



KLAUS DAVI & CO.

TESTATA:

Daily
Net

DATA: 19 Maggio 2010

INIZIATIVE

8

ANCMA,
ADV PER
CENTAURIAl via la campagna
di Ogilvy & Mather,
pianificazione Mec

PROGETTO DI SENSIBILIZZAZIONE STRADALE PIANIFICATO SU STAMPA E WEB

Motociclisti "giganti" nella campagna Ancma

CREATIVITÀ FIRMATA DA OGILVY & MATHER, IL PLANNING È DI MEC. BUDGET TOTALE: 300 MILA EURO

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. Perché nel 2008 il 30% delle vittime di incidenti stradali guidavano un veicolo a due ruote, e quando la causa di un incidente stradale è l'errore umano del conducente di un'autovettura,



Uno dei soggetti della campagna

nel 70% dei casi questo è dovuto alla mancanza percezione del veicolo a due ruote. La campagna è

stata ideata e realizzata dall'agenzia pubblicitaria Ogilvy & Mather, uscita vincitrice dall'apposita gara indetta da Ancma e sarà pianificata da Mec, come ha spiegato a DailyNet 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 300 mila euro. L'iniziativa, poi, potrà contare anche sul supporto dei nostri partner: per 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 dando consigli a entrambi in maniera semplice e divertente».

Alessandra La Rosa