

Nuova Visual Identity
per il gruppo leader
nella manutenzione
e riparazione delle flotte
di veicoli commerciali

GRUPPO AMATI: NUOVA IDENTITÀ, MOLTA ENERGIA



Il nuovo pittogramma
del gruppo Amati

“ Il nuovo logo trasmette
i valori di competenza,
innovazione e servizio ”

Il Gruppo Amati si presenta da questo mese ai partner con una visual identity rinnovata, a rappresentare la nuova strategia dell'azienda.

«Abbiamo scelto Alis per raccontare la nuova identità del nostro gruppo» sottolinea il ceo Gianluca Amati «perché è anche all'interno dell'associazione che la nuova strategia ha trovato ispirazione, negli incontri con le società di trasporto e di servizi nostre clienti e partner».

«Il Gruppo Amati da 40 anni» prosegue Gianluca Amati «fornisce servizi di manutenzione e riparazione alle società di trasporti e mobilità, con riferimento ai loro veicoli commerciali, cioè truck, trailer e bus. Operiamo sia nelle diverse sedi del nostro gruppo, sia negli spazi dei clienti. Mettiamo a disposizione meccanica, meccatronica, carrozzeria, carpenteria, pneumatici, manutenzione degli impianti frigo, revisione e assistenza stradale.

Le società di trasporti nostre clienti si possono rivolgere a noi sia per una specifica linea di servizio, sia per una porzione dei propri mezzi. Gradualmente potranno poi decidere se estendere il supporto fino a un completo outsourcing, che consente la piena presa in carico delle officine del cliente, secondo un modello di Full Service che sprigiona il massimo dell'efficienza».

Il nuovo logo del Gruppo Amati e la sua visual identity trasmettono il dna del gruppo di manutenzione e riparazione flotte nei propri valori di competenza, innovazione e servizio al cliente.

«Si tratta della qualità di un gruppo che opera da oltre 40 anni nel settore e che aggiorna continuamente le competenze dei propri collaboratori grazie a partnership con i migliori costruttori e società di servizi nell'automotive e nei trasporti.» Amati ha anche lanciato all'inizio del 2022 un'Academy interna per la formazione su tutte le

Il nuovo logo
del gruppo Amati

AMATI

OFFICINE MECCANICHE

aree d'intervento, incluso linee di servizio emergenti come meccatronica, semirimorchi, trasporti refrigerati e guarda all'elettrico e all'idrogeno. Un elemento di servizio alle società di trasporti è infatti proprio quello di selezionare e organizzare le competenze esattamente quando e dove occorrono.

L'innovazione è l'elemento propulsore del Gruppo Amati, nello sperimentare internamente le nuove tecnologie grazie a partnership con player mondiali di primo piano per poi metterle a disposizione delle società di trasporto in modo mirato. Tra le novità in fase di lancio, la collaborazione con Vodafone Business per dotare i clienti del servizio di telemetria, fondamentale per pianificare la manutenzione, effettuare l'assistenza da remoto, controllare l'impiego di carburante, muo-

versi in sicurezza e molto altro. La relazione col cliente parte da un assessment sulle esigenze del sistema logistico della società di trasporti, per poi ottimizzare tutte le aree di costo e massimizzare il livello di disponibilità dei mezzi della flotta. Programmare le manutenzioni, prevenire il fermo macchina, assicurare la migliore gestione del magazzino ricambi, industrializzare i processi e mettere quindi in campo ogni azione di abbattimento dei costi e di miglioramento dell'efficienza per trasformare la manutenzione dei veicoli da "male necessario" a servizio zero stress per il cliente. Affidandosi a professionisti della manutenzione, la società di trasporti può così finalmente focalizzarsi sul proprio core business.

«Si tratta di un marchio chiaro, distinguibile e perfettamente in

“ Tra le novità la collaborazione con Vodafone Business per dotare i clienti del servizio di telemetria, fondamentale per pianificare la manutenzione, effettuare l'assistenza da remoto e controllare l'impiego di carburante ”

grado di esprimere in un attimo il nostro posizionamento, unico di realtà competente su tutte le aree della meccanica e votata a portare organizzazione, performance e risultati nelle società di trasporti che desiderano salire di livello nella manutenzione della loro flotta. Semplificando enormemente la loro gestione e allo stesso tempo riducendo i loro costi e massimizzando la disponibilità giornaliera dei loro mezzi” conclude Gianluca Amati».

