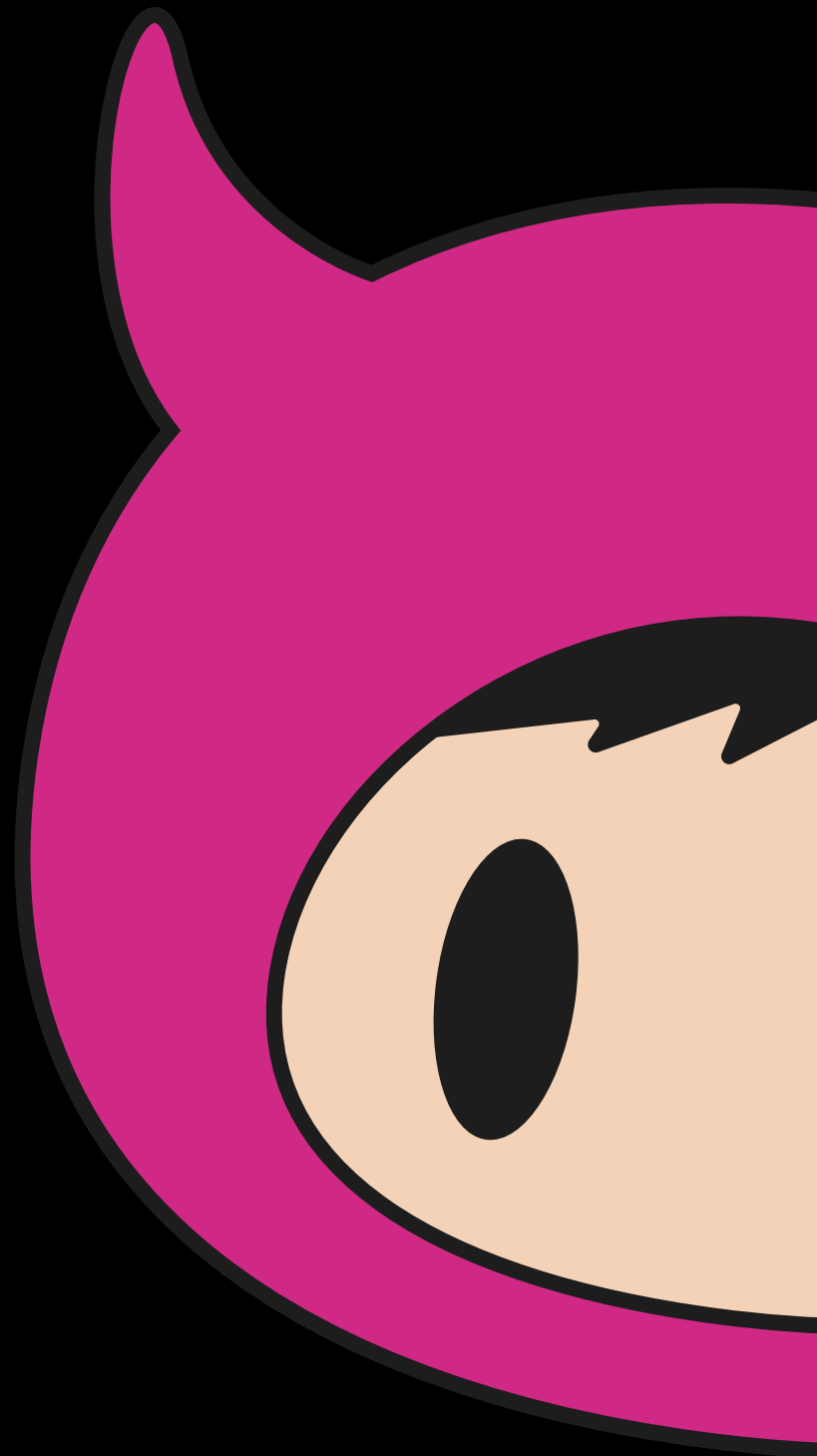
