

7/2015

AREA di SERVIZIO

Carburanti e Autolavaggi

www.areadiservizio.net



 **MA-FRA**
50 ANNI
ALLA GRANDE

CINQUANT'ANNI DI FUTURO

Si è conclusa con un grande successo la settimana celebrativa del Cinquantesimo anniversario di Ma-Fra, che ha visto riuniti in uno splendido Resort nel Salento oltre 300 invitati provenienti da ogni parte del mondo.

Sensazioni ed emozioni che hanno lasciato un segno profondo in tutti i partecipanti: una serie ininterrotta di eventi e di convegni, di festa e di formazione tecnica, che ha lasciato letteralmente senza fiato la forza vendita e i dipendenti Ma-Fra intervenuti.

Basta, d'altronde, dare un'occhiata ai commenti entusiasti sui social network, leggere le emozioni dipinte sui volti, guardare la positività delle immagini e dei video prodotti nell'occasione, per rendersi conto del successo dell'evento.

La famiglia Mattioli, assieme ai suoi collaboratori più stretti, è riuscita nella magia di trasmettere agli ospiti quella carica, quell'energia positiva, quella forza che hanno permesso a Ma-Fra di affermare la sua leadership nel mondo.

Un'organizzazione meticolosa

Nulla è stato lasciato all'improvvisazione: i lavori organizzativi, che hanno visto partecipare un team di collaboratori interni e una fra le migliori agenzie disponibili sul mercato, sono durati oltre sei mesi. Questo periodo di grande impegno ha permesso all'azienda di analizzare in modo profondo e sereno i successi colti nell'ultimo decennio per estrarne lo spirito competitivo e, allo stesso tempo, d'ingegnerizzare la visione imprenditoriale che accompagnerà Ma-Fra nei prossimi anni.

Momenti di preparazione davvero bellissimi. Tutto è stato curato fin nei minimi dettagli: dallo studio dello slogan "cinquant'anni di futuro" e del logo dell'evento, all'abbigliamento dedicato, all'ideazione di giochi, serate a

tema e sessioni di formazione strettamente correlati fra loro, alla strategia di comunicazione sui social network, ai premi e ai trofei per coloro che hanno dimostrato di essere più in sintonia con la visione aziendale.

In azienda, l'emozione cresceva man mano si avvicinava il grande momento: erano tutti consci ci sarebbe stato un "prima" e un "dopo", che il traguardo del Cinquantesimo sarebbe stato realmente il punto di partenza per un nuovo decennio di successi. E così è stato, secondo il classico stile Ma-Fra.

Nel ricordo del fondatore Gianfranco Mattioli

Momento culminante dell'intero evento è stato il grande meeting celebrativo, svoltosi a inizio settembre, aperto

Da sinistra, Massimiliano Mattioli e Marco Mattioli





nel modo più emozionante quando la famiglia Mattioli ha voluto condividere con le donne e gli uomini a essa più vicini le sensazioni, i ricordi, le passioni vissute nei primi anni dalla fondazione dell'azienda, commemorando il lungimirante fondatore Gianfranco Mattioli e la sua visione così innovativa, che ha originato il fortunato slogan "I cosmetici per la vostra auto", che da geniale intuizione si è trasformato nel tempo in uno stile condiviso da milioni di clienti nel mondo.

La commozione e l'affetto della platea verso il fondatore di Ma-Fra e la sua famiglia hanno progressivamente lasciato il posto alla fierezza di far parte di una grande realtà e alla consapevolezza di essere guidati verso nuovi successi, man mano che Marco e Massimiliano Mattioli svelavano i cardini della visione aziendale per il prossimo decennio. Ogni passo, ogni tassello della nuova

