oggi considerato uno dei brand più influenti del settore. Fondato da James Jebbia a New York, Supreme ha costruito una nuova mitologia streetwear unendo skateboarding, arte, fotografia e

cultura urbana. La strategia basata sulla "scarcity" (disponibilità limitata) ha reso ogni lancio un evento e ha reso la rivendita un mercato parallelo, con dinamiche simili al mondo del lusso.

Con l'avvento del web 2.0 e dei social, lo streetwear entra nella fase della "global street culture", in cui contaminazioni da Tokyo, Londra, Milano e Seul ridefiniscono codici estetici e culturali in tempo reale.

Tupac Shakur con completo in denim firmato Karl Kani, 1993



Composizione fotografica del marchio Supreme attraverso capi e accessori iconici



2.3 Lo streetwear come linguaggio culturale

Lo streetwear non è mai stato soltanto moda: è un codice sociale e culturale. Indossare certi capi significa dichiarare appartenenza, valori, visione. È una forma di narrazione visuale.

La moda è una forma di comunicazione non verbale: lo streetwear, in particolare, parla la lingua della strada, con forti implicazioni politiche, razziali e identitarie.

La forza dello streetwear è la sua capacità di mutare: può assorbire influenze punk, pop, folk, e rigenerarsi

di continuo. Questo lo rende uno strumento perfetto per raccontare anche territori e culture locali, come nel caso del progetto SOUTH CORE.

T-shirt Dolly Noire della collezione Denari, con stampa ispirata alle carte da gioco italiane



T-shirt Propaganda "Ribs Roma Colosseo": sul retro, al serpente stilizzato si sovrappone al Colosseo



2.4 Lo streetwear in Italia

In Italia, la diffusione dello streetwear è più lenta ma profondamente influenzata da musica, club culture e periferia. A partire dagli anni 2000, la scena hip-hop e la cultura skate iniziano a trovare una voce propria nelle grandi città: Milano, Roma, Torino. Emergono marchi come IUTER, Dollynoire, Propaganda, capaci di tradurre la propria estetica urbana in sistemi visivi forti, legati al territorio e all'ironia visiva.

L'evoluzione del settore è stata accelerata dall'avvento dei social media e dell'e-commerce: la nuova generazione Z e i più giovani nativi digitali non cercano più solo "vestiti",

ma identità da indossare, codici grafici riconoscibili, simboli condivisibili.

In questo contesto, anche le aree più marginali e meno rappresentate – come il Sud Italia – iniziano a manifestare un bisogno di rappresentazione. L'emergere di brand indipendenti (come Southfresh, con la capsule Licheni) dimostra che esiste una domanda di streetwear territoriale, capace di esprimere radici e visioni locali con linguaggi globali.

Oggi, in Italia, lo streetwear non è più solo un fenomeno giovanile: è un linguaggio visivo riconosciuto, una forma di narrazione urbana.

IUTER x RETROSUPERFUTURE dalla capsule "Import/Export"



T-shirt Propaganda dalla collezione "Italian Nightmare"



2.5 Target

Analisi del pubblico: estetiche, comportamenti e desideri identitari

Il pubblico dello streetwear è fortemente caratterizzato da dinamiche generazionali, digitali e culturali. Non si tratta semplicemente di consumatori di moda, ma di soggetti che utilizzano l'abbigliamento come strumento narrativo e di rappresentazione. Nella fascia tra i 13 e i 35 anni, lo streetwear diventa una forma di linguaggio personale: una grammatica fatta di capi, grafiche, loghi, palette e riferimenti condivisi.

Tra i comportamenti più comuni troviamo:

- la ricerca di autenticità: il rifiuto di prodotti standardizzati e la predilezione per capi che abbiano un significato culturale, territoriale o simbolico;
- l'uso dei social media come vetrina di stile: Instagram e TikTok funzionano come luoghi di affermazione identitaria, dove il modo in cui si appare è parte integrante del modo in cui si è;
- l'ibridazione di codici: musica, gaming, sport, arte e cultura urbana si sovrappongono nei gusti e nelle scelte estetiche della generazione Z;

Il pubblico è eterogeneo per provenienza ma unificato da un bisogno condiviso di rappresentazione: lo streetwear è spesso il primo



accesso a un'estetica personale. Capi come t-shirt, felpe e accessori diventano manifesti visuali, attraverso cui raccontare il proprio rapporto con la città, il quartiere, la musica, o semplicemente con se stessi. Nel contesto italiano si nota una crescente richiesta di brand che sappiano parlare di territorio senza stereotipi, capaci di mescolare cultura locale e sensibilità globale. Da qui nasce la rilevanza di progetti come SOUTH CORE, che si propongono di creare modelli visivi radicati nel territorio, ma non esclusivi.





03

I casi studio

3.1 Il territorio come linguaggio visivo

Brand che hanno trasformato l'identità in estetica urbana

Lo streetwear contemporaneo sta vivendo una trasformazione profonda, che lo allontana progressivamente dall'imitazione di modelli statunitensi per abbracciare forme di narrazione più intime, locali e stratificate. Se nei decenni passati dominavano riferimenti all'immaginario urbano americano — tra graffiti, sportswear NBA e icone dell'hip hop — oggi molti brand guardano alle proprie radici culturali come leva distintiva. Non si tratta solo di estetica, ma di costruzione identitaria: lo streetwear diventa linguaggio visivo attraverso cui esprimere appartenenza, storia, visione.

In questo scenario, città, monumenti, simboli religiosi, proverbi e leggende locali non sono semplici decorazioni grafiche: diventano vettori di contenuto, dispositivi semiotici attraverso cui trasmettere un immaginario coerente, stratificato e riconoscibile. L'auto-narrazione culturale si fonde così con la potenza visiva del design, generando brand capaci di instaurare un dialogo.



3.1 I casi studio

WASTED PARIS Notre Dame

Il brand francese Wasted Paris ha realizzato una capsule incentrata sull'immaginario gotico e spirituale di Notre-Dame, subito dopo l'incendio del 2019. Le grafiche trasformano la cattedrale in icona visiva decostruita, con toni cupi e linee spigolose. È un esempio emblematico di come un simbolo religioso possa essere reinterpretato in chiave urbana, senza perdere forza evocativa.

S.012 **WASTED** PARIS





PROPAGANDA

Italian Nightmare

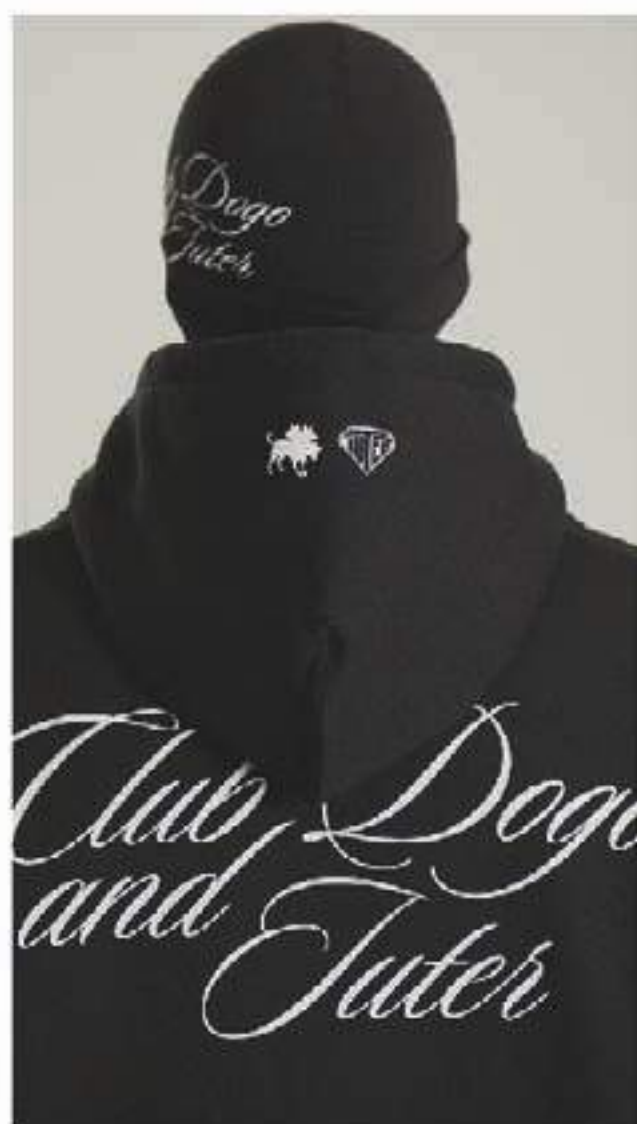
In questa collezione, Propaganda ha rivisitato elementi della cultura pop italiana – come il logo di Italia '90, il Mulino Bianco – in chiave horror e ironica. Il risultato è un'estetica che gioca sulla deformazione nostalgica, riuscendo a essere critica, provocatoria e visivamente potente. Un caso studio che dimostra come l'identità nazionale possa diventare materia di sovversione grafica.





IUTER x CLUB DOGO MI BASTARDS

Lanciata nel 2024, la collaborazione tra IUTER e Club Dogo celebra Milano come città-mito urbano. Le grafiche della capsule utilizzano simboli architettonici come il Duomo, slogan rap e visual post-industriali. È un esempio diretto di codifica urbana: i segni della città diventano linguaggio di appartenenza e resistenza.



UTER x CLUB DOGO: MI BASTARDS
 selezione di capi e accessori



DOLLYNOIRE BENCH e Campari

Dollynoire ha utilizzato in più collezioni l'architettura milanese come punto di partenza concettuale. Nella capsule BENCH, ad esempio, il Duomo viene letteralmente rovesciato, generando una visione destabilizzante della città. La collaborazione con Campari, invece, esplora l'estetica pubblicitaria e lo storytelling del made in Italy. Questi lavori mostrano come si possa declinare l'identità urbana in chiave narrativa e commerciale, mantenendo coerenza visiva.

DOLLY  NOIRE



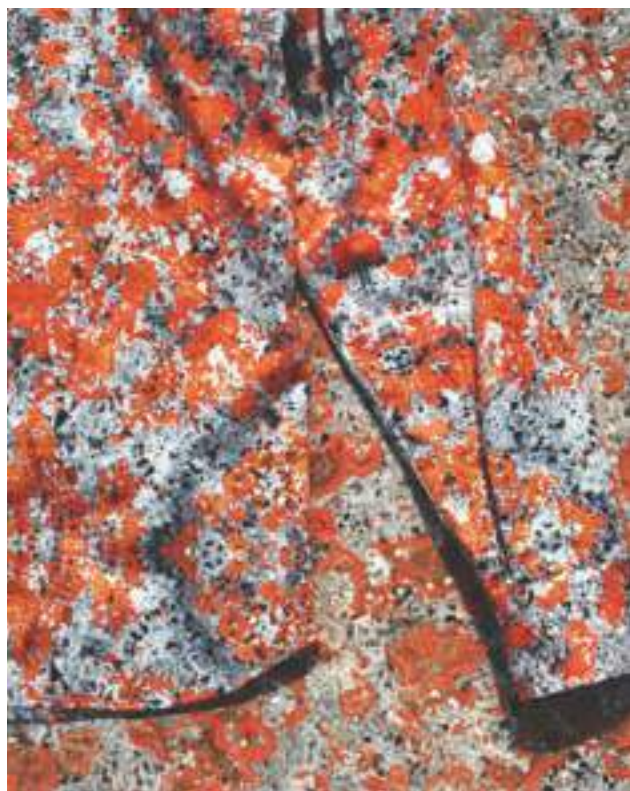


SOUTHFRESH LICHENI

SOUTHFRESH è un brand salentino che ha realizzato la capsule Licheni, ispirata alla resilienza vegetale e al paesaggio del Sud. Le grafiche naturalistiche, le texture ispirate a muffe e licheni e i toni saturi costruiscono un'estetica non urbana ma profondamente territoriale. È un riferimento diretto per SOUTH CORE nella volontà di radicare il design al paesaggio locale.

SOUTHFRESH





Conclusioni

Il percorso di analisi ha permesso di definire con chiarezza il contesto culturale e i riferimenti visivi in cui si inserisce SOUTH CORE.

Dallo sviluppo dello streetwear come linguaggio di ribellione e appartenenza, fino alla sua diffusione in Italia e alla nascita di nuove sensibilità locali, emerge un quadro in cui la grafica non è più semplice ornamento, ma un codice di comunicazione identitaria.

La ricerca ha messo in evidenza come i brand presi come casi studio siano quelli capaci di trasformare territori, simboli e memorie collettive in un

sistema visivo riconoscibile, capace di parlare a pubblici diversi mantenendo coerenza e autenticità.

Il Salento, con la sua stratificazione culturale e i suoi simboli unici, rappresenta per SOUTH CORE un motore creativo che si colloca in continuità con queste esperienze: un territorio che diventa archivio di segni, pronto a essere riletto in chiave contemporanea.





3.3 Le varianti del logo nel contesto streetwear

Nel panorama contemporaneo del branding applicato alla moda urbana, è prassi comune per i marchi del settore streetwear sviluppare varianti non convenzionali del proprio logo. Queste versioni, spesso più radicali, destrutturate o materiche, nascono per rispondere alla necessità di espressione visiva distintiva in un mercato altamente competitivo, dove l'identità di marca non è solo riconoscibilità, ma anche posizionamento culturale. A differenza della comunicazione

istituzionale, le declinazioni alternative del logo nei brand streetwear non mirano all'uniformità, ma piuttosto alla varietà controllata: una forma di "sperimentalismo codificato" che consente di adattare il sistema visivo a contesti più creativi.

Anche nel caso del marchio South Core, la realizzazione di un logo alternativo in chiave materica e destrutturata — attraverso l'uso del font "Crucifixion Regular" e una



composizione monocromatica ad alto contrasto — si inserisce perfettamente in questa logica: una variazione studiata, non improvvisata, che amplia il linguaggio visivo del brand mantenendone coerenza semantica e riconoscibilità.

Di seguito alcune trasformazioni del logo di Wasted Paris, applicato sui propri capi di abbigliamento.

S. 012 **WASTED** PARIS





04

Salento e promozione culturale

4.1 Il territorio come ispirazione identitaria

Paesaggi, simboli e memoria collettiva: quando il luogo diventa stile e appartenenza.

Il Salento, subregione meridionale della Puglia, è un territorio fortemente connotato da stratificazioni culturali, religiose e architettoniche. Situato tra l'Adriatico e lo Ionio, è un luogo di confine e contaminazione: Greci, Bizantini, Normanni e Borboni hanno lasciato segni evidenti nel paesaggio urbano e nelle tradizioni.

Il Salento rappresenta più di un luogo geografico: è un ecosistema culturale ricco di stratificazioni storiche, linguistiche, religiose e simboliche. Dall'architettura barocca leccese ai fari costieri, dai muretti a secco al ritmo arcaico della pizzica, ogni elemento del territorio parla un linguaggio visivo e spirituale.

Negli ultimi anni, il Salento è diventato oggetto di una riscoperta culturale e simbolica, legata non solo al turismo ma anche a un bisogno diffuso di radici e identità locale. In questo contesto si inserisce SOUTH CORE, che recupera simboli forti e riconoscibili, per dare loro una nuova vita attraverso il linguaggio visivo dello streetwear.



4.2 Il Salento come motore creativo

Sistema simbolico come linguaggio visivo

Il Salento è un sistema simbolico. Terra di confine e di passaggio, sospesa tra l'Adriatico e lo Ionio, ha sedimentato nel tempo strati culturali, religiosi, linguistici e mitologici. Dai messapi ai greci, dai bizantini agli aragonesi, la regione ha assorbito influenze che ancora oggi si riflettono nel paesaggio architettonico e nel rituale popolare.

Nell'ottica progettuale di SOUTH CORE, il Salento non è un'ambientazione folklorica, ma un archivio visivo attivo: ogni simbolo, torre, santo o danza può essere scomposto, semplificato e trasformato in codice grafico contemporaneo.

Elementi identitari chiave:
Architettura sacra e barocca: il Duomo di Lecce, le colonne votive, i campanili, le basiliche di pellegrinaggio (come quella di Leuca) sono simboli verticali di fede e orientamento urbano.

I fari e le torri costiere: strutture liminali tra terra e mare, tra visibile e invisibile. Il faro di Punta Meliso o la Torre del Serpe sono elementi carichi di simbolismo.

La figura del santo: ogni città ha il suo protettore. Sant'Oronzo, San Sebastiano, i Martiri Otrantini diventano figure iconiche, cariche di spiritualità e comunità.

Il folklore musicale: la pizzica, il



tarantismo, la musica devozionale (da Antonio Castrignanò a Petrarchi) sono memorie sonore che si fanno ritmo visivo.

Questi elementi — se tradotti graficamente — permettono di costruire un'identità visiva fortemente radicata ma leggibile a livello globale. Il serpente, il faro, la colonna, la croce, il tamburello, il volto stilizzato della Madonna: tutti questi segni, se ridotti con metodo, diventano pittogrammi universali, adatti allo streetwear come piattaforma visiva e culturale.

In questo senso, il Salento oltre ad essere il “soggetto” del brand, è anche il motore creativo: ciò che lo alimenta. L'intera struttura progettuale di SOUTH CORE si basa su una lettura simbolica e concreta del territorio, e non su una riproduzione letterale o turistica. L'obiettivo è trasformare la cultura locale in linguaggio globale, senza perdere autenticità.



4.3 Streetwear come promotore culturale

Abbigliamento e divulgazione culturale

Lo streetwear non è solo un linguaggio estetico o una tendenza generazionale: è diventato un mezzo potente di promozione culturale, capace di trasformare simboli locali in segni globali. Se da un lato rappresenta il motore creativo di molte subculture urbane, dall'altro agisce come veicolo narrativo, in grado di raccontare storie, identità e territori attraverso grafiche, loghi e scelte stilistiche.

Nel caso del progetto South Core, questo approccio è evidente e strutturato: il brand non si limita a produrre capi d'abbigliamento, ma costruisce un immaginario visivo radicato nel Sud Italia, reinterpretando elementi come:

- Simboli religiosi e popolari (Santi locali)
- Architetture e paesaggi (torri, coste, vicoli)
- Espressioni dialettali e proverbi che diventano slogan grafici

Ogni collezione si comporta come un manifesto culturale, in cui la grafica non è decorazione, ma dispositivo semiotico: comunica appartenenza, memoria e visione. In questo modo, lo streetwear si fa ambasciatore di una cultura locale, rendendola accessibile e riconoscibile anche fuori dal suo contesto originario.



South Core, in particolare, riesce a fondere estetica urbana e radici territoriali con una coerenza rara: non si limita a “ispirarsi” al Sud, ma lo vive, lo interpreta e lo restituisce in forma contemporanea.

È un esempio emblematico di come la moda possa diventare strumento di auto-narrazione collettiva, capace di valorizzare patrimoni immateriali attraverso il design.





SOUTH CORE ➤

DRESSED WITH CORE

05

Il Progetto SOUTH CORE

5.1 Origine del brand

Nome e identità

SOUTH CORE è un progetto che si configura fin da subito come un brand indipendente di streetwear con un'identità ben definita e una forte radice territoriale. La sua origine si intreccia con la conoscenza diretta del Salento e con il desiderio di trasformare simboli locali, memorie e rituali in linguaggi visivi contemporanei.

Il nome è costruito su due concetti chiave:

- SOUTH: non solo posizione geografica, ma codice identitario e culturale. Sud come origine, resistenza, profondità.
- CORE: nucleo, cuore, centro emotivo. Il centro da cui tutto parte: comunità, ricordo, appartenenza.

L'identità del brand si manifesta attraverso un'estetica netta, diretta, che combina grafica urbana, icone popolari e simbologia architettonica. Il risultato è uno streetwear che non si limita all'estetica, ma comunica storie con legami reali ed identitari.



*T-Shirt: LECCE - TRAMONTANA
Collezione "SANTI.20"*

Missione e valori

La missione di SOUTH CORE è tradurre la cultura del territorio salentino in linguaggi visivi, materici e musicali, portandola in uno spazio urbano e globale. Il brand non si rivolge solo a chi vive il Salento, ma anche a chi lo ha lasciato, a chi lo visita, o a chi cerca una forma di appartenenza alternativa, non stereotipata. La sua visione, tuttavia, non si limita al Sud: SOUTH CORE abbraccia l'intera Italia, con l'obiettivo di costruire ponti culturali e sensibilità condivise che superino i confini geografici e generazionali.

I valori fondamentali sono:

- Autenticità: nessuna finzione estetica, solo simboli veri, filtrati da una visione contemporanea.
- Memoria attiva: ciò che è antico viene riattivato, non musealizzato.
- Stratificazione narrativa: ogni capo porta con sé una storia, un simbolo, un suono.
- Produzione etica e consapevole: collezioni limitate, senza sovrapproduzione, pensate per durare nel tempo.

SOUTH CORE vuole essere una voce alternativa nel panorama italiano, capace di parlare da e per il Sud.

SOUTH CORE condivide l'estetica e le vibrazioni della scena streetwear internazionale, ma se ne distingue per il suo radicamento identitario. Mentre altri marchi si rifanno a codici globali - skate, hip-hop, pop culture - SOUTH CORE coltiva una verticalità locale e consapevole. È un progetto nato nel

*T-Shirt: LECCE - TRAMONTANA
Collezione "SANTI.20"*



Sud, ma che guarda oltre, portando con sé un linguaggio autentico e non derivativo. In un panorama saturo di citazioni, SOUTH CORE parla con voce propria.

*T-Shirt: OTRANTO - LEVANTE
Collezione "SANTI.20"*



5.2 Analisi del logo e le sue varianti

Dai concept al logo

Nel corso della fase progettuale, il logo South Core ha attraversato una progressiva trasformazione del segno grafico associato al naming, scandita da riflessioni sull'identità, i valori e il tono visivo del brand.

Fin dalle prime bozze, il font “LOGX-10 Regular” ha fornito una base solida per la costruzione del wordmark. Le due lettere “O” nel nome, posizionate consecutivamente, hanno offerto l'opportunità di sovrapposizione grafica, permettendo l'utilizzo del logo particolarmente efficace in contesti ristretti. Successivamente, l'attenzione si è spostata verso lo studio dello spazio negativo dopo la lettera “E”: questa zona, è diventata un punto chiave per bilanciare la composizione generale e per introdurre l'icona come elemento a sé, senza disturbare la lettura.

Fase 1: L'origine simbolica, la freccia

Le prime proposte presentavano un simbolo a forma di freccia, posizionato in corrispondenza della parola “CORE”, con un orientamento che suggeriva direzione, slancio, spinta propulsiva. L'icona era essenziale, spigolosa, con un forte richiamo geometrico: esprimeva movimento, decisione, orientamento. Tuttavia, queste versioni risultano fredde, eccessivamente razionali e carenti dal punto di vista emozionale.



Fase 2 — Verso l'organicità ed equilibrio

Proseguendo nella ricerca, l'icona ha subito una progressiva apertura, inizia a perdere la struttura triangolare. In questa fase i segni cominciano a dialogare con le emozioni, mantenendo ancora una base geometrica ma diventando più organica. C'è uno studio per mantenere l'equilibrio con il lettering. Pur mantenendo chiarezza e leggibilità, questi tentativi risultavano a tratti aggressivi.

Fase 3 — Identità

La forma raggiunge la piena maturità visuale con l'introduzione del cuore stilizzato, costruito su moduli geometrici regolari, simmetrico lungo l'asse orizzontale, e con proporzioni calibrate per garantire coerenza morfologica con la wordmark. Il cuore, pur essendo emotivamente carico, è rappresentato in una forma neutra, tecnica, essenziale: trasmette centralità, empatia e vitalità, senza compromettere la compostezza del marchio.

Armonia finale

La relazione tra le due componenti avviene attraverso un preciso bilanciamento delle masse visive e un attento allineamento su base ottica. L'icona è ridimensionata in modo da rispettare il rapporto scalare tra altezza mediana e minuscole, evitando conflitti gerarchici.



SOUTH SOUTH
CORE CORE



SOUTH
CORE

Concept definitivo

Il logo SOUTH CORE nasce dall'idea di un segno tipografico che non si limiti a identificare un brand, ma che incarni una narrazione del linguaggio urbano e a una dimensione emotiva.

La parola CORE, diventa il nucleo semantico attorno a cui ruota l'intero sistema grafico. Non è solo una componente del nome, ma un principio generativo: il "cuore" inteso come origine, come pulsazione, come centro identitario da cui si sviluppa il messaggio del brand.

A rendere il concept distintivo è l'inserimento di un cuore pieno subito dopo "CORE": un gesto grafico semplice, ma carico di significato. Funziona come marcatore simbolico, come ponte tra emozione e razionalità,

tra cultura visiva e affezione territoriale. È un dettaglio che rompe la freddezza tipografica, introducendo calore e riconoscibilità.

In sintesi, il logo SOUTH CORE è pensato come:

- una struttura modulare adatta a vari ambienti e scale
- un sistema narrativo che tiene insieme design e sentimento
- un segno tecnico che vive tra moda, territorio e sperimentazione grafica



The logo consists of the words "SOUTH" and "CORE" stacked vertically in a bold, sans-serif typeface. The letters are thick and blocky. To the right of the word "CORE", there is a solid black arrow pointing to the right, which is integrated into the overall typographic structure.

Il logo e la sua costruzione

Il logo di SOUTH CORE è stato progettato per essere un segno di funzionare su supporti fisici (etichette, packaging, capi) e digitali (social, e-commerce, materiali di comunicazione).

Si configura come un logotipo tipografico lineare e compatto, progettato per comunicare un'identità visiva essenziale, chiara e immediatamente riconoscibile.

Il font LOGX-10 Regular, selezionato per la costruzione del logotipo, supporta questa idea con una morfologia geometrica, tecnica e determinata, capace di evocare precisione e modernità, ma anche un senso di ordine strutturale. Le lettere maiuscole, dal taglio netto e

proporzionato, creano una sintesi visiva tra minimalismo funzionale e carattere narrativo.

A caratterizzare il logo è un piccolo cuore pieno, posizionato con precisione alla destra del logotipo, subito dopo la parola "CORE". Questo segno grafico ha una doppia valenza:

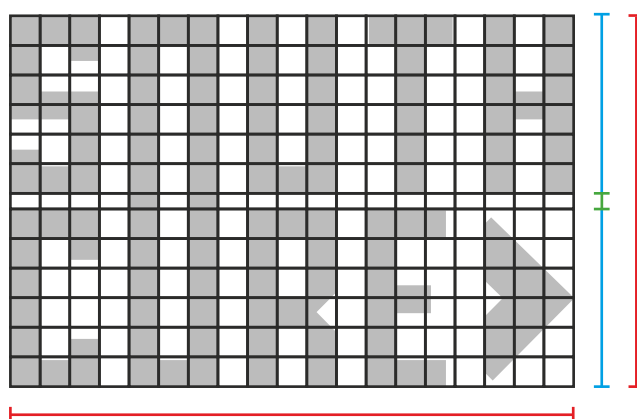
- Da un lato rafforza il concetto di "core" come cuore emotivo e nucleo identitario del brand;
- Dall'altro introduce un elemento di equilibrio visivo tipografico e calore umano.

Il cuore, pur essendo di dimensioni contenute, diventa un marcatore visivo immediatamente riconoscibile.

Versione base del logo



Costruzione del logo



Modulo: A

Altezza : 6 A

Altezza : 0,5 A

Logo totale: 19 A x 12,5 A

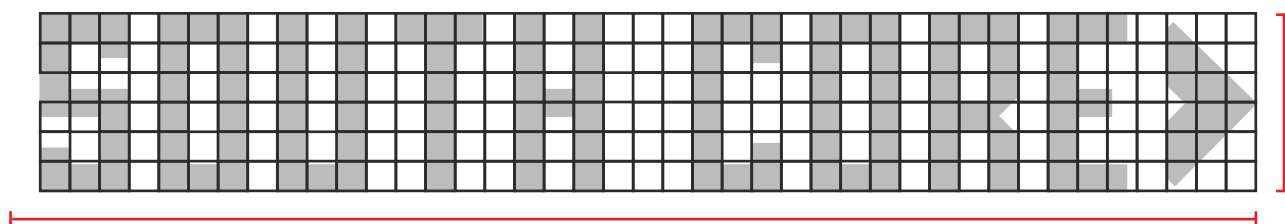
La seconda configurazione del marchio, ovvero la versione orizzontale, rappresenta la seconda versione istituzionale del logo South Core. Questa disposizione è stata progettata con attenzione per garantire massima leggibilità e impatto visivo in ambienti con spazio verticale limitato,

come intestazioni di documenti, firme e layout digitali orizzontali. L'allineamento è definito attraverso griglie modulari e criteri di spaziatura proporzionale, assicurando un equilibrio ottico tra le masse grafiche. Si distingue per la sua versatilità e adattabilità

Versione base del logo

SOUTH CORE ➤

Costruzione del logo



Modulo: **A**

Logo: 19A x12,5 A

Gli elementi costitutivi: colori e font

Il logo è stato realizzato in monocromia. La colorazione utilizzata è il nero pieno.