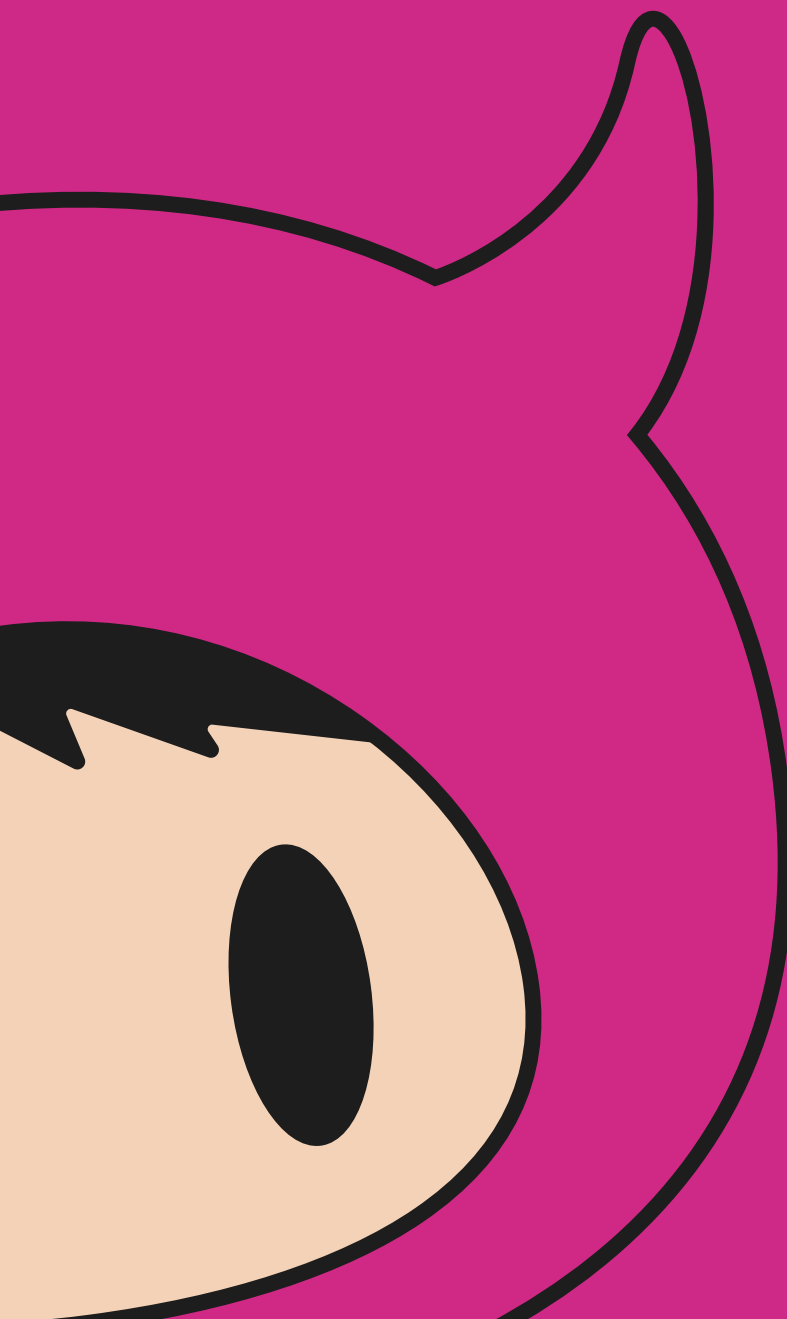