politica commerciale è stato esposto in modo chiaro, logico, con un duplice obiettivo: il presidio globale dei mercati tradizionali e innovativi in cui Ma-Fra compete, ma soprattutto la chiara volontà di portare redditività al cliente, sia esso titolare di un impianto di lavaggio automatico o manuale, di un negozio o di un'officina. È stato questo il vero approccio rivoluzionario di Ma-Fra sul mercato: una fantastica missione sociale, di sviluppo sostenibile del mercato e di sostegno efficace agli imprenditori clienti, stretti tra la morsa di un'imposizione fiscale sempre più esasperata e il rischio di un progressivo impoverimento per l'esasperazione da parte della concorrenza della leva competitiva basata solo sul prezzo. Man mano Marco e Massimiliano Mattioli presentavano, con serenità e determinazione, le novità pronte per il lancio e la visione che le aveva ge-

nerate, il senso di appartenenza e l'orgoglio di far parte di questa grande avventura crescevano: la consapevolezza di condividere qualcosa di grande e unico. Una visione che nasce dalla mente dell'imprenditore e si incarna nella sua Rete vendita: ecco, questa è stata la sensazione che si è diffusa e che ha cambiato la coscienza di portare Ma-Fra nel mondo.

Le principali novità

Le novità introdotte nel corso del meeting sono state talmente tante e varie, sia di prodotto sia di approccio alla vendita, che occorrerebbero pagine e pagine per esporle compiutamente nella loro interezza: ci limiteremo quindi alle principali, procedendo per sintesi, ma cercando di trasmetterne i punti fondanti.

Iniziamo dalla **linea professionale**, il core-business dell'azienda: in un settore così complesso come quello del carwash, caratterizzato da un'infinita molteplicità di linee, di nomi, di impieghi, la filosofia Ma-Fra non poteva che essere semplificatrice: una dimostrazione di forza e consapevolezza, che solo un "grande" come Ma-Fra poteva concepire, un taglio netto a inutili complessità che non sono quasi mai pensate nell'interesse del cliente.

Per quanto riguarda il car wash, la grande novità sta quindi nella proposta di una nuova collezione di prodotti, denominata **Unika**, che racchiude al proprio interno decenni di conoscenza di mercato. Unika è un distillato di competenze ed esperienze, un approccio "a mosaico" composto da dodici prodotti-tessera "ipercompatibili" che possono essere combinati fra loro



Famiglia Mattioli: da sinistra, Martina, Marco, Luigina e Massimiliano

in infinite varianti per adattarsi a ogni situazione. È un concetto nuovo, mai proposto finora sul mercato mondiale: prestazioni, lucentezza, compatibilità, sicurezza, profumazione per la prima volta uniti in una proposta imbattibile perché semplice, ma al contempo sofisticata perché frutto di cinquant'anni di esperienza nel settore.

Secondo pilastro su cui si fonda l'approccio di Ma-Fra al decennio che verrà è l'universo del **Detailing**, in crescita sul mercato nazionale, ma ben presente in realtà più evolute o semplicemente più ricettive. Anche qui la missione aziendale è ambiziosa e innovativa: riportare redditività agli imprenditori operanti sul mercato del lavaggio manuale, impoverito da una concorrenza sempre più focalizzata sul prezzo e meno sulla qualità. Grazie ai vari kit nanotecnologici presentati alla Rete, tra cui spicca il coating **Forever Young** per il mantenimento di una vettura sempre giovane e brillante, la missione affidata agli uomini Ma-Fra sarà quella di orientare i propri clienti ad abbinare alla loro tradizionale attività di lavaggio manuale quella, ben più remunerativa e progredita, di un'offerta di detailing sia interno che esterno. Una straordinaria evoluzione del concetto di operatore di lavaggio, una verticalizzazione che tiene conto dell'esperienza maturata dall'azienda in numerosi contesti mondiali, finalizzata a donare nuovamente forza e ricchezza al cliente.

