

Cartellonistica e digitale per rilanciare puliture e tintorie

LA CAMPAGNA

PADOVA Un progetto innovativo per rilanciare un settore in difficoltà. Si tratta della campagna ideata dalla Cna in collaborazione con Galileo visionary district, il Parco scientifico e tecnologico, il cui obiettivo è quello di accompagnare nel futuro il settore delle pulitintolavanderie, rielaborando in chiave moderna la vecchia immagine della "lavanderia", al fine di valorizzare e promuovere con modalità nuove le diverse imprese facenti parte di questa sfera, che contano 380 unità in provincia, con più di 800 dipendenti coinvolti.

La campagna, partendo da un'analisi del settore a livello nazionale e internazionale, si con-

centra su un'offerta di strumenti di formazione e tool per la comunicazione online e offline. Il progetto, presentato nella sede dell'incubatore Startcube, il dipartimento di new business e startup del Parco scientifico, ha visto l'intervento di Federico Ambrosi, responsabile di Cna Padova, Ida Nembri, presidente della categoria pulitintolavanderie di Cna, Emiliano Fabris, direttore di Galileo visionary district e della dottoressa Giulia Turra che ha aiutato a definire la campagna. «Abbiamo parlato con le diverse pulitintolavanderie cercando di capire quali fossero le criticità che questo periodo storico stava presentando o che rappresentassero il processo di cambiamento che stiamo vivendo; per poi concludere con l'intervi-



CNA Innovazione e digitale per rilanciare puliture e tintorie

sta dei potenziali clienti, per avere un quadro completo della situazione» ha spiegato Turra. Il risultato di questa indagine è la campagna messa in atto dalla Cna, che si compone di diverse linee d'azione: nell'ambito della gestione dell'impresa verranno offerti corsi di e-learning per lo sviluppo delle abilità e competenze tecniche, laboratori di gruppo e un kit per l'identità di-

**STRUMENTI PRATICI
PER SOSTENERE
LE PICCOLE REALTÀ
LEGATE AI PAESI:
INNOVATIVO PROGETTO
PROMOSSO DA CNA**

gitale. In secondo luogo, per aiutare a valorizzare le diverse imprese la Cna ha lanciato la campagna "Informa la qualità", che prevede una cartellonistica da esporre in negozio che esponga in maniera moderna e divertente le principali curiosità, caratteristiche e vantaggi di una pulitintolavanderia. «Fare innovazione non è più un'opzione ma una necessità, soprattutto per le piccole e medie imprese» dichiara Federico Ambrosi - con questo progetto vogliamo soprattutto fornire strumenti pratici alle piccole realtà molto legate al territorio. Il lavoro realizzato è stato messo a disposizione a livello nazionale, arrivando ad una potenziale platea di 13.000 partite iva».

Alberto Degan
© RIPRODUZIONE RISERVATA