

# Woman's got Talent Award 2025

By **MAWDY**

MAPFRE Worldwide Digital Assistance

---

**COSTRUIRE UN BRAND, VENDENDO AUTO:  
dallo storytelling all'identità di marca.**

*Luciana Neglia - Head of Communication*



# Ci raccontiamo.

Maldarizzi Automotive nasce con un obiettivo chiaro: portare il meglio dell'**automotive in Puglia** (no pressure, eh).

**Non sappiamo se ci siamo riusciti davvero, ma di certo possiamo raccontarvi una storia fatta di sogni, passione e auto.**

**45** anni fa in un angolo della Puglia, l'inizio della nostra avventura dall'intuizione del nostro fondatore Francesco Maldarizzi.

**Oggi**, il nostro orgoglio: una squadra di **339 persone** sparse nelle nostre **12 sedi in Puglia e Basilicata.**

# BrandPillars



Proviamo a essere un'**azienda leader** nel settore automobilistico, riconosciuta per **competenza** e per un approccio **concreto** ed **efficiente**.



Puntiamo a offrire un **servizio impeccabile** e un'esperienza cliente fondata su **rispetto ed educazione** come valori imprescindibili.



Ci teniamo alla nostra **solida tradizione familiare** e al **legame profondo** con la nostra terra d'origine.



Aspiriamo a essere un **punto di riferimento** della **mobilità a 360°**.



Siamo orientati al **futuro** cercando di **anticipare i bisogni dei clienti**.

# Posizionamento: il brand è...

Offerta



Servizio

Concreto



Astratto

Storia



Futuro

Mentore



Alleato

# Come un **copilota**

Maldarizzi Automotive  
vuole essere un **alleato** che  
unisce **preparazione** e  
**matismo**,  
compagnando i clienti verso  
il successo con **equilibrio** e  
**competenza**, senza mai  
abbandonare il sedile  
di guida.



# Il nostro brandmanifesto

## 1 ECOSISTEMA DI SERVIZI

A ogni partenza, a ogni bivio, a ogni meta che conta, noi ci siamo. Pronti ad **accompagnare** i nostri clienti **in ogni fase del loro percorso**.

## 2 CONCRETEZZA

Non diamo spazio all'incertezza. Rispondiamo con **immediatezza** e **precisione**, per rendere eccellente **l'esperienza** di chi si affida a noi.

## 3 FUTURO

Abbiamo una filosofia: tenere lo sguardo rivolto all'orizzonte, sempre orientati a **evolvere la nostra offerta** per adattarci ai **cambiamenti** del mondo della mobilità.

## SERVIZIO D'ECCELLENZA 4

Abbiamo un principio guida: non è sulla vendita, ma sulla **solidità della relazione** che misuriamo il **risultato**.

## STORIA 5

Dal 1979, Maldarizzi è fiera di essere al fianco dei guidatori. Perché nulla ci riempie di **orgoglio** quanto vedere **l'emozione** di chi vive il proprio viaggio, sapendo di **poter contare sempre su di noi**.

# Comunicazione “**out**omotive”



“Donne e motori”...dimenticatelo proprio. Molti dealer scelgono di impostare la loro **narrazione** sul binomio più **vecchio** del mondo. E l’aggettivo non è casuale.

Una strategia strappalike che non valorizza né il **prodotto** per caratteristiche e funzionalità, né dà dignità al reale ruolo che **product expert donne competenti** possono avere all’interno del settore automotive.

# Il **nostro** approccio



Approccio  
Cliente-centrico

Essere cliente-centrici non vuol dire semplicemente “mettere il cliente al centro”.

Per Maldarizzi Automotive, questo modello operativo significa **progettare ogni processo, servizio e interazione** pensando prima alle **esigenze delle persone** e poi ai prodotti.

Significa superare il concetto di "**vendita**" per costruire **relazioni** durature, di fiducia, consulenziali e personalizzate.

# Farsi scegliere

La nostra strategia di **awareness** punta a trasformare la marca in brand: vogliamo differenziarci dai competitor non solo per il prodotto, ma per il **valore sociale** di Maldarizzi Automotive.

Con la **campagna AMAti**, per esempio, abbiamo voluto celebrare l'**amore per sé stessi**. Un invito a ricordarsi che bisogna considerarsi priorità, che si può sognare in grande, che si può pretendere il meglio.