impy

kids



INDICE



SCELTA DEL PRODOTTO E ANALISI INIZIALE	3
DEFINIZIONE DEL PROCESSO PRODUTTIVO (TPP)	6
ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO (OGP)	10
PIANIFICAZIONE DEI TEMPI OGP	12
ANALISI DEI COSTI	15
CONTROLLO QUALITÀ	18
MOCKUP E SITO	21

SCELTA DEL
PRODOTTO E ANALISI

1.

IMPY-KIDS È UN BRAND DI ABBIGLIAMENTO STREETWEAR CHE OFFRE CAPI COMODI E OVERSIZE PER FAVORIRE L'ESPRESSIONE PERSONALE.

2.

I PRODOTTI PRINCIPALI INCLUDONO FELPE, PANTALONI LUNGHİ, MAGLIETTE E GADGET COME CAPPELLINI.

3.

L'OBIETTIVO È CREARE UNA BRAND IDENTITY FORTE, REALIZZARE UNA LINEA DI ABBIGLIAMENTO, E GESTIRE L'INTERO CICLO PRODUTTIVO IN MODO SOSTENIBILE A LIVELLO ECONOMICO NONOSTANTE UN BUDGET DI STARTUP LIMITATO.

4.

IL TARGET DI RIFERIMENTO È LA GENERAZIONE Z, OVVERO GIOVANI TRA I 14 E I 20 ANNI, CON UN'OFFERTA PREVALENTEMENTE MASCHILE MA ADATTA ANCHE A UN PUBBLICO UNISEX E FEMMINILE.

FLUSSOGRAMMA

FASE	ATTIVITA' PRINCIPALI	INPUT	OUTPUT
1. IDEAZIONE E BRIEF	Definizione target, valori, stile e naming	Ispirazioni streetwear, esigenze del target (14–20 anni)	Brief strategico, mission aziendale
2. IDENTITA' VISIVA	Creazione Logo, Palette Colori, Linee Guida.	Brief strategico, moodboard.	Brand Identity (Logo, Font, Brand Book base).
3. PROGETTAZIONE CAPI	Design grafiche per felpe, t-shirt, pantaloni e gadget; Mockup.	Identita' visiva, tendenze stile "oversize".	Bozze grafiche pronte per la stampa, Mockup digitali.
4. SOURCING E PREVENTIVI	Ricerca fornitori magliette neutre (B2B) e inchiostri eco-friendly.	Design, budget iniziale, quantita' richieste.	Lista fornitori, piano dei costi, stima del margine.
5. PRODUZIONE SERIGRAFICA	Preparazione telai, stampa capi, asciugatura.	Magliette neutre, inchiostri ad acqua, grafiche.	Prodotto fisico finito e confezionato.
6. COMUNICAZIONE E LANCIO	Shooting fotografico, pubblicazione social, affissioni.	Prodotto fisico, copy persuasivo.	Campagna live, materiali promozionali

DEFINIZIONE DEL PROCESSO PRODUTTIVO (TPP)

IL PROCESSO PRODUTTIVO (TPP) E CONTROLLO QUALITÀ

**IL PROCESSO È OTTIMIZZATO E
STRUTTURATO IN FASI LOGICHE E
SEQUENZIALI PER GARANTIRE
SCALABILITÀ ED EFFICIENZA.**

FASE 1 – STRATEGIA E BRIEF: DEFINIZIONE DELLE ESIGENZE, DEL TARGET, DEI VALORI DEL BRAND E DEI VINCOLI. L'OUTPUT È IL BRIEF STRATEGICO E LA MISSION.

FASE 2 – IDENTITÀ VISIVA: CREAZIONE DEL NOME (IMPY-KIDS), PROGETTAZIONE LOGO, PALETTE COLORI E LINEE GUIDA.

FASE 3 – PROGETTAZIONE: REALIZZAZIONE DI BOZZE GRAFICHE ESECUTIVE E MOCKUP DIGITALI PER TESTARE LA RESA.

FASE 4 – SOURCING E PREVENTIVI: RICERCA DI FORNITORI B2B PER CAPI NEUTRI E INCHIOSTRI, CON VALUTAZIONE DEI MARGINI.

FASE 5 – PRODUZIONE FISICA: STAMPA SERIGRAFICA ARTIGIANALE SUI CAPI, ASCIUGATURA E CONFEZIONAMENTO.

