

PRIMA EDIZIONE DEL PREMIO ORGANIZZATO DA MOTO DEALER NEWS E MOTO.IT

Pubblicità motociclistica 2008, ecco i vincitori

DUE PREMI PER BMW, A YAMAHA I RICONOSCIMENTI "ON OFF" E "CASCHI". KTM HA VINTO IN "RACING"

Si è conclusa con successo ieri sera la prima edizione del **Gran Premio Pubblicità Motociclistica 2008**. L'evento, ideato e organizzato da **Moto Dealer News** e **Moto.it** con il patrocinio di **Eicma**, rappresenta la prima ed unica rassegna a premi della pubblicità di settore. In gara i migliori spot, votati da 1.000 concessionari di tutta Italia che sono stati chiamati a scegliere le più belle ed efficaci campagne pubblicitarie motociclistiche di quest'anno, suddivise in 8 categorie. La sfida ha visto confrontarsi tutti i più

importanti marchi del panorama delle due ruote a motore: costruttori e produttori di accessori e abbigliamento. La prima edizione ha visto trionfare con ben 2 premi a testa **Bmw Motorrad**, nelle categorie "Road" e "Off Road" e **Yamaha**, che ha conquistato i riconoscimenti per le categorie "On Off" e "Caschi". **Ktm**, invece, ha vinto la categoria "Racing", Vespa quella "Scooter", **Dainese** si è aggiudicata la categoria "Abbigliamento" e **Tucano Urbano** quella degli "Accessori/Parti Speciali/Pneumatici". Tra i finalisti ricordiamo **Honda** e **Apri-**

lia (2 nomination), **Akrapovic**, **Arai**, **Bikers**, **Fantic Motor**, **Michelin**, **Moto Morini**, **Nolan**, **Pirelli**, **Triumph**. Visto il successo ottenuto in questa prima edizione, **Moto.it** e **Moto Dealer News** hanno confermato l'appuntamento con il Gp Pubblicità per la prossima edizione di **Eicma 2009**, pronti a premiare i migliori spot del prossimo anno. **Francesco Risari**, socio e responsabile commerciale di **Moto.it**, a **DailyNet** spiega: «Siamo qui a celebrare un settore, quello della pubblicità, che nel nostro mondo motociclistico è estremamente importan-

te. Le campagne pubblicitarie sono il frutto di un lavoro di interi team di persone con competenze diverse. C'è la parte di marketing, la parte creativa e la pianificazione. Il successo di un prodotto non può prescindere da una campagna pubblicitaria di successo che comunichi agli appassionati una sintesi di emozioni, caratteristiche tecniche e design. Ecco dunque che il Gran Premio Pubblicità 2008 vuole celebrare questo lavoro svolto spesso dalle aziende insieme a società creative e media planner. Questa idea è nata dalle due testate di settore più ▶



Nella pagina alcune delle campagne vincitrici: dall'alto, in senso orario, quella di abbigliamento Dainese, Vespa Gts 300, Bmw Off Road, caschi Yamaha e Ktm

vicine alle aziende e ai dealer: Moto Dealer News e Moto.it, due testate estremamente complementari. Moto Dealer News che si pone tra le aziende e i dealer, con la capacità di fornire tutti gli strumenti di analisi e di lettura del mercato. Moto.it, il portale di settore su internet dal 1997 con 600.000 lettori unici, si pone invece tra i concessionari e il pubblico, fornendo a sua volta gli strumenti per vendere le moto. Basti dire che le concessionarie clienti di Moto.it sono ad oggi 1.100 e che sono state messe in vendita negli ultimi 12 mesi sul portale Moto.it 350.000 moto diverse, nuove e usate».