Per il lancio della campagna, abbiamo distribuito più di 1000 rose gratuitamente nelle piazze delle città in cui sono presenti le nostre sedi, sorprendendo i passanti con un gesto di gentilezza.

[GUARDA IL SERVIZIO TG RELATIVO ALL'INIZIATIVA](#)



# ...anche per la **trasparenza**



**FAKE NEWS,  
PREZZI VERI**

L'approccio cliente-centrico sul piano della comunicazione si traduce anche nell'attenzione alle **scelte di consumo**.

In un mercato sempre più variegato e confuso, con la campagna provocatoria "**fake news, prezzi veri**" abbiamo voluto evidenziare la **necessità di trasparenza** da parte dei consumatori su prezzi chiari e condizioni di vendita trasparenti.

Per il lancio della campagna abbiamo simulato con l'AI una fake news relativa ad una rapina in showroom, ripresa dai media di informazione come news vera.

[LEGGI LA NEWS DELL'INIZIATIVA](#)

# Evoluzione del brand

Il vecchio vestito ci stava ormai stretto. Abbiamo lavorato ad una **nuova brand identity** che fosse più in linea con le nuove esigenze e riuscisse a parlare a un **nuovo pubblico** (sempre più giovane).

1

per rendere più moderna l'immagine aziendale, rafforzandone la visibilità e il riconoscimento.

2

per comunicare un cambio di passo, da concessionaria a fornitore di servizi legati agli automobilisti.

3

per promuovere il nostro universo automotive e le nostre varie area di business.

