

"I motociclisti sono cambiati". A raccontarlo è la campagna pubblicitaria della 71° edizione dell'Esposizione Internazionale del Motociclo, l'evento dedicato all'universo delle due ruote, che si svolgerà a Milano dal 5 al 10 novembre 2013 (5 e 6 giornate riservate a stampa e operatori). Eicma ha lanciato la nuova immagine dell'appuntamento milanese: una donna con un bambino in braccio, chiaro riferimento all'iconografia classica. Forte e dirompente ma, nello stesso tempo, delicata e semplice. La scelta del soggetto femminile è stata dettata da diversi fattori. Innanzitutto, dall'evidenza che le donne utilizzano le due ruote e sono parte integrante della compagine motociclistica. In secondo luogo, dalla volontà di legare i mezzi a due ruote ad una rappresentazione rassicurante. Sicurezza, consapevolezza, rispetto e attenzione: questi i pilastri che sorreggono la fotografia. Anche il coinvolgimento del bambino concretizza un duplice messaggio: oggi i motociclisti sono persone in grado di assumersi, in strada, una responsabilità anche nei riguardi di utenti diversi; l'intenzione di recuperare i più giovani, attraverso progetti e azioni concrete che rientrano nel "fare cultura delle due ruote". Nel suo complesso, l'immagine, volutamente, contiene elementi e accessori che richiamano moda e tendenza: pensare alla sicurezza con un abbigliamento adeguato non vuol dire dimenticare fascino e personalità.

La campagna EICMA 2013 è internazionale e realizzata, oltre che in italiano, in inglese, tedesco, francese e spagnolo: Motorcyclists have changed; Biker haben sich verändert; Les motards ont changé; Los Motores han cambiado.

© riproduzione riservata
pubblicato il 19 / 02 / 2013