

“Occhio alla Moto” è il nuovo social brand dell’universo motociclistico. Una campagna di sensibilizzazione a 360° per promuovere un utilizzo sicuro e sostenibile delle due ruote promosso da Confindustria Ancma. Secondo lo studio Maldas, infatti, l’errore umano che sta alla base del maggior numero di incidenti (70%) è la mancata percezione del motociclista da parte di terzi nelle svariate situazioni. La responsabilità degli incidenti è riferibile all’automobilista nel 50% dei casi, solo nel 37% dei casi al motociclista e nel 13% dei casi ad altri fattori.

La sicurezza dei motociclisti è, inoltre, minacciata da infrastrutture obsolete, tecnologicamente superate, progettate per soddisfare le esigenze delle 4 ruote, ma poco rispettose delle peculiarità di scooter e motocicli. Infatti ogni anno i difetti stradali producono costi sociali per 650 milioni di euro. “Occhio alla moto” è un invito alla amministrazioni locali a tenere conto delle specificità delle due ruote, a favorirne la diffusione, a proteggere gli utilizzatori e a promuovere politiche di mobilità integrata che favoriscano la convivenza di modalità di trasporto differenti.

Ma “Occhio alla Moto” è anche il pay-off di tutte le iniziative che fanno riferimento all’universo motociclistico: non solo sicurezza stradale, quindi, ma anche attenzione per tutto ciò che può valorizzare il ruolo delle due ruote a motore nel contesto di una mobilità sostenibile, pulita, funzionale e proiettata verso il futuro.

“Occhio alla Moto - dichiara Pier Francesco Caliarì, direttore Generale di Ancma - è un progetto multi-direzionale: una piattaforma aperta che declinerà in iniziative concrete la passione e la creatività che da sempre contraddistinguono il nostro settore, con l’obiettivo di fare delle due ruote una risorsa irrinunciabile per gli spostamenti dei prossimi decenni”.

© riproduzione riservata
pubblicato il 9 / 03 / 2011