**SOUTH
CORE** ➔

HEX: #000000
RGB: 0; 0; 0
CMYK: 0; 0; 0; 100

La tipografia impiegato per il logotipo è LOGX-10 Regular, un carattere geometrico sans-serif, progettato con una struttura modulare e tratti essenziali.

LOGX-10 Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Varianti base del logo

Di seguito sono presentate tutte le principali varianti del logo SOUTH CORE.



a. versione in positivo



b. versione in negativo



c. versione in positivo



d. versione in negativo

Prove di leggibilità

Di seguito viene riportata la riproduzione del logo principale in cinque formati scalari progressivi, disposti in ordine decrescente dall'alto verso il basso. Questa sequenza ha lo scopo di evidenziare come il marchio si comporta graficamente a differenti dimensioni, e in particolare di

definire la soglia minima di leggibilità tipografica e riconoscibilità iconica.

La dimensione inferiore, collocata in fondo alla colonna, rappresenta la soglia minima di utilizzo consentita in applicazioni ufficiali: 23 x 16 mm

**SOUTH
CORE ➤**

**SOUTH
CORE ➤**

**SOUTH
CORE ➤**

**SOUTH
CORE ➤**

**SOUTH
CORE ➤** 16 mm
23 mm

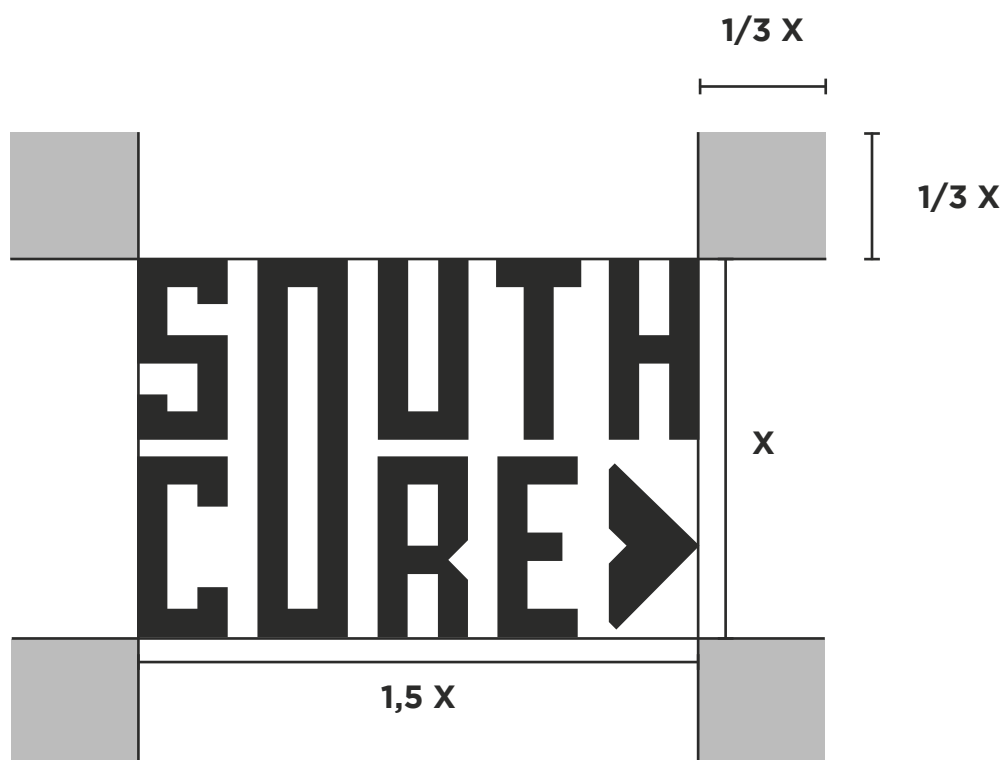
Area di rispetto

Per garantire la corretta leggibilità e riconoscibilità del marchio South Core in ogni contesto applicativo, è necessario rispettare un'area di esclusione attorno al logo, anche detta zona di rispetto. Questa zona definisce lo spazio minimo intorno al marchio in cui non devono essere inseriti elementi grafici, testuali o strutturali che possano comprometterne la visibilità o interferire con la sua percezione visiva.

Nel caso specifico, l'area di rispetto è calcolata in base all'altezza del

pittogramma, ed è pari ad almeno il 33% della sua altezza, applicato simmetricamente su tutti i lati — superiore, inferiore, sinistro e destro.

Questo margine invisibile ha funzione protettiva e compositiva: assicura al logo una corretta “respirazione visiva” e ne preserva l'impatto comunicativo, soprattutto in contesti affollati o su fondi complessi.



Prove di leggibilità del logo orizzontale

SOUTH CORE ➤

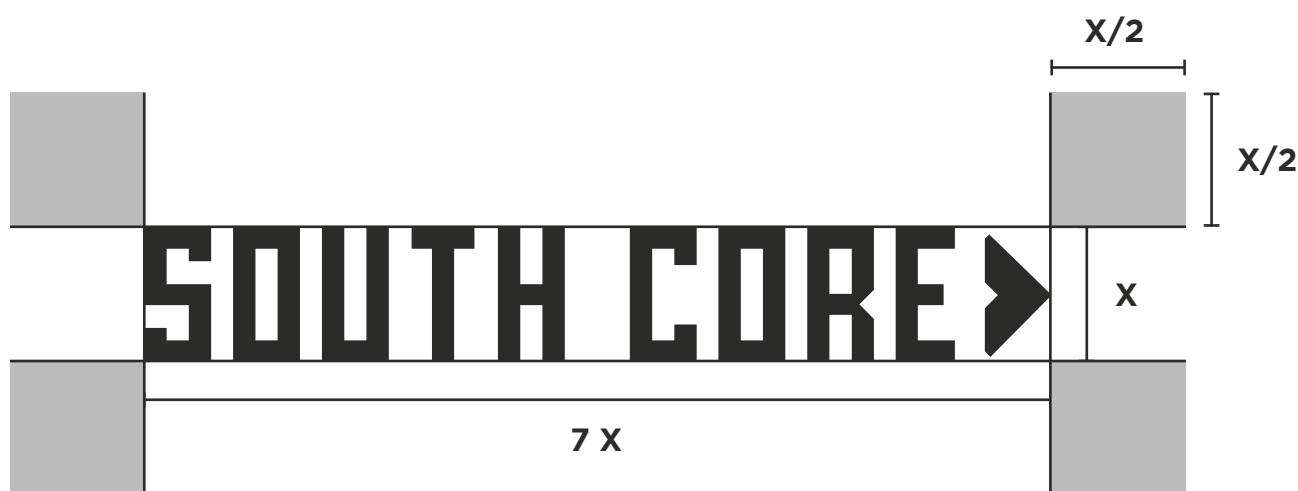
SOUTH CORE ➤

SOUTH CORE ➤

SOUTH CORE ➤

SOUTH CORE ➤ | 20 mm
38 mm

Area di rispetto del logo orizzontale



5.3 Elaborati

Dalla ricerca alla realizzazione delle collezioni

La fase di elaborazione progettuale di South Core ha condotto allo sviluppo di un sistema coordinato di elementi fisici e digitali che definisce in modo coeso l'identità del marchio e accompagna ogni fase dell'esperienza d'acquisto.

La linea guida visiva si struttura attorno a tre componenti ricorrenti:

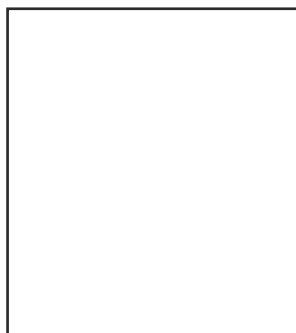
- l'uso costante del logo, come elemento dominante e riconoscibile
 - l'impiego della texture a ragnatela, che funge da sfondo strutturale o elemento decorativo nei materiali di comunicazione
 - palette cromatica essenziale e monocromatica, che contribuisce a rafforzare l'impatto visivo del sistema
- A supporto di questa grammatica visiva, è stato adottato un sistema

tipografico basato sulla famiglia Helvetica, selezionata per la sua neutralità formale e per l'equilibrio visivo che genera in combinazione con il logotipo destrutturato. Le varianti utilizzate sono:

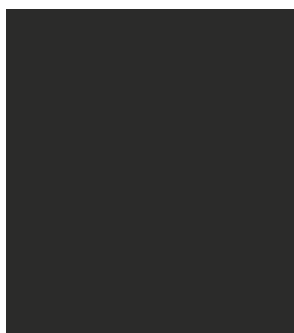
- Helvetica Neue Regular per testi istituzionali e descrittivi
- Helvetica Black per titoli, accenti visivi e sezioni ad alto impatto
- Helvetica Light per sottotitoli, e componenti secondarie

Questa combinazione tipografica garantisce gerarchia e leggibilità, mantenendo coerenza e rigore in tutte le applicazioni del marchio.

Il logo South Core non prevede



HEX: #FFFFFF
RGB: 255; 255; 255
CMYK: 0; 0; 0; 0



HEX: #000000
RGB: 0; 0; 0
CMYK: 0; 0; 0; 100



HEX: #E30613
RGB: 227, 6, 19
CMYK: 0, 100, 100, 0



HEX: #65B331
RGB: 101, 179, 49
CMYK: 44, 0, 73, 30

variazioni cromatiche al di fuori delle due versioni: positiva e negativa. La selezione della versione da utilizzare è guidata da un criterio di contrasto ottico con il supporto, così da garantire la massima leggibilità, riconoscibilità e coerenza percettiva del marchio in ogni contesto applicativo.

**SOUTH
CORE** ➤



Helvetica Light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Helvetica Neue Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Helvetica Black

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Biglietto da visita

Il biglietto da visita istituzionale di South Core è progettato nel formato standard 85 x 55 mm, con un layout essenziale e ad alto contrasto, coerente con il linguaggio visivo del brand.

Le due facce si completano a livello funzionale e identitario: il fronte esprime il manifesto visivo del marchio, il retro fornisce le informazioni personali e di contatto.

Margini Fronte: 5 mm su tutti i lati

Margini Retro: 5 mm su tutti i lati

Griglia

Numero colonne: 5

Spaziatura tra colonne: 5 mm

Dimensione del logo: 40 x 27 mm

• **Fronte**

Sfondo: Nero

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 40 mm x 28 mm

Texture: Ragnatela bianca

MADE IN ITALY: Helvetica Neue Light, 6 pt

Sito: Helvetica Neue Regular, 5 pt

• **Retro**

Sfondo: Nero

Donato Minonne: Helvetica Neue Black, 11 pt

Chief Director: Helvetica Neue Light, 7 pt

Contatti: Helvetica Neue Regular, 5 pt



Fronte



Retro



Carta regalo

La carta regalo South Core Express è un artefatto editoriale dal formato 85 x 55 mm, progettata secondo gli stessi criteri strutturali e tipografici del sistema visivo South Core. Su

uno sfondo nero ed elementi grafici e testuali in bianco e oro creano un contrasto funzionale ed elegante.

Margini: 5 mm su tutti i lati

Griglia

Numero colonne: 4

Spaziatura tra colonne: 5 mm

Dimensioni: 85 x 55 mm

Sfondo: Nero

Logo: Oro

Dimensioni: 30 x 4,5 mm

Decorazione: Cornice sottile in oro

Elemento simbolico: ragno stilizzato in oro sospeso

Codice numerico: LOGX-10 Regular, 20 pt

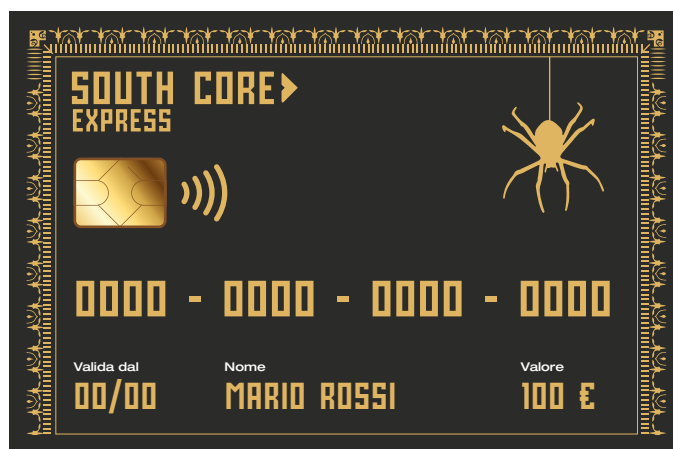
Colore: Oro

Etichette: LOGX-10 Regular, 15 pt

Colore: Oro

Dati personali: Helvetica Neue Regular, 5 pt

Colore: Bianco





Cartellino

Il cartellino taglie di South Core è sviluppato nel formato verticale 55 x 115 mm, con una composizione grafica essenziale, monocroma e ad alto impatto visivo.

Il fronte sintetizza l'identità visiva del marchio.

Il retro, invece, ospita le informazioni funzionali legate al prodotto.

Margini: 5 mm su tutti i lati
Dimensioni: 115 mm x 55 mm
Sfondo Nero

• Fronte

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 30 x 45 mm

MADE IN ITALY: Helvetica Neue Regular, 5 pt

Sito: Helvetica Neue Regular, 5 pt

Texture: Ragnatela bianca

• Retro

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 41 x 6 mm

OVERSIZE FIT + Taglie: Helvetica Neue Regular, 9 pt

COTTON 100% + Sito: Helvetica Neue Regular, 6 pt

Barcode centrato in basso sotto i dati

Prezzo: Helvetica Neue 85 Heavy, 17 pt





Shopper di carta

Lo shopper istituzionale di South Core si presenta in due varianti monocrome a colori invertiti, bianco con stampa nera e nero con stampa bianca, e adotta un linguaggio visivo diretto,

ad alto impatto. L'intero layout è attraversato dal pattern a ragnatela che richiama l'estetica del marchio. Le due versioni, perfettamente speculari.

Dimensioni: 310 x 390 mm

Sfondo: Nero/bianco

Logo: Versione negativa/positiva

Dimensioni: 145 mm x 214 mm

MADE IN ITALY: Helvetica Neue

Regular, 29 pt

Sito: Helvetica Neue Regular, 29 pt

Texture: Ragnatela bianca/nera





Plastic Zip Bag

La busta zip è realizzata in plastica opaca di colore grigio. Il design presenta la ragnatela nera distribuita in modo uniforme sulla superficie frontale. Al centro si trova il logo. Nella

parte superiore è riportata la dicitura "MADE IN ITALY" e in basso il sito web. La chiusura zip è posizionata nella parte alta del packaging, suggerendo una funzione protettiva e pratica.

Dimensioni: 200 mm x 250 mm

Logo: Versione positiva

Dimensioni: 140 mm x 92 mm

MADE IN ITALY: Helvetica Neue Regular, 20 pt

Sito: Helvetica Neue Regular, 20 pt

Texture: Ragnatela nera





Box mailing di plastica

La mailing box è una confezione flessibile in plastica nera, progettata per la spedizione sicura di articoli. Il fronte è decorato con il motivo a ragnatela, e al centro è presente il logo.

La parte superiore riporta la dicitura "MADE IN ITALY", mentre quella inferiore mostra il sito web. Sul retro è applicata un'etichetta logistica con codice a barre, QR code e informazioni.

Dimensioni: 280 x 370 mm

• Fronte

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 210 mm x 141 mm

MADE IN ITALY: Helvetica Neue Regular, 28 pt

Sito: Helvetica Neue Regular, 28 pt

Texture: Ragnatela bianca

• Retro

Pattern: Ragnatela bianca

Adesivo postale: 170 x 115 mm





Box di carta x Nike

Il packaging della collaborazione South Core x Nike è una scatola nera opaca decorata con la classica ragnatela rossa. Al centro compaiono il logo South Core, lo Swoosh Nike e

la dicitura "NIKE X SOUTH CORE", accompagnati dal pittogramma del cuore ripetuto. Sul lato frontale si ritrovano il logo e lo Swoosh in versione orizzontale.

Dimensioni: 380 x 270 x 130 mm

- **Top**

Logo: Rosso

Dimensioni: 250 mm x 170 mm

MADE IN ITALY: Helvetica Neue Regular, 25 pt

Sito: Helvetica Neue Regular, 25 pt

- **Bottom**

Texture: Ragnatela rossa

- **Front**

NIKE X SOUTH CORE: LOGX-10

Regular, 110 pt

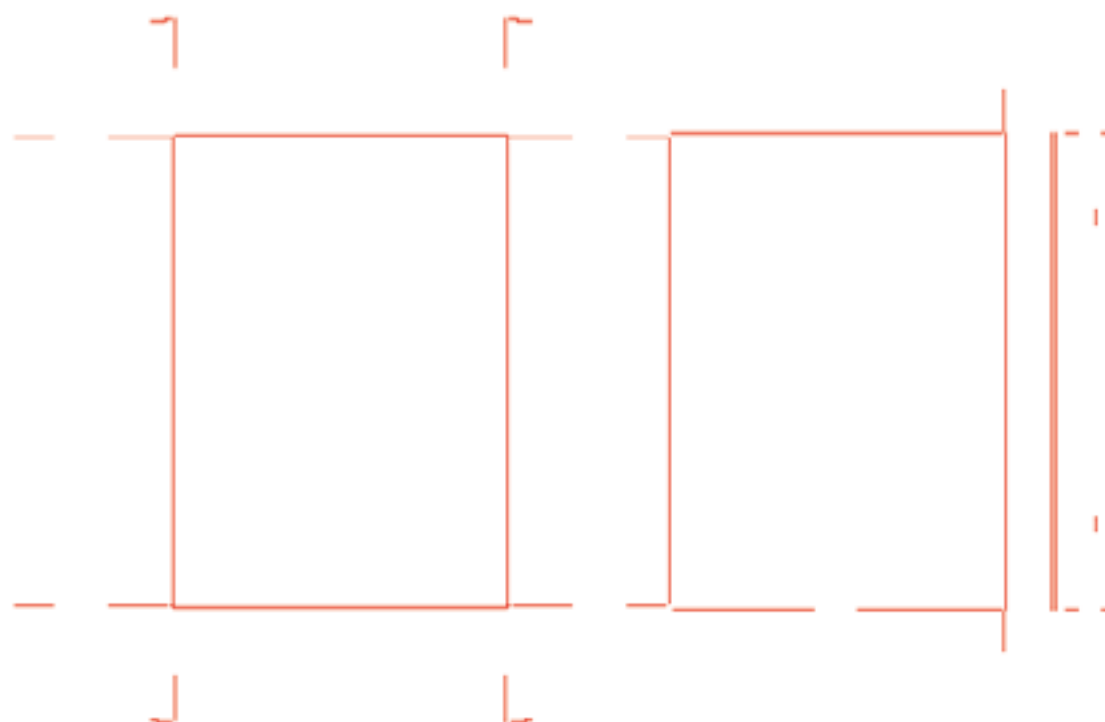
Pattern: Ragnatela rossa

Pittogramma del cuore ripetuto

- **Right**

Pattern: Ragnatela rossa

Adesivo scheda scarpe





Gruccia

La gruccia realizzata in nero opaco, è attraversata dal motivo bianco a ragnatela che richiama il linguaggio visivo del brand. Al centro, ben visibile sulla parte superiore, campeggia il logo

"SOUTH CORE" in bianco, a contrasto. I ganci laterali funzionali completano la struttura, conferendo al supporto un'identità forte, riconoscibile e perfettamente allineata al marchio.

Dimensioni: 445 x 225 x 13 mm

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 50 mm x 7,5 mm

Texture: Ragnatela bianca



Etichetta

L'etichetta South Core è realizzata in tessuto nero e presenta una composizione grafica chiara e funzionale. Nella parte centrale è stampato il logotipo "SOUTH CORE" in

maiuscolo bianco, con carattere deciso e ben leggibile. Sopra il logo sono indicate le taglie disponibili, disposte in linea e con la taglia selezionata evidenziabile nella versione finale.

Dimensioni: 65 x 60 mm

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 50 mm x 35 mm

Taglia: Helvetica Neue Regular, 7 pt

Sito: Helvetica Neue Regular, 5,5 pt



Icona app

L'icona mobile di South Core è quadrata con angoli arrotondati, su sfondo bianco neutro. Al centro campeggia il logo SOUTH CORE in nero. La composizione è minimalista e

monocroma. L'icona comunica identità solida, postura visiva e radicamento simbolico, perfetta per distinguersi in un ecosistema digitale affollato.

Dimensioni: 180 x 180 px
Logo: Versione positiva
Dimensioni: 145 x 97 px



Insegna dello store

L'insegna, realizzata su fondo nero dove si staglia la ragnatela bianca, simbolo del brand, con il logotipo SOUTH CORE in bianco al centro. Sotto, lo slogan "DRESSED WITH

CORE" in vetrina, insieme al sito web e alla ragnatela, completa il manifesto visivo dello spazio.

• Insegna

Dimensioni: 220 x 50 cm

Logo: Versione positiva

Dimensioni: 120 x 18 cm

Texture: Ragnatela bianca

• Vetrina

Payoff: Helvetica Neue Regular, 300 pt

Sito: Helvetica Neue Regular, 105 pt



SANTI.20 COLLECTION

La collezione “SANTI.20” è la prima linea completa del brand SOUTH CORE e rappresenta una sintesi tra territorio, simbologia sacra e linguaggio urbano. Il nome gioca con la parola “santi” (richiamo religioso) e il numero 20 (ovvero venti).

Il concept si struttura su una mappa culturale del Salento, costruita intorno ai quattro punti cardinali, ciascuno rappresentato da una città e dal suo relativo immaginario:

Nord → Lecce → Tramontana

Sud → Leuca → Ostro

Ovest → Gallipoli → Ponente

Est → Otranto → Levante

Ogni direzione è legata a un vento tradizionale, a un santo patrono, a un monumento o simbolo architettonico, e a un suono identitario. La collezione funziona come una bussola visiva e narrativa, dove ogni capo è un “pezzo di mappa” che racconta una direzione dello spirito salentino.

Ogni grafica delle città della collezione SANTI.20 nasce come una tavola visiva precisa, replicabile, riconoscibile. Cambia il contenuto, cambia la città, ma la struttura resta solida. Il **nome della città**, scritto in orizzontale con accanto il **CAP**, si piazza sempre in alto a destra: è il punto da cui parte il racconto, come una targa incisa. Appena sopra, le **coordinate geografiche**, latitudine e longitudine, ancorano il luogo nel

mondo, trasformando la grafica in un frammento di mappa.

Al centro, sempre, il **Santo Patrono**: figura reinterpretata, quasi sacrale, ma mai religiosa in senso stretto. È il volto simbolico della città, stilizzato, ed inserito in un ambiente grafico fatto di **architetture locali**: scorci, monumenti, geometrie urbane, trattati con lo stile South Core.

Sulla sinistra campeggia il **logo alternativo in rosso**, come sigillo, firma, marchio che conferma l'appartenenza al progetto.

In basso, **il verso tratto da una canzone** che parla della città: poche parole, cariche di significato. Accanto, **una mappa stilizzata** che rappresenta il centro urbano. E lì vicino, sempre presente, il **nome del vento** che soffia in quella direzione: Ostro, Tramontana, Ponente, Levante.

Il fronte è realizzato con il **nome della città** in rosso e centrale in , accompagnato dal **logo** orizzontale South Core.

Grafiche maglieria Lecce

Lecce accoglie chi arriva da Nord attraverso tre simboli identitari che ne definiscono l'anima e la memoria urbana: la statua di Sant'Oronzo, il campanile del Duomo e l'obelisco di Porta Napoli. Tre presenze fisiche, poste su assi distinti della città, che raccontano un equilibrio tra devozione, architettura e appartenenza.

La **statua di Sant'Oronzo** si erge maestosa su una colonna romana alta circa 29 metri, al centro dell'omonima piazza. Donata da Brindisi nel XVII secolo e completata nel 1739, la figura in bronzo raffigura il santo nell'atto di benedire la città. Patrono civico, Sant'Oronzo è celebrato ogni anno ad agosto, e osserva dall'alto Lecce con fare protettivo e solenne.

Il **campanile del Duomo**, progettato da Giuseppe Zimbalo e completato nel 1682, svetta per 72 metri sopra i tetti barocchi della città. Con le sue cinque ordini di balconate eleganti e una statua in ferro di Sant'Oronzo in cima, domina l'intera piazza con sobrietà e imponenza. Nei giorni limpidi, dalla sua sommità lo sguardo raggiunge persino l'Adriatico.

L'**Obelisco di Porta Napoli**, invece, rappresenta l'ingresso simbolico a Lecce. Innalzato nel 1822 in onore di Ferdinando I di Borbone, è realizzato in pietra leccese e decorato da bassorilievi regali. Alto circa 10 metri, si affianca all'arco trionfale omonimo, segnando l'accesso alla città storica e alla sua memoria monumentale.

In sottofondo, le parole di **Arcu de Pratu di Bruno Petrachì** accompagnano questi luoghi con ironia e sguardo popolare: la colonna si sposta, la città cambia, e Sant'Oronzo, pur rassegnato, accetta il movimento del tempo finché nulla venga distrutto. Così Lecce si racconta, tra sacro, storico e quotidiano — viva, stratificata e consapevole del proprio equilibrio.

• Retro

Dimensioni: A3 - 297 x 420 mm

Logo: Alternativo, rosso

Dimensioni: 110 x 336 mm

Nome Città: Rikos, 47 pt

Coordinate:

Helvetica Neue Regular, 8 pt

Cap:

Helvetica Neue Bold Outline, 57 pt

Citazioni:

Helvetica Neue Regular, 10 pt

Vento:

Helvetica Neue Black, 6 pt

• Fronte

Dimensioni: 100 x 43 mm

Logo: Versione positiva

Dimensioni: 55 x 12 mm

Nome Città: Crucifixion Regular, 96 pt

73100

La editoria alla sfiducia si ribalta accanto, in forma di riforma spuntata, Silvio Berlusconi presidente della Rai? Oppure, un risultato ancora lontano e "irreale", che vede Massimo D'Alema e Prodi, i due "cavalieri" di governo, e il Berlusconi che si offre "titolo" di reati in passato, via benedici con la riforma r/1 spuntata.



LEAVE
SOUTH CORE

Grafiche maglieria Leuca

Il vento del sud che accarezza Leuca nei giorni d'estate. Porta con sé salsedine, preghiere e attese antiche — quelle di un luogo di confine, dove l'Adriatico e lo Ionio si incontrano e la terra si fa soglia.

Ogni anno, il 15 agosto, Leuca celebra questo confine con una delle sue tradizioni più sentite: la processione in mare della **Madonna con il Bambino**. Dopo giorni di novene, fiaccolate e veglie notturne, la statua viene portata dalla Chiesa di Cristo Re fino al porto, dove viene imbarcata su una barca addobbata con fiori e nastri. Inizia così un corteo solenne e festoso. È un rito che unisce sacro e popolare, fede e spettacolo, e che culmina con la Messa solenne e i fuochi d'artificio sul mare.

A dominare questo scenario è la **Basilica di Santa Maria de Finibus Terrae**, costruita tra il 1720 e il 1755 su un antico tempio pagano dedicato a Minerva. La sua facciata austera e fortificata, voluta dal vescovo Giannelli per resistere alle incursioni saracene, si affaccia su un piazzale monumentale che ospita la colonna mariana, la croce pietrina e l'inizio della scalinata

che scende al porto. È un luogo di pellegrinaggio e di visione, dove la fede si intreccia con la geografia.

Accanto, il **Faro di Leuca**, costruito nel 1866, si erge per 47 metri sul promontorio di Punta Meliso. È uno dei più alti d'Europa e segna il punto più meridionale del Salento. La sua luce guida i naviganti tra due mari e accoglie ogni giorno la prima alba d'Italia. Insieme alla basilica, disegna una geografia dello sguardo: tra orizzonte, fede e ritorno.

In questo paesaggio sospeso si innesta **Te Spettu** di **Rachele Andrioli**, un canto d'attesa e d'amore che intreccia vita quotidiana e devozione. Le sue parole, intrise di farina, acqua e sale, raccontano la forza silenziosa di chi aspetta, accettando le tempeste, restando saldo. È un invito dolce e ostinato a non cedere, a credere nel ritorno, a restare uniti anche nella distanza. Il brano, tratto dall'album Leuca, è un omaggio alla terra madre, al Mediterraneo, alla femminilità resistente.