Il gruppo opera su tutto il territorio nazionale, oggi in 5 sedi - in fase di espansione - su oltre 100 mila mq con più di 130 persone impiegate e strutture

La sede

Il Gruppo Amati opera in tutta Italia con sede centrale a Nettuno (Roma)



Il ceo

Gianluca Amati



“**Abbiamo scelto Alis per raccontare la nuova identità del nostro gruppo perché è anche all'interno dell'associazione che la nuova strategia ha trovato ispirazione, negli incontri con le società di trasporto e di servizi nostre clienti e partner**”



molto specifiche e uniche in Italia, come due banchi prova per motori oltre 2000 cv, tre banchi prova per cambi automatici, 12 officine mobili per servizi h24, 2 carri per il soccorso di autobus fino a 24 metri, 2 carri per il traino, un'autogrù fino a 25 quintali. Il gruppo è anche officina autorizzata ZF, Voith, Solaris, Kogel.

«Il nuovo logo» spiega il direttore marketing del Gruppo Amati, Giovanni Viani «ha un font solido e strutturato, e allo stesso tempo aperto e proteso in avanti, a testimoniare ascolto, dinamismo e performance. La sottolineatura “officine meccaniche” va a ricordare l'attività core del gruppo, in un'interpretazione estremamente moderna, che aggiunge innovazione, digitale e meccatronica, rappresentate dai tre led sfumati dal giallo al rosso. Il logo è stato realizzato anche in versione

“pittogramma”, dove un esagono che ricorda il dado della meccanica racchiude la “A” di Amati, nel suo nuovo accento dinamico e performante».

Il progetto è stato realizzato da CreationDose, agenzia pubblicitaria giovane e di grande talento, specializzata nel parlare alle nuove generazioni e in grado di operare a 360 gradi, con un valore aggiunto di creatività ed entusiasmo. «Ci hanno seguito con passione, interpretando da subito il marchio e i suoi valori nel modo più corretto e proponendo soluzioni efficaci tra cui abbiamo scelto e che abbiamo perfezionato insieme. Importante anche il lavoro di prefigurazione di come il logo avrebbe poi vissuto su tutti i mezzi e tutti i canali in cui operiamo e desideriamo ampliarci. CreationDose è una startup con un'età media di 26 anni e metodi rivoluzionari.

Operai al lavoro

Gruppo Amati è leader nella manutenzione e riparazione di truck, trailer e bus



«Abbiamo scelto un gruppo creativo in grado di guardare al futuro con energia, come facciamo noi ogni giorno.»

«Abbiamo costruito un modello che ha messo al centro le competenze dei nostri ragazzi del team di design, attuando un processo creativo collaborativo anche con le nostre community, processo che è alla base del modello innovativo sviluppato in CreationDose» ha affermato Andrea Reale, partner & head of design dell'agenzia.

Il team di design di CreationDose, grazie all'analisi di nuovi trend di mercato e a un processo strutturato di focus group, è stato in grado di creare una brand identity di impatto, per coinvolgere il target del cliente. «La transizione dal logo originario al nuovo è espressione della stessa natura del Gruppo Amati, dinamica e in continua evoluzione. Partendo da queste

premesse, la nuova rappresentazione grafica del brand acquisisce i colori, le immagini e le trasformazioni del settore automotive in cui la società opera, mantenendo l'identità dell'azienda e declinandola con nuovi linguaggi visivi» ha commentato Jacopo Paoletti, co-founder & general manager di CreationDose.

I concetti di performance, sicurezza e affidabilità legati ai servizi offerti dal Gruppo Amati, passano attraverso la sua nuova immagine, dove trovano spazio e diventano protagonisti. Il marchio presenta le tacche di un tachimetro che rimandano al concetto di avanzamento e performance. Anche il font, spesso e inclinato, permette di ricondurre il marchio alla velocità e al movimento, comunicando sicurezza e stabilità.

La palette colori è stata studiata per raccontare il marchio così che la sua identità sia

sempre e subito riconoscibile, precisa, inequivocabile. Il colore principale scelto è Amati Blue, che rimanda al mondo delle officine meccaniche e, simbolicamente, esprime concetti di sicurezza, stabilità e affidabilità, che incidono positivamente nella percezione e nel posizionamento del brand da parte di clienti e competitor. Il colore secondario è Quantum, gradiente dal giallo al rosso che viene applicato alle tacche che affiancano il marchio. L'unione di questi due colori esprime progressione, aumento

di performance e desiderabilità. Grazie alla scelta di forme minimali e colori riconoscibili, il brand prende vita e si distingue, garantendo un impatto preciso nella comunicazione di una società fortemente radicata su competenze e tecnologie, in grado di servire in modo capillare l'intero territorio nazionale e di operare con sicurezza a livello internazionale: è così che il Gruppo Amati si prepara a raggiungere un pubblico di clienti sempre più ampio nella qualità ed efficienza del proprio servizio.

“ Il gruppo opera su tutto il territorio nazionale, oggi in cinque sedi - in fase di espansione - su oltre 100 mila metri quadrati con più di 130 persone impiegate e strutture molto specifiche e uniche in Italia ”