

ga evento

# MOTOGP EXPERIENCE

# FIAMM

L'azienda vicentina ha scelto il mondo dello sport come mezzo per incrementare l'engagement dei clienti. In queste pagine il racconto dell'esperienza in MotoGP dopo 4 anni di attività con PRAMAC Racing

a cura della Redazione

## La sponsorizzazione FIAMM

Il rapporto tra FIAMM Energy Technology e PRAMAC Racing ha avuto inizio nel 2015 a seguito del contratto di fornitura che lega le due aziende italiane (FIAMM Spa ora FIAMM Energy Technology Spa e PR Industrial Srl). La sponsorizzazione sportiva nel caso della MotoGP si esplicita in modi diversi, lavorando su 3 aspetti, come ci spiega Alessandro Lanari, Direttore Marketing Mobility Power Solutions di FIAMM. La Brand Awareness consiste nell'esposizione del marchio durante uno degli eventi motoristici mondiali più rilevanti e seguiti dal pubblico (la copertura TV della MotoGP viene garantita da più di 60 emittenti

Il contatto con il mondo dei motori, della passione per le corse e per lo sport sono alcuni dei "mezzi" che un'azienda può adottare per incrementare la propria visibilità. In una fase storica come quella attuale, infatti, i mezzi di comunicazione aumentano e all'advertising tradizionale si aggiungono i canali digitali, i social network, le inserzioni all'interno delle APP dei cellulari e le campagne di re-marketing che individuano un ampio numero di potenziali clienti a cui inviare aggiornamenti costanti.

La sponsorizzazione sportiva rappresenta quindi per molte aziende una strategia comunicativa vincente, in grado colpire un target mirato, facendo leva sulle sue passioni.





in oltre 200 paesi). L'Engagement è dato dall'utilizzo di immagini e contenuti esclusivi, utili per costruire efficaci campagne di comunicazione anche social.

L'Hospitality infine è un'esperienza unica ed esclusiva, offerta da FIAMM in occasione delle competizioni del MotoGP. I clienti selezionati ricevono infatti un pass, non acquistabile in alcun modo, che permette loro di entrare nel Paddock dove si trovano i mezzi dei team, le hospitality unit, gli ingressi dei box e dove, con un po' di fortuna, si possono incrociare i piloti. Gli ospiti possono inoltre usufruire di una tribuna dedicata, da cui guardare le prove/gara, dell'open bar della struttura hospitality ed hanno anche l'occasione di riposarsi gustandosi un buon pasto. A fine giornata vengono

accompagnati all'interno dei box per una breve visita e ricevono un piccolo omaggio, composto dai gadget ufficiali del Team, che permetterà loro di ricordare la giornata trascorsa e le emozioni vissute.

Ciò che il cliente ospite non vede è il lavoro di organizzazione che c'è alle spalle di ogni evento: il paddock è un insieme di camion speciali che si muovono da un circuito all'altro e viene allestito in due/tre giorni, mentre lo smontaggio inizia subito dopo il termine delle attività in pista. I pass paddock vengono consegnati personalmente presso il centro accreditati ed i nominativi devono essere comunicati con largo anticipo all'organizzazione. Tutte le attività e gli orari devono essere studiati e pianificati per non intralciare il lavoro dei meccanici e del personale dei Team. Gestire la situazione è fondamentale dal momento che il numero di appassionati presenti ad ogni evento è impressionante, il circuito di Valencia ad esempio può ospitare fino a 150.000 spettatori. Essere sponsor di uno dei Campionati del Mondo più prestigiosi è sicuramente "piacevole" ma è necessario impegnarsi a fondo con una pianificazione minuziosa per poter garantire agli ospiti una esperienza "indimenticabile" che consenta di fronteggiare eventuali imprevisti.

**ga**

### FIAMM E I NUMERI DEL MOTOGP

Dall'inizio dell'attività FIAMM ha coinvolto ed ospitato all'interno dell'esclusivo Paddock della MotoGP più di 300 appassionati clienti da tutto il mondo. La sponsorizzazione FIAMM, dal 2015 ad oggi ha sviluppato un GMV (Gross Media Value) superiore a 10 milioni di € con un ROI (Return on Investment) del 900%.