• Retro

Dimensioni: A3 - 297 x 420 mm

Logo: Alternativo, rosso

Dimensioni: 110 x 336 mm

Nome Città: Rikos, 47 pt

Coordinate:

Helvetica Neue Regular, 8 pt

Cap:

Helvetica Neue Bold Outline, 57 pt

Citazioni:

Helvetica Neue Regular, 10 pt

Vento:

Helvetica Neue Black, 6 pt

• Fronte

Dimensioni: 82 x 56 mm

Logo: Versione positiva

Dimensioni: 55 x 12 mm

Nome Città: Crucifixion Regular, 96 pt

LEUCA

39°48'03.6"N, 18°21'25"E

73040



Nah lu mare quantu è bellu, lu mare ca ne separa, la tempesta ca se prepara, none, none, none, teni intra e cacci fore, e cu l'acqua e cu lu sale, la farina pe lu pane, nennu, nennu, nennu, tie me teni ieu te tegnu, te tegnu strittu a ampiettu, parti puru ca ieu te spettu



LEUCA

SOUTH CORE ▶

Grafiche maglieria Otranto

A Otranto, la luce e la memoria si fondono insieme al Levante che racconta resistenza, leggenda e identità.

Il **Monumento ai Martiri**, eretto nel 1922, celebra l'eroica difesa della città durante l'assedio ottomano del 1480: una figura femminile fiera, allegoria della città, stringe croce e bandiera, simboli di fede e patria. È un gesto scolpito nella pietra che guarda il mare, da cui giunsero gli invasori, e che oggi restituisce dignità e riconoscenza a chi scelse il martirio pur di non rinnegare la propria fede.

Poco distante, la **Torre del Serpe** custodisce un'altra narrazione: quella di un'enorme serpe che, secondo la leggenda, spense il faro bevendone l'olio, impedendo così ai pirati di trovare la costa. Privati del punto di riferimento, gli assalitori proseguirono oltre, salvando Otranto da un attacco imminente. Questa torre, oggi rovina affascinante a picco sull'Adriatico, è diventata simbolo cittadino, tanto da comparire nello stemma comunale, avvolta da un serpente nero. È il segno di una città che trasforma la leggenda

in identità, la paura in memoria.

A sud, il **Faro di Punta Palascia** segna il punto più orientale d'Italia. Costruito nel 1867 e riattivato nel 2008, si erge su una scogliera bianca, tra macchia mediterranea e silenzi profondi. Qui sorge la prima alba del Paese, e ogni Capodanno centinaia di persone si raccolgono per assistere al primo sorgere del sole. Il faro, oggi sede di un centro ambientale e di un museo del mare, è simbolo di confine, rinascita e orientamento — fisico e simbolico.

In questo paesaggio stratificato, la canzone **Da mare d'Otrantu mia** degli **Officina Zoè**, ispirata ai versi di Antonio Sforza, restituisce voce al territorio. Il mare, "iancu e turchinu", cambia colore con la luce, tra argento e oro, e diventa specchio dell'anima salentina: vivo, tremante, vorticoso. È un canto che intreccia poesia, musica e natura, e che racconta una Otranto che resiste, sogna e si affida al mare — come ha sempre fatto.

• Retro

Dimensioni: A3 - 297 x 420 mm

Logo: Alternativo, rosso

Dimensioni: 110 x 336 mm

Nome Città: Rikos, 47 pt

Coordinate:

Helvetica Neue Regular, 8 pt

Cap:

Helvetica Neue Bold Outline, 57 pt

Citazioni:

Helvetica Neue Regular, 10 pt

Vento:

Helvetica Neue Black, 6 pt

• Fronte

Dimensioni: 86 x 56 mm

Logo: Versione positiva

Dimensioni: 55 x 12 mm

Nome Città: Crucifixion Regular, 96 pt

OTRANTO

www.otranto.org

73028

O mare, mare d'Otrantu mèu, l'hai a turchinu da quardu vane lu celu e
quardu celu. Mare d'Argentu, mare de cru l'hai, cu vangi vantu nu celu de
l'argentu, cu l'argentu da lu celu e l'argentu vangi vantu nu celu de l'argentu
e lu celu vantu nu celu de l'argentu e lu celu de l'argentu vantu nu celu de l'argentu

OTRANTO

SOUTH CORE

Grafiche maglieria Gallipoli

Il Ponente di Gallipoli si intreccia con la luce e il ritmo popolare, dando forma a un paesaggio identitario che vibra tra sacro e quotidiano.

Al centro di questo racconto si erge la **statua argentea di San Sebastiano**, compatrono della città, custodita nella Basilica Concattedrale di Sant'Agata. Realizzata a Napoli nel 1770, la scultura viene portata in processione ogni 20 gennaio tra tamburi e silenzi, evocando la protezione del Santo contro la peste e rinnovando un legame profondo con la comunità. Per la devozione quotidiana, dal 2022 è stata collocata una replica in legno, mentre l'originale resta simbolo di arte sacra e memoria collettiva.

Accanto all'altare, il **campanile della Basilica**, costruito nel Settecento in pietra carparo, svetta nel cuore della città vecchia. Con la sua meridiana solare sul lato meridionale, un tempo usata per segnare le ore liturgiche, è punto di riferimento. La sua presenza, affacciata sul mare, unisce ingegno architettonico e spiritualità. In lontananza, sull'isola di Sant'Andrea, **il Faro** del 1866 si staglia tra scogli

e vento. Alto 45 metri e visibile da oltre 20 miglia marine, guida le rotte notturne nel cuore dello Ionio. Isolato e maestoso, è oggi uno dei luoghi più suggestivi della costa salentina: simbolo di protezione, mistero e continuità tra passato e presente.

In questo scenario di pietra, luce e mare, risuona **"Aria Caddhipulina" di Antonio Castrignanò**, un inno popolare che restituisce voce all'anima più autentica del Salento. Il brano, tra ritmo di tamburi e dialetto salentino, evoca la festa, la taranta e la saggezza popolare. Versi come "nu corpu allu tampagnu e nu corpu alla padella" richiamano strumenti e balli antichi, mentre il ritornello, tra ironia e verità, racconta le difficoltà della vita e il continuo tornare sui propri passi. È un canto che, come Gallipoli, gira e rigira, ma non smette mai di danzare.

• Retro

Dimensioni: A3 - 297 x 420 mm

Logo: Alternativo, rosso

Dimensioni: 110 x 336 mm

Nome Città: Rikos, 47 pt

Coordinate:

Helvetica Neue Regular, 8 pt

Cap:

Helvetica Neue Bold Outline, 57 pt

Citazioni:

Helvetica Neue Regular, 10 pt

Vento:

Helvetica Neue Black, 6 pt

• Fronte

Dimensioni: 122 x 56 mm

Logo: Versione positiva

Dimensioni: 55 x 12 mm

Nome Città: Crucifixion Regular, 96 pt



Mockup T-shirts



LECCE



LEUCA



OTRANTO



GALLIPOLI







Mockup Hoodies



LECCE



LEUCA



OTRANTO



GALLIPOLI







Mockup Crewnecks



LECCE



LEUCA



OTRANTO



GALLIPOLI







Camicia a maniche corte

Camicia nera a maniche corte in stile urbano, con chiusura a bottoni. Sul fronte, un taschino discreto ospita il logo SOUTH CURE in bianco. Sul retro, lo stesso logo si espande al centro,

incorniciato da una rosa dei venti rossa con i quattro orientamenti cardinali in italiano: Tramontana, Levante, Mezzogiorno, Ponente. Il design fonde pulizia formale e richiami territoriali.

• Fronte

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 60 x 40 mm

Rosa dei venti: Helvetica Neue, Black, 8 pt

Dimensioni: 75 x 75 mm

• Retro

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 250 mm x 170 mm

Rosa dei venti: Helvetica Neue, Black, 36 pt

Dimensioni: 320 x 320 mm





Giacca Leggera

Giacca a maniche lunghe dal taglio urban, nera, con chiusura a pressione e vestibilità regolare. Sul petto sinistro è applicato il logo SOUTH CURE in bianco e rosso, piccolo e bilanciato, in

linea con il tono discreto del fronte. Sulla zona centrale del retro, campeggia il logo, incorniciato dalla rosa dei venti rossa con orientamenti cardinali.

• Fronte

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 60 x 40 mm

Rosa dei venti: Helvetica Neue, Black, 8 pt

Dimensioni: 75 x 75 mm

• Retro

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 250 mm x 170 mm

Rosa dei venti: Helvetica Neue, Black, 36 pt

Dimensioni: 320 x 320 mm





Giacca a vento

Giacca a vento nera con cappuccio e zip frontale, pensata per lo spazio urbano. Sul petto sinistro, il logo SOUTH CORE in bianco e rosso è applicato in piccolo formato, con tono

sobrio ma incisivo.

Sul retro, la grafica si espande: il logo centrale è avvolto dalla rosa dei venti rossa, con le quattro direzioni cardinali.

• Fronte

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 60 x 40 mm

Rosa dei venti: Helvetica Neue, Black, 8 pt

Dimensioni: 75 x 75 mm

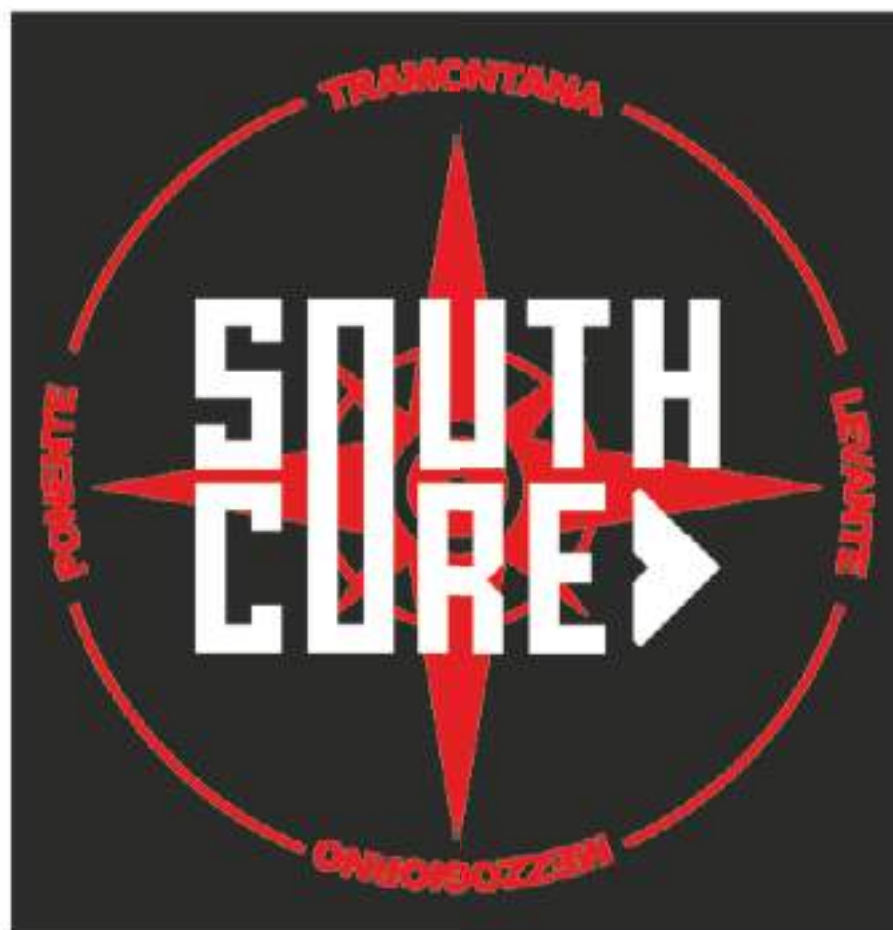
• Retro

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 250 mm x 170 mm

Rosa dei venti: Helvetica Neue, Black, 36 pt

Dimensioni: 320 x 320 mm





Bomber

Bomber nero con maniche in pelle, ispirato allo stile varsity ma ridefinito con la visione urbana di South Core. Sul fronte, il logo SOUTH CORE e le iniziali SC. Il retro è dominato dalla rosa

dei venti centrale. Presente anche sulle maniche e si estende dal fronte al retro, creando continuità visiva. I dettagli sono tutti eseguiti tramite cucitura

• Fronte

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 10 x 68 mm

SC: LOGX-10 Regular, 270 pt

• Maniche

Rosa dei venti: Helvetica Neue, Black, 17 pt

Dimensioni: 145 x 145 mm

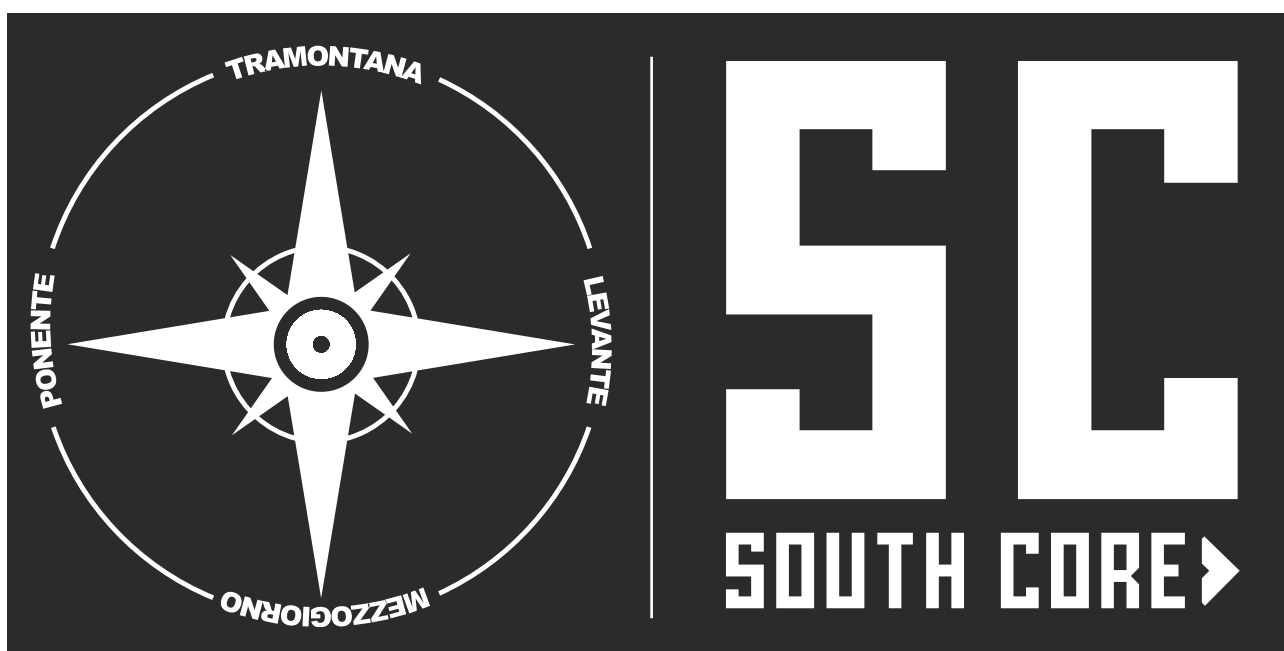
• Retro

Logo: Versione negativa

Dimensioni: 250 mm x 170 mm

Rosa dei venti: Helvetica Neue, Black, 36 pt

Dimensioni: 320 x 320 mm





Giubbotto invernale

Giubbotto invernale nero dal taglio imbottito, pensato per basse temperature e per un impatto visivo forte. La grafica non cambia: precisa, geometrica, territoriale. Cambia solo

la potenza del capo. Questo giubbotto è una versione invernale blindata del codice visivo South Core: rigido fuori, riconoscibile dentro.

• Fronte

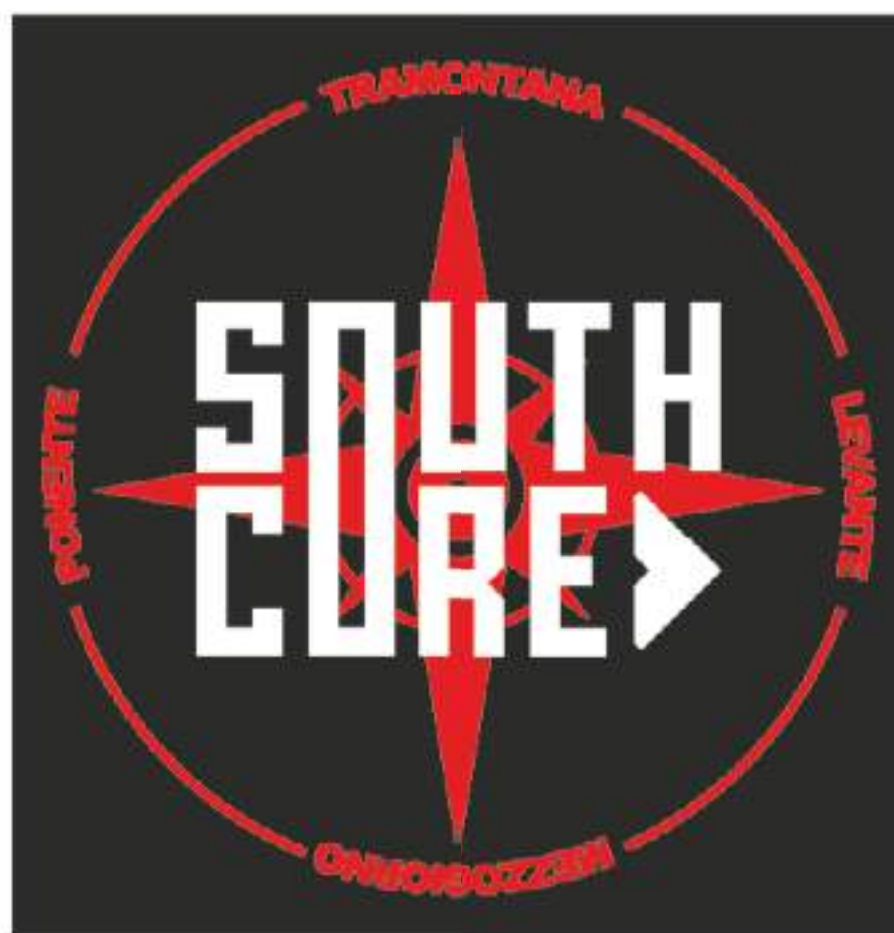
Logo: Versione negativa
Dimensioni: 90 x 60 mm

Rosa dei venti: Helvetica Neue, Black, 16 pt
Dimensioni: 115 x 115 mm

• Retro

Logo: Versione negativa
Dimensioni: 315 x 210 mm

Rosa dei venti: Helvetica Neue, Black, 55 pt
Dimensioni: 405 x 405 mm





Jeans

Jeans azzurro in denim rigido, con stampa grafica ragnatela in nero che copre interamente la superficie. Sul retro, sopra le tasche posteriori, è stampato il logo SOUTH CORE in nero,

tipografia piena, compatta, posizionata con equilibrio. In vita, nella zona cintura, vi è una patch nera e il logo verticale in rosso.

- **Fronte**

Texture: Ragnatela nera

- **Retro**

Logo: Alternativo versione positiva

Dimensioni: 390 x 128 mm

Texture: Ragnatela nera

- **Tag**

Logo: Orizzontale in rosso

Dimensioni: 50 x 35 mm

Cargo

Cargo in tessuto, con vestibilità ampia e taglio funzionale. Sul fronte, una grafica a ragnatela appare stampata sulla gamba sinistra, zona coscia e ginocchio. Sul retro, la stessa ragnatela

ricompare nella stessa zona, mentre sulle tasche è stampato il logo SOUTH CORE. Il logo è il vero punto visivo del capo, in contrasto pieno con il fondo scuro.

- **Fronte**

Texture: Ragnatela bianca

- **Retro**

Logo: Alternativo in rosso

Dimensioni: 390 x 128 mm

Texture: Ragnatela bianca



Jeans corti

Shorts in denim, disponibili in versione azzurra e nera, con vestibilità regolare e taglio dritto. La superficie è interamente decorata con una grafica a ragnatela. Il pattern si estende su

- **Fronte**

Texture: Ragnatela nera

- **Retro**

Logo: Alternativo versione positiva

Dimensioni: 390 x 128 mm

Texture: Ragnatela nera

fronte e retro, creando una continuità visiva forte e riconoscibile. Sul retro, sopra le tasche posteriori, è stampato il logo SOUTH CORE.

- **Tag**

Logo: Orizzontale in rosso

Dimensioni: 50 x 35 mm

- **Fronte**

Pattern: Ragnatela bianca

- **Retro**

Logo: Alternativo versione negativa

Dimensioni: 390 x 128 mm

Pattern: Ragnatela bianca

- **Tag**

Logo: Orizzontale in rosso

Dimensioni: 50 x 35 mm



Shorts

Shorts neri, con grafica ragnatela stampata in tono chiaro su fronte e retro. Sul davanti, la stampa si concentra sulla gamba sinistra, mentre sulla destra, in basso, è posizionato il

logo SOUTH CORE. Dietro, la ragnatela si espande su tutta la superficie e il logo ricompare in alto al centro, con la versione alternativa.

• Fronte

Logo: Orizzontale versione negativa

Dimensioni: 118 x 30 mm

Texture: Ragnatela bianca

• Retro

Logo: Alternativo versione negativa

Dimensioni: 320 x 105 mm

Texture: Ragnatela bianca



Berretto da baseball

Berretto nero, con visiera rigida.
Sul fronte, il logo SOUTH CORE è stampato in bianco, accompagnato in basso dalla citazione alla città di Otranto, già apparsa sulla maglieria.

Pattern della ragnatela, e scritta "MADE IN ITALY". Disponibili tutte le versioni delle città della linea narrativa: Lecce, Leuca, Otranto, Gallipoli.

Logo: Orizzontale versione negativa

Dimensioni: 110 x 15 mm / 15 x 3 mm

Texture: Ragnatela bianca

Citazione: Helvetica Neue Regular, 5 pt

Made in Italy: Helvetica Neue Regular, 5 pt

SOUTH CORE ➤

SOUTH CORE ➤



MADE IN ITALY

Mare, mare mîu, lanou e furchinu de quandu esse lu sùle a quandu cala. Mare d'argentu, mare de cru finu, ca cangi comu focu o de bingala, ca mpena ca te ddioti a mmatinu tremi comu na fronda autunnale o te rioti comu nu mulinu, squartandu dhu beddhu'abbitu de gala.



Cappello invernale flat

Al centro, grafica stampata con un ragno bianco posizionato su una ragnatela che si estende sulla superficie. Sul bordo inferiore è cucita una etichetta tessuta con il logo

- **Fronte**

Texture: Ragnatela bianca

Elemento grafico: ragno bianco

Icone: Pittogramma logo / Rosa dei venti

Dimensioni: 30 x 30 mm

SOUTH CORE, accompagnata da due icone: il pittogramma e la rosa dei venti. Design diretto, pensato per chi cerca identità visiva forte e struttura pulita.

- **Tag**

Logo: Orizzontale versione negativa

Dimensioni: 35 x 5 mm

Cappello invernale folded

Grafica centrale con ragno bianco e ragnatela, come nella versione Flat. La differenza: sul risvolto è stampato in grande il logo SOUTH CORE, ben visibile e netto. Sul bordo cucito resta

il logo standard, a creare un contrasto tra grafica e lettering, forma e parola. Un accessorio dichiarativo, visivo, immediatamente riconoscibile.

- **Fronte**

Logo: Alternativo versione negativa

Dimensioni: 310 x 102 mm

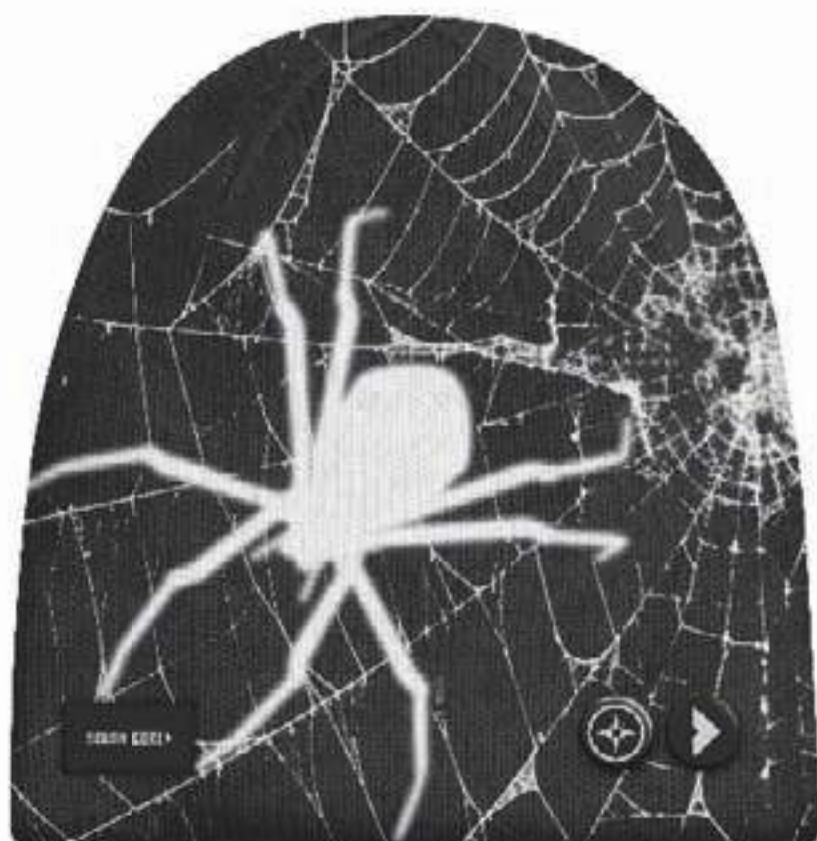
Texture: Ragnatela bianca

Elemento grafico: Ragno bianco

- **Tag**

Logo: Verticale versione negativa

Dimensioni: 33 x 22 mm



Cappello da pescatore

Cappello da pescatore, reversibile e doppia identità: un lato con solo il logo SOUTH CORE, l'altro con logo e ragnatela grafica che tesse appartenenza e tensione visiva.

Disponibile in 10 varianti cromatiche, si adatta a contesti e intenzioni diverse, ma non cambia mai voce — da un lato il segno, dall'altro la trappola.

• Esterno

Logo: Orizzontale

Dimensioni: 118 x 17 mm

Texture: Assente

• Interno

Logo: Orizzontale

Dimensioni: 118 x 17 mm

Texture: Ragnatela





Cappello da pescatore (seconda versione)

Cappello modello bucket, colore nero, completamente reversibile. L'esterno presenta il pattern di ragnatela bianca con ragno centrale accanto al logo SOUTH CORE.

Girandolo, il fondo è bianco la grafica è invertita con ragnatela e ragno neri, ben visibili.

• Esterno

Logo: Alternativa versione negativa

Dimensioni: 118 x 17 mm

Texture: Ragnatela bianca

Elemento grafico: Ragno bianco

• Interno

Logo: Alternativa versione negativa

Dimensioni: 118 x 17 mm

Texture: Ragnatela nera

Elemento grafico: Ragno nero





Cappello da pescatore (seconda versione)

I calzini sono proposti in due varianti: una con logo alternativo, l'altra con il logo classico. In entrambi i modelli, la ragnatela si avvolge intorno alla gamba.



• Versione 1

Logo: Alternativo versione negativa

Dimensioni: 61 x 20 mm

Texture: Ragnatela nera



• Versione 2

Logo: Orizzontale versione negativa

Dimensioni: 60 x 9 mm

Texture: Ragnatela nera





Occhiali da sole e custodia

Non filtrano solo la luce: tagliano lo sguardo. Gli occhiali sono armature ottiche, lenti specchiate dalle sfumature cangianti e montatura nera con firma laterale SOUTH CORE.

Riflettono il mondo e insieme lo distorcono.

• Occhiali

Logo: Orizzontale versione negativa

Dimensioni: 55 x 8 mm

• Custodia

Logo esterno: Verticale in grigio

Dimensioni: 180 x 120 mm

Logo interno: Orizzontale versione negativa

Dimensioni: 100 x 14 mm





Tote bag

Borsa in tessuto nero opaco, modello tote da spalla, con manici lunghi. Sul lato principale è stampata il logo in bianco. La tote bag è pensata per supportare la funzionale e narrativa. In

basso la citazione di Leuca, già apparsa sulla maglieria. Pattern della ragnatela, e sito. Disponibili tutte le versioni delle città: Lecce, Leuca, Otranto, Gallipoli.

Logo: Verticale / Orizzontale negativi

Dimensioni: 450 x 300 mm /

90 x 13 mm

Texture: Ragnatela bianca

Citazione: Helvetica Neue Regular,
18 pt

Sito: Helvetica Neue Regular, 24 pt





Portachiavi

Il laccetto nero riporta in loop il logo SOUTH CORE, interrotto da cuori bianchi che puntano verso l'alto. Il pattern della ragnatela crea il ritmo e movimento tipici del brand, mentre

la clip metallica chiude il capo con funzione e presenza.

