

Concorso Orientagiovani 2008



ITC Enrico Tosi



[Entra](#)

Marketing e Comunicazione

Azienda

Obiettivi

Progetto

FINE

Azienda

L'azienda tintoria Viola S.r.l è nata nel 1973 come attività familiare e si è sviluppata nel tempo fino ad arrivare ad essere una realtà affermata su tutto il mercato italiano ed europeo.

Oggi l'impresa presenta una struttura di circa 10000 m² , un parco tecnologico fra i più avanzati, un'organizzazione dinamica , la professionalità di uno staff qualificato e cordiale .

Con la morte di Mario Viola la gestione dell'attività è passata ai due figli, Raffaella e Paolo;

la prima si occupa dell'amministrazione e del commerciale, il secondo segue la produzione.

Dopo un'attenta riflessione sulla propria identità e sul ruolo che riveste nel contesto di riferimento, la Tintoria Viola ha formato i suoi valori di riferimento, ai quali si ispirano la missione aziendale e le scelte strategiche.



Azienda

Carta dei valori:

- la centralità della persona, il rispetto della sua integrità fisica e culturale, il rispetto dei suoi valori di interrelazione con gli altri;
- la valorizzazione delle risorse umane attraverso percorsi di accrescimento professionale e di partecipazione agli scopi dell'impresa
- il rispetto e la tutela dell'ambiente
- L'affidabilità dei sistemi e delle procedure di gestione per la massima sicurezza degli addetti della collettività e dell'ambiente
- l'efficacia, l'efficienza e l'economicità dei sistemi gestionali per accrescere i livelli di redditività e di competitività dell'impresa
- l'impegno costante nella ricerca e nello sviluppo, per favorire il massimo grado di innovazione
- la correttezza e trasparenza dei sistemi di gestione in conformità alle norme e convenzioni vigenti, nei riguardi delle componenti interne ed esterne all'impresa
- l'interrelazione con la collettività e con le sue componenti rappresentative, per un dialogo partecipativo di scambio e di arricchimento sociale, finalizzato al miglioramento della qualità della vita.
- qualità del prodotto e del servizio post-vendita



Azienda

La missione

Consolidare il primato tecnologico e di mercato nella produzione del settore tessile -abbigliamento tramite la costante attenzione all'innovazione, alla sicurezza, alla valorizzazione delle competenze interne.

Associare la crescita delle prestazioni aziendali alla sostenibilità socio-ambientale, promuovendo un dialogo aperto alle aspettative legittime degli interlocutori.



Obiettivi

La Tintoria Viola negli ultimi anni ha avuto una forte crescita nel mercato italiano e oggi punta ad estendersi anche nel mercato estero.
Per cui abbiamo deciso di effettuare un miglioramento dell'immagine aziendale, in modo tale da attirare la nuova clientela.

Che cosa si vuole che accada

- far sapere ai potenziali consumatori che il servizio esiste ed è disponibile
- convincere i potenziali acquirenti a chiedere informazioni
- convincere i potenziali acquirenti ad acquistare
- fare in modo che i clienti diventino clienti abituali

Il pubblico obiettivo

Le aziende specializzate nel settore tessile



Obiettivi

Il messaggio che si intende comunicare

promuovere i valori fondamentali dell'azienda ovvero:

- affidabilità dei sistemi e delle procedure di gestione per la massima sicurezza degli addetti della collettività e dell'ambiente
- qualità del servizio
- impegno costante nella ricerca e nello sviluppo, per favorire il massimo grado di innovazione

Gli strumenti che si intendono adottare

- una brochure
- una pubblicità su una rivista
- introduzione nel sito internet di informazioni in lingua inglese



Progetto

[Strategie](#)

[Pubblicità](#)

[Brochure](#)

[Sito](#)

[Homepage](#)

Strategie di Comunicazione

Premessa

Comunicare è tutto ciò che, esplicitamente o implicitamente, incide sugli atteggiamenti e sui comportamenti delle persone.

Le aziende svolgono attività di comunicazione nei confronti di numerosi interlocutori quali: dipendenti, finanziatori, azionisti, clienti, canali di distribuzione, collettività di riferimento, enti pubblici.

Noi ci siamo limitati ad approfondire il tema della comunicazione di marketing, ovvero quella rivolta al pubblico degli acquirenti- consumatori (nel nostro caso intermedi) e di coloro che possono influenzare la decisione di acquisto.



Strategie di Comunicazione

La comunicazione di marketing si pone i seguenti obiettivi:

- creare e consolidare l'immagine del marchio
- rafforzare la fedeltà del marchio
- posizionamento dell'azienda
- fornire servizi e informazione

Obiettivi specifici

Nel predisporre il piano di comunicazione abbiamo puntato su quattro punti:

- che cosa si vuole che accada
- il pubblico obiettivo
- Il messaggio che si intende comunicare
- gli strumenti che si intende adottare



Publicità



Tintoria Viola srl
Tintoria, candeggio e finissaggi speciali - Tessuti a maglia di tutte le fibre

*Prodotti unici e personalizzati
più sicuri per la salute e per l'ambiente*

Castellanza - Via Alberto da Giussano 23 - Tel. 0331.502.244/421 - Fax 0331.505.800 - www.tintoriaviola.com



Tintoria Viola srl
Tintoria, candeggio e finissaggi speciali - Tessuti a maglia di tutte le fibre

*Prodotti unici e personalizzati
più sicuri per la salute e per l'ambiente*

Castellanza - Via Alberto da Giussano 23 - Tel. 0331.502.244/421 - Fax 0331.505.800 - www.tintoriaviola.com



Progetto

Homepage

Pubblicità



Per la realizzazione di queste pubblicità ci siamo serviti del programma di grafica Photoshop.

Per quanto riguarda le prime due pubblicità, presentano solo una differenza di colore, che ci è stata esplicitamente richiesta dall'azienda.



Progetto

Homepage

Publicità

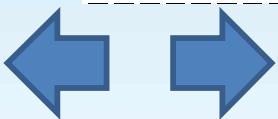
Analisi

- **MEDIA UTILIZZATO:** carta stampata
- **FUNZIONE EMOTIVA DELLA COMUNICAZIONE:** comunica sicurezza nei confronti degli addetti, della collettività e dell'ambiente.
Questa funzione è espressa attraverso la frase: "Prodotti unici e personalizzati più sicuri per la salute e per l'ambiente".
- **FUNZIONE COGNITIVA DELLA COMUNICAZIONE:** esprime i punti di forza dell'azienda trasmettendo i suoi valori con lo scopo di invogliare il cliente potenziale all'acquisto.



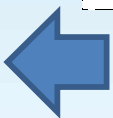
Publicità

- **FUNZIONE POETICA:** questa funzione è contenuta nella frase espressa nella pubblicità e dalle immagini che la circondano che mettono in evidenza il prodotto dell'azienda e il rispetto per l'ambiente. I colori che appaiono nella pubblicità sono stati scelti per la loro carica espressiva e per i loro diversi significati:
 - Il **blu**, che induce alla calma e si connota come placida e profonda soddisfazione, denota uno stato di soddisfatto adattamento. Fissando a lungo questo colore si produce un effetto di quiete, soddisfazione ed armonia. L'azzurro è il colore del mare e del cielo.
 - il **verde** corrisponde a sensazioni di solidità, stabilità, forza e costanza ed un comportamento caratterizzato dalla perseveranza.. L'effetto di stabilità prodotto dal verde rappresenta, da un punto di vista psicologico, i valori saldi che non mutano. La scelta del verde indica inoltre autostima. Il verde è il colore della vegetazione, della natura e della vita stessa. È il colore della rinascita primaverile, della forza della natura. Il verde, secondo gli psicologi, significa forza, perseveranza, equilibrio e stabilità. Il posizionamento centrale del marchio focalizza la luce verde quasi correttamente sulla retina e l'occhio percepisce perciò tale colore molto facilmente.



Pubblicità

- **TARGET DELLA COMUNICAZIONE:** aziende tessili e istituzioni
- **OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE:** consolidare l'immagine del marchio e informare il target obiettivo sui valori portanti dell'azienda, quali la qualità del prodotto, la sicurezza della salute e la protezione dell'ambiente.
 - **CONSAPEVOLEZZA:** aumentare nelle aziende tessile e nelle istituzioni l'importanza dell'utilizzo di materie prime di qualità, non inquinanti, non nocivi alla salute.
 - **COMPRENSIONE:** aumentare la comprensione del target obiettivo circa le proprie responsabilità morali rispetto ai problemi della salute e dell'ambiente.
 - **MOTIVAZIONE:** convincere all'acquisto di prodotti di qualità
 - **AZIONE:** acquistare il servizio.



Brochure

Contatti



21053 Castellanza (va)
Via Alberto da Giussano 23
Tel. 0331.502244-0331.502421
Telefax 0331.505800



e-mail: info@tintoriaviola.com

www.tintoriaviola.com

Da oggi...
si potranno avere risposte con un click...

Senza più telefonate, a qualsiasi ora della giornata, con un solo click si potrà sapere:

- > la situazione del magazzino greggi
- > lo stato di avanzamento degli ordini di lavoro
- > la situazione contabile
- > i packing list e la documentazione del controllo qualità

Si potranno anche inserire direttamente, stampandole, le vostre disposizioni di lavoro....

senza più costi,
senza più fatica,
senza più attese...