FASE 6 – COMUNICAZIONE E LANCIO: SHOOTING FOTOGRAFICO, DISTRIBUZIONE DELLA CAMPAGNA E POSIZIONAMENTO FINALE SUL MERCATO.

CONTROLLO QUALITÀ: AVVIENE IN MODO INCREMENTALE PER RIDURRE GLI SPRECHI. INCLUDE LA VERIFICA DELLA QUALITÀ DEI TESSUTI, DELLA RESISTENZA DEI LAVAGGI E DELLA PRECISIONE GRAFICA.

LAYOUT

QUESTA È LA DISPOSIZIONE DEI
REPARTI E DELLE ATTREZZATURE
ALL'INTERNO DELL'AZIENDA, IN MODO
DA RISULTARE FUNZIONALE
SIA DAL PUNTO DI VISTA DELLA
PRODUZIONE CHE DELLA SICUREZZA
DEI DIPENDENTI



DIREZIONE GENERALE



ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO (OGL)

RUOLI, MANSIONI E RESPONSABILITÀ

VISENTIN RHYAN:

PROJECT E WEB MANAGER

Supervisione generale delle tempistiche, valutazione delle proposte e sviluppo tecnico del sito web.

CIAMPI LEONARDO:

ACCOUNT MANAGER E FINANCE

Gestione contatti con clienti/ investitori, calcolo dei preventivi, budget e organizzazione risorse.

LONGONI ALESSANDRO:

PRODUCTION, QUALITY E STRATEGIC PLANNER

Pianificazione strategica, ricerca fornitori, supervisione della stampa serigrafica e controllo qualità finale.

COLOMBO BARTOLOMEO:

ART DIRECTOR E GRAPHIC DESIGNER

Direzione artistica, creazione vettoriale del logo, progettazione grafica dei capi e mantenimento dell'identità visiva.

NICOLÒ TOMAINO:

COPYWRITER E COMMUNICATION MANAGER

Stesura dei testi (tone of voice), ideazione messaggi promozionali, gestione della campagna social e affissioni.

PROMIFICAZIONE DEI
TEMPI (OGP)

ATTIVITÀ PRINCIPALI

- CREAZIONE BRIEF
- IDEAZIONE LOGO
- GRAFICA CAPI
 - MOCKUP
- RICERCA FORNITORI
 - PREVENTIVO
 - PRODUZIONE
- COMUNICAZIONE
 - SHOOTING
- PRESENTAZIONE FINALE
 - PROMOZIONE
- SCELTA FORNITORI
- SHOOTING FOTOGRAFICO
- CONTROLLO BUDGET

DURATA STIMATA:

Totale: circa 3 settimane

Motivazione

Le tempistiche sono calcolate considerando produzione, approvazioni, e attività parallele per ridurre i tempi morti.

ORDINE DI ESECUZIONE:

Sequenziale per le fasi principali

Attività parallele possibili

Comunicazione + produzione

Presentazione + fase finale produzione

Motivazione

Questo approccio permette di ottimizzare tempi senza compromettere la qualità o la coerenza del brand.

FASI CRITICHE:

Ideazione logo

Produzione serigrafica

Argomentazione

Errori o ritardi in queste fasi impattano tutto il progetto: per questo sono previste strategie preventive e alternative.

TEMPISTICHE DEL PROGETTO

Brand Streetwear — Prima Collezione | Durata stimata: 3 settimane (21 giorni lavorativi)

