

ATTUALITÀ

» RIPERCORRIAMO LE TAPPE DELLO SVILUPPO DI FIAMM E DEL SUO NETWORK



TRA PASSATO E FUTURO

FIAMM Energy Technology produce e distribuisce batterie per **auto** e **truck** e dispone di circa **20 sedi commerciali e tecniche** distribuite quasi in tutto il mondo. Vediamo le ultime novità e le strategie in Italia

Nata nel 1942 FIAMM, acronimo di Fabbrica Italiana Accumulatori Motocarri Montecchio prima, e FIAMM Energy Technology adesso a seguito della Joint Venture con Hitachi Chemical Ltd. società del colosso giapponese Hitachi Ltd., l'azienda di Montecchio Maggiore (VI) si è sempre distinta per la qualità dei suoi prodotti, il servizio ai ricambisti e la vicinanza alle officine.

FIAMM Network

La storicità di un marchio conosciuto, la qualità dei propri prodotti in gran parte Made in Italy e la diffusione sul territorio italiano hanno infatti segnato un giusto perimetro per la nascita, nel 2010, del progetto dedicato alle officine chiamato

Proprio quest'ultimo viene interpellato annualmente attraverso la Customer Satisfaction Survey e rende così possibile la crescita sistematica di un Network.

"Rivolta a ricambisti, officine ed elettrauto legati al marchio FIAMM, FIAMM Network si presenta come un "contenitore" che accoglie servizi dedicati al mondo delle officine e strumenti per la comunicazione locale integrata con quella centrale e che fa leva sulla notorietà del nostro marchio" sottolinea Stefano Lapi Responsabile FIAMM Network.

Le tappe fondamentali

FIAMM Network ha potuto vivere diverse importanti tappe:

- 2010: introduzione del primo kit FIAMM Network e della prima linea di abbigliamento e merchandising, che metteva

prodotto, localizzatore delle officine ed altri contenuti;

- 2016: vengono introdotte una completa e rinnovata guida ai servizi e la nuova linea di abbigliamento e merchandising 100% FIAMM Network;

- 2017: nuove convenzioni mirate a generare traffico nelle officine aderenti ed un nuovo soggetto pubblicitario che "dà vista" ai testimonial storici (meccanici ed elettrauto da anni legati all'insegna FIAMM - oltre 2.300 distribuite in tutta Italia) sono i protagonisti di quest'anno.

Allo stesso modo, la più recente edizione della Customer Satisfaction Survey, che ha visto la partecipazione della rete in significativa crescita ed una redemption finale al 29%, ha fatto emergere 2 istanze, ritenute fondamentali dalla rete: la necessità di un



Marzo 2019), Alessandro Lanari Direttore Marketing del Business Mobility Power Solutions di FIAMM Energy Technology, ci ha elencato alcune ulteriori novità introdotte:

- Due attività promozionali di sell-out dedicate ai ricambisti;
- Un nuovo e più ricco kit di benvenuto categoria Top;
- Un percorso di formazione tecnico distinto in quattro moduli.

Le novità non sono finite: a breve ci sarà l'Energy Check 2018, la campagna di FIAMM che porterà le officine aderenti al programma all'attenzione del cliente finale.

Attraverso una comunicazione declinata su diversi canali i consumatori saranno invitati a recarsi in officina per un controllo dello stato di salute della propria batteria.



FIAMM Network. Per impostare e mantenere correttamente in rotta la propria azione, FIAMM Network ha fatto sua una metodologia ispirata al "Plan-Do-Check-Act" in base alla quale pianifica, attua, verifica ed agisce, puntando così ad un miglioramento continuo dei contenuti offerti, tenendo come punto di partenza e di arrivo il cliente.

a disposizione delle officine gadget ed articoli da lavoro, personalizzati con il marchio e gettava così le basi per un uso coerente dello stesso e per la massimizzazione di notorietà e valore;

- 2013: FIAMM Network, raggiunge quota 1.000 aderenti ed introduce il proprio sito Internet, con Area Riservata agli operatori, informazioni di

Network sempre più presente sul campo e sempre più attivo a supporto del traffico in officina. Istanze, che FIAMM Network ha fatto subito proprie.

