

Eicma cambia nome in “Esposizione internazionale delle due ruote Milano”

Pubblicato: Martedì 24 Agosto 2021



Eicma cambia pelle e nome. A poco meno di tre mesi dall’apertura della sua 78esima edizione, in programma dal **23 al 28 novembre** prossimi a **Rho Fiera Milano**, il più importante evento fieristico al mondo dedicato all’industria del **ciclo e del motociclo** presenta oggi il progetto di **rebranding** che ha portato al battesimo di un logo completamente rinnovato e ad una nuova denominazione.

LA PASSIONE AL CENTRO

Con un tratto più immediato, evocativo ed internazionale, il nuovo brand riafferma in modo deciso l’identità e la missione dell’esposizione. **Rimane il rosso**, che rappresenta la centralità della **passione** per il settore, ed esce dall’interno del **simbolo il logotipo Eicma**, che diventa protagonista assoluto al suo esterno. Vengono inoltre reinterpretati gli elementi visivi che lo compongono: **il cerchio e la forcella**. Il primo è immagine della **ruota**, ma anche del mondo attraverso cui viaggiare, mentre la **forcella**, che lo contiene e lo controlla, è il tributo alla filiera e all’intera industria, alle componenti, le parti e gli accessori, che diventa anche un’ala che conferisce al logo nuova leggerezza e dinamismo.



EICMA

POSIZIONE INTERNAZIONALE DELLE DUE RUOTE

UN CAMBIO DI PASSO IN VISTA DELLA RIPRESA

Dall'evento espositivo più atteso per gli amanti delle due ruote arriva quindi un'azione di rebranding reattiva, «un cambio di passo deciso – ha spiegato **Paolo Magri**, amministratore delegato di Eicma spa – frutto della volontà di vedere nelle difficoltà degli scorsi mesi e nello stop forzato dell'anno passato un'opportunità per innovare nel rispetto dalla tradizione, un'occasione per investire ancora su noi stessi, sul nostro posizionamento e anche sulla nostra identità visiva».

NUOVO NOME

Ma l'intervento di Eicma, come anticipato, è a tutto tondo e coinvolge anche il naming della manifestazione stessa, che da oggi sarà “**Esposizione internazionale delle due ruote**”. Resta quindi il forte riferimento al **valore globale e alla narrazione centenaria** della rassegna nella prima parte, mentre si supera la didascalica e datata dicitura “ciclo e motociclo” per una più universale e contemporanea formulazione “due ruote”. E proprio di contemporaneità ha parