

# IL TUTTO AL DI SOPRA DELLE PARTI

CASE STUDY

IMMAGINE COORDINATA GLOBALE PER UNA ALLIANCE DI DIECI AZIENDE

**CLIENTE**  
TENENGA

**APPLICAZIONE**  
CORPORATE IDENTITY, MULTIMEDIA

**SETTORE**  
ICT & TELCO

## L'AZIENDA

Tenenga, società costituita nel 2009 e facente capo all'imprenditore bolognese Ubaldo Montanari, è promotrice sin dalla sua nascita di Tenenga Alliance Group, un'alleanza di dieci aziende specializzate in settori diversi ma complementari che vanno dall'automazione industriale all'identificazione dei dati, dalla logistica ai sistemi di loyalty, dalla formazione alla comunicazione. Le aziende sono sparse in Lombardia, Liguria, Veneto, Emilia-Romagna e Lazio e raggiungono un fatturato globale di oltre 16 milioni di euro.

## LE ESIGENZE

Il rischio di ogni gruppo di aziende e quindi anche di Tenenga Alliance Group è di venire percepito dal pubblico come una semplice associazione di aziende separate e non integrate tra loro, che in definitiva hanno ben poco in comune. D'altra parte, se così fosse, l'alleanza stessa non avrebbe senso. L'esigenza primaria di TAG era pertanto quella di avere un'identità autonoma e al tempo stesso condivisa, in cui tutti i partner potessero riconoscersi. Bisognava poi che questa identità si esprimesse in un'immagine coordinata a due diversi livelli: innanzitutto il contributo di ogni partner doveva essere perfettamente integrato con i contributi analoghi di tutti gli altri partner; in secondo luogo ogni tipo di contributo doveva essere in linea con l'immagine di TAG. Infine, in un mercato in cui pullulano venditori di fumo che millantano di saper fare ogni



cosa, Tenenga Alliance Group avvertiva la necessità di distinguersi per la serietà e la solidità del proprio know-how: fin da principio si è perciò stabilito che ogni servizio offerto al cliente dovesse essere sorretto da documentazione attestante la specifica competenza delle aziende TAG in quel settore.



## LA SOLUZIONE

Lo studio dell'immagine coordinata ha preso avvio dal logo. Bisognava dare un'espressione grafica al nome Tenenga Alliance Group, già ideato dal cliente. Poiché Tenenga è un termine maori che significa "inventiva", siamo partiti proprio da questo presupposto: da qui la scelta per un carattere forte e per colori vivaci e brillanti, in linea con lo spirito maori.

Il simbolo che accompagna il logo evidenzia invece il concetto di alleanza e rappresenta tre mani

estremamente stilizzate e in colori diversi che si uniscono come per custodire qualcosa di prezioso.

Il marchio Tenenga Alliance Group così definito non solo è stato usato per personalizzare biglietti da visita, carta intestata e documenti aziendali, ma ha anche ispirato, dal punto di vista cromatico e più in generale stilistico, gli altri elementi dell'immagine coordinata. Tra questi le **case study**, resoconti di specifiche applicazioni accomunati da un'identica struttura in cui a una parte schematica introduttiva fa seguito un testo espositivo dettagliato, suddiviso in capitoli ricorrenti.

Particolare attenzione merita infine il **sito Internet**, un sito corposo che non si limita a promuovere l'immagine dell'alleanza, ma fornisce anche utili informazioni e contiene preziosi strumenti di lavoro per i partner. Le **soluzioni grafiche** adottate per il sito sono le seguenti.

□ Nelle pagine principali compare un disegno tridimensionale che rappresenta una serie di individui stilizzati, tutti sullo stesso piano e interlacciati tra loro. L'immagine esprime l'essenza stessa dell'alleanza e per questo è ricorrente non solo sul sito Internet, ma anche nella grafica dei materiali promozionali (biglietti di invito, espositori ecc.).



□ Nella parte superiore della homepage si succedono, come in uno spot, cinque immagini in dissolvenza che richiamano alcune delle principali attività di Tenenga Alliance Group.

□ Le pagine dedicate all'alleanza e all'advisory board presentano entrambe un gioco di riquadri in cui compaiono, una alla volta, i partner dell'alleanza e da cui è possibile accedere agli approfondimenti che riguardano ogni singolo partner. Per quanto riguarda invece la **struttura**, per soddisfare il requisito di serietà abbiamo deciso di costruire tutto il sito Internet sulla solida base offerta dalle referenze. Nelle schede dei vari partner, cui si accede dalla pagina dell'alleanza, sono perciò indicate solo le competenze di cui il partner stesso abbia presentato esplicite referenze.

Ogni competenza è inoltre accompagnata da una breve scheda descrittiva e da almeno una case study.

L'utente può accedere all'archivio delle competenze, delle referenze e delle case study a tre diversi livelli: dalla homepage si accede infatti all'archivio globale di Tenenga Alliance Group, dalle schede dei partner si accede agli archivi completi dei singoli partner, dalle schedine introduttive si accede infine agli archivi tematici per ogni specifica competenza dei singoli partner.

## I BENEFICI

□ Tenenga Alliance Group può ora presentarsi sul mercato con un'identità autonoma e immediatamente riconoscibile.

□ Il lavoro di documentazione richiesto da TAG è stato utile a tutti i partner, che hanno messo a fuoco il loro know-how.

□ Il ricorso a una struttura rigorosa per il sito Internet ha confermato le caratteristiche di serietà e professionalità proprie di Tenenga Alliance Group.

□ L'uso di colori vivaci e di una grafica leggera e pulita ha conferito all'alleanza un look giovane e accattivante.

□ L'immagine solida, concreta e professionale di TAG consolida e rafforza l'immagine di ogni singolo partner che partecipa all'alleanza.