Logo: Verticale in versione negativa

Dimensioni: 58 x 8,5 mm

Texture: Ragnatela bianca

Pittogramma: Bianco

Dimensioni: 9 x 5 mm





Sneakers in collaborazione con Nike

Quando la visione si espande, nasce l'incontro. Proprio come nel caso della speciale partnership con Nike, dove due modelli iconici (Air Presto e Blazer) sono stati reinterpretati

attraverso la lente SOUTH CORE. Forme leggendarie con nuovi codici visivi.



• Air Presto

Logo: Verticale versione negativa

Dimensioni: 13 x 10 mm

Rosa dei venti: 16 x 16 mm

Santi.20 : 25 x 5 mm



• Blazer

Logo: Orizzontale versione positiva

Dimensioni: 25 x 3,5 mm

Blazer: Dugas Regular, 208 pt

Santi.20: 13 x 2,5 mm

07-2025: Helvetica Neue Regular, 13 pt



Outfit Primavera / Estate

A sinistra, l'outfit primaverile si presenta con forza e coerenza, costruito attorno alla crewneck nera "LEUCA" che porta struttura, comfort e presenza visiva. Il taglio è regolare, il tessuto morbido ma compatto, ideale per quelle giornate dove l'aria è frizzante ma il sole comincia a farsi sentire. Il bucket hat rosso e nero con grafica ragnatela richiama la felpa in modo preciso, creando continuità visiva e una firma grafica immediata. Gli shorts neri con stampa bianca mantengono il ritmo urbano, con la ragnatela che torna come simbolo identitario del brand. Ai piedi, le sneakers Air Presto in bianco, nero e rosso cuciscono insieme tutto il look: sono l'anello di congiunzione cromatica tra i capi, potenti ma versatili. I calzini rossi, funzionano da spinta visiva inaspettata, un gesto di carattere che rompe la simmetria e attira lo sguardo.

A destra, l'estate cambia registro e tono, ma non perde coerenza. La t-shirt "GALLIPOLI", ampia e leggera, diventa protagonista di un'estetica più rilassata, quasi mediterranea. I jeans shorts schiariti aggiungono vibrazione al look, mantenendo un taglio morbido che favorisce il movimento. I calzini neri con dettagli rossi mantengono la firma visiva dell'identità South Core e fanno da ponte cromatico con le sneakers condivise con il look primaverile. Il bucket hat resta al suo posto, ma protegge dal sole.

Entrambi gli outfit sono streetwear puri, ma interpretano le stagioni in modo diverso: uno stratificato e grafico, l'altro fresco e diretto.



Outfit Autunno / Inverno

A sinistra, l'outfit autunnale si anima di tensioni sottili e di contrasti studiati: la giacca nera, firmata e impreziosita dalla rosa dei venti, avvolge il torso con un taglio leggermente oversize. Il tessuto dalla finitura opaca crea un gioco di pieni e vuoti con la luce grigia del primo autunno, rimandando un'eleganza urbana che non rinuncia al gesto grafico. I jeans azzurri, riportano sul fianco la stampa della ragnatela, come fosse una cicatrice visiva che dialoga con il movimento delle gambe. Il beanie nero, decorato da un piccolo ragno stilizzato e dalla firma essenziale del brand, si appoggia morbidamente sulla testa, amplificando il mood street senza appesantire. Ai piedi, le sneakers alte bianche e rosse diventano il cuore pulsante del look: contrastano con la giacca scura, richiamano i dettagli del beanie e dei calzini stampati.

A destra, l'inverno si fa sentire con un peso elegante e protettivo: il puffer nero, imbottito avvolge le spalle e il collo come un'armatura calda, mentre la rosa dei venti sul petto rimane un faro grafico che spezza la tranquillità del nero profondo. I cargo scuri, virano verso tonalità più intense e fibrose, definendo una silhouette meno slim che equilibra il volume superiore. Il beanie ritorna, ma in una versione leggermente più alta e lavorata, per trattenere meglio il calore e aggiungere un dettaglio di texture. Le sneakers rimangono invariate, segno di continuità stilistica, e insieme ai calzini neri permettono al guardaroba di parlare un codice unico, anche quando le giornate si accorciano e l'aria diventa più tagliente.



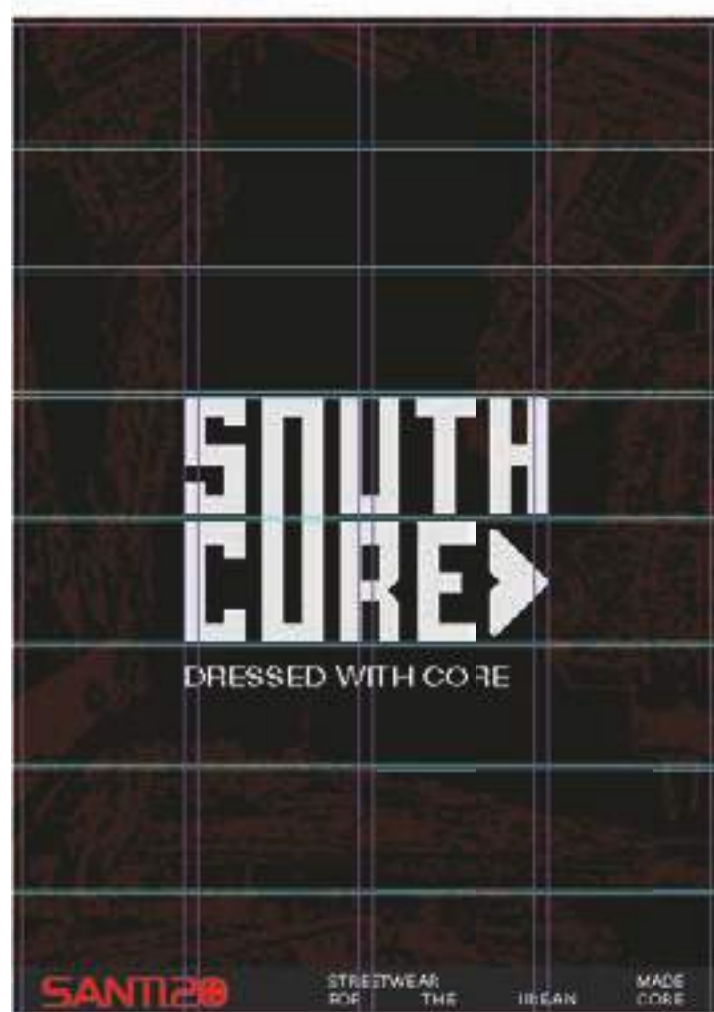




Manifesto tipografico SANTI.20

Manifesto 70 x 100 cm. Sul fronte compaiono il logo SOUTH CORE e la scritta "DRESSED WITH CORE" in bianco; in basso, a dicitura "SANTI.20" in rosso chiude la composizione. Il manifesto non annuncia ma suggerisce,

evocando l'arrivo della collezione attraverso forma e ritmo. Sul retro, segni grafici discreti richiamano le città di Lecce, Leuca, Otranto e Gallipoli, integrati come tracce visive nel progetto narrativo.



Margini: 8 mm su tutti i lati

Griglia

Numero colonne: 4

Spaziatura tra colonne: 14 mm

Numero righe: 8

Spaziature righe: 5 mm

Logo:

365 x 245 mm

Payoff:

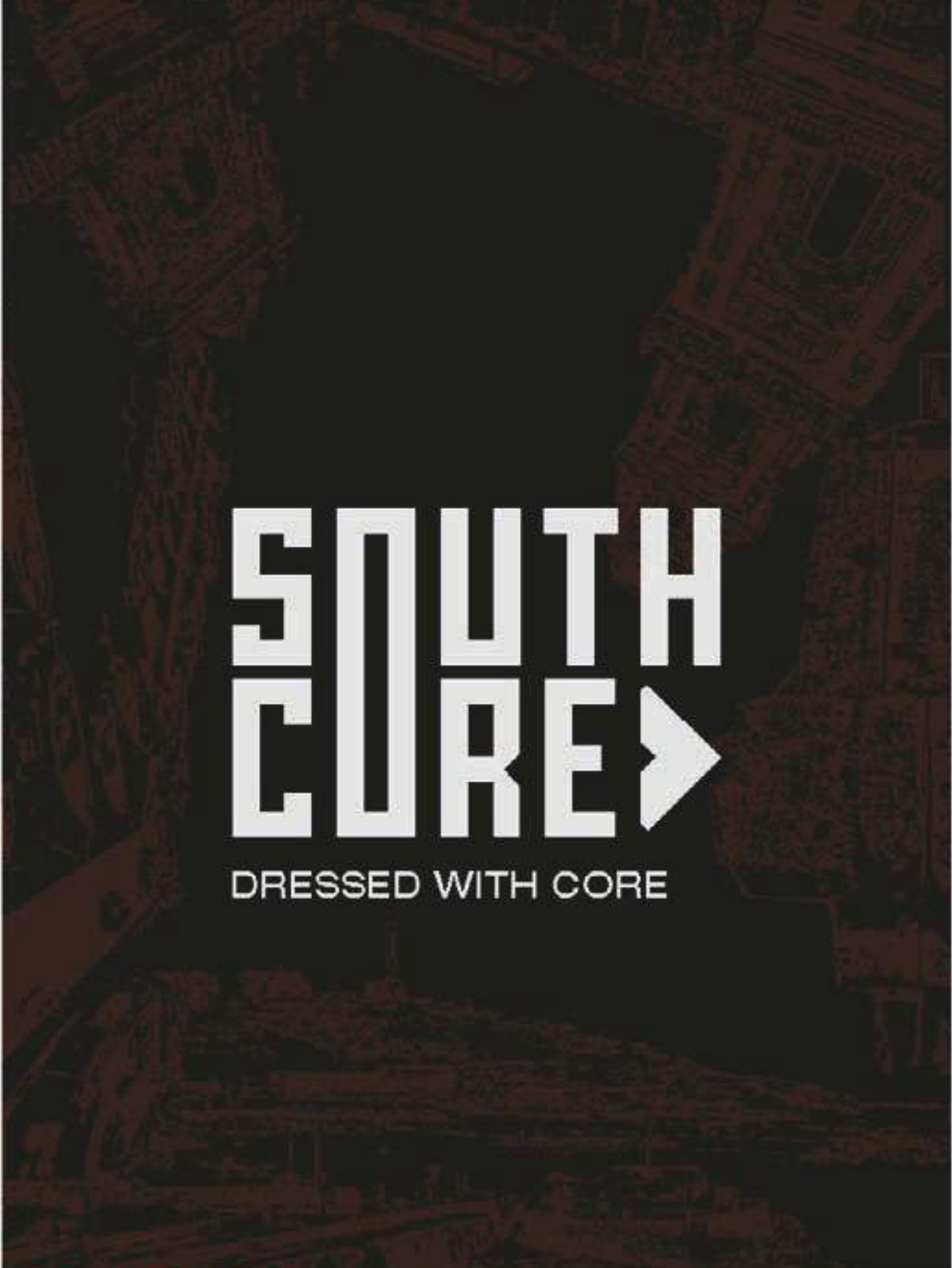
Helvetica Neue Regular, 74 pt

Nome collezione:

Rikos Regular, 106 pt

Payoff:

Helvetica Neue Regular, 41 pt

An aerial photograph of a city street grid, rendered in a dark, monochromatic style with a reddish-brown tint. The streets form a complex pattern of lines and blocks, with some areas appearing more densely built up than others.

SOUTH CORE ➤

DRESSED WITH CORE

SANTI20

STREETWEAR
FOR THE

URBAN

MADE
CORE

Manifesto fotografico SANTI.20

Manifesto 70 x 100 cm costruito attorno all'immagine della hoodie nera della collezione "SANTI.20". In alto, rosa dei venti con logo SOUTH CORE e riferimenti geografici locali; sotto,

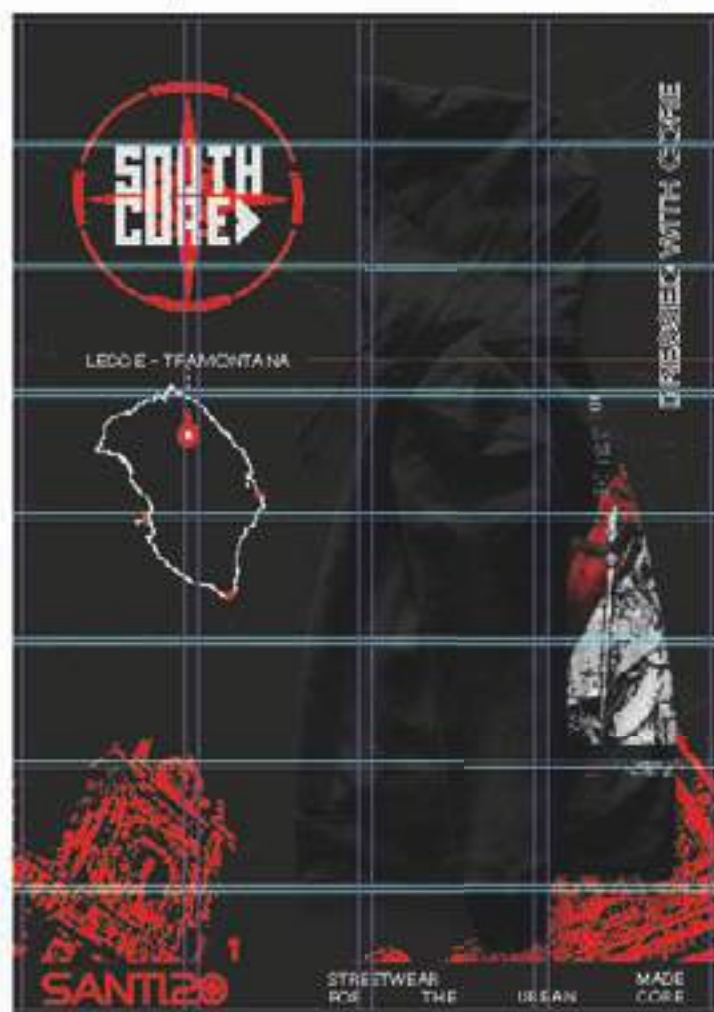
mappa stilizzata con il segnale "LECCE - TRAMONTANA". In basso, elementi grafici e testuali legati alla collezione, tra cui "SANTI.20" e "STREETWEAR FOR THE URBAN MADE CORE".

Logo: 145 x 97 mm

Rosa dei venti: 228 x 228 mm

Payoff:

Helvetica Neue Regular, 74 pt



Città - Vento:

Helvetica
Neue Regular,
44 pt

Margini: 8 mm su tutti i lati

Griglia

Numero colonne: 4

Spaziatura tra colonne: 14 mm

Numero righe: 8

Spaziature righe: 5 mm

Nome collezione:

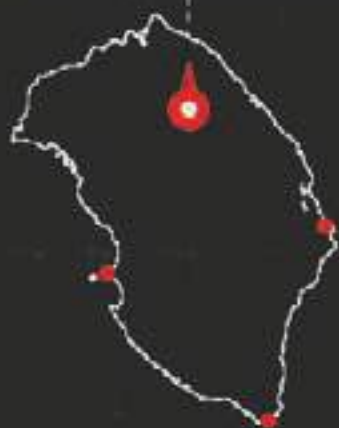
Rikos Regular, 106 pt

Payoff:

Helvetica Neue Regular, 41 pt



LECCE - TRAMONTANA



DRESSED WITH CORE



SANTI20

STREETWEAR
FOR THE

URBAN

MADE
CORE

Manifesto fotografico SANTI.20

Manifesto fotografico della collezione "SANTI.20", con protagonista la t-shirt dedicata a Gallipoli. La grafica sul retro, visibile nella scena, mostra logo alternativo, la dicitura "GALLIPOLI".

L'ambiente domestico e il contrasto con i poster pop creano una narrazione che presenta le grafiche poste nel retro della maglieria.

Logo: 250 x 37 mm



Dati:
Helvetica
Neue Regular,
49 pt

Margini: 8 mm su tutti i lati

Griglia
Numero colonne: 4
Spaziatura tra colonne: 14 mm
Numero righe: 11
Spaziature righe: 8 mm

Payoff:
Helvetica Neue Regular, 49 pt

SOUTH CORE▶

Via Roma, 56

southcoreclothing.com

ROMEO + JULIET

STAR OF TITANIC

GALLIPOLI

73014

STREETWEAR
FOR

THE

URBAN

MADE
CORE

Manifesto fotografico SANTI.20

Manifesto fotografico della collezione “SANTI.20” dedicato a Lecce. Al centro, la t-shirt nera con grafica sul retro: testo “LECCE 73100”, logo alternativo e dettagli del brand come:

Via Roma, 56, e il sito web. L’ambiente è neutro, la postura semplice, la scena diretta — è il capo a parlare, in piena coerenza col linguaggio visivo.

Logo: 260 x 37 mm



Dati:

Helvetica
Neue Regular,
49 pt

Margini: 8 mm su tutti i lati

Griglia

Numero colonne: 4

Spaziatura tra colonne: 14 mm

Numero righe: 11

Spaziature righe: 8 mm

Payoff:

Helvetica Neue Regular, 49 pt

SOUTH CORE▶

Via Roma, 56

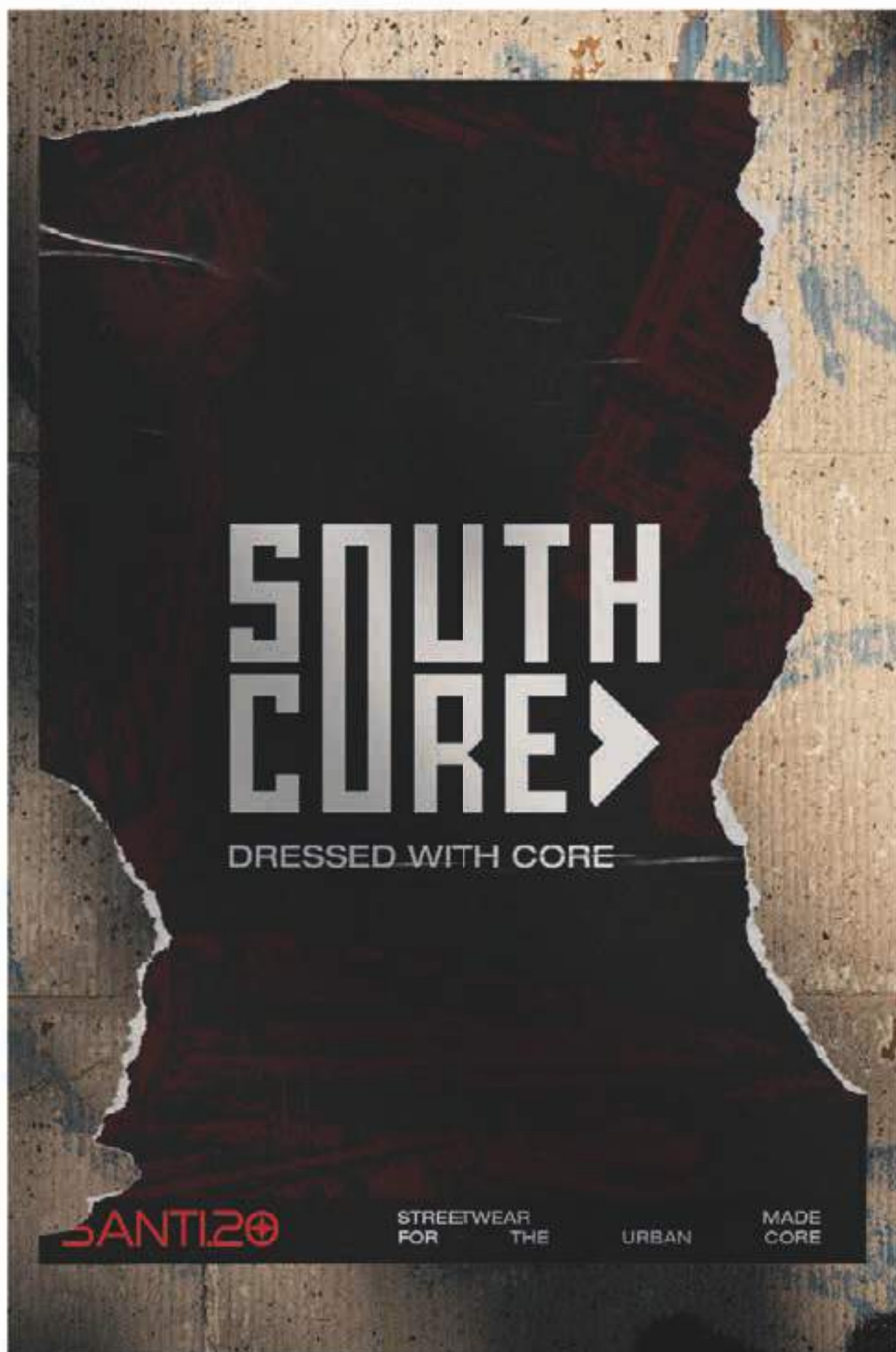
southcoreclothing.com

STREETWEAR
FOR

THE

URBAN

MADE
CORE







SOUTH CORE ▶

Via Roma, 56

southcoreclothing.com

LECCE

STREETWEAR
FOR

THE

URBAN

MADE
CORE

Manifesto fotografico NIKE X SOUTH CORE

Manifesti della collaborazione Nike x South Core, presentati come tavole grafiche editoriali dal tono urbano e sperimentale. Entrambi i manifesti usano una composizione visiva che

richiama il linguaggio del design industriale e della moda streetwear. La collaborazione è presentata come remix visivo, dove il design Nike incontra l'identità di South Core.

Titolo:

Helvetica Neue Regular, 118 pt

Numeri:

Helvetica Neue Regular, 40 pt



Diritti:

Helvetica
Neue Regular,
27 pt

Margini: 19 mm su tutti i lati

Griglia

Numero colonne: 4

Spaziatura tra colonne: 5 mm

Numero righe: 11

Spaziature righe: 5 mm

Logo:

168 x 24 mm

Sito:

Helvetica Neue Regular, 30 pt

SOUTH CORE- REMIX-VOL.2



THIS PUBLICATION MAY BE REPRODUCED, DISTRIBUTED, OR TRANSMITTED IN ANY FORM OR BY ANY MEANS, INCLUDING PHOTOCOPYING, RECORDING, OR BY ANY INFORMATION STORAGE AND RETRIEVAL SYSTEM, WITHOUT THE PRIOR WRITTEN PERMISSION OF THE PUBLISHER, EXCEPT IN THE CASE OF BRIEF QUOTATIONS FROM THIS PUBLICATION.



SOUTH CORE
SOUTHCORECLOTHING.COM

26

07

31





TARANTA

LIMITED EDITION

Il **tarantismo** nasce nel Salento tra il XVI e il XX secolo come fenomeno di medicina popolare e rito di guarigione. Le crisi convulsive e le danze frenetiche, attribuite al morso della “taranta”, erano in realtà manifestazioni di un malessere profondo, spesso psicologico e sociale. In un contesto rurale segnato da isolamento, repressione e traumi, il rito fatto di musica, danza e trance offriva uno spazio simbolico per esprimere sofferenze altrimenti invisibili.

Il ragno, simbolo di oppressione e dolore, diventava il catalizzatore di un processo di liberazione. La danza, in particolare la pizzica, e il suono ossessivo del **tamburello, del violino e dell’organetto**, costituivano una terapia rituale collettiva. Il corpo della tarantata, pizzicato nell’anima, si muoveva in un vortice sonoro che trasformava il veleno in movimento, il dolore in ritmo. Era una forma di resistenza culturale, un modo per affrontare la disgregazione sociale attraverso il rito.

Il luogo simbolico di questo processo era Galatina, nella **Cappella di San Paolo**, dove si trovava il pozzo miracoloso. Qui, ogni 29 giugno, le tarantate bevevano l’acqua sacra, danzavano fino allo sfinimento e invocavano la grazia del Santo. Il canto Santu Paulu ne custodisce la memoria: “E mamma comu balla la taranta la pizzicau, me pizzicau allu core mamma mia ce dolore”. È dolore che si fa danza, fede che si fa corpo.

Nel 1998, il tarantismo rinasce in

forma contemporanea con la nascita della **Notte della Taranta**, festival musicale che celebra e rinnova questa tradizione. Da rito di guarigione a spettacolo collettivo, la pizzica diventa linguaggio identitario e strumento di aggregazione. Il festival, itinerante e culminante nel concertone di Melpignano, racconta emozioni e storie del passato attraverso performance, contaminazioni musicali e ricerca artistica.

Oggi il tarantismo continua a ispirare anche il design visivo: colori, forme e composizioni grafiche traducono il ritmo della danza e la tensione emotiva del rito.



Grafiche maglieria TARANTA

La grafica della collezione TARANTA è costruita attorno all'immagine potente e disturbante di un ragno verde stilizzato, posizionato frontalmente in modo aggressivo. Il corpo è dettagliato con tratti appuntiti e fauci spalancate, mentre le zampe si estendono verso l'esterno.

Il ragno fuoriesce dalla testa di una figura umana, suggerita in forma sintetica e grafica, come se la creatura fosse un pensiero, un'ossessione rituale. L'effetto visivo simula il morso della taranta non come dolore fisico, ma come disturbo mentale, ritmo compulsivo, epifania interiore.

Accanto, una lacrima nera discende lungo il volto, segnale diretto del dolore trasformato in espressione — non una ferita, ma una condizione psicologica. Il tutto è racchiuso in una composizione compatta e cruda, dove lettering spigoloso e texture nere completano il messaggio.

In fondo alla grafica, la scritta "TARANTA SOUTH CORE" emerge con font fratturato: "TARANTA" in verde acido, "SOUTH CORE" in rosso sangue,

accompagnata da una ragnatela incisa nell'angolo. Un frammento dialettale salentino chiude l'opera, evocando il canto e il rito

• Retro

Dimensioni: A3 - 297 x 420 mm

Logo: Orizzontale rosso

Dimensioni: 62 x 9 mm

Citazioni: Helvetica Neue Regular, 10 pt

• Fronte

Dimensioni: 122 x 56 mm

Logo: Orizzontale, rosso

Dimensioni: 55 x 12 mm

Taranta: Crucifixion Regular, 96 pt



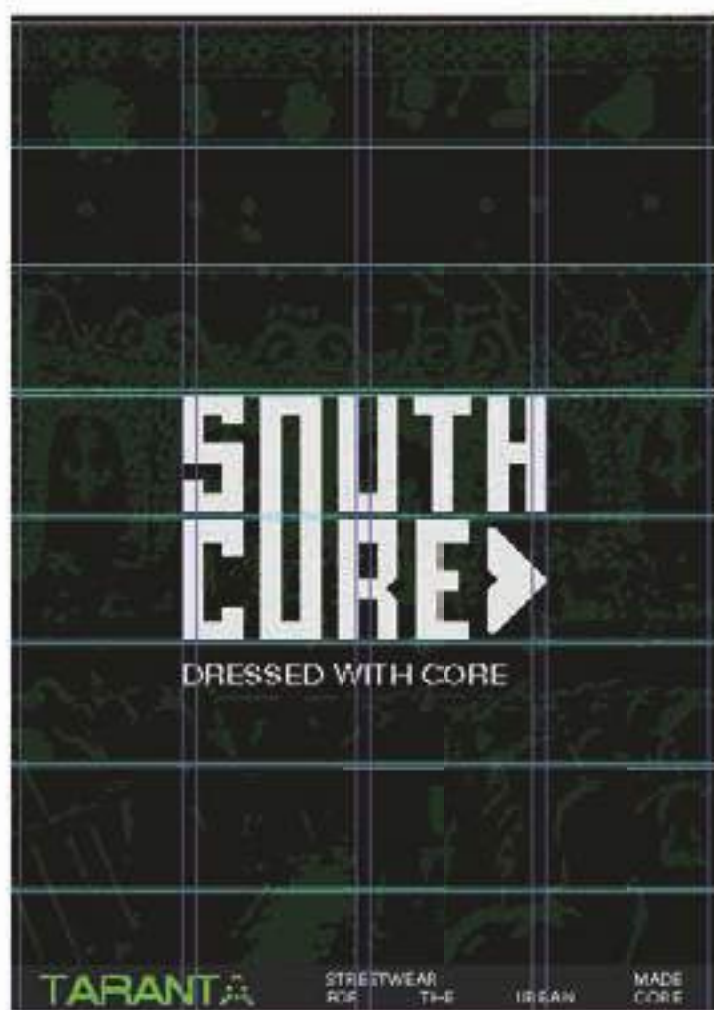




Manifesto tipografico TARANTA

Manifesto tipografico della collezione "TARANTA". In evidenza il logo SOUTH CORE e la scritta "DRESSED WITH CORE" in bianco, mentre in basso compare la parola "TARANTA" in

verde brillante, seguita dalla firma visiva del brand. Lo sfondo richiama l'immaginario della Notte della Taranta, attraverso richiami grafici appena percettibili.



