

COMUNICATO STAMPA

MOTO: EICMA, ON AIR CAMPAGNA DELLA 74° EDIZIONE

**Eicma punta tutto sul lifestyle con una campagna ironica e dai toni pop, che incarna la positività
del momento**

È on air la nuova campagna pubblicitaria che lancia la 74° edizione di Eicma, l'Esposizione mondiale del Motociclismo, che si terrà dall'8 al 13 novembre 2016 a Milano Rho Fiera.

La campagna, realizzata da [LeftLoft](#), punta tutto sul lifestyle e prevede due soggetti e quattro declinazioni colore ottenuti durante lo shooting realizzato a novembre nel backstage di Eicma 2015 da [Monica Silva](#), fotografa e artista brasiliana di fama internazionale.

Il claim è "Moto mai viste", che gioca sul doppio senso e strizza l'occhio alle novità del settore che tradizionalmente ogni anno vengono presentate proprio al salone in anteprima mondiale. Eicma, dunque, prosegue il percorso intrapreso nell'individuare le due ruote come mezzo di trasporto alla portata di tutti, invitando uomini e donne a immaginarsi a bordo di una moto o di uno scooter, senza definirne tipologia o caratteristiche, perché ciascuno può trovare dentro di sé lo stile che meglio lo rappresenta.

Si prevede una veicolazione massiccia attraverso i più importanti magazine di settore italiani ed esteri, stampa generalista, web e tv, con un notevole investimento ai livelli di quello dello scorso anno. Grande peso avranno inoltre i principali social network, come Facebook, Instagram e Youtube, che grazie alla loro capacità di connettere la community con i propri interessi in modo diretto, sono il canale privilegiato per coinvolgere il grande pubblico in modo non invasivo ma efficace in vista della prossima edizione dell'Esposizione.

"Questa campagna non si rivolge solo a chi motociclista lo è già – spiega Antonello Montante, presidente di Eicma, - ma anche a coloro che non si sono mai immaginati in questa veste. Perché, in continuità con i messaggi delle campagne degli scorsi anni, i motociclisti sono cambiati, ma la passione è rimasta la stessa. E la passione, si sa, è contagiosa. Eicma, grazie alla sua straordinaria capacità di attrazione che porta ogni anno

centinaia di migliaia di appassionati e semplici curiosi a visitare i propri padiglioni, ha tra i propri obiettivi anche quello di diffondere la cultura delle due ruote e fare in modo che aumenti sempre di più il numero di coloro che si avvicinano a questo mondo e imparino a considerarle una soluzione concreta e intelligente ai problemi di mobilità quotidiana.”

La campagna, inoltre, giunge in un momento felice per il comparto delle due ruote a motore, considerando la buonissima ripartenza ottenuta tra la fine del 2015 e questi primi tre mesi del 2016. Il trend è, infatti, positivo, tanto che nel primo trimestre 2016 l'immatricolato del “nuovo” ha fatto registrare un ragguardevole +23,9% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, totalizzando 44.333 veicoli (scooter e moto targate). Sono soprattutto le moto a spingere questa tendenza, grazie al notevolissimo +27,8% realizzato in questi primi tre mesi del nuovo anno.