#	Attività	Settimana	Giorni	Durata	Note
SETTIMANA 1 – Giorni 1-7					
1	Creazione brief	Settimana 1	Gg 1 – 2	2 giorni	Kick-off del progetto. Definizione obiettivi, target e concept.
2	Ideazione logo	Settimana 1	Gg 3 – 5	3 giorni	Brainstorming e prime proposte grafiche del logo.
3	Ricerca fornitori	Settimana 1	Gg 3 – 7	5 giorni	Parallela all'ideazione logo. Scouting e contatti con fornitori.
SETTIMANA 2 – Giorni 8-14					
4	Grafica capi	Settimana 2	Gg 8 – 11	4 giorni	Design delle grafiche per i capi d'abbigliamento.
5	Mockup	Settimana 2	Gg 10 – 13	4 giorni	Parallelo alla grafica capi. Realizzazione mockup digitali.
6	Preventivo	Settimana 2	Gg 12 – 14	3 giorni	Raccolta preventivi dai fornitori selezionati.
SETTIMANA 3 – Giorni 15-21					
7	Produzione	Sett. 2 – 3	Gg 13 – 19	7 giorni	Avvio produzione capi. Si sovrappone con Comunicazione.
8	Comunicazione	Settimana 3	Gg 15 – 18	4 giorni	Parallela alla produzione. Teaser campagna e impostazione sito.
9	Shooting	Settimana 3	Gg 17 – 19	3 giorni	Sessione fotografica con i capi prodotti.
10	Presentazione finale	Settimana 3	Gg 20	1 giorno	Presentazione del progetto completo al cliente.
11	Promozione	Settimana 3	Gg 20 – 21	2 giorni	Lancio campagna promozionale sui canali definiti.
	DURATA TOTALE	3 Settimane	21 giorni		Fasi parallele evidenziate in magenta chiaro

ANALISI DEI COSTI

ANALISI DEI COSTI

Produzione Brand Streetwear — Prima Collezione | Prezzi IVA esclusa, mercato italiano 2024–2025

Voce di costo	Descrizione	Min	Max	Medio	Note
IDENTITA' VISIVA					
Logo	Progettazione logo professionale: ricerca concept, varianti, brand guidelines, file vettoriali	€ 300	€ 1.500	€ 800	Freelance junior ~€300; studio mid ~€800; agenzia brand ~€1.500+
Subtotale — Identita' visiva		€ 300	€ 1.500	€ 800	
PRESENZA DIGITALE					
Sito web — design sviluppo	Design UI/UX, sviluppo front-end, integrazione CMS (es. Shopify/WordPress), responsive	€ 800	€ 5.000	€ 2.500	Template Shopify ~€800; sviluppo custom ~€2.500–5.000
Sito web — dominio hosting	Dominio .it o .com + hosting annuale (es. Shopify Basic o SiteGround)	€ 80	€ 400	€ 200	Costo ricorrente annuo
Subtotale — Presenza digitale		€ 880	€ 5.400	€ 2.700	
CAMPAGNA PUBBLICITARIA					
Manifesto — grafica	Design manifesto pubblicitario (formato 70×100 cm o 100×140 cm), varianti colore	€ 200	€ 800	€ 450	Freelance ~€200–400; studio creativo ~€600–800
Manifesto — stampa (100 copie)	Stampa offset o digitale, carta patinata 150 g, formato 70×100 cm	€ 150	€ 400	€ 250	~€1,5–4 a pezzo per 100 copie; aumenta con la tiratura
Spazi affissione — città media	Affitto spazi pubblicitari (impianti comunali o circuiti privati), 2 settimane	€ 500	€ 3.000	€ 1.500	Circuito locale ~€500; circuito urbano ~€2.000–3.000
Shooting fotografico	Fotografo + modelli + location + post-produzione per campagna e sito	€ 400	€ 2.000	€ 900	Fotografo freelance ~€400; studio professionale ~€1.500–2.000
Subtotale — Campagna pubbl.		€ 1.250	€ 6.200	€ 3.100	
PRODUZIONE CAPI (50 pz per articolo)					