Margini: 8 mm su tutti i lati

Griglia

Numero colonne: 4

Spaziatura tra colonne: 14 mm

Numero righe: 8

Spaziature righe: 5 mm

Logo:

365 x 245 mm

Payoff:

Helvetica Neue Regular, 74 pt

Nome collezione:

Rikos Regular, 106 pt

Payoff:

Helvetica Neue Regular, 41 pt

SOUTH CORE ➤

DRESSED WITH CORE

TARANT 

STREETWEAR
FOR THE

URBAN

MADE
CORE

Manifesto fotografico TARANTA

Manifesto per la collezione "TARANTA". Al centro, hoodie nera con stampa verde; in alto, logo SOUTH CORE e scritta "MELPIGNANO NOTTE DELLA TARANTA"; a destra, testo verticale

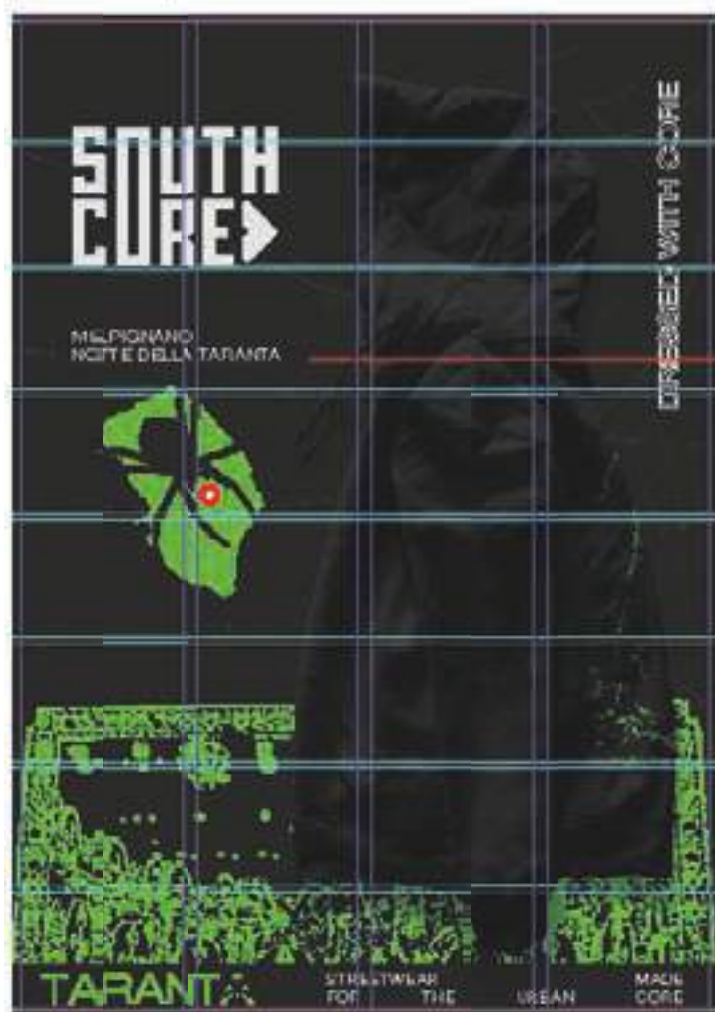
"DRESSED WITH CORE". In basso, parola "TARANTA" in verde e claim del brand. La composizione unisce riferimenti grafici al festival e alla geografia locale, evocando l'atmosfera.

Logo: 145 x 97 mm

Rosa dei venti: 228 x 228 mm

Payoff:

Helvetica Neue Regular, 74 pt



Città:

Helvetica
Neue Regular,
44 pt

Margini: 8 mm su tutti i lati

Griglia

Numero colonne: 4

Spaziatura tra colonne: 14 mm

Numero righe: 8

Spaziature righe: 5 mm

Nome collezione:

Rikos Regular, 106 pt

Payoff:

Helvetica Neue Regular, 41 pt

SOUTH CORE

MELPIGNANO
NOTTE DELLA TARANTA



DRESSED WITH CORE



TARANTA

STREETWEAR
FOR THE

URBAN

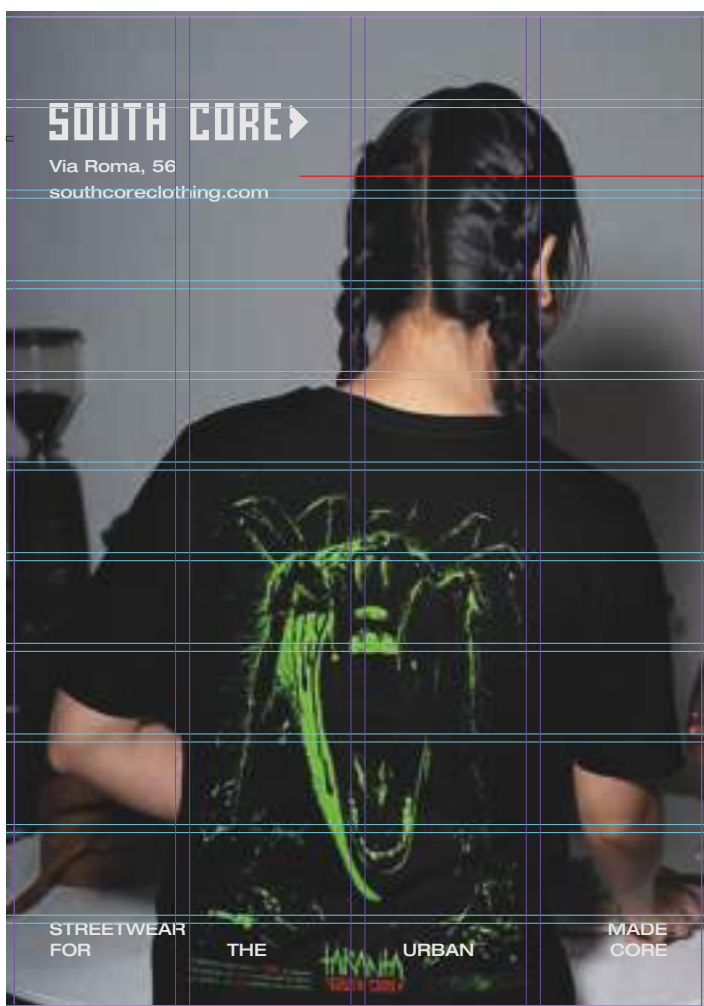
MADE
CORE

Manifesto fotografico TARANTA

Manifesto fotografico della collezione “TARANTA” con protagonista la t-shirt. Sul retro del capo si distingue la grafica verde, affiancata dal logo, e da: “Via Roma, 56”, “southcoreclothing.com”

e lo statement “STREETWEAR FOR THE URBAN MADE CORE”. Il manifesto unisce tono urbano e linguaggio visivo, evocando la dimensione del tarantismo e della Notte della Taranta.

Logo: 260 x 37 mm



Dati:

Helvetica
Neue Regular,
49 pt

Margini: 8 mm su tutti i lati

Griglia

Numero colonne: 4

Spaziatura tra colonne: 14 mm

Numero righe: 11

Spaziature righe: 8 mm

Payoff:

Helvetica Neue Regular, 49 pt

SOUTH CORE▶

Via Roma, 56

southcoreclothing.com

STREETWEAR
FOR

THE

URBAN

MADE
CORE

E Mamma come tutti la...
the culture and...
all problems...
the culture and...
all problems...

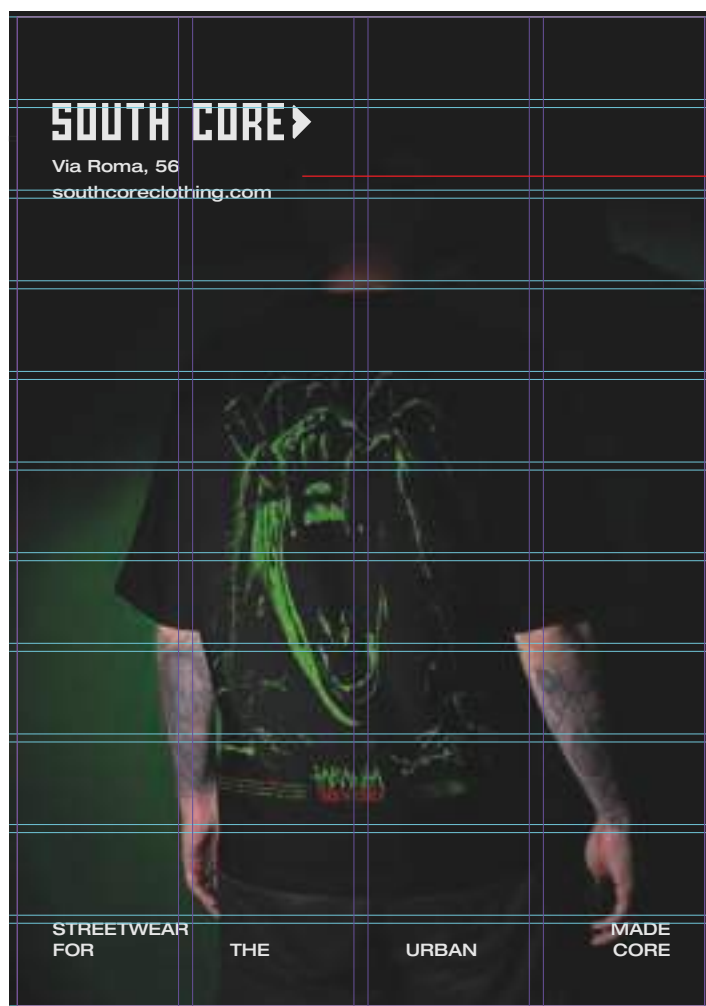
TARANHA
SOUTH CORE▶

Manifesto fotografico TARANTA

Manifesto fotografico per la collezione "TARANTA" con protagonista la t-shirt. Il capo presenta sul retro la grafica verde e la scritta "TARANTA" in basso, seguita da logo del

brand: "SOUTH CORE", "Via Roma, 56", "southcoreclothing.com" e "STREETWEAR FOR THE URBAN MADE CORE". Il soggetto ritratto di spalle, con tatuaggi visibili e luci verdi.

Logo: 260 x 37 mm



Dati:

Helvetica
Neue Regular,
49 pt

Margini: 8 mm su tutti i lati

Griglia

Numero colonne: 4

Spaziatura tra colonne: 14 mm

Numero righe: 11

Spaziature righe: 8 mm

Payoff:

Helvetica Neue Regular, 49 pt

SOUTH CORE▶

Via Roma, 56

southcoreclothing.com

STREETWEAR
FOR

THE

URBAN

MADE
CORE

SOUTH CORE ➤

DRESSED WITH CORE

TARANTA

STREETWEAR
FOR THE

URBAN

MADE
CORE

SOUTH CORE

MELPIGNANO
NOTTE DELLA TAFIANTA

DRESSED WITH CORE



STREETWEAR
FOR THE

facebook.com/Duisburg-stellt-sich
URE

SOUTH CORE ▶

Via Roma, 56

southcoreclothing.com

STREETWEAR
FOR

THE

TARANHA
SOUTH CORE

URBAN

MADE
CORE

SOUTH CORE ▶

Via Roma, 56

southcoreclothing.com

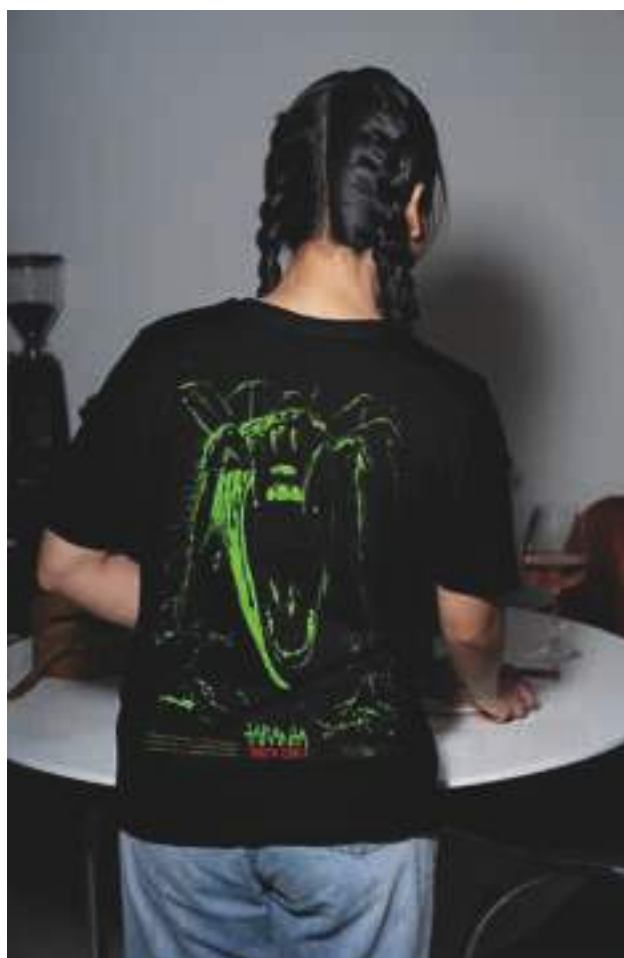
STREETWEAR
FOR

THE

URBAN

MADE
CORE

Mockup Maglieria









Outfit Primavera / Estate

L'outfit primaverile si apre con un crewneck nero che diventa manifesto di appartenenza. La scritta "TARANTA SOUTH CORE" in verde acceso e rosso sangue vibra come un ritmo ancestrale, con la ragnatela bianca che si intreccia sugli shorts come una danza visiva. Il bucket hat verde, quasi mimetico nella sua tonalità, richiama la terra e le radici: è un omaggio alla natura, ma anche un segno di ribellione silenziosa. I calzini bianchi con la ragnatela verde smorzano i contrasti e danno equilibrio, mentre le sneakers bianche con tocchi rossi e neri chiudono la sinfonia visiva. È un look stratificato, pensato per una primavera ventosa, dove ogni dettaglio racconta una storia: la malinconia del sud, l'urgenza dell'identità, la potenza del ritmo che pulsa sotto la pelle.

In estate, la narrazione cambia tono ma non voce. La t-shirt nera prende il centro della scena, urlando graficamente senza chiedere permesso. È diretta, cruda, viscerale come il ballo della taranta stesso. Gli shorts in denim con stampa nera portano leggerezza e libertà di movimento, mentre il bucket hat verde e grigio gioca con le luci del sole e le ombre dei vicoli. I calzini neri e le sneakers condivise con l'outfit primaverile mantengono coerenza visiva, ma qui diventano sfondo, lasciando che la maglia e la personalità dell'estate prendano il sopravvento. È un look che non ha bisogno di giacca né di protezione: basta la musica, la strada e l'intensità dello sguardo.

La collezione Taranta è una dichiarazione. Ogni capo è parte di una coreografia invisibile: si muove, vibra e respira come chi lo indossa.



Outfit Autunno / Inverno

L'autunno scorre come un'onda di ribellione che non rinuncia a un soffio di luce. La crewneck continua a essere la colonna sonora di questo outfit, con la grafica che pulsa come un amplificatore di intenti. Il denim chiaro, tagliato largo e mosso da ogni passo, si veste di ragnatela stampata, un richiamo grafico che racconta strade e storie passate. Il bucket hat nero, con la grafica stampata che riprende il motivo della felpa, aggiunge un'ombra protettiva e un segno distintivo, quasi un manifesto da sventolare al vento. Ai piedi, i calzini verdi sbucano tra le sneakers Blazer, anch'esse percorse da scritte laterali, pronte a scandire il ritmo di una marcia urbana o di una danza antica che fonde espressività e movimento.

Con l'arrivo dell'inverno il guardaroba si stringe intorno al corpo come un rifugio corazzato. La hoodie nera con logo frontale guadagna spessore e calore, diventando un'armatura soft capace di attenuare il gelo senza smorzare l'attitudine grafica. I jeans scuri, sempre segnati da tracce di ragnatela, ridisegnano la silhouette in verticale, conducendo lo sguardo dal busto alle sneaker. I calzini neri si fondono con la suola, mentre le stesse high-top, diventano da tramite tra colorazione autunnale e determinazione invernale.

È un outfit che non si limita a coprire, ma sfida il freddo con un'estetica affilata e compatta: camminare al buio non è più un problema quando il tuo abbigliamento emana energia visiva e identità incrollabile.

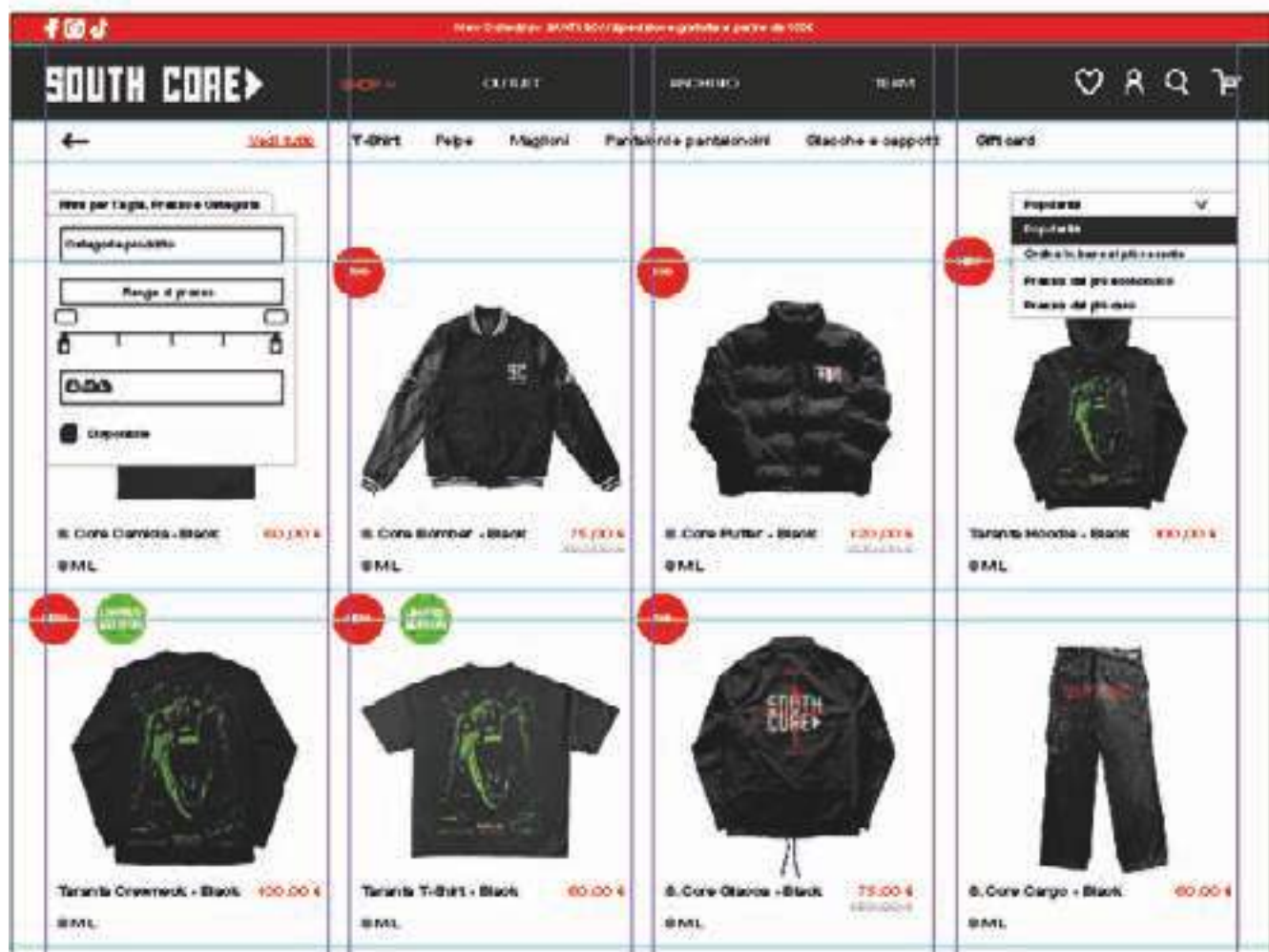


Sito web

Il sito desktop di South Core si presenta con un'interfaccia visiva forte e strutturata, pensata per una navigazione ampia e immersiva. La homepage è dominata da una palette rosso-nera, con il logo ben visibile e sezioni chiare come Shop, Outlet, Archive e Team. Al centro, una modella con un capo di abbigliamento, nella zona sottostante è messo in evidenza la scheda di valutazione alta.

La sezione prodotti mostra capi come bomber, puffer, hoodie e t-shirt, con prezzi, taglie disponibili e sconti ben segnalati. Ogni scheda è accompagnata da immagini nitide e layout verticale, pensato per la consultazione rapida ma dettagliata.

Sito web - Struttura



Sito web - Home Page

Logo:

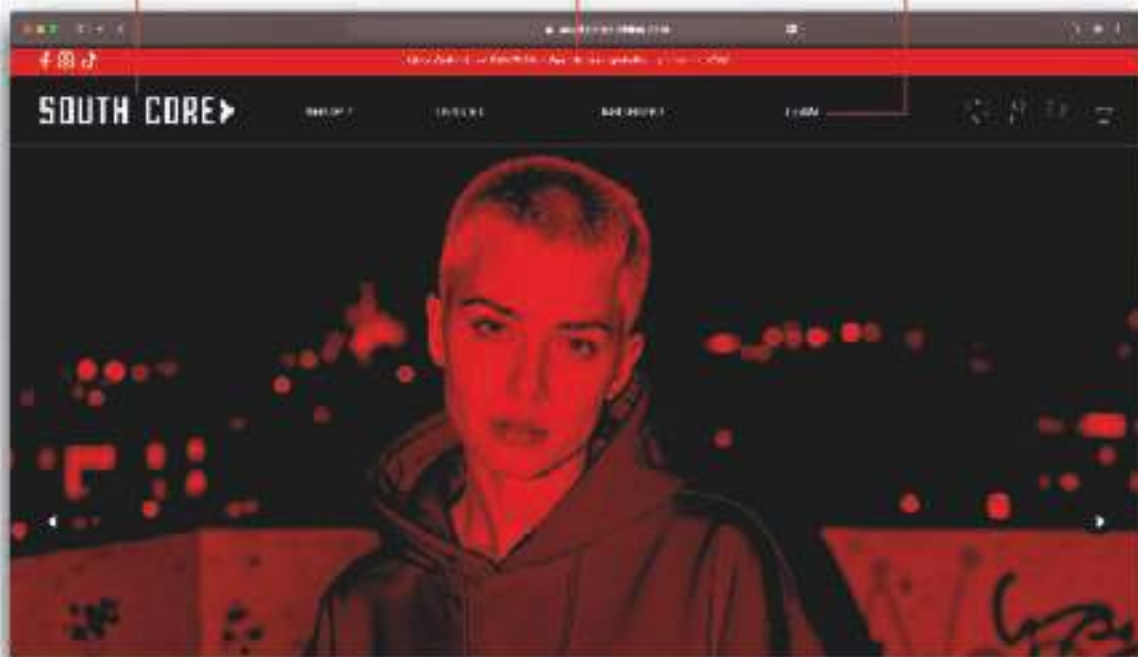
175 x 25 px

Banner:

Helvetica Neue Regular, 8 pt

Sezioni:

Helvetica Neue Regular, 10 pt



Sito web - Footer

Payoff:
Helvetica Neue
Regular, 9 pt

Nome collezione:
Rikos Regular,
24 pt



Stelle:
Helvetica Neue
Regular, 18 pt

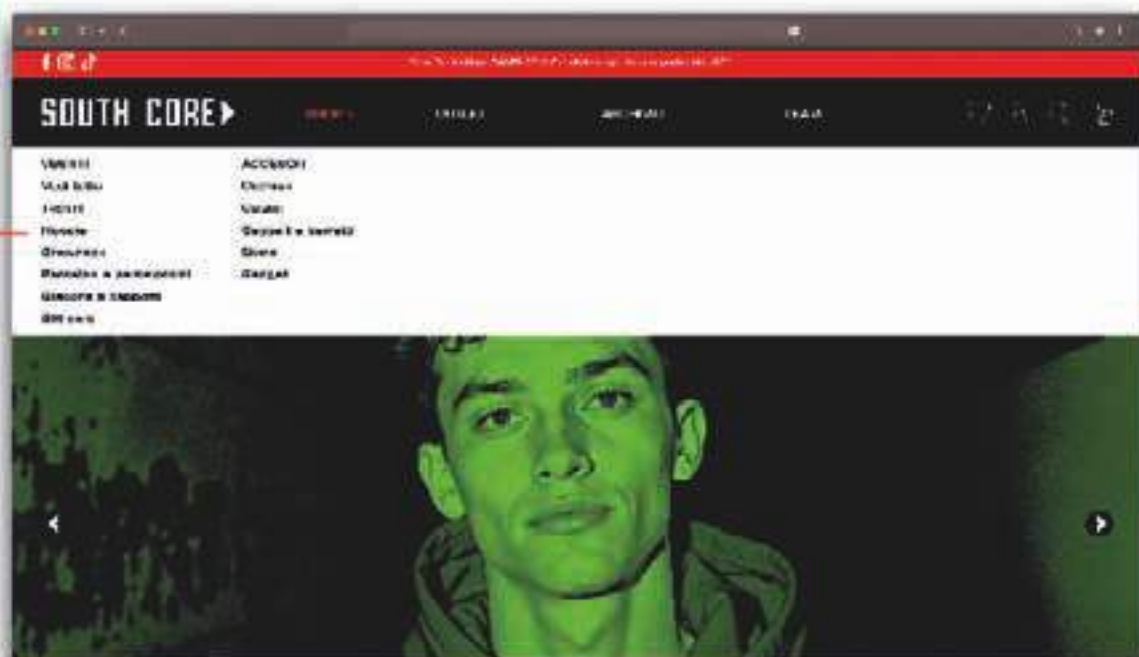
Dati:
Helvetica Neue
Regular, 8 pt

Dati:
Helvetica Neue
Regular, 8 pt

Sito web - Menu a tendina

Prodotti:

Helvetica Neue Regular, 10 pt

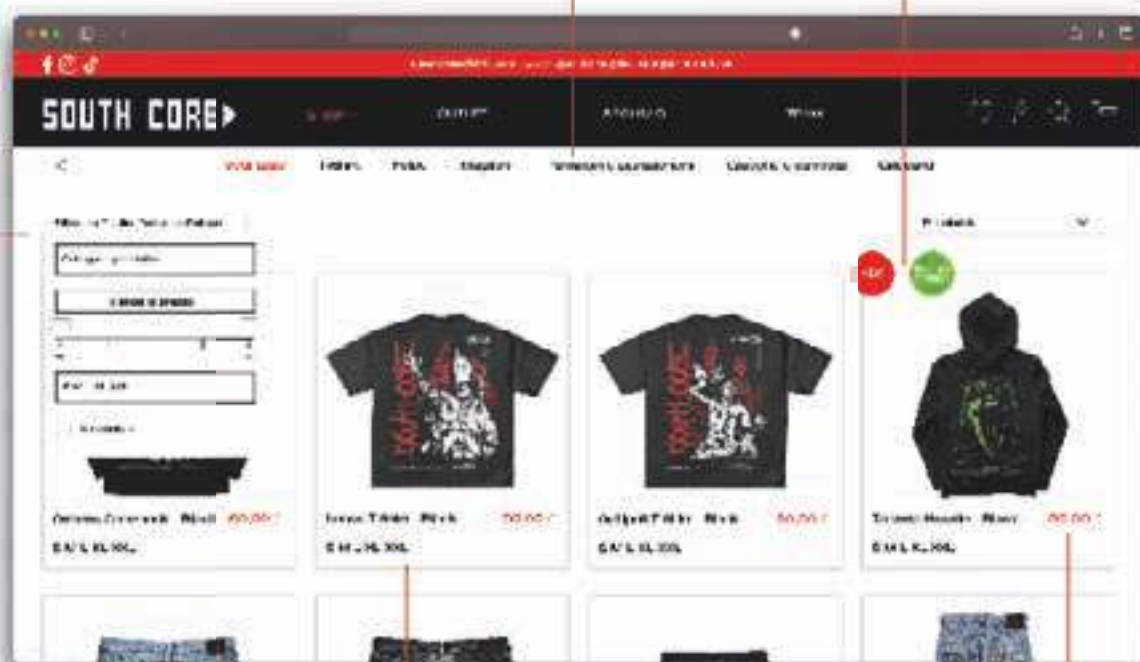


Sito web - Shop e filtri

Filtri:
Helvetica Neue
Regular, 8 pt

Reparto:
Helvetica Neue
Regular, 10 pt

Tag:
Helvetica Neue
Regular, 8 pt

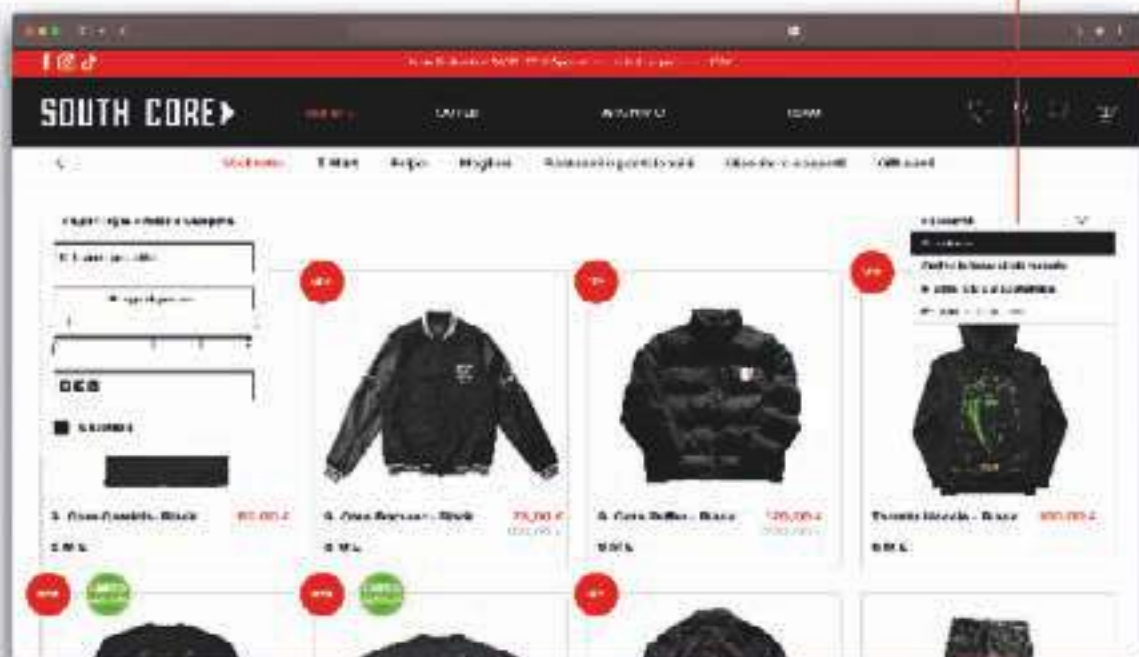


Articolo e taglia:
Helvetica Neue
Regular, 10 pt

Prezzo:
Helvetica Neue
Regular, 11 pt

Sito web - Filtri attivi e ordine

Ordine:
Helvetica Neue
Regular, 8 pt



Sito web - Pagina articolo

Tag:

