

## **COMUNICATO STAMPA**

### **EICMA PRESENTA LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA 2022 E ANNUNCIA L'INGRESSO NEL MONDO WEB 3**

***L'Esposizione internazionale delle due ruote torna a Fiera Milano Rho dall'8 al 13 novembre ed è già pronta a conquistare gli appassionati con l'EICMA EFFECT, anche nel Metaverso***

MILANO, 20 LUG. – La strada verso EICMA 2022 è aperta. L'Esposizione internazionale delle due ruote ha presentato oggi la campagna pubblicitaria della sua edizione numero 79, che torna quest'anno nei padiglioni di Fiera Milano a Rho dall'8 al 13 novembre. Cinque volti, cinque istantanee e cinque rispettive espressioni, che rappresentano e raccontano alcune delle emozioni suscitate dal più importante e longevo evento espositivo del settore. È questo l'EICMA EFFECT, obiettivo e slogan scelto per il 2022, che spicca sulla campagna multi-soggetto firmata da Lorenzo Marini, artista, pubblicitario, co-founder e direttore creativo dell'agenzia Yes Marini di Milano.

EICMA mette quindi al centro le emozioni del suo grande pubblico, che diventa protagonista di un'azione di comunicazione ad ampio spettro e spinge l'evento oltre i propri confini. È il presidente di EICMA S.p.A., Pietro Meda, a spiegare questo approccio durante l'evento di presentazione di oggi. “Abbiamo tolto coraggiosamente dalla nostra campagna il prodotto – ha dichiarato Meda – per celebrare con un linguaggio differente la reazione, l'emozione che suscita il prodotto stesso esposto sul palcoscenico internazionale che mettiamo a disposizione della nostra industria. Dietro quei volti ci sono tutti gli appassionati, come anche gli operatori, le persone che ruotano attorno a EICMA e gli espositori con le loro aspettative e desideri: è questo l'effetto EICMA”. Effetto che gli organizzatori puntano a provocare non solo in avvicinamento all'apertura di EICMA, ma anche durante e dopo la manifestazione. “La campagna di quest'anno – ha sottolineato ancora Meda – è infatti una campagna particolarmente viva e interattiva, che non si esaurisce con la sua pubblicazione e diffusione, ma che ci permette di dialogare con il pubblico e intraprendere iniziative multicanale anche in EICMA dove, ad esempio, sarà allestito un set fotografico permanente per immortalare le conseguenze positive dell'effetto EICMA”.

Inoltre, per la prima volta l'EICMA EFFECT contagerà anche il Metaverso. La presentazione della campagna pubblicitaria 2022 è stata infatti l'occasione per annunciare l'ingresso di EICMA nel mondo web3, il web della proprietà. “Lo facciamo con gradualità e prudenza, contribuendo alla divulgazione della tecnologia NFT, con l'obiettivo – ha spiegato il presidente Meda – di entrare in questo macro-ecosistema in modo intelligente e dare anche nuove opportunità di sviluppo a EICMA stessa e, soprattutto, ai nostri espositori e all'industria di riferimento”.

Un comparto, quello delle due ruote, che sta rispondendo in modo molto positivo alla chiamata di EICMA 2022. Come confermato dal presidente di Confindustria ANICMA (Associazione Nazionale Ciclo Motociclo Accessori) e ad di EICMA S.p.A. Paolo Magri: “Assistiamo a importanti ritorni, a conferme di chi non ha mai smesso di credere in EICMA, così come a nuove partecipazioni, sia per quanto riguarda le case costruttrici, sia nella filiera più allargata del nostro settore. Mi riferisco al mondo degli accessori, parti, abbigliamento e caschi. E questo si aggiunge un altro aspetto interessante, che riguarda l'attrattiva internazionale di EICMA: il 62% degli espositori sono esteri e questo è sicuramente un dato molto incoraggiante”.

EICMA S.p.A.



Appuntamento quindi dall'8 al 13 novembre prossimi. La giornata dell'8 novembre sarà dedicata in esclusiva alla stampa, mentre quella del 9 agli operatori e alla stampa. Dal 10 al 13 novembre EICMA accoglierà invece il grande pubblico. I biglietti saranno disponibili a partire dal 25 luglio sul sito della manifestazione [www.eicma.it](http://www.eicma.it), unico canale di vendita, ad un prezzo di lancio di 14 euro fino al 5 agosto. E proprio sulle tariffe 2022 l'ad di EICMA S.p.A. Paolo Magri ha sottolineato infine "la determinazione di EICMA, di fronte all'impennata inflattiva, di farsi carico dell'aumento di molti costi, lasciando invariato il prezzo del biglietto rispetto l'anno scorso".

EICMA S.p.A.