La terza grande leva per lo sviluppo della presenza Ma-Fra nel mondo è la **diffusione del brand** in settori prossimi a quelli in cui l'azienda detiene una posizione dominante: una sfida che il team Ma-Fra ha raccolto e vinto trascinato dall'entusiasmo della famiglia Mattioli. Sono così state presentate in tutta la loro ampiezza le nuove **linee moto, tecnica, nautica, horeca, pet**; tutte caratterizzate da originalità, innovazione e tecnologia applicata alla detergenza. Sono stati presentati anche numerosi nuovi prodotti per mantenere l'offerta sempre aggiornata e fresca: spicca tra tutti il profumatore per auto **Pixy**, proposto in sei fragranze gel di elevatissima qualità. Anche in questo caso Ma-Fra si è espressa ai massimi livelli, dando vita a un profumatore e trasformandolo in un vero personaggio, donandogli spessore e creandogli attorno una storia avvincente che ha immediatamente conquistato il pubblico, come fatto in precedenza per i profumatori **Hippy il fiore happy** e **Mr. GùGù**. Quattro



mascotte a forma di Pixy, al termine del meeting, sono entrate in sala tra lo stupore della platea, portando una ventata di entusiasmo e simpatia.

Concluso il meeting, il giorno successivo hanno avuto luogo delle **sessioni tecniche di approfondimento**, dedicate da un lato a testare concretamente le prestazioni e la facilità di applicazione della nuova linea di **prodotti nanotecnologici**, dall'altro a comprendere il grande potenziale dei **social network** e dei **video dimostrativi** come leve promo-pubblicitarie incredibilmente efficaci. Il successo è stato grande e i frutti immediati: la Rete ha infatti preso definitivamente coscienza dell'importanza del web 2.0 e dell'interazione continua con i consumatori e gli utilizzatori sui principali social.

Spazio aperto anche al team building e al divertimento

Il grande evento per festeggiare il Cinquantenario di Ma-Fra è stato, naturalmente, anche divertimento: l'azienda ha coccolato i propri dealer e collaboratori con una serie di benefit, confort, relax e attività divertenti che potessero far ricordare loro questa fantastica esperienza. Dopo il benvenuto con un aperitivo, sono state tantissime le attività proposte, dalle più rilassanti, come lo yoga e l'aquagym, fino alle più adrenaliniche come le competizioni sui kart e le sfide che hanno visto protagonisti gli ospiti: il calcio balilla umano, il calcio a 5, il beach volley e tantissimo altro sport in spiaggia. Attività agonistiche finalizzate a fare gruppo, a rendere ancor più **compatta e unita** la squadra dei dealer Ma-Fra nel mondo. Non sono mancati i giochi e gli eventi

direttamente collegati ai prodotti presentati al meeting: il **Beading soccer**, una sorta di Subbuteo nel quale ci si doveva affrontare, su un mini campo trattato con nanotecnologia idrofobica Ma-Fra, armati di cannuccia con l'obiettivo di portare in rete una goccia d'acqua che letteralmente rotolava sul campo, oppure la grande **festa Hippy** dedicata all'omonimo profumatore, un evento in spiaggia con costumi e musiche anni Sessanta.

L'aspetto culturale è stato anch'esso protagonista, con escursioni nella bellissima città di Lecce, concerti folk e corsi di cucina, che ha presentato la grande enogastronomia pugliese che gli ospiti hanno potuto gustare in pranzi e cene dedicati. Punta di diamante, infine, è stata la lussuosa cena di gala, che ha idealmente concluso una memorabile settimana di relax, aggiornamento e divertimento, in cui sono stati premiati i migliori dealer Ma-Fra con iscrizione dei loro nominativi nel **Libro d'Oro** aziendale.

Affetto, commozione, orgoglio, fierezza, appartenenza: sensazioni diverse hanno pervaso i partecipanti a questo indimenticabile evento. Ci si è lasciati con la sensazione che qualcosa di grande fosse avvenuto, che Ma-Fra è sin da subito pronta per i prossimi cinquant'anni di futuro, saldamente guidata da una famiglia con le idee chiare e proposta sul mercato da una rete forte, preparata, compatta ed entusiasta. Quel cocktail unico di genio e professionalità, di passione e di energia, che ha permesso all'azienda di affermarsi con forza nel mondo, prosegue a dare frutti copiosi.

Mario Rota