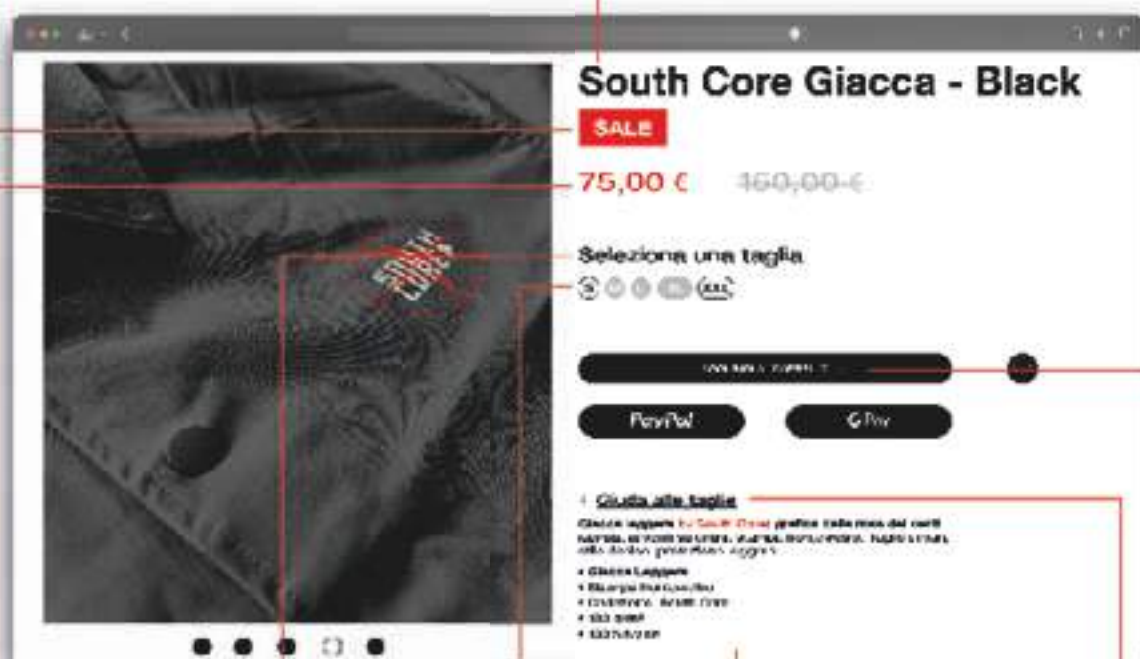
Helvetica Neue
Regular, 18 pt

Nome articolo:

Helvetica Neue
Bold, 36 pt

Carrello:

Helvetica Neue
Regular, 8 pt



Prezzo:

Helvetica Neue
Regular, 24 pt

Seleziona taglie:

Helvetica Neue
Regular, 18 pt

Descrizione:

Helvetica Neue
Regular, 18 pt

Guida:

Helvetica Neue
Regular, 14 pt

Taglie:

Helvetica Neue
Regular, 12 pt

Sito web - Versione Mobile

Il sito mobile di South Core si apre con un'interfaccia pulita e verticale, dove il logo appare ben visibile in alto, seguito dall'immagine del capo indossato da un' modella. La navigazione è fluida, pensata per il tocco: le categorie si scorrono facilmente, con immagini nitide dei prodotti, prezzi in evidenza e sconti segnalati in rosso. Se si seleziona una giacca, ad esempio, la scheda mostra con precisione il prezzo originario e quello scontato, insieme alle opzioni di pagamento più comuni come PayPal e carta di credito. I testi sono sintetici, i pulsanti ben visibili, il font leggibile anche su schermi più piccoli. L'estetica è coerente con l'identità visiva del

brand: urbana, funzionale, essenziale, ma mai anonima. Lo stile grafico trasmette cura, velocità e accessibilità, pensato per una fruizione rapida ma coinvolgente.





Profilo Instagram (preview)

Progettare Instagram per un brand come South Core non è una semplice operazione di marketing visivo, ma un processo di costruzione identitaria. Per un marchio che parla ai giovani, ai consumatori ipervisivi e urbani, Instagram diventa uno spazio fluido dove l'estetica incontra la narrazione, dove ogni contenuto — sia un post, una storia, una bio, una caption — è parte di un sistema coerente.

Il profilo si presenta con una forte impronta visiva: fondo nero, contrasti rossi e verdi, tipografia marcata e pulita. Le immagini sono pensate in verticale, adatte allo scroll rapido, ma costruite per lasciare il segno. Nulla è casuale: il prodotto non viene semplicemente mostrato, viene inserito in una visione. Ogni maglia, ogni hoodie, ogni manifesto è ambientato, contestualizzato, raccontato visivamente attraverso posture, luci e dettagli che parlano il linguaggio South Core — urbano, crudo, diretto.

Le caption sono brevi, spesso in italiano, talvolta in dialetto o con riferimenti culturali locali. Parlano il linguaggio del territorio e della community, non quello del fashion system globale. Lo storytelling di South Core su Instagram non si basa su esibizione, ma su narrazione visiva. Si alternano post fotografici, teaser tipografici, contenuti da collezione, scorci urbani e citazioni testuali — tutto organizzato come un catalogo narrativo, dove ogni quadrato del feed è un frammento del racconto.

Le storie in evidenza funzionano da archivio dinamico: collezioni passate, capsule, drop speciali, playlist musicali, dietro le quinte. Ogni storia è identificata con una cover coerente

con il linguaggio del feed. Il bio è essenziale, contiene logo, claim e link diretto allo shop.

Instagram per South Core non è solo un canale: è il suo territorio visivo, il suo spazio di dichiarazione estetica, il suo luogo di esistenza digitale. Qui il brand dialoga, mostra, allude, racconta, senza mai spiegarsi.



Profilo Instagram (preview)

Per South Core, la comunicazione visiva su Instagram non si articola in contenuti indipendenti, ma in un sistema narrativo integrato, dove stories e post si parlano, si amplificano e si completano. Le stories, dinamiche e temporanee, generano ritmo, aspettativa e coinvolgimento emotivo; i post, più permanenti e strutturati, consolidano l'estetica e dichiarano l'identità.

Per raccontare lo stile comunicativo dedicato ai social è stato preso come campione la "Special Release TARANTA" che mostra chiaramente questa strategia: palette nero-verde, simboli ricorrenti, tipografia spigolosa e tono evocativo sono elementi che attraversano entrambi i formati. La sequenza visiva è pensata come un continuum: teaser, countdown, frammenti testuali e manifesti fotografici si trasformano da frame instabili (stories) a blocchi iconici (post), mantenendo sempre la stessa coerenza visiva.

Questa scelta comunicativa riflette l'approccio narrativo del brand, che non mira a vendere attraverso le logiche pubblicitarie tradizionali, ma a costruire un'esperienza immersiva. Il feed non è una vetrina estetica: è un archivio pulsante, un luogo di riconoscimento e appartenenza. Le stories non sono strumenti di promozione: sono frammenti rituali, momenti di transito che conducono l'utente nella visione del brand. L'integrazione tra feed e stories diventa quindi fondamentale per sostenere il racconto di South Core — che non spiega, ma suggerisce; non mostra, ma evoca.



Instagram stories

Le Instagram Stories, sono uno spazio narrativo fondamentale: un palcoscenico mobile dove il racconto visivo prende forma e coinvolge. Non servono solo a mostrare una collezione, ma a costruirne il ritmo, l'immaginario e il linguaggio. La storia non è lineare né esplicativa: si compone di indizi, simboli, frame visivi e brevi testi che parlano a chi scorre in cerca di identità e riconoscimento.

La Special Release TARANTA è un esempio perfetto di questa logica. Attraverso l'uso di sfondi scuri, grafiche verdi pulsanti, ritmo visivo serrato e citazioni rituali, le stories diventano una narrazione interrotta e frammentaria, come un ballo ipnotico o una musica pizzicata. Le immagini non illustrano: evocano. I testi non spiegano:

mordono, mescolando tipografia urbana e cultura popolare.

Ogni story è pensata per essere parte di un sistema, non un contenuto isolato. Il tono è diretto ma enigmatico, la regia visiva è coerente con il feed, la palette cromatica è identitaria. Il risultato è un racconto che non informa, trasforma, dove chi guarda non è spettatore, ma parte del rito.

Questo approccio comunicativo diventa parte integrante dell'estetica del brand: una comunicazione che non vende, ma coinvolge, e che porta il prodotto fuori dal piano commerciale, proiettandolo nel dominio dell'esperienza culturale.



Analisi Instagram stories (1080x1920)

Anton Regular,
58 pt



Bebas Neue
Regular, 50 pt

Archivo Black,
160 pt

Bebas Neue
Regular, 48 pt



Bebas Neue
Regular, 100 pt

Archivo Black,
150 pt

Archivo Bold,
200 pt

Bebas Neue
Regular, 50 pt

Bebas Neue
Regular, 70 pt



Archivo Black,
180 pt

Bebas Neue
Regular, 64 pt

Bebas Neue
Regular, 48 pt

Archivo Black,
150 pt

Bebas Neue
Bold, 50 pt



Bebas Neue
Bold, 74 pt

Bebas Neue
Bold, 70 pt

Analisi Instagram stories (1080x1920)

Archivo Black,
150 pt



Archivo Bold,
85 pt

Bebas Neue
Bold, 70 pt

Bebas Neue
Regular, 47 pt

Bebas Neue
Regular, 44 pt

Bebas Neue
Regular, 64 pt

Archivo Black,
200 pt



Archivo Black,
100 pt

Helvetica Neue
Regular, 45 pt

Archivo Black,
178 pt

Bebas Neue
Regular, 47 pt

Bebas Neue
Regular, 44 pt



Instagram posts

I post della Special Release TARANTA su Instagram rappresentano una naturale estensione visiva e narrativa delle stories: non funzionano come contenuti separati, ma come parte di un ecosistema coerente. Tutto è allineato: dalla palette cromatica all'uso della tipografia, dalla costruzione ritmica dei messaggi al tono evocativo del testo.

Esteticamente, il feed mantiene lo stesso linguaggio visivo delle stories: sfondi scuri, contrasti netti, grafiche forti e lettering spigoloso. Le immagini sono pensate per rispecchiare l'energia narrativa già impostata nelle storie, creando continuità visiva e tonale tra i due formati. L'interazione tra post e stories non è casuale: mentre le stories suggeriscono, coinvolgono

e costruiscono tensione, i post consolidano l'identità visiva e la trasformano in dichiarazione.

Questa sinergia tra contenuto temporaneo (stories) e permanente (feed) è fondamentale per brand come South Core, che non comunicano attraverso logiche pubblicitarie classiche, ma tramite narrazioni immersive e ritmate, capaci di abitare lo spazio digitale con coerenza stilistica. Il risultato non è una vetrina: è una presenza visiva strutturata, dove ogni elemento contribuisce allo stesso racconto.



Analisi Instagram posts (1080x1920)

Anton Regular,
48 pt

Archivo Black,
116pt



Bebas Neue
Regular, 42 pt

Bebas Neue
Regular, 40 pt

Archivo Black,
107 pt

Bebas Neue
Regular, 37 pt



Bebas Neue
Regular, 73 pt

Archivo Bold,
185 pt

Archivo Black,
185 pt

Bebas Neue
Regular, 53 pt

Bebas Neue
Regular, 55 pt



Bebas Neue
Regular, 53 pt

Bebas Neue
Regular, 40 pt

Archivo Black,
96 pt

Bebas Neue
Bold, 40 pt



Bebas Neue
Bold, 56 pt

Bebas Neue
Bold, 56 pt

Analisi Instagram posts (1080x1920)

Archivo Bold,
65 pt

Bebas Neue
Regular, 50 pt



Archivo Black,
250 pt

Bebas Neue
Bold, 44 pt

Bebas Neue
Regular, 33 pt

Bebas Neue
Regular, 30 pt

Archivo Black,
128 pt

Archivo Black,
155 pt

Bebas Neue
Regular, 40 pt



Archivo Black,
70 pt

Helvetica Neue
Regular, 33 pt



Video promozionale – Special Release “TARANTA”

Durata: 45 secondi

Formato: 16:9 - 9:16

Fonti visive: Documentario La Terra del Rimorso di Ernesto De Martino (1959)

Colonna sonora: “Taranta” -
Canzoniere Grecanico Salentino feat.
Ludovico Einaudi

Il video realizzato per il lancio della capsule TARANTA è un contenuto pubblicitario, strutturato come una trance visiva. La scelta estetica e narrativa si fonda sull'utilizzo di materiale d'archivio reale, proveniente dal celebre documentario antropologico La Terra del Rimorso, girato nel 1959 da Ernesto De Martino nel cuore del Salento.

Fin dai primi secondi, lo spot si impone per la sua energia disturbante e frenetica: non una pubblicità tradizionale, ma una sequenza rituale, costruita per evocare i temi della possessione, dell'estasi e della liberazione attraverso il corpo.



Struttura narrativa e contenuto

Il video si apre con immagini di lavoratrici delle campagne salentine, intente nella lavorazione del tabacco: gesti ripetitivi e ritmi meccanici. Seguono delle ambientazioni domestiche e rurali tipiche del tempo, insieme ad una rapida successione di strumenti rituali: tamburelli, violini, organetti. L'utilizzo della zappa che colpisce la terra viene sincronizzato con l'inizio di un nuovo ritmo musicale, generando uno stacco ritmico che dà vita al montaggio.

Il video entra poi nel cuore del tarantismo: corpi in movimento, piedi scalzi, mani tremanti, inquadrature all'interno della cappella di San

Paolo a Galatina, croce simbolica del tarantismo salentino.

Un momento particolarmente forte arriva quando una tarantata, in trance, si avvicina a un quadro del santo e lo colpisce con un pugno: un gesto di disperazione, fede e frustrazione. La scena successiva mostra la statua di San Paolo, seguita dal collasso finale della tarantata, che cade a terra sfinita. Il video si chiude con una sequenza di flash, su cui compaiono in rapida successione:

- Il logo SOUTH CORE
- La scritta TARANTA
- La dicitura OUT NOW

Valore antropologico e simbolico

L'utilizzo diretto di immagini tratte dal documentario di De Martino ha un significato profondo: SOUTH CORE non costruisce un'estetica ispirata genericamente al folklore, ma attinge dalla documentazione reale di un fenomeno sociale, simbolico e culturale. Il tarantismo, secondo De Martino, non è superstizione, ma un rituale collettivo di guarigione psico-sociale, in cui la danza e la musica agiscono come strumento di liberazione da un trauma. La taranta non è solo un ragno immaginato, ma un dispositivo culturale per dare forma al dolore e al disagio femminile all'interno di un contesto patriarcale e rurale. Usare queste immagini nel video significa restituire visibilità a una memoria dimenticata, trasformandola in linguaggio grafico e narrativo contemporaneo. Il video, nella sua frenesia, diventa rito digitale urbano, una forma moderna di esorcismo visivo, che mette in dialogo passato e presente, corpo e suono, fede e design.



Ernesto De Martino
La Terra del rimorso

Autore: Ernesto De Martino



Pubblicato da: **Edizioni**

Estetica, ritmo e colonna sonora

La colonna sonora scelta — “Taranta” del Canzoniere Grecanico Salentino in collaborazione con Ludovico Einaudi — unisce tradizione e composizione contemporanea. Le percussioni circolari e il crescendo emotivo si fondono con le immagini, amplificandone l'intensità. Il montaggio alterna velocità, flash e tagli netti, per evocare la trance, lo sfinimento, il bisogno di liberazione.

Conclusione

Il video della capsule TARANTA non promuove solo una collezione, ma un'intera filosofia visiva. Riconnette la moda urbana al territorio, la grafica all'antropologia, l'identità al corpo. È un esempio di streetwear culturale, in cui il prodotto non è il punto di partenza, ma il punto d'arrivo di un'intera narrazione fatta di storia, memoria e segni.







06

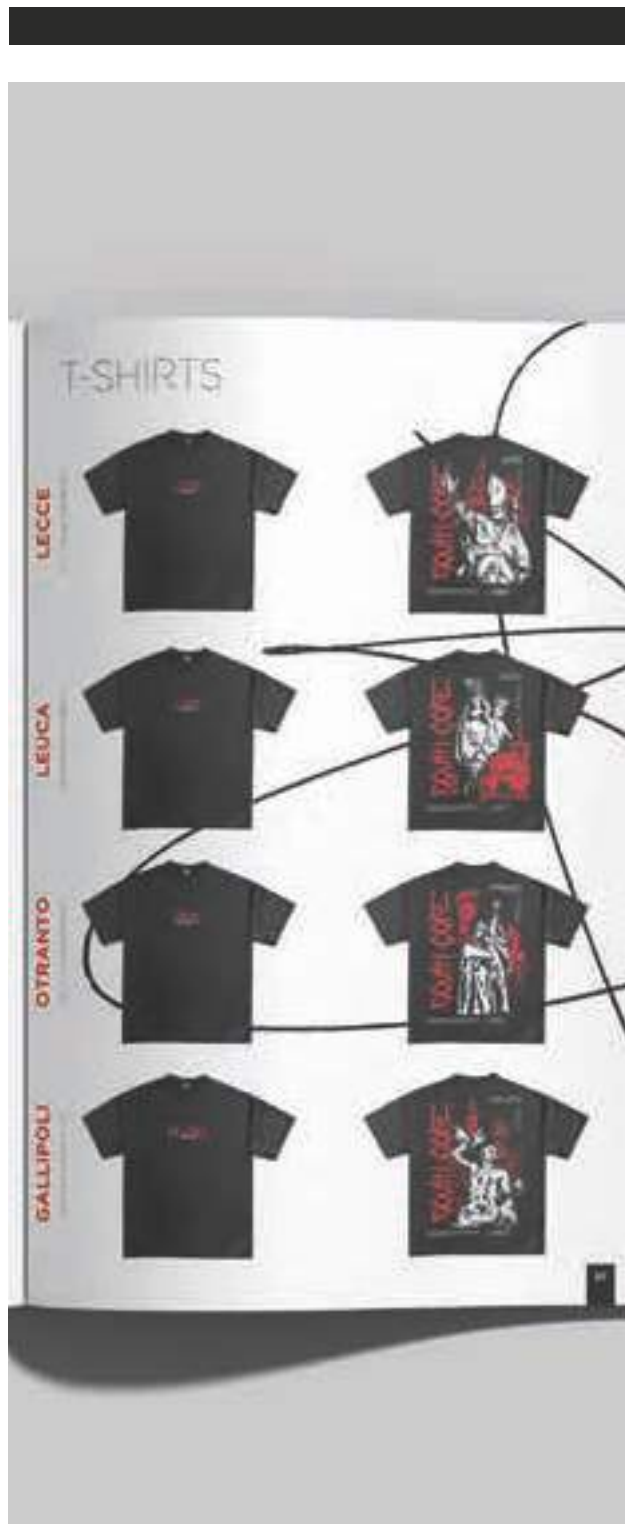
Catalogo

6.1 Progetto

Progettazione editoriale di un catalogo per il brand SOUTH CORE

Il progetto sviluppato riguarda la realizzazione di un artefatto editoriale multipagina, nello specifico il catalogo prodotti dell'azienda SOUTH CORE. L'elaborato è stato progettato in formato A4 (210 x 297 mm) e si compone di un totale di 88 pagine, inclusa la copertina.

Al fine di garantire coerenza visiva e una distribuzione equilibrata degli elementi grafici e testuali, è stata ideata una griglia strutturale composta da 4 colonne e 12 righe. Le intersezioni tra colonne e righe sono distanziate uniformemente di 5 mm, sia in senso orizzontale che verticale. Tale sistema modulare ha consentito una gestione razionale dello spazio, contribuendo alla leggibilità e alla coerenza del layout generale.

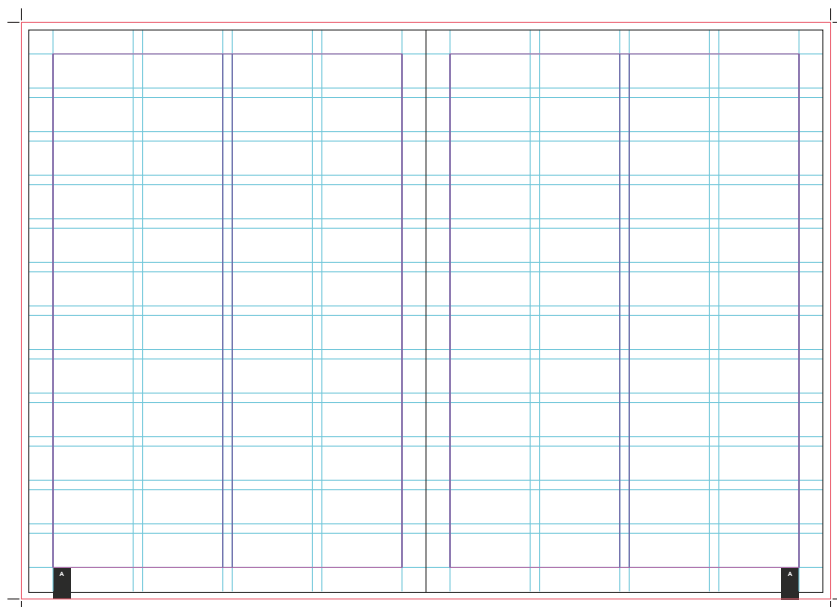


Il progetto riguarda la creazione di un catalogo prodotti per SOUTH CORE. L'impianto visivo è guidato da una griglia modulare, pensata per garantire ordine e coerenza tra i contenuti. I margini e l'abbondanza sono calibrati per una resa ottimale in fase di stampa. La rilegatura è in brossura fresata e la

numerazione è impostata con carattere Gotham Bold. L'intero layout è studiato per valorizzare l'identità visiva del brand in un contesto editoriale.



Griglie



Formato pagine: 210 x 297 mm
Formato gabbia: 118 x 17 mm
Totale pagine: 88 inclusa copertina
Margine superiore (testa): 127 mm
Margine inferiore (piede): 127 mm

Margine interno (cucitura): 127 mm
Margine esterno (taglio): 127 mm
Abbondanza: 4 mm
Rilegatura: Brossura fresata
Numeri di pagina: Gotham Bold, 9 pt

6.2 Gli elementi costruttivi

Font

Gotham Light Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gotham Thin Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gotham Book

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gotham Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

I colori

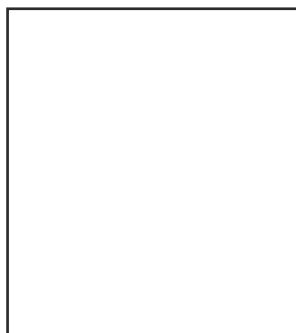
Nell'elaborato, la scelta cromatica riveste un ruolo fondamentale nel rafforzare la coerenza visiva del progetto grafico e nel rendere riconoscibile ogni sezione tematica. I colori impiegati non sono casuali, ma selezionati con cura in funzione delle due collezioni principali che compongono l'universo narrativo di South Core.

Il rosso, vivace e profondo, è stato dedicato alla collezione Santi.20: richiama l'intensità emotiva, il radicamento territoriale e il carattere manifesto della serie. Questo tono è utilizzato come elemento dominante in grafiche, logotipi e dettagli tipografici, contribuendo a costruire un'identità visiva forte, diretta e rituale.

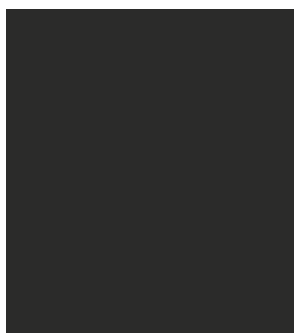
Il verde, acido e pulsante, è riservato alla collezione TARANTA: rappresenta il ritmo, il morso simbolico e la

trasformazione psichica evocata dalla tradizione. Inserito in contesti oscuri, assume valenza disturbante e immersiva, contribuendo alla narrazione visiva del dolore che danza.

Questa scelta cromatica consente di mantenere una coerenza visiva efficace lungo l'intero elaborato, distinguendo le due aree progettuali pur mantenendole armoniche. Ogni colore non è solo strumento estetico, ma parte integrante del linguaggio visivo e concettuale del progetto



HEX: #FFFFFF
RGB: 255; 255; 255
CMYK: 0; 0; 0; 0



HEX: #000000
RGB: 0; 0; 0
CMYK: 0; 0; 0; 100



HEX: #E30613
RGB: 227, 6, 19
CMYK: 0, 100, 100, 0



HEX: #65B331
RGB: 101, 179, 49
CMYK: 44, 0, 73, 30

6.3 Pagine Tipo

Pagina Tipo - 1

Il catalogo raccoglie l'intera proposta dell'azienda di abbigliamento SOUTH CORE, presentando in modo ordinato e coerente tutte le categorie di prodotti. L'obiettivo è offrire una visione chiara e completa della collezione, mantenendo un'impostazione grafica che rispecchi l'identità visiva del brand.

La pagina tipo del catalogo presenta l'apertura di una categoria di prodotto, un'immagine rappresentativa con descrizione, la sezione e la categoria del prodotto. A fianco vengono riportati il nome del prodotto, le immagini del fronte e del retro, e il codice identificativo corrispondente.



Pagina Tipo - 2

In questa pagina tipo a sinistra è posizionata la grafica dedicata alla città, accompagnata da una breve didascalia. A destra compare l'illustrazione della provincia di Lecce e il punto della località, insieme al nome della città selezionata e al vento associato. Nella parte

inferiore è indicato il punto cardinale corrispondente, mentre subito sotto un testo descrittivo racconta sinteticamente le caratteristiche del luogo e la valenza espressiva della grafica, creando una connessione tra territorio, immagine e narrazione.

Punto cardinale:

Gotham Bold,
18 pt

Città:

Gotham Bold,
36 pt

Vento:

Gotham Light,
36 pt



Didascalia:
Gotham Thin
Italic, 8 pt

Testo:
Gotham Book,
12 pt

Pagina Tipo - 3

In questa pagina tipo a sinistra è posizionata la grafica dedicata alla città, accompagnata da una breve didascalia. A destra compare l'illustrazione della provincia di Lecce e il punto della località, insieme al nome della città selezionata e al vento associato. Nella parte

inferiore è indicato il punto cardinale corrispondente, mentre subito sotto un testo descrittivo racconta sinteticamente le caratteristiche del luogo e la valenza espressiva della grafica, creando una connessione tra territorio, immagine e narrazione.