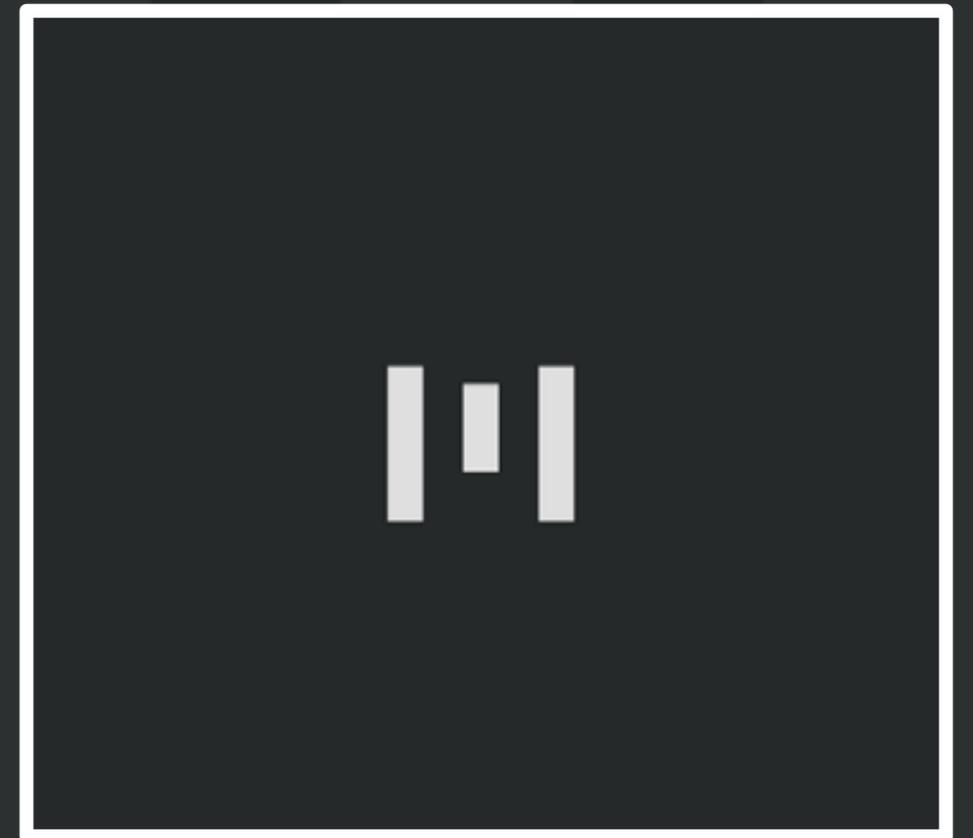
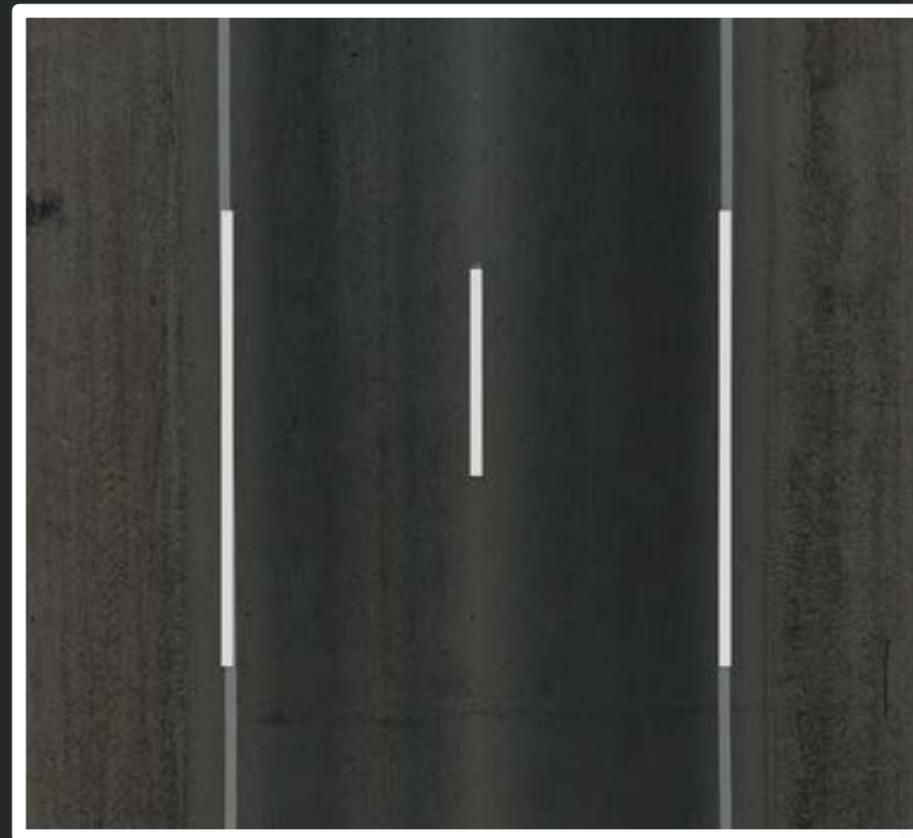