Le novità con FIAMM non finiscono mai

Infatti, oltre ad aver nel frattempo superato la soglia di 1.400 iscritti, durante questo anno fiscale (Aprile 2018 -

I NUMERI DI FIAMM

FIAMM Energy Technology SpA
MOBILITY POWER SOLUTIONS

- 600 persone impiegate
 - 10 uffici vendita
 - 2 Stabilimenti produttivi
 - >7.5 mln di batterie
 - >257 mln di euro di fatturato
- Batterie per Auto, Auto con Start&Stop, Moto Veicoli Commerciali, Tempo libero e Nautica.

SPECIALE autom FRANKFURT



FERDINAND BILSTEIN - EMANUELA PERINO



FIAMM - ALESSANDRO LANARI



LAUNCH



MANN+HUMMEL - GIOVANNI NAPPI



MOTUL - ROMAIN FABRE

forte concentrazione, con la presenza di grandi partner distributivi. In quest'ottica, il futuro dell'aftermarket italiano potrebbe prevedere un ruolo e un peso diverso per i gruppi d'acquisto.

FERDINAND BILSTEIN ITALIA SRL - EMANUELA PERINO, AMMINISTRATORE DELEGATO

- 1) Sicuramente Automechanika è la fiera di riferimento del settore. È una manifestazione in grado di attivare un circolo virtuoso: la qualità degli espositori e del programma proposto riesce a condizionare anche il profilo dei partecipanti, coinvolgendo per esempio un gran numero di decisori di alto livello.
- 2) Direi nove, per lasciare agli organizzatori un incentivo di ulteriore miglioramento.
- 3) Sono sotto gli occhi di tutti i grandi movimenti che negli ultimi anni hanno attraversato l'aftermarket italiano, con l'aggregazione di distributori e l'ingresso di operatori stranieri. Il movimento non si è ancora assestato e la spinta alla concentrazione non si è ancora esaurita ed è difficile prevedere a che punto si arresterà. In questa situazione, il componentista può consolidare i propri risultati solo puntando sull'alta qualità dei prodotti, sul giusto rapporto qualità/prezzo e sull'innovatività dei servizi.

FIAMM ENERGY TECHNOLOGY- ALESSANDRO LANARI, DIRETTORE MARKETING MOBILITY POWER SOLUTIONS

- 1) Sicuramente Automechanika Francoforte è la fiera di riferimento ma quest'anno ho avuto la sensazione che l'affluenza sia diminuita, forse per la nuova distribuzione degli espositori, introdotta nel 2016, che ci ha penalizzato nel passaggio dei visitatori.
- 2) Sufficiente
- 3) Credo che la parola giusta sia diverso! Il nostro è un mercato ancora nel mezzo del cambiamento: da un lato vedo la velocità e la voracità dei grandi distributori nazionali e dall'altro le realtà imprenditoriali più piccole che, con passione e competenza, combattono giorno per giorno per avere successo. Il livello di competizione si è alzato e forse non tutti riusciranno a tenere il passo.

HELLA - SIMONE GRILLI, MARKETING COMMUNICATION MANAGER

- 1) Assolutamente sì, soprattutto a livello internazionale e in particolare quest'anno, che è stata un'occasione molto interessante per HELLA: per la prima volta infatti abbiamo concentrato tutte le nostre competenze in unico Stand al Padiglione 9, con il motto "OE Competence meets Diagnostics". Questo significa poter mostrare alle officine come HELLA può supportare gli autoriparatori durante l'intero processo di riparazione.

- 2) 9, si può sempre migliorare.
- 3) Sicuramente una vetrina di qualità. Dovranno stare sempre più attenti ai trend di mercato, scegliendo partner all'avanguardia che possano garantire loro un'assistenza di qualità, precisa, veloce e profittevole. Bisogna inoltre essere consapevoli del fatto che alcune tecnologie, come ad esempio gli ADAS, non sono il futuro ma il presente.

LAUNCH - LEONARDO DI PIETRO, MANAGER ITALY AND FRANCE OFFICE, ITALIAN SWITZERLAND AND MALTA

- 1) L'evento si è confermato la miglior vetrina a livello europeo per la presentazione dei nuovi prodotti e la conferma della fidelizzazione della nostra rete distributiva e dei nostri clienti.
- 2) Direi 9 su dieci! Lasciando sempre un ulteriore margine di miglioramento!
- 3) Sempre più impegnativo. Le esigenze crescono ogni giorno e l'obiettivo della nostra azienda è quello di essere il più vicino possibile ai clienti, offrendo un supporto professionale completo.