Voce di costo	Descrizione	Min	Max	Medio	Note
Magliette (T-shirt)	Produzione 50 pz, cotone 180–200 g, stampa serigrafica fronte/retro, taglie S–XL	€ 450	€ 1.000	€ 700	~€9–20 a pezzo; taglio piccolo = costo unitario piu' alto
Pantaloni (cargo / jogger)	Produzione 50 pz, tessuto misto, tasche, elastico, stampa/ricamo logo	€ 1.500	€ 4.000	€ 2.500	~€30–80 a pezzo; dipende da tessuto e lavorazione
Felpe (hoodie / crewneck)	Produzione 50 pz, cotone garzato 300–350 g, stampa o ricamo, cappuccio/girocollo	€ 1.250	€ 3.500	€ 2.200	~€25–70 a pezzo; hoodie piu' costosa del crewneck
Etichette packaging	Hangtag, etichette cucite, polybag o shopper brandizzate (per tutti i capi)	€ 200	€ 600	€ 350	Spesso trascurato: fondamentale per la percezione del brand
Subtotale – Produzione capi (150 pz)		€ 3.400	€ 9.100	€ 5.750	
TRASPORTO DOGANA					
Spedizione capi dal fornitore	Trasporto dai produttori (Italia/Europa/Asia) al magazzino. Lotto ~150 pz	€ 80	€ 600	€ 280	Italia/EU: ~€80–200 (corriere). Asia sea: ~€300–600; air freight piu' costoso
Dazi doganali – Import extra-EU	Dazi su abbigliamento importato da paesi extra-UE (es. Cina, Bangladesh). ~12% valore merce	€ 0	€ 1.200	€ 400	Solo se produzione extra-EU. Aliquota media abbigliamento: 12%
IVA all'importazione	IVA 22% applicata al valore doganale (imponibile + dazi + trasporto). Recuperabile F24	€ 0	€ 800	€ 300	Tecnicamente recuperabile, ma impatta la liquidita' iniziale
Sdoganamento pratiche	Compenso spedizioniere doganale per pratiche burocratiche di importazione	€ 0	€ 300	€ 120	Solo se extra-EU. Spesso incluso nel servizio del freight forwarder
Spedizione materiali campagna	Consegna manifesti stampati agli spazi di affissione o al team locale	€ 30	€ 150	€ 70	Corriere espresso o pony per citta'. Costo marginale ma da prevenire
Subtotale – Trasporto Dogana		€ 110	€ 3.050	€ 1.170	
TOTALE STIMATO PROGETTO		€ 5.940	€ 25.250	€ 13.520	

■ Le stime si basano su prezzi medi di mercato per piccole produzioni. I costi capi scendono con volumi maggiori (100+ pz). Non sono inclusi: commissioni e-commerce, social media advertising. Si consiglia di richiedere almeno 3 preventivi per voce.

CONTROLLO QUALITÀ

**IL CONTROLLO QUALITÀ E LE AZIONI
CORRETTIVE GARANTISCONO
LA COERENZA DEL PRODOTTO,
IL RISPETTO DEI TEMPI E IL
MANTENIMENTO DEL BUDGET,
ASSICURANDO UN RISULTATO FINALE
COMPETITIVO E PROFESSIONALE.**

VALUTAZIONI CRITICHE E MIGLIORAMENTI FUTURI

Efficienza del Processo: La strategia di utilizzare il B2B con stampe interne ha mantenuto i costi di produzione sotto i 10€ per capo, garantendo un ottimo ricarico commerciale. L'organizzazione strutturata del team ha eliminato i colli di bottiglia e ha ottimizzato i tempi di esecuzione.

CRITICITÀ INCONTRATE:

Una difficoltà ha riguardato l'ammortamento dei costi dei macchinari iniziali (telai e attrezzature) rapportati a una tiratura bassa.

GLI INCHIOSTRI ECOLOGICI A BASE D'ACQUA, SEBBENE OTTIMI, SI SONO RIVELATI POCO COPRENTI SU SFONDI SCURI (ES. FELPE NERE). PER OVVIARE, È STATO NECESSARIO AGGIUNGERE UNA BASE BIANCA ("UNDERBASE") E ULTERIORI TEMPI PER ASCIUGATURA.