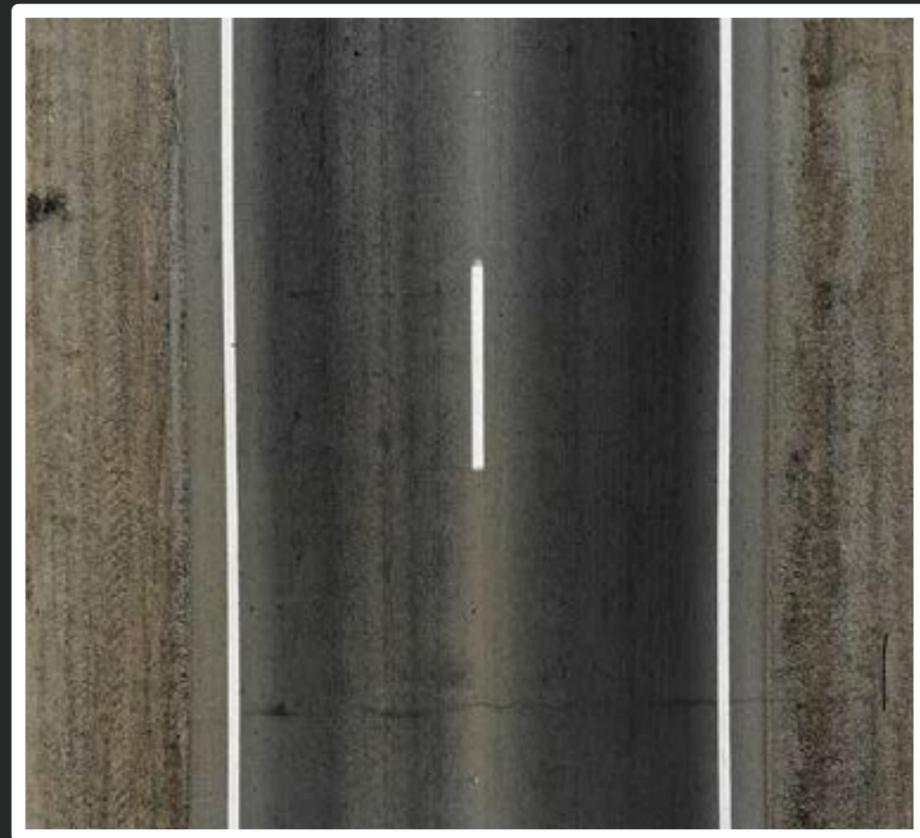
# Nuovo **concept**

