

**KLAUS DAVI & CO.**

TESTATA:

DailyMedia

DATA: 19 Maggio 2010

17 Adv I motociclisti sono "giganti" nella creatività di ANCMA sulla sicurezza stradale di Ogilvy&Mather

Adv I motociclisti diventano "giganti" nella campagna di ANCMA sulla sicurezza stradale; firma Ogilvy & Mather

La pianificazione di MEC da oggi su stampa e online. A supporto anche Fondazione ANIA, Autogrill e Milano Serravalle

di **Alessandra La Rosa**

Sensibilizzare chi guida l'automobile ad una maggiore attenzione verso i motociclisti e promuovere tra gli utenti delle 2 ruote comportamenti più prudenti: con questo obiettivo ANCMA (Associazione Nazionale Ciclo Motociclo Accessori) lancia oggi la campagna "Occhio alla moto", il primo progetto di comunicazione in Italia dedicato alla visibilità degli utenti delle due ruote a motore. Di fronte a dati preoccupanti sulla mancanza percezione del veicolo a due ruote come causa di incidenti stradali, l'associazione si è unita a prestigiosi partner quali Fondazione ANIA, Autogrill e Milano Serravalle per lanciare una campagna di sensi-



Uno dei soggetti della campagna

bilizzazione su stampa e web, presentata ieri a Milano presso la sede della Provincia. La campagna è stata idea-

ta e realizzata dall'agenzia pubblicitaria Ogilvy & Mather, uscita vincitrice dall'apposita gara indetta da ANCMA (vd. DailyMedia del 18/02/2010, ndr), e sarà pianificata da MEC, come ha spiegato a DailyMedia Michele Moretti, responsabile sicurezza stradale di ANCMA. «La pianificazione partirà domani (oggi, ndr) a livello nazionale sulla Gazzetta dello Sport e su riviste di settore auto e moto, oltre che online sul sito corriere.it. Il budget stanziato è di 300mila euro. L'iniziativa, poi, potrà contare anche sul supporto dei nostri partner: ad esempio, Autogrill pianificherà il visual nei suoi punti vendita strategici per i motociclisti e nei suoi centri commerciali cittadini. Inoltre, tramite la partecipazione dei produttori di moto

cercheremo di coinvolgere i maggiori piloti di racing, a cui chiederemo di richiamare il messaggio "Occhio alla moto", e stiamo pensando anche a un grande evento di visibilità con i parlamentari appassionati di moto». «La campagna ha una grande forza – ha commentato Daniele Cobiانchi, d.g. Ogilvy & Mather –, riuscendo contemporaneamente a parlare ad automobilisti e motociclisti senza spaventarli, ma piuttosto fornendo loro consigli pratici in maniera semplice e divertente». I due visual mostrano dei motociclisti giganti in un paesaggio urbano, accompagnati dal claim "Occhio al motociclista/scooterista". Firmano in Ogilvy & Mather la coppia creativa Giordano Curreri e Marco Geranzani.