PROSPETTIVE E MIGLIORAMENTI:

Produzione Costi: Si valuterà un sistema di "Drop" o Pre-order per le future uscite, azzerando i costi di magazzino. Per i lotti ridotti verranno introdotte stampe DTF, e si investiranno risorse per padroneggiare inchiostri "Discharge" adatti a capi scuri.

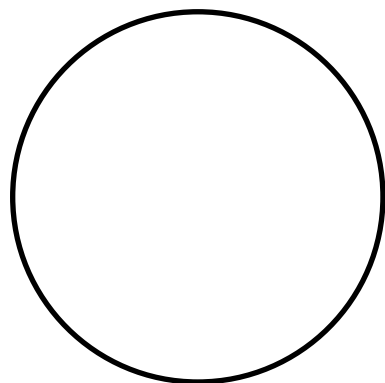
BRAND TARGET:

Un passaggio futuro sarà l'adozione di un approccio "Cut Sew" (produzione sartoriale del cartamodello) per garantire fit oversize completamente proprietari al posto degli standard B2B.

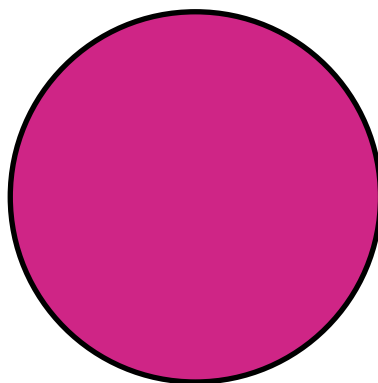
ESPERIENZA ED ECOLOGIA:

Integrazione di packaging per spedizioni compostabile al 100% e potenziamento del sito con "camerini virtuali" 3D per consentire di provare virtualmente la vestibilità, limitando drasticamente i resi.