Sulla  
tua  
strada

Dal monopattino alla Lamborghini,  
dalle assicurazioni ai servizi finanziari,  
Maldarizzi abbraccia a 360 gradi **le esigenze  
presenti e future dei propri clienti.**

È un abilitatore di **percorsi**. Seduto al fianco dei  
propri clienti, qualunque **direzione scelgano.**

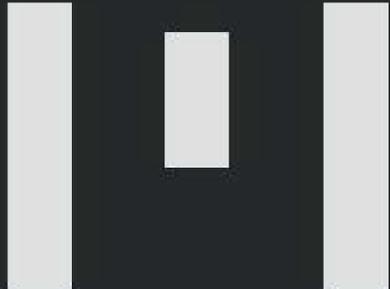
# Route **visiva** del nuovo logo



Logo che va, **coolness** che viene

MALDARIZZI  
AUTOMOTIVE



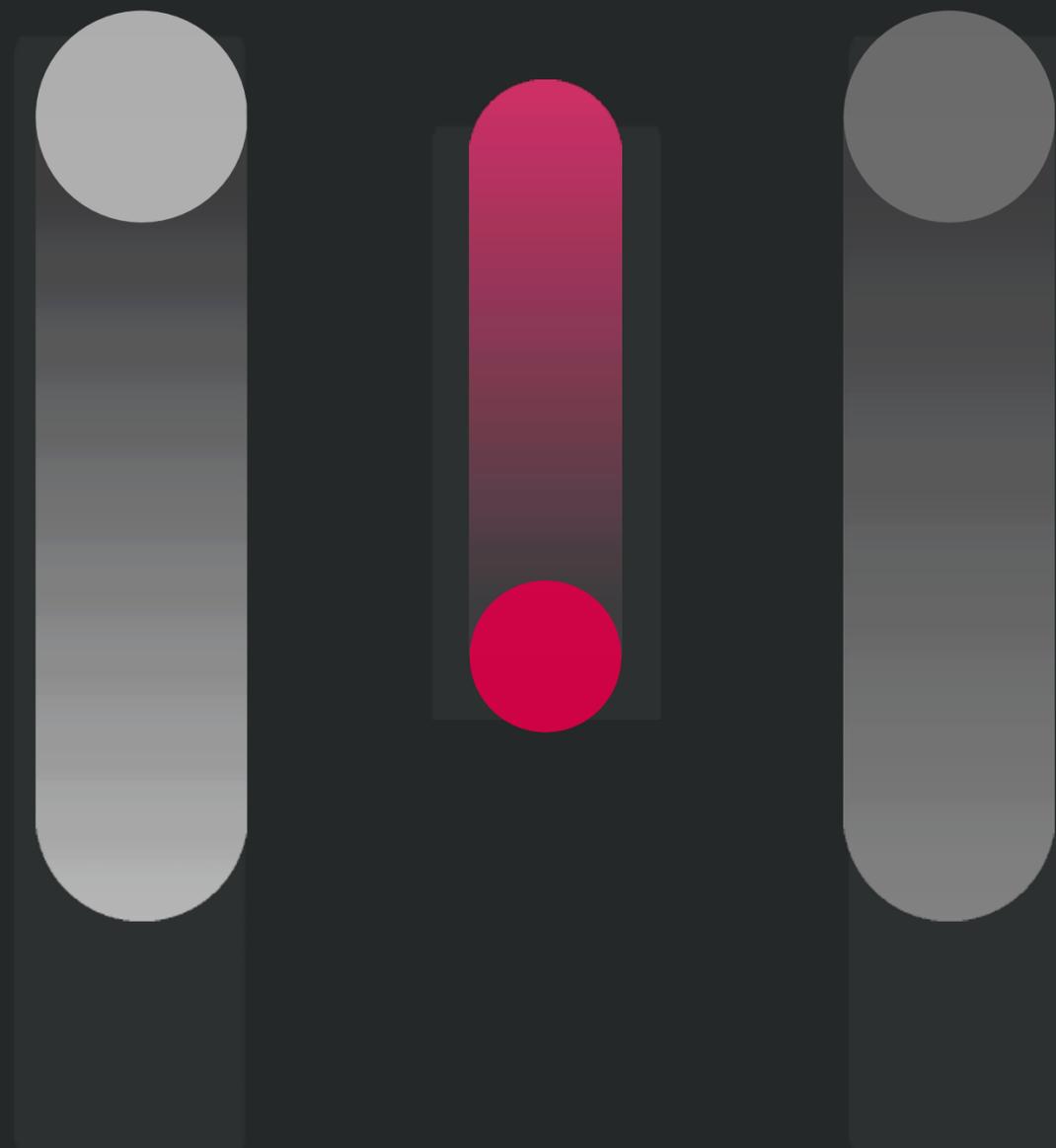
 MALDARIZZI  
AUTOMOTIVE

Forme più morbide che si sposano meglio con il linguaggio visivo

# Logo & pittogramma

La nuova **identità visiva** trasmette **concretezza** e **solidità**, qualità che riflettono il posizionamento di Maldarizzi Automotive.

Una soluzione che combina la **M** di **Maldarizzi Automotive** con l'immagine stilizzata della strada, evocando così **il percorso** che il brand accompagna con affidabilità e vicinanza, come un perfetto **copilota**.