Titolo:
Gotham Light,
36 pt

Didascalia:
Gotham Thin
Italic, 8 pt



Didascalia:
Gotham Thin
Italic, 8 pt



disegno di [illegibile]

ATTRAVERSO IL VENTO OTRANTINO

A Otranto, la forte la sua storia e il suo nome, il suo nome è la storia che racconta, leggendo la storia.

Il monumento di Otranto, quello del 1600, è la sua storia e il suo nome, il suo nome è la storia che racconta, leggendo la storia.

Il monumento di Otranto, quello del 1600, è la sua storia e il suo nome, il suo nome è la storia che racconta, leggendo la storia.

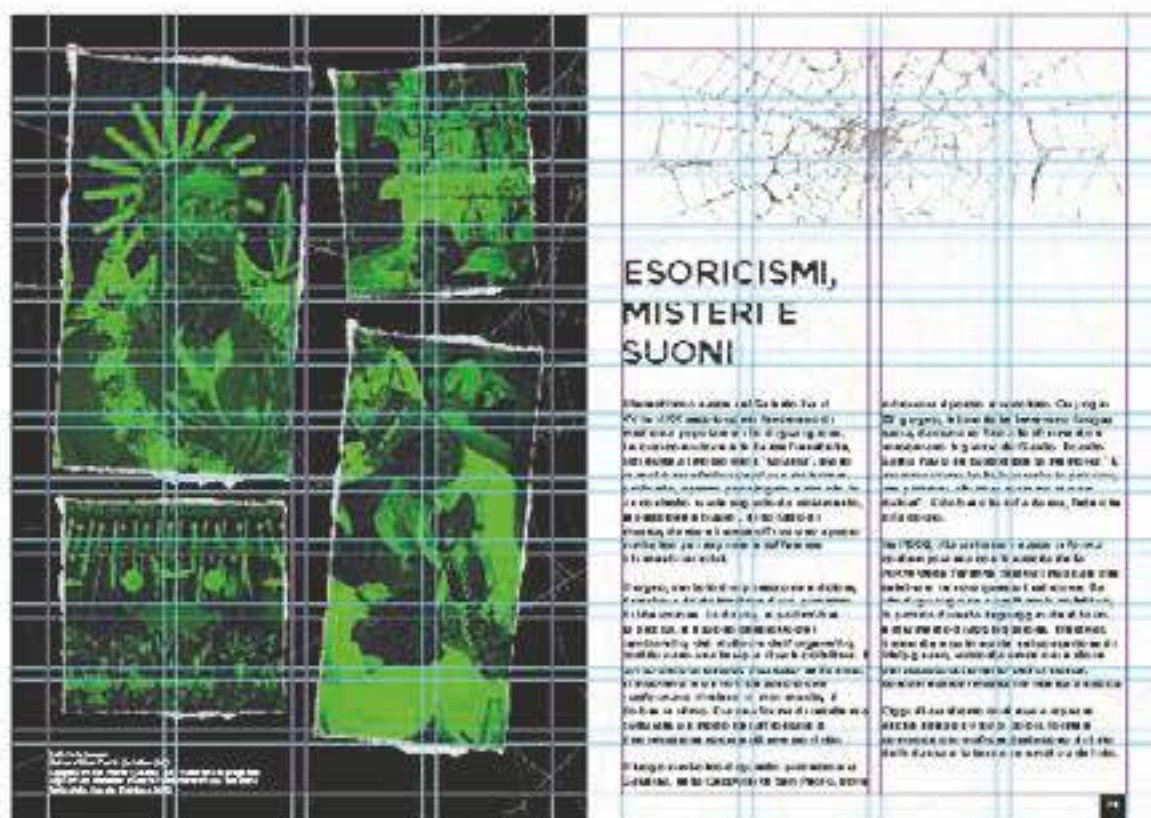
Il monumento di Otranto, quello del 1600, è la sua storia e il suo nome, il suo nome è la storia che racconta, leggendo la storia.

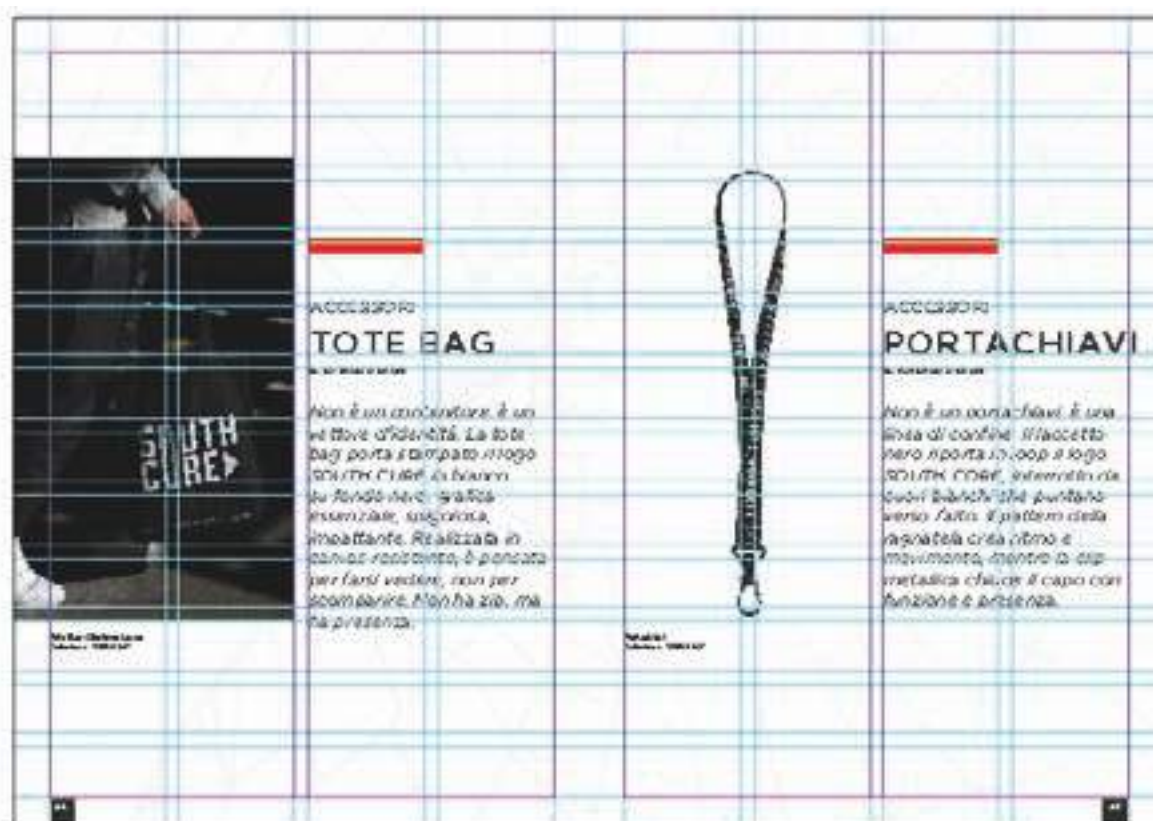
Il monumento di Otranto, quello del 1600, è la sua storia e il suo nome, il suo nome è la storia che racconta, leggendo la storia.

Il monumento di Otranto, quello del 1600, è la sua storia e il suo nome, il suo nome è la storia che racconta, leggendo la storia.

Testo:
Gotham
Book, 12 pt

Esempi di utilizzo della griglia





Specifiche tipografiche: prima e quarta di copertina

Margine superiore (testa): 127 mm
Margine inferiore (piede): 127 mm
Margine interno (cucitura): 127 mm
Margine esterno (taglio): 127 mm

Data:
Gotham Book,
12 pt

Logo:
185 x 27 mm

Payoff:
Helvetica Neue
Regular, 15 pt



Dati:
Gotham Book,
12 pt

Testo:
Gotham Bold,
18 pt

Payoff:
Helvetica Neue
Regular, 15 pt





SAINT LAURENT STORE
COMPTON 10/11/12

IL BRAND

IL BRAND SOUTH CORE NASCE DALLA
PROIEZIONE DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
PRODOTTORE DI MUSICA ELETTRONICA
E DI MUSICA ALTERNATIVA, IL CUI NOME È
SANTO. IL BRAND "SOUTH CORE" È UNO
DEI PIÙ IMPORTANTI E PIÙ INFLUENTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO.

SOUTH CORE È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO. IL BRAND "SOUTH
CORE" È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO.

INTRO CATALOGO

SOUTH CORE / SANTI20 / TARANTA

IL BRAND SOUTH CORE NASCE DALLA
PROIEZIONE DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO. IL BRAND "SOUTH
CORE" È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO.

SOUTH CORE È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO. IL BRAND "SOUTH
CORE" È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO.



SAINT LAURENT STORE
COMPTON 10/11/12

MISSIONE

SOUTH CORE / SANTI20 / TARANTA

IL BRAND SOUTH CORE NASCE DALLA
PROIEZIONE DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO. IL BRAND "SOUTH
CORE" È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO.

SOUTH CORE È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO. IL BRAND "SOUTH
CORE" È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO.



SAINT LAURENT STORE
COMPTON 10/11/12

TARANTA, IL BRAND SOUTH CORE NASCE
DALLA PROIEZIONE DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO. IL BRAND "SOUTH
CORE" È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO.

SOUTH CORE È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO. IL BRAND "SOUTH
CORE" È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO.

SOUTH CORE È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO. IL BRAND "SOUTH
CORE" È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
DEI GIORNI NOSTRI, E IL SUO NOME È
IL NOME DI UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
ARTISTI DELLA SCENA HIP HOP, IL
CUI NOME È SANTO.



SAINT LAURENT STORE
COMPTON 10/11/12



OTRANTO 73023. L'ARTISTE
DANIELA DI NINO

14



OTRANTO LEVANTE

EST

OTRANTO, 73023. IL NOME DI QUESTA LOCALITÀ È LAICAMENTE
PULITO, PERCHÉ NON SI RIFERISCE PIÙ ALLA CROCE, DOPO IL
LAVANTO EFFETTUATO NEL 1962 DA UN SINDACO CHE AVEVA
AVUTO A CHE FARE IL PRIMO AGGIORNAMENTO DEL NOME
DELLA LOCALITÀ. C'ERA D'INTESA CON IL COMITATO
OTRANTINO IL QUALI NON SI ADESSA ADESSO ALLA
CROCE, MA IL NOME È IL NOME OTTOCENTO E
L'OTRANTINO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO

IL NOME OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL
NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È



15



OTRANTINO
MONTAGNA DI MONTAGNA
MONTAGNA DI MONTAGNA
MONTAGNA DI MONTAGNA
MONTAGNA DI MONTAGNA



OTRANTINO

ATTRAVERSO IL VENTO OTRANTINO

OTRANTINO, IL NOME DI QUESTA LOCALITÀ È LAICAMENTE
PULITO, PERCHÉ NON SI RIFERISCE PIÙ ALLA CROCE, DOPO IL
LAVANTO EFFETTUATO NEL 1962 DA UN SINDACO CHE AVEVA
AVUTO A CHE FARE IL PRIMO AGGIORNAMENTO DEL NOME
DELLA LOCALITÀ. C'ERA D'INTESA CON IL COMITATO
OTRANTINO IL QUALI NON SI ADESSA ADESSO ALLA
CROCE, MA IL NOME È IL NOME OTTOCENTO E
L'OTRANTINO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO

IL NOME OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL
NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È

IL NOME OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL
NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È

IL NOME OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL
NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È

IL NOME OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL
NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È

IL NOME OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL
NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È
IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È IL NOME OTTOCENTO E L'OTTOCENTO È

16



ITALIANA PULIT - 100% COTONE
COTONE 100% 100%

ABBIGLIAMENTO

HOODIES

Linee morbide, taglio ampio per un capo che fonde calore e simbolo. La hoodie SANTI 20 reinterpreta l'iconografia popolare in chiave contemporanea, con dettagli stampati che parlano di radici e territori, anche durante l'inverno.

LECCE
100% COTONE 100%



LEUCA
100% COTONE 100%



OTRANTO
100% COTONE 100%



GALLIPOLE
100% COTONE 100%



ITALIANA PULIT - 100% COTONE
COTONE 100% 100%

ABBIGLIAMENTO

CREWNECKS

La crewneck SANTI 20 riprende le stesse grafiche iconiche su un capo essenziale, senza cappuccio né bottoni. Solo tessuto, forma e racconto popolare e iconografia contemporanea. Ogni crewneck è un'architettura da indossare. Non segue la forma: la impone.

LECCE
100% COTONE 100%



LEUCA
100% COTONE 100%



OTRANTO
100% COTONE 100%



GALLIPOLE
100% COTONE 100%



GIACCA LEGGERA

SC 001 00001 13 00 00



GIACCA A VENTO

SC 000 001 001 13 00 00



BOMBER

SC 000 001 001 13 00 00



GIUBBOTTO INVERNALE

SC 000 001 001 13 00 00





PIRELLA GÖTTSCHE LOWE

OUTFIT STAGIONALI

PRIMAVERA ESTATE

Il corpo si muove, ma il messaggio resta inciso. La stagione calda in TARANTÀ non addolcisce la tensione, la fa danzare. I segni si fanno suono, le grafiche si trasformano in ritmo, i tessuti assecondano il gesto.



PIRELLA GÖTTSCHE LOWE

OUTFIT STAGIONALI

AUTUNNO INVERNO

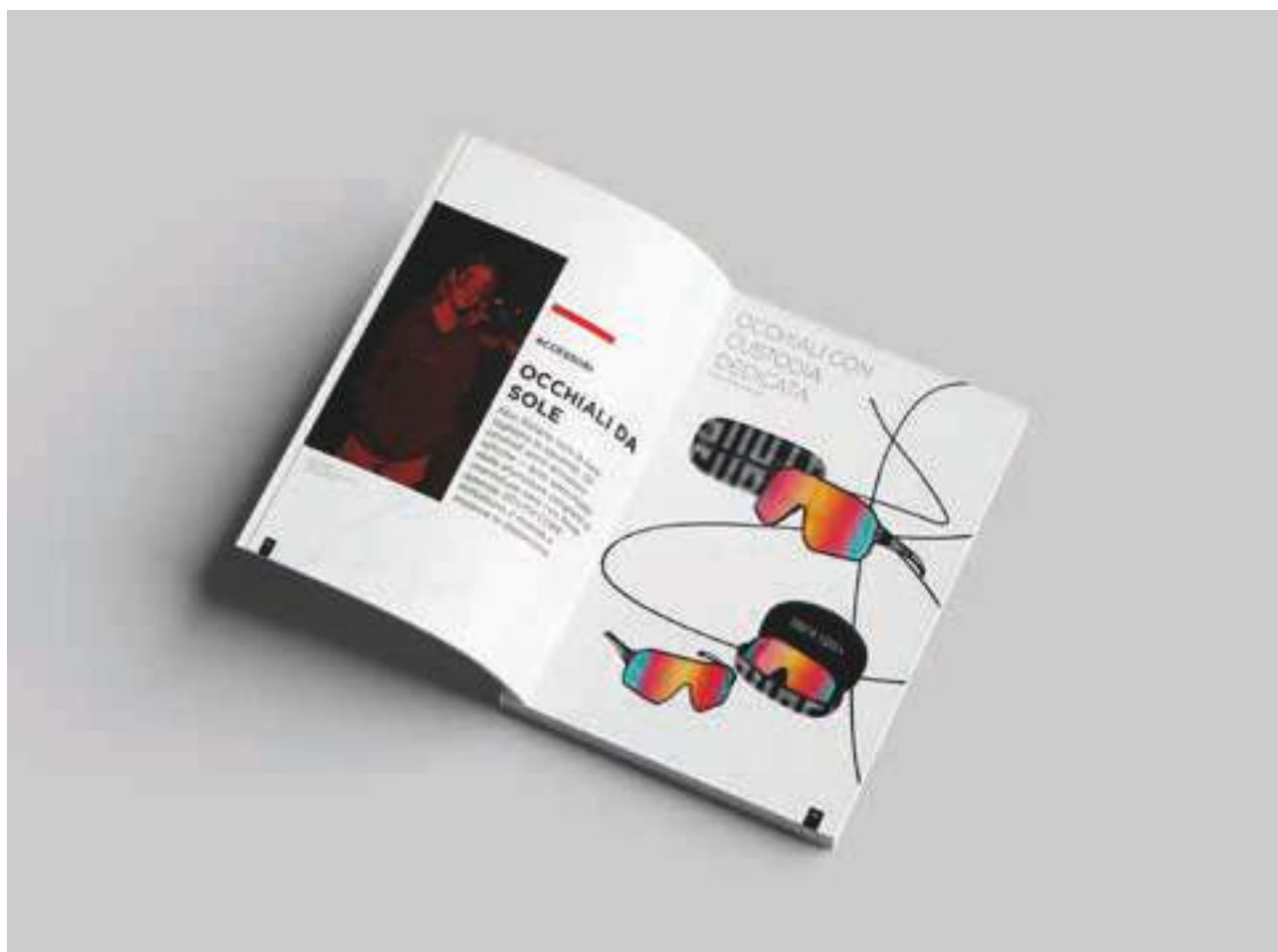
TARANTÀ scende di temperatura, ma sale di intensità. Con lo stesso tono, lucido e presente. La danza diventa incastro, il gesto si rallenta, ma non perde il ritmo. Non è un inverno protetto, è un inverno tarantato.

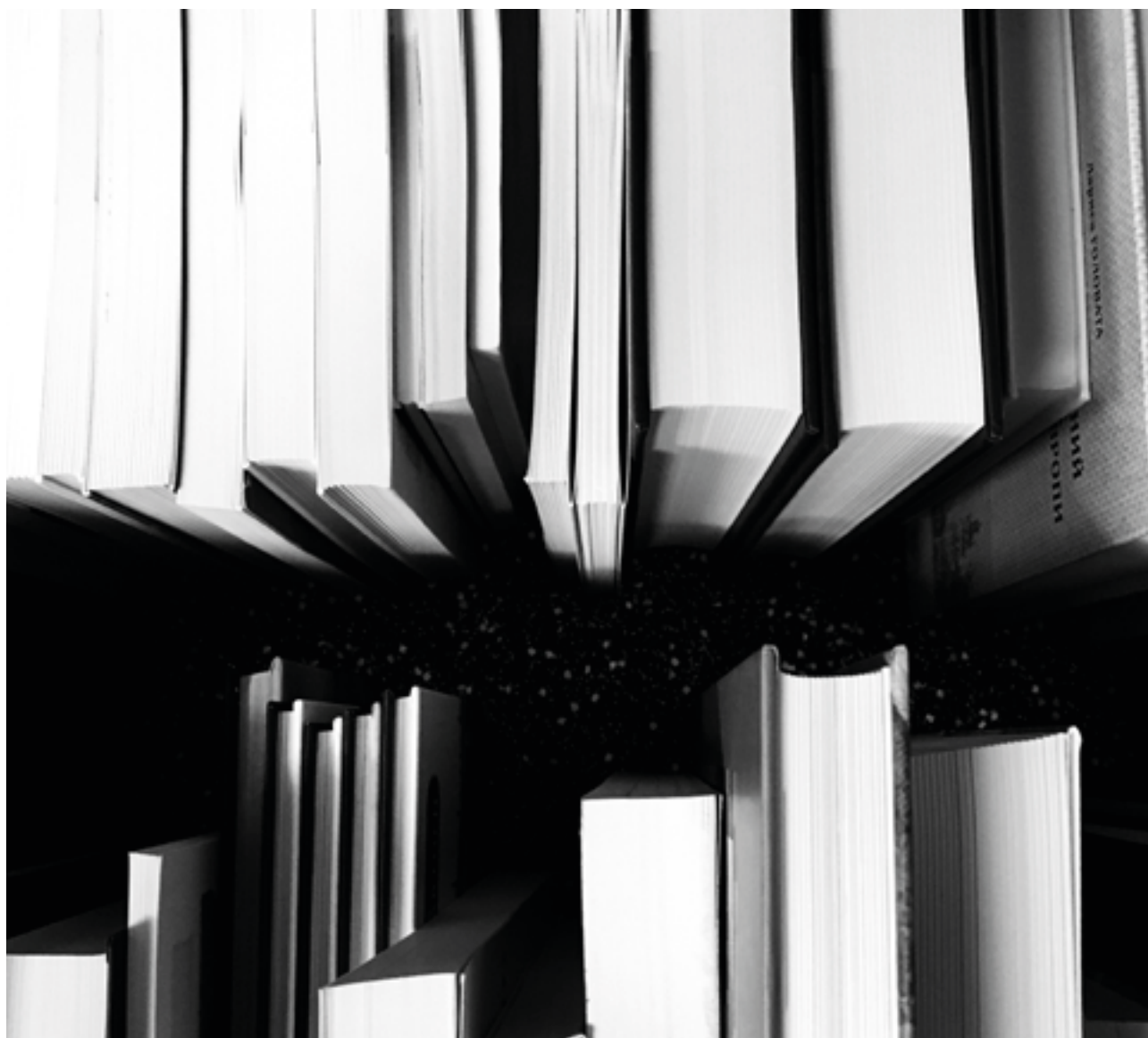












07

Bibliografia e Sitografia

7.1 Bibliografia

Libri, articoli e documenti di progetto

- MARX, W. David, *Ametora: How Japan Saved American Style*, New York: Basic Books, 2013
- BRUNETTI, Erik, *FUCT, Los Angeles: Under the Influence*, 2013.
- KING ADZ, STONE, Wilma, *This Is Not Fashion: Streetwear Past, Present and Future*, London: Thames & Hudson, 2018
- VOGUE, *Think Streetwear Is a New Phenomenon? Meet Luca Benini...*, Vogue Italia, 2019
- VOGUE BUSINESS, *How to Define Streetwear in 2024*, Vogue Business, 2024.
- MICRO MACRO MAGAZINE, *The History of Streetwear and Its Growing Impact...*, Micro Macro Magazine, 2021
- MUNARI, Bruno, *Design e comunicazione visiva*, Milano: Laterza, 2003
- DE MARTINO, Ernesto, *La terra del rimorso: contributo a una storia religiosa del Sud*, Torino: Einaudi, 1961

7.2 Sitografia

Siti con fonti teoriche, visive e progettuali

<https://catalogo.beniculturali.it/detail/HistoricOrArtisticProperty/1600032367>

<https://www.businessoffashion.com/articles/news-bites/how-streetwear-took-over-fashion>

<https://www.canzonieregrecanicosalentino.net/>

<https://www.complex.com/style/2018/04/the-history-of-streetwear>

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lecce,_obelisco.jpg

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Torre_del_Serpe_Otranto.jpg

<https://www.diocesilecce.org/quella-epigrafe-lapidea-del-vescovo-costa-ai-piedi-della-colonna-di-piazza-santoronzo/>

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

<https://www.facebook.com/gallipoliterradeicolori/photos/da-sempre-il-faro-di-santandrea-%C3%A8-simbolo-di-appartenenza-e-identit%C3%A0-della-nostr/1148831370028583/>

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=900472265442172&set=a.466622555493814>

<https://www.fondazioneterradotranto.it/tag/terra-dotranto/>

<https://www.fondazionemaxxi.it/events/ernesto-de-martino/>

<https://griotmag.com/it/tarantismo-odissea-rituale-italiano-flee-libro-disco/>

<https://www.highsnobiety.com/p/history-of-streetwear/>

<https://ilfotografo.it/photo-74948-la-prima-alba-ditalia/>

<https://www.iuter.com/it>

<https://www.lanottedellataranta.it/>

<https://www.lonelyplanet.com/italy/puglia/lecce/attractions/piazza-del-duomo/a/poi-sig/472570/359962>

<https://www.nonsolorisparmio.it/cosa-vedere-a-gallipoli/>

<https://www.propagandaclothing.it/>

<https://www.rollingstone.it/musica/tarantismo-odissea-di-un-rito-italiano/488680/>

<https://southfresh.it/>

https://www.treccani.it/enciclopedia/tarantismo_%28Enciclopedia-Italiana%29/

https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/streetwear

https://www.tripadvisor.it/Attraction_Review-g652004-d12980849-Reviews-Monumento_agli_Eroi_e_Martiri_di_Otranto-Otranto_Province_of_Lecce_Puglia.html

<https://www.unisalento.it/news/-/news/viewDettaglio/65190287/13420221>

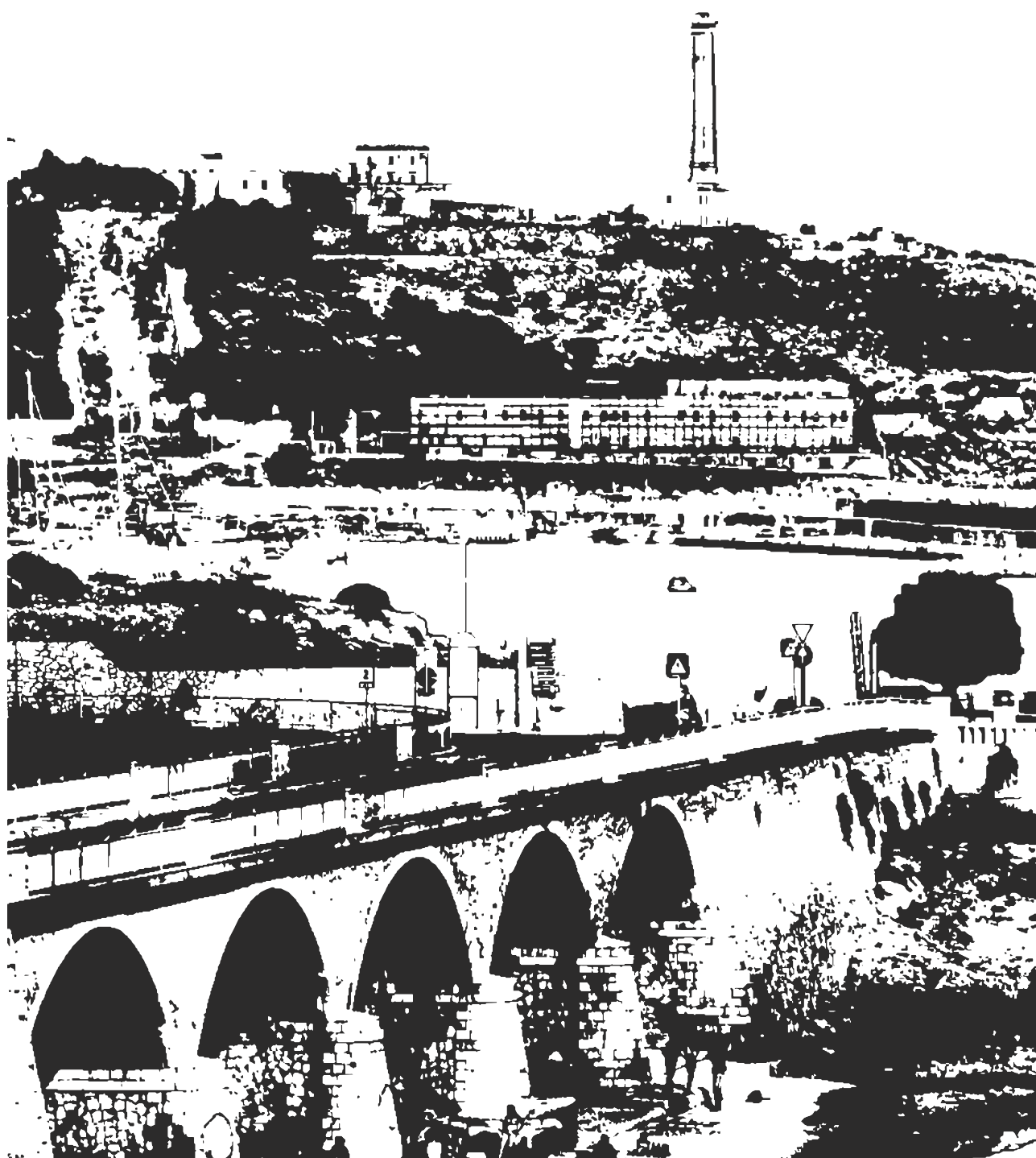
<https://video.salento.it/tag/notte-della-taranta/>

<https://www.wasted.fr/en/>

<https://www.youtube.com/watch?v=E1TcwruDML8>







Università degli Studi di Camerino

SAAD / Scuola di Ateneo di
Architettura e Design "E. Vittoria"

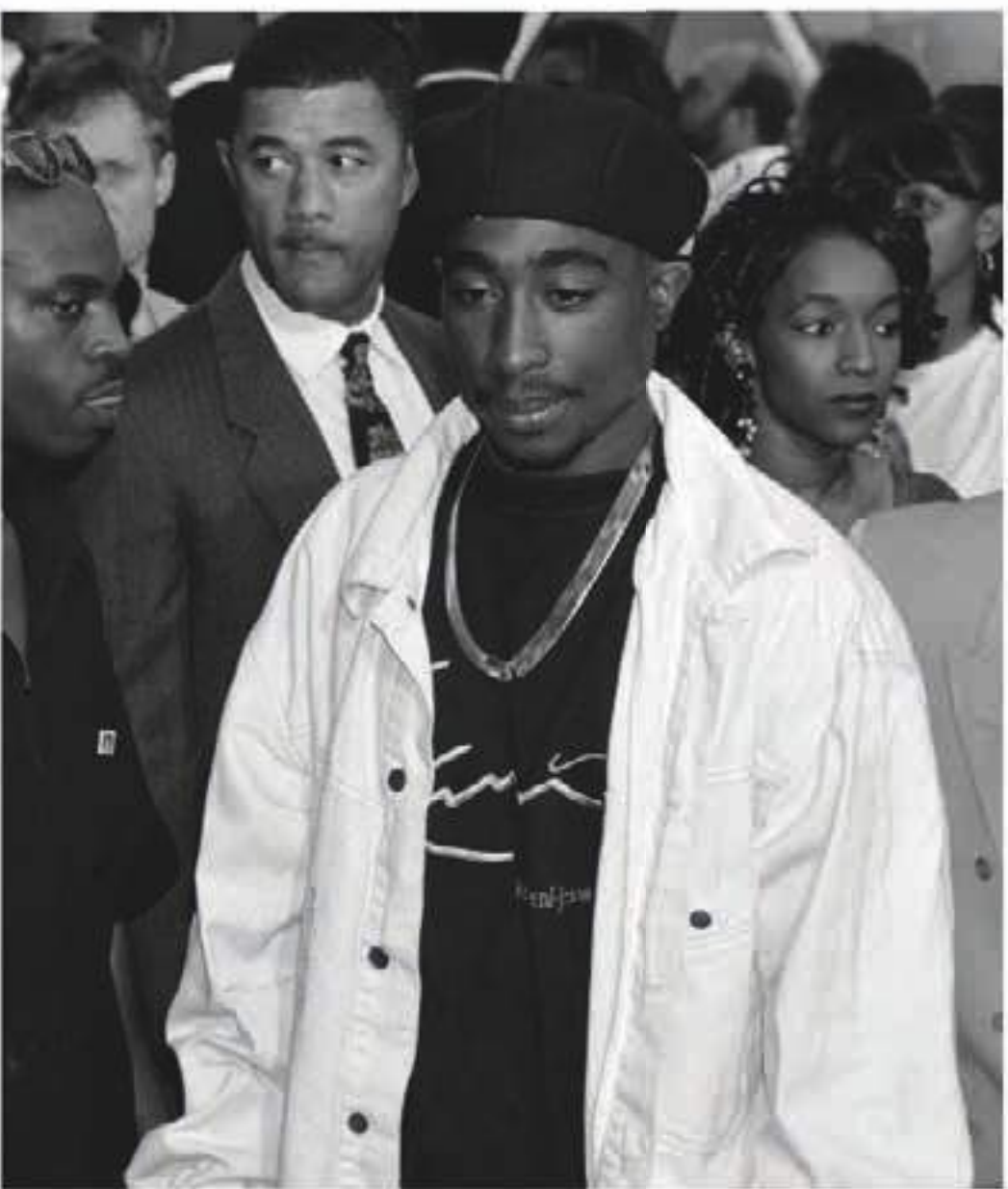
Tesi di Laurea in Disegno Industriale e
Ambientale

A.A. 2024/ 2025

• Concept



• Ricerca storica



Dossier di ricerca: Cap. 2 "Storia dello streetwear"

SOUTH CORE

- SOUTH richiama il Sud geografico, il territorio, l'identità e l'appartenenza.
- CORE, in inglese, significa "centro" e rimanda all'essenza delle cose. Ma in dialetto salentino "core" è utilizzato per dire "cuore".