MANN+HUMMEL - GIOVANNI NAPPI, DIRECTOR SALES IAM ITALY - AUTOMOTIVE AND INDUSTRIAL FILTRATION

- 1) Automechanika resta a mio avviso l'evento fieristico di riferimento per il settore Automotive Aftermarket. Anche in questa edizione la presenza dei Componentisti e dei Gruppi Internazionali è stata importante. Ritengo molto stimolante l'attività di informazione che questa manifestazione riesce a veicolare: workshop days, innovation award, evoluzione dei prodotti e dei servizi, per citarne alcuni.
- 2) Sicuramente un bel 10!
- 3) Il futuro sarà caratterizzato dalla esigenza di condividere scelte strategiche, di accelerare il cambiamento verso modelli distributivi maggiormente integrati a valle. Occorrerà saper fare scelte coraggiose per poter raccogliere la sfida del cambiamento. Il mercato della tecnologia ci aiuterà in questa evoluzione e ne accelererà la tendenza a fare sistema.

MOTUL - ROMAIN FABRE, RESPONSABILE DEL CENTRO DI ECCELLENZA MERCATO

- 1) Automechanika Frankfurt rimane un punto di riferimento per il settore aftermarket automotive in Europa, grazie anche alla sua dimensione significativamente ampia ed internazionale.
- 2) Darei 8/10. Penso che la fiera rimanga un appuntamento inevitabile per tutti gli operatori del mercato europeo.
- 3) I crescenti investimenti dei gruppi internazionali nelle fusioni ed acquisizioni dei principali rivenditori locali e grossisti dimostra che il mercato italiano è ancora uno dei più importanti in Europa.

NDR - GIANLUIGI DE DEA, RESPONSABILE VENDITE ITALIA ED ESTERO - BUSINESS DEVELOPMENT

- 1) Sì, Automechanika si conferma l'appuntamento più importante. Abbiamo apprezzato la qualità dei contatti, degli interlocutori e la qualità dei servizi.
- 2) Voto: 8
- 3) La complessità va fronteggiata con la semplificazione. Sarà indispensabile ripensare l'organizzazione in funzione di crescita, visibilità e riduzione costi. Selezione e distinzione saranno i concetti dominanti. Inoltre le dinamiche in atto nello scenario globale impongono grande flessibilità e rapidità nel prendere decisioni strategiche. Ricordiamo solo due fenomeni in atto che avranno conseguenze importanti: lo scontro nei confronti dei motori diesel e le vetture elettriche nei grandi centri urbani. In sintesi, chi saprà distinguersi, non si estinguerà.

ORIGINAL BIRTH - RODOLFO DELINAVELLI, EXPORT MANAGER

- 1) Assolutamente sì, anche se la sensazione è che ci sia stata una flessione nel numero dei visitatori, nonostante questo è stato un pubblico di qualità composto da molti operatori con potere decisionale.
- 2) 9, nulla è perfetto, c'è sempre qualcosa da migliorare.
- 3) Stiamo assistendo ad un momento storico nel quale l'aftermarket italiano sta prendendo la forma di quello che a breve sarà il nuovo ordine degli equilibri della distribuzione. Il futuro lo vedo molto attivo.

RAICAM - PAOLO DI SIPIO, SALES MANAGER

- 1) Per noi è stata un'edizione molto positiva. Abbiamo sfruttato l'occasione per presentare l'ampliamento dell'attuale gamma e l'inserimento a catalogo degli attuatori idraulici. Inoltre, la visita di importanti clienti terzi, alcuni dei più prestigiosi marchi presenti sul panorama aftermarket, è la prova tangibile che il lavoro premia, così come la qualità del prodotto made in Italy.
- 2) Per noi la valutazione è molto buona.
- 3) Continueremo quindi a lavorare in questa direzione, antepoendo sempre la qualità e la soddisfazione del cliente ai prezzi concorrenziali.



HELLA GROUP