# Business unit e declinazioni

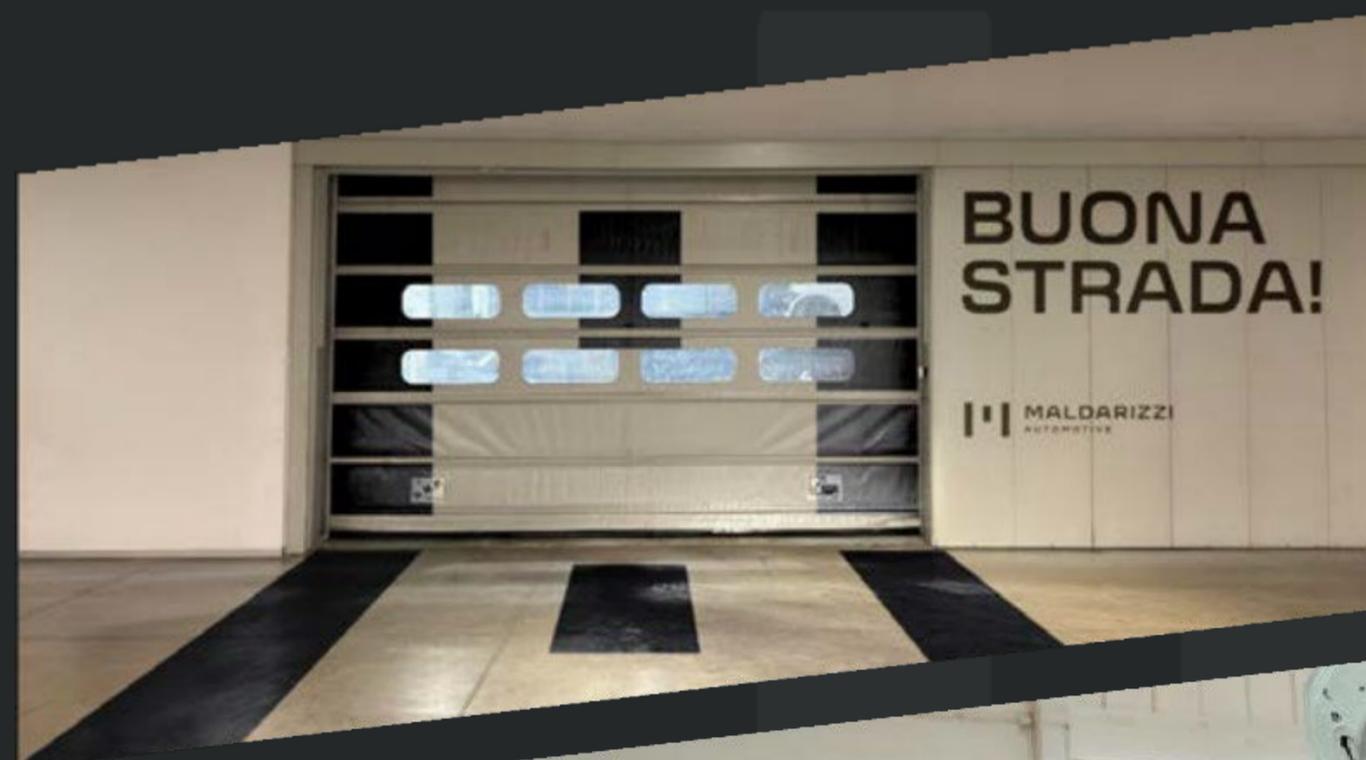
**MALDARIZZI**  
LONG RENT

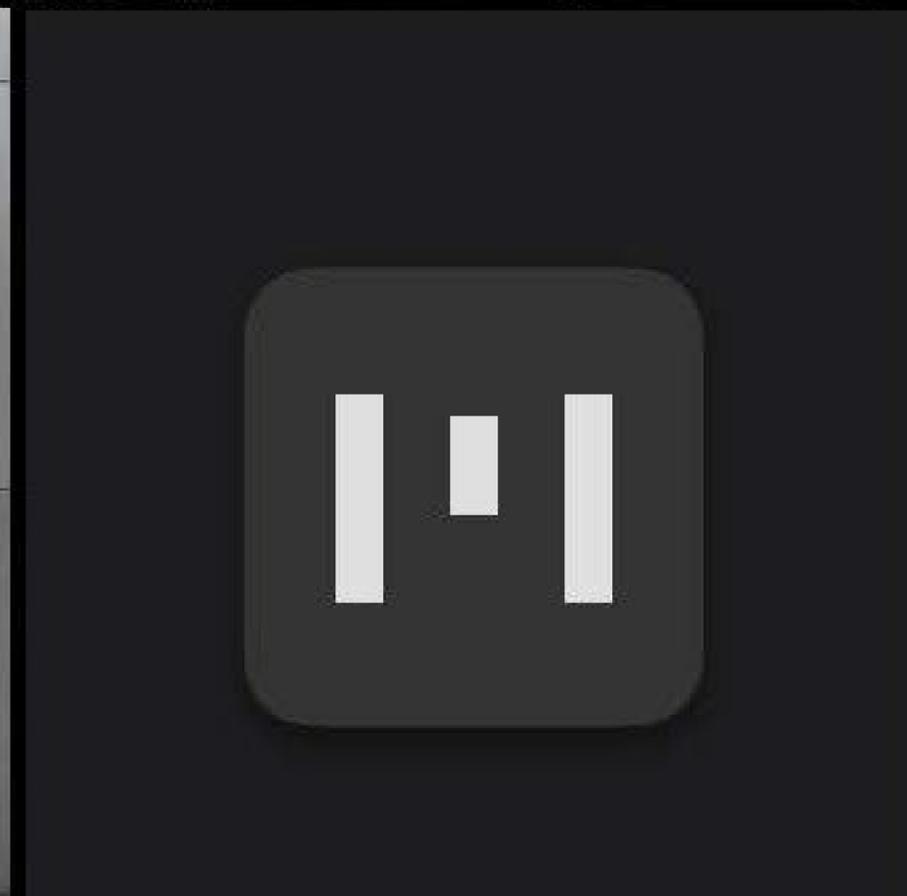
**MALDARIZZI**  
FINANCIAL SERVICES

**MALDARIZZI**  
INSURANCE

**MALDARIZZI**  
PROFESSIONAL

**MALDARIZZI**  
SERVICE & PARTS





# Il **team** del progetto



**Luciana**  
HOC & Coordinator



**Nicola**  
CEO



**Andrea**  
Manager



**Francesco**  
CMO



**Graziana**  
Graphic specialist



**Emiliana**  
Client manager



**Teresa**  
Design strategist



**Cristiano**  
Chief Operating Officer



**Giuseppe**  
Creative director

**Grazie** ✨