Ed è proprio in questo gioco di significati che risiede l'anima del progetto: una connessione tra il respiro internazionale del termine inglese e la profondità intima, locale e affettiva della parola salentina.

SOUTH CORE è un progetto che parla ai giovani, a chi vive il territorio e a chi lo porta dentro anche da lontano. Attraverso le sue collezioni, SOUTH CORE ha l'obiettivo finale è dare forma a un sistema visivo che non sia solo estetico, ma che possa diventare voce, memoria e racconto.

• Salento come motore creativo



Dossier di ricerca: Cap. 4 "Il Salento e la promozione culturale"

• Casi Studio

La ricerca ha messo in evidenza come i brand presi come casi studio siano quelli capaci di trasformare territori, simboli e memorie collettive in un sistema visivo riconoscibile, capace di parlare a pubblici diversi mantenendo coerenza e autenticità. Dallo sviluppo dello streetwear come linguaggio di ribellione e appartenenza, fino alla sua diffusione in Italia e alla nascita di nuove sensibilità locali.



WASTED PARIS - Notre Dame



IUTER x CLUB DOGO - MI BASTARDS



PROPAGANDA - Italian Nightmare



SOUTHFRESH - LICHENI



DOLLYNOIRE - BENCH

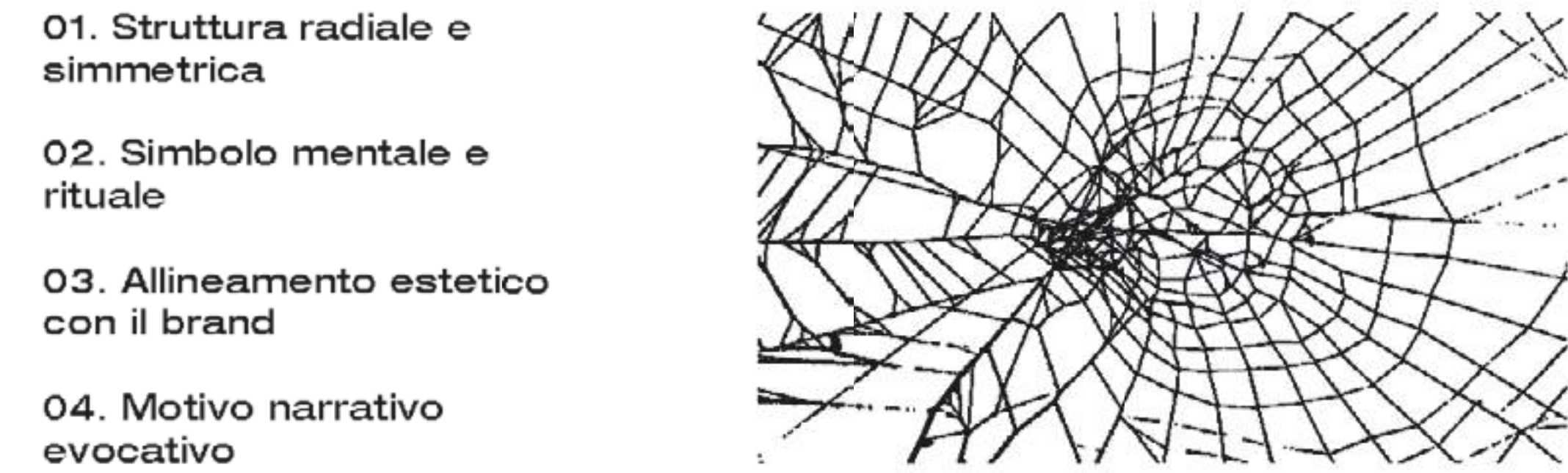
• Logotipo



• Variante orizzontale



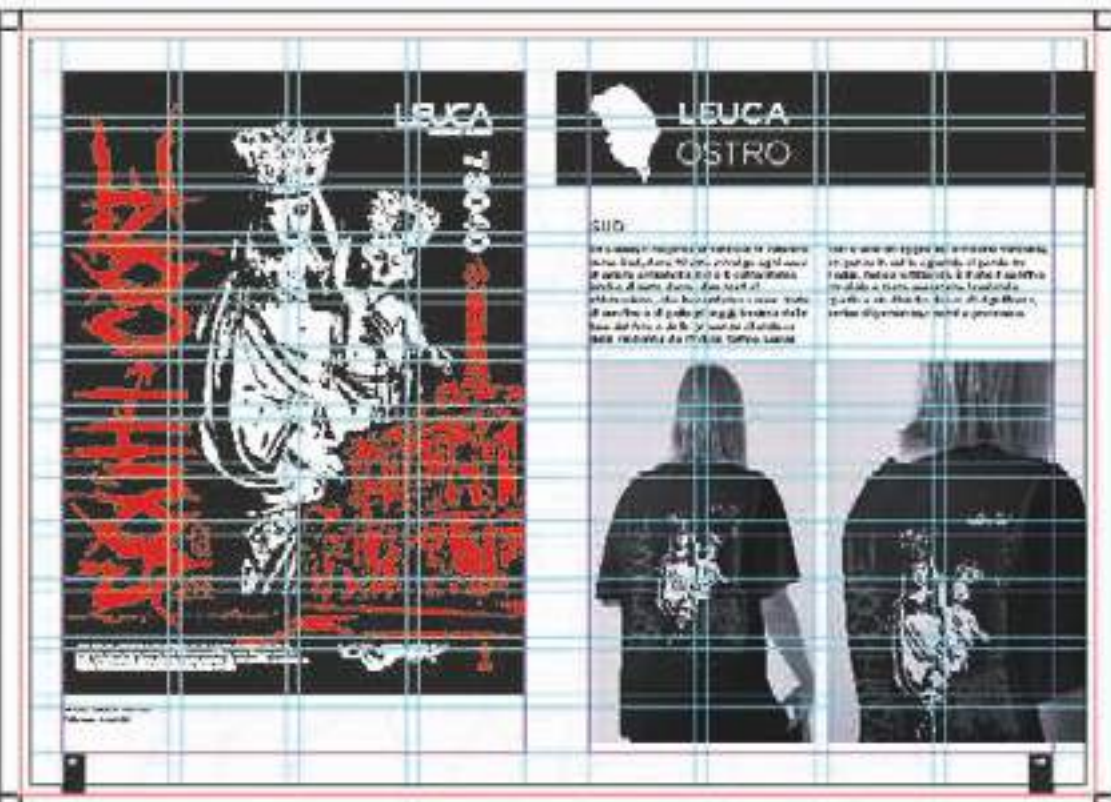
• Texture



• Catalogo



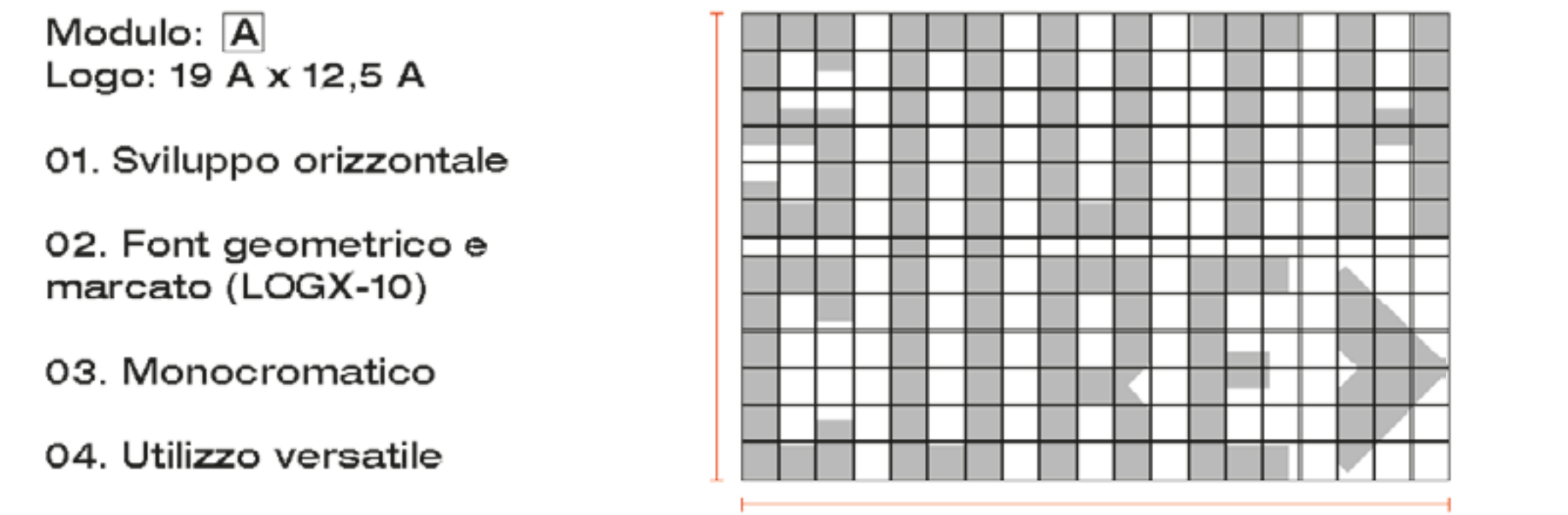
COPERTINA
 Logo: 185 x 27 mm
 Payoff: Helvetica Neue Regular, 15 pt
 Data: Gotham Book, 12 pt
 Testo: Gotham Bold, 18 pt
 Dati: Gotham Book, 12 pt
 Margini: 127 mm su tutti i lati



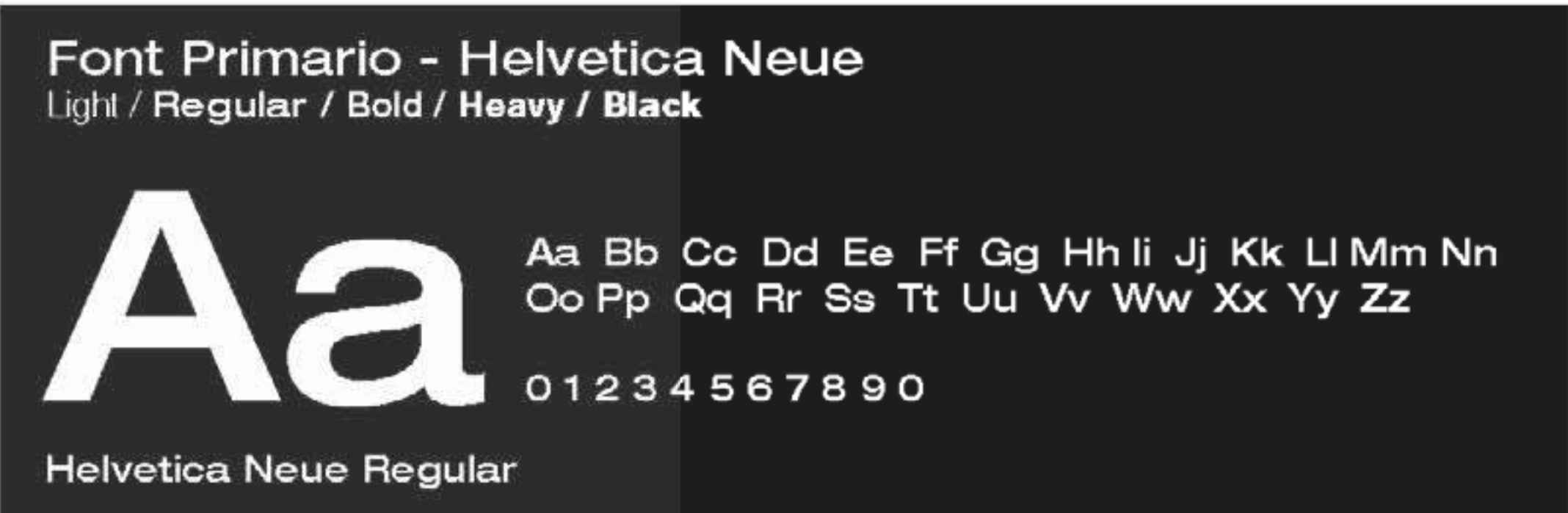
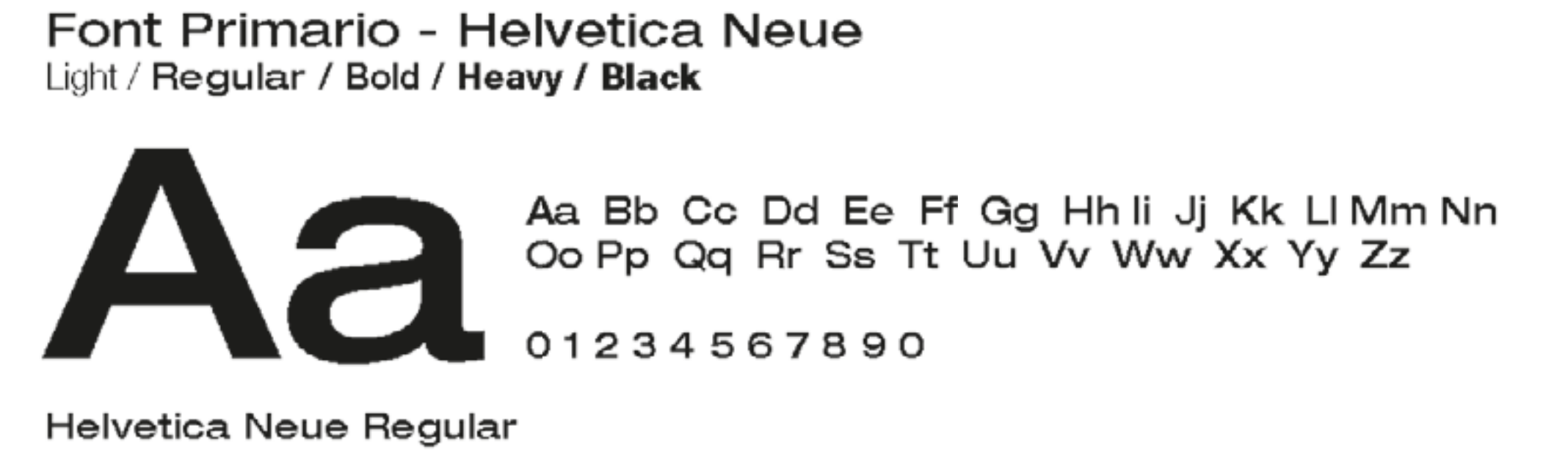
PAGINA TIPO
 Città: Gotham Bold, 36 pt
 Vento: Gotham Light, 36 pt
 Punto cardinale: Gotham Bold, 18 pt
 Testo: Gotham Book, 12 pt
 Didascalia: Gotham Thin Italic, 8 pt
 Margini: 127 mm su tutti i lati



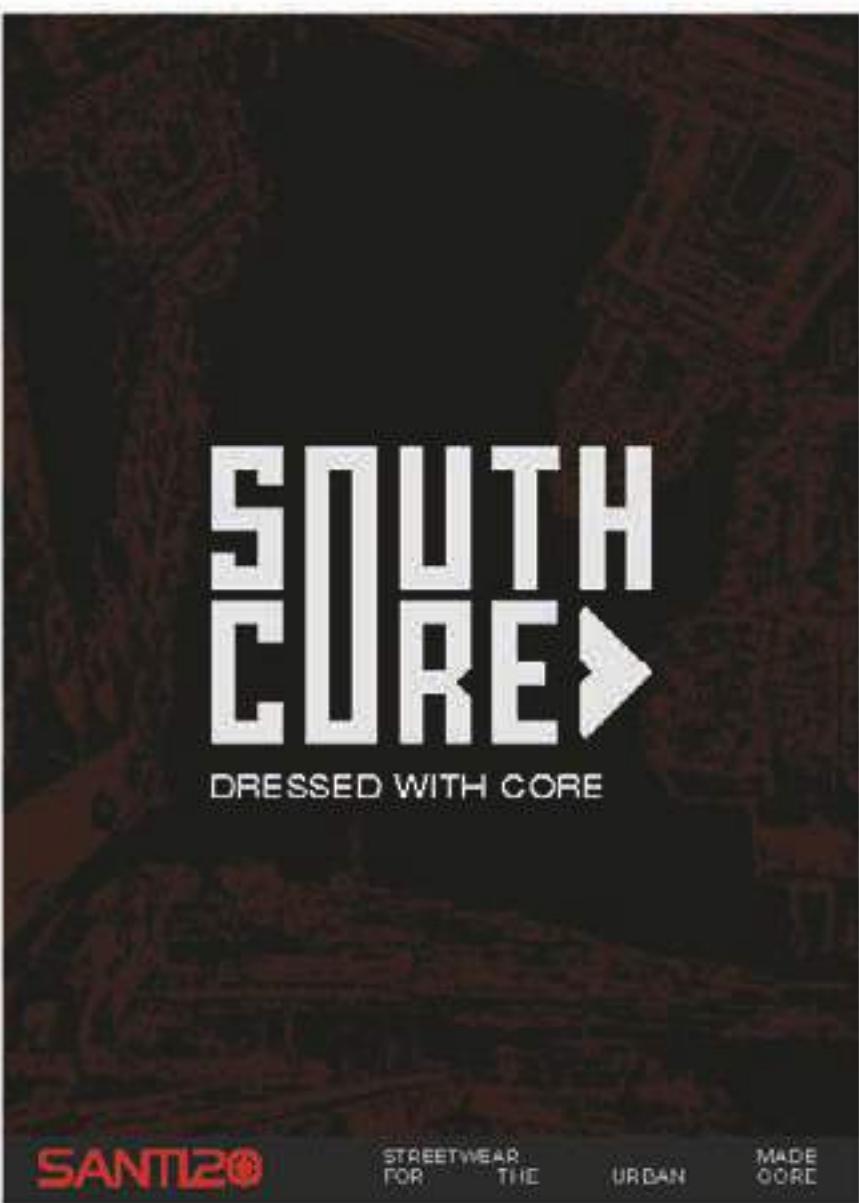
• Costruzione del logo



• Tipografia



• Manifesti



MANIFESTO TIPOGRAFICO (700x1000 mm)
 Logo: 365 x 245 mm
 Payoff: Helvetica Neue Regular, 74 pt
 Nome collezione: Rikos Regular, 106 pt
 Payoff: Helvetica Neue Regular, 41 pt
 Margini: 8 mm su tutti i lati



MANIFESTO FOTOGRAFICO 70 X 100 cm
 Logo: 260 x 37 mm
 Dati: Helvetica Neue Regular, 49 pt
 Payoff: Helvetica Neue Regular, 49 pt
 Margini: 8 mm su tutti i lati

• Palette Colori

01	01. Nero HEX: #000000 RGB: 0; 0; 0 CMYK: 0; 0; 0; 100	02	02. Bianco HEX: #FFFFFF RGB: 255; 255; 255 CMYK: 0; 0; 0; 0
03	03. Rosso HEX: #E30613 RGB: 227, 6, 19 CMYK: 0, 100, 100, 0	04	02. Verde HEX: #65B331 RGB: 101, 179, 49 CMYK: 44, 0, 73, 30

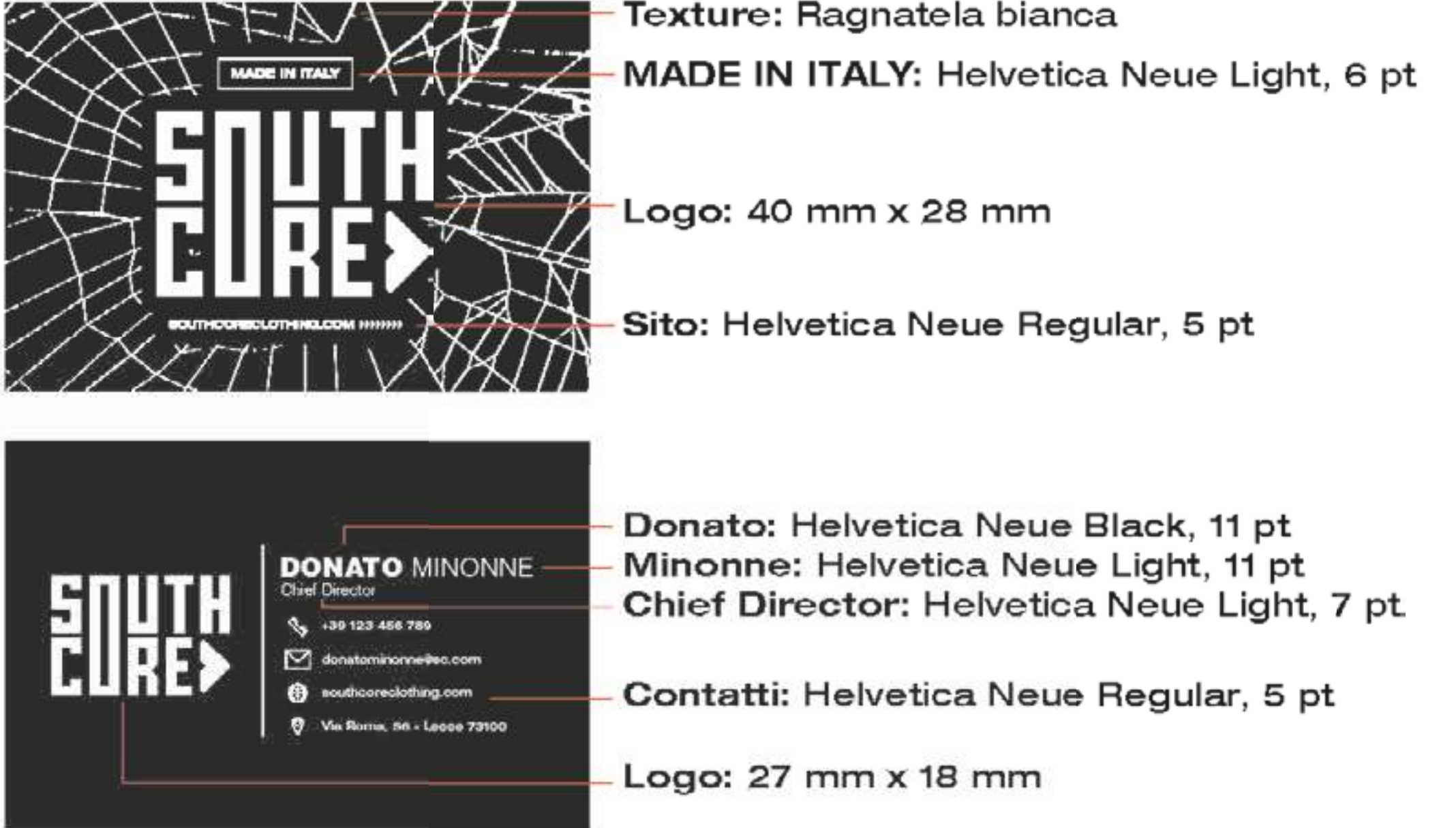
• T-Shirt



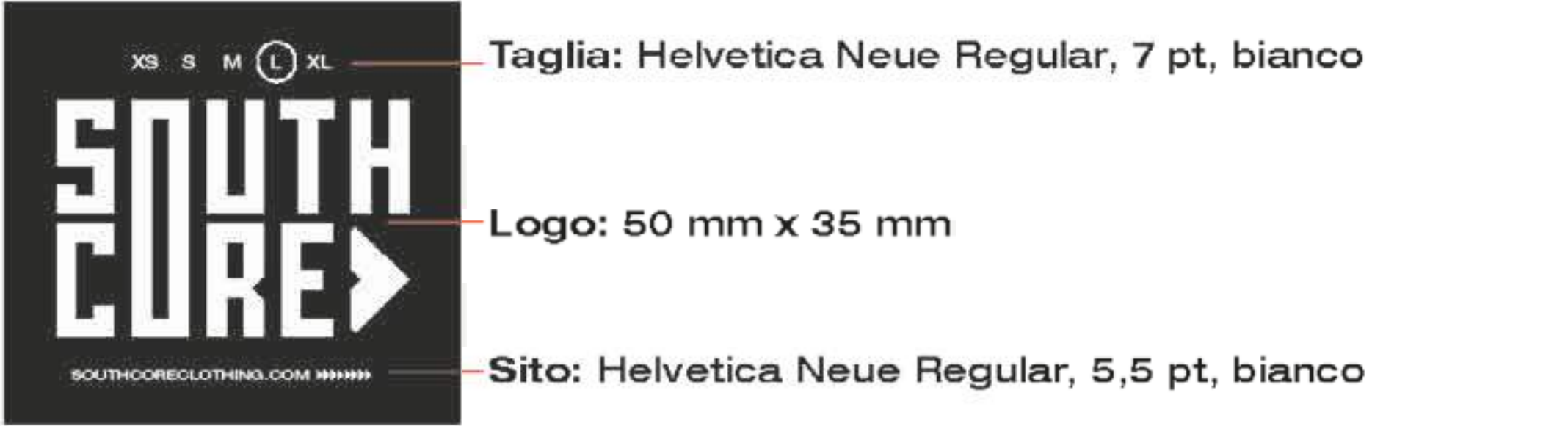
• Giacca



• Biglietto da visita (85 x 55 mm)



• Etichetta (65 x 60 mm)



• Box mailing di plastica (280 x 370 mm)



• Shopper di carta (310 x 390 mm)