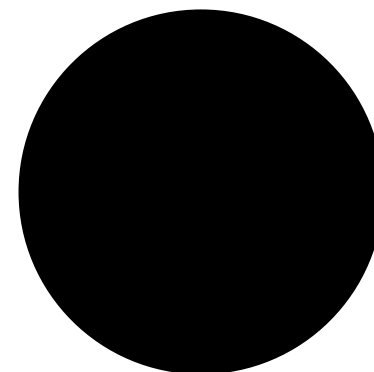
I COLORI



WHITE
CODICE:
#FFFFFF

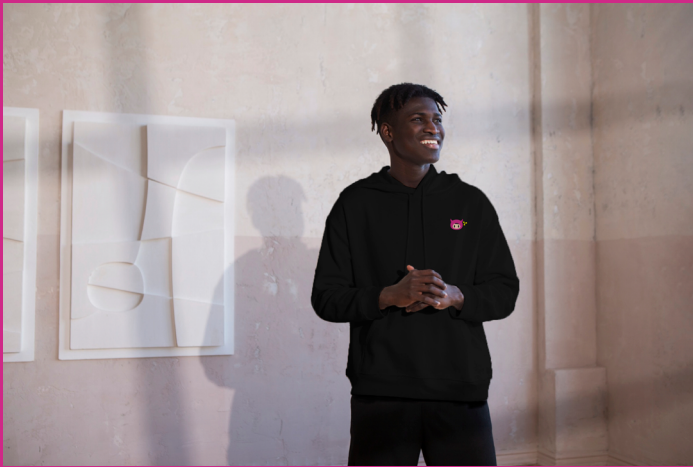


CERISE
CODICE:
#CF2586



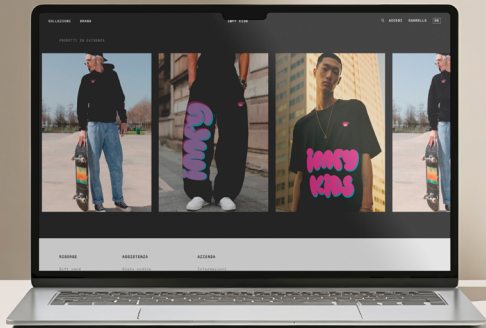
BLACK
CODICE:
#000000

MOCKUP E SITO

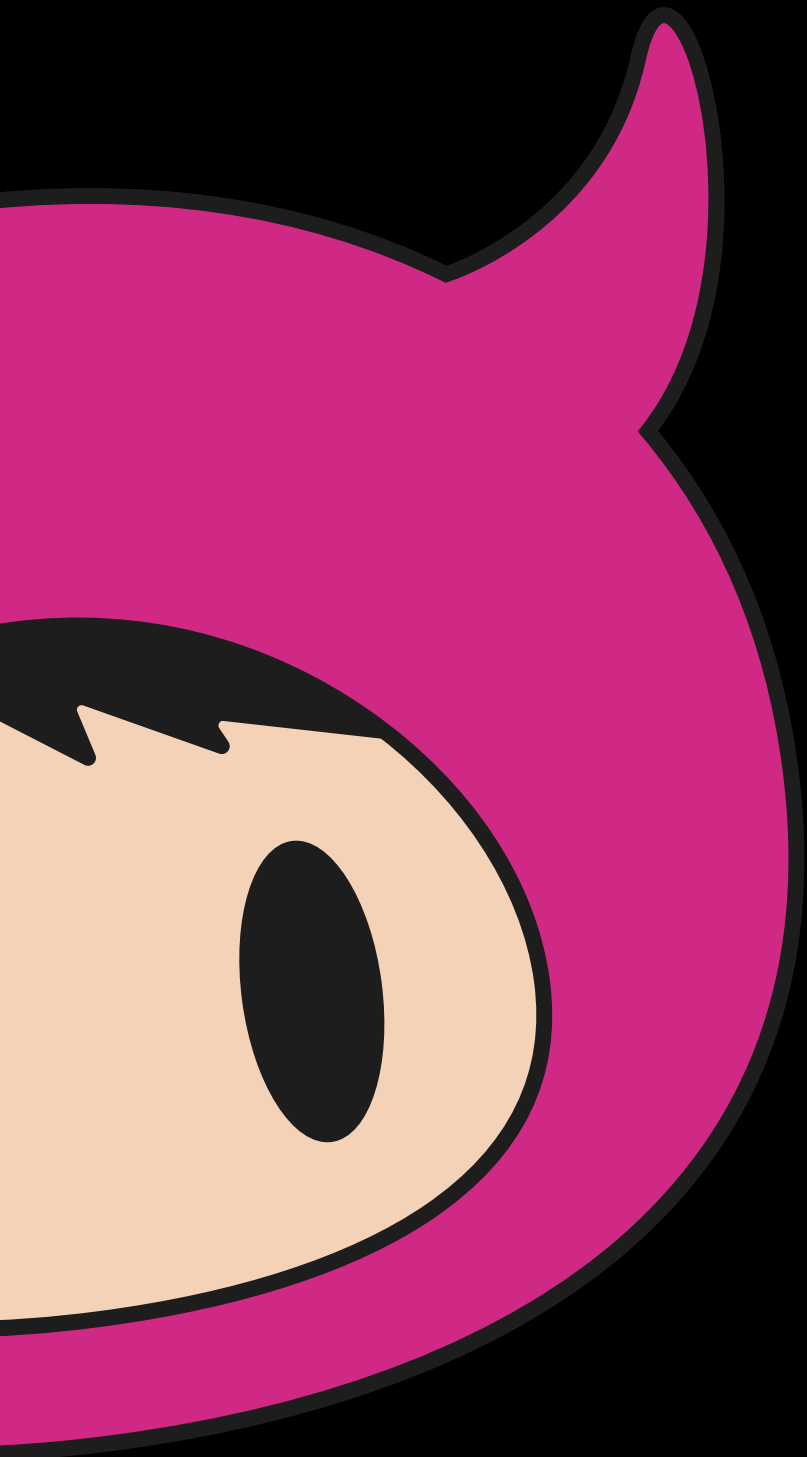


MOCKUP

MOCKUP



SITO



imma

kids