From now on... without calls, only with a click!



Tintoria Viola srl

Tintoria e Finissaggio Tessuti Maglia



Una lunga tradizione familiare

Nata nel 1973 al culmine del processo di industrializzazione del nostro paese, l'azienda è oggi una realtà affermata su tutto il mercato italiano ed europeo.

Con una struttura di 10.000 mq, un parco tecnologico fra i più avanzati, un'organizzazione dinamica, la professionalità di uno staff qualificato e cordiale, la nostra azienda garantisce, ogni giorno, il prodotto, la qualità e il servizio che il cliente si aspetta.

**Trent'anni di...
qualità
innovazione
attenzione al cliente**

*Thanks to the friendly but professional workforce,
our company is ready to deal with and
satisfy its customers everyday!*



Progetto

Homepage

Brochure



Ricerca e sviluppo	Finissaggio	Tintoria	Servizi
<p>Un continuo cammino verso nuovi processi e soluzioni innovative</p> <ul style="list-style-type: none">> più di 10.000 ricette archiviate> spettrofotometri per lo studio informatico del colore> controllo conformità prodotti in entrata e in uscita> ricettazione automatizzata> controllo solidità (norme UNI), delta colore e stabilità> garanzie di conformità ecologica-tossicologica secondo le più recenti normative europee e statunitensi> certificazione OECOTEX e altre normative <p>Tutto questo, ogni giorno, permette di migliorare gli standard qualitativi e di consegnare lo stesso prodotto e la stessa qualità.</p>	<p>Da 30 anni... tutti i finissaggi in aperto e tubolare</p> <ul style="list-style-type: none">> più di 20 macchine diversificate> un accurato e puntuale controllo delle fasi e dei processi di produzione> personale specializzato e dedicato> finissaggi particolari per ottenere: mani lucide, setose ed elastiche, effetti stropicciati, max cucibilità e anti arrotolamento> termofissaggi> rigati> garzature, smerigli e manipesca, cimature su garzati e non> trattamenti di stabilità dimensionale> trattamenti certificabili<ul style="list-style-type: none">anti-goccia, idrofili, antibatterici,anti-acaro, anti-muffa, anti-zanzara> controllo finale con packing list, controllo colore, stabilità dimensionale; altezza e peso.	<p>IL COLORE... Questo è il nostro successo!</p> <ul style="list-style-type: none">> vasche e colore da 20 mt a 1.000 kg.> tintura e candeggio di tutte le fibre (cotone, poliestere, nylon, acrilico, viscosa e affini, lino, misti lana e seta etc)> ventennale esperienza nella tintura di articoli elasticizzati e multi-fibra> controllo automatizzato e centralizzato della produzione> dosaggio automatico dei prodotti per garantire migliori standard qualitativi, trattamenti enzimatici e anti-pilling. <p>Siamo particolarmente attrezzati per:</p> <ul style="list-style-type: none">> il nostro il punto di bianco> la solidità dei nostri colori> la reperibilità dei nostri bagni> l'accuratezza delle nostre lavorazioni> i nostri effetti particolari: maltinti, invecchiati, stone, washed, placature e delavé	<p>Per voi...</p> <ul style="list-style-type: none">> lavorazioni in 10-15 giorni> controllo greggio in entrata> consegne e ritiri anche con nostri mezzi> campionature> tintura accessori> controllo qualità:<ul style="list-style-type: none">colorealtezza e pesostabilitàdifetti> packing list> certificazioni, su richiesta.
<p><i>Our strong points, allow us to improve our quality standards and to deliver the same product with the same quality standard everyday</i></p>	<p><i>For thirty years...all finish in open and tubular forms</i></p>	<p><i>Color is our success! We offer a lot of different dyeing methods.</i></p>	<p><i>Only for you... delivery within 10-15 working days using our means of transport, packing list and quality control, sampling, certificates upon request.</i></p>



[Progetto](#)

[Homepage](#)

Brochure

Avendo ritenuto la brochure esistente non adeguata al messaggio da comunicare, l'abbiamo riprogettata completamente.

I punti importanti su cui abbiamo voluto mirare sono stati: l'attenzione all'ambiente da parte dell'impresa, l'eleganza, l'innovazione tecnologica e la qualità del servizio dell'azienda.

Abbiamo strutturato la brochure con le dimensioni di quella precedente, abbandonando la versione a "libretto" e unendo le pagine in modo tale da renderla apribile e avere una visione simultanea delle informazioni contenute in essa.

Per la realizzazione ci siamo serviti del programma di grafica Photoshop. Abbiamo incontrato difficoltà per la stampa, non avendo disponibilità presso la scuola di macchinari specifici. Consigliamo inoltre all'azienda di stampare la brochure su carta lucida per rendere i colori più luminosi, poiché il cartoncino usato da noi modifica i colori rendendoli più opachi.



Brochure

Analisi

Nella prima pagina abbiamo voluto focalizzare l'attenzione sul prodotto dell'azienda, tenendo conto di alcuni valori forti dell'azienda: eleganza, attenzione all'ambiente, qualità e servizio.

Le rose, che abbiamo costruito con dei campionari che l'azienda ci ha gentilmente prestato, vogliono richiamare sia l'attenzione verso la natura e l'eleganza, sia una varietà di colori che ricordino l'attività tipica dell'azienda. Le foto utilizzate nelle altre pagine hanno il medesimo scopo.



Brochure

Per quanto riguarda i contenuti, ci siamo basati su quelli della brochure precedente come ci è stato richiesto dall'azienda, abbiamo solo aggiunto dei brevi richiami in lingua inglese per renderla più internazionale, visto l'interesse dell'azienda più volte citato di estendersi maggiormente anche all'estero. Non è stata possibile l'intera traduzione della brochure per motivi di spazio, poiché si rischiava di appesantire con troppi contenuti le pagine. Riteniamo che questi richiami bastino, dato che sul sito sarà in seguito disponibile l'intera versione in inglese.

I colori della brochure sono di varie tonalità d'azzurro che richiamano sia il sito, sia la pubblicità, per dare un'immagine omogenea e costante dell'azienda.



Sito

Dal momento che il sito web è l'unica risorsa comunicativa che riesce contemporaneamente ad attrarre l'attenzione e a servire i clienti, è il fattore di successo nell'era della competizione quindi, va particolarmente curato.

Il sito attuale dell'azienda è già efficace, ma volendo puntare al mercato estero, abbiamo convenuto che sullo schermo dell'utente, ci fossero comunicazioni ed informazioni in lingua inglese, evitando costi aggiuntivi per l'azienda.

Partendo dal sito già esistente, abbiamo proposto una pagina di esempio in cui consigliamo una possibile soluzione per la traduzione in lingua inglese delle pagine web.



Sito

In primo luogo bisogna tener presente che il sito web deve essere espressamente progettato e sviluppato per vendere il prodotto/servizio dell'azienda, sia in termini di prodotto sia di immagine (branding). Siccome ogni pagina richiede una pianificazione mirata ed efficace, un design ergonomico e una comunicazione sintetica ma esaustiva, per il raggiungimento degli obiettivi prefissati abbiamo deciso di porre il "bottone" per la traduzione, creato tramite il programma Flash, seguendo alcuni accorgimenti di web marketing.



Progetto

Homepage

Sito

Il bottone è stato posto in basso a destra in modo tale da non essere invasivo all'interno della pagina, inoltre avendo una forma semplice non disturba l'occhio del visitatore.

Il funzionamento del bottone è molto semplice: quando il cursore si posiziona su questo esce un pop-up con la traduzione in inglese sopra la scritta principale, che non viene coperta del tutto così il visitatore non perde l'orientamento della navigazione. Quando il cursore si sposta dal bottone la traduzione sparisce.

Questo meccanismo serve per guidare il visitatore durante la lettura del sito in modo tale che questo non si perda e faccia una lettura più ordinata.



Realizzato da...

Sei ragazzi di quinta Marketing e Comunicazione:

*Carloni Elisa, Casati Federica, Dainesi Stefania, Mazzaferro Luana,
Rubello Stefania, Verga Michele*

Bibliografia

- GILLO DORFLES, CRISTINA DALLA COSTA, MARCELLO RAGAZZI,
Lineamenti di storia dell'arte, Atlas
- GILLO DORFLES, ANNIBALE PINOTTI, *comunicazione visiva, Atlas*
- CINZIA PAROLINI, *Come costruire un business plan, Paramount*

Si ringraziano:

L'azienda tutor **Tintoria Viola s.r.l.** che ci ha gentilmente dedicato tempo e consigliato come operare.

L'ITC Enrico Tosi di Busto Arsizio che ci ha permesso di utilizzare le attrezzature scolastiche per la realizzazione del progetto.

Le professoresse **Anna Bertoglio, Anna Mancini e Carmela Aloisio** che hanno seguito le varie fasi del lavoro.

Il dirigente scolastico, prof. **Benedetto Di Rienzo**, che ha promosso l'adesione al concorso, dandoci la possibilità di collaborare a un progetto a stretto contatto con le aziende.

Il consiglio della 5[^]CC e 5[^]BC per l'ampia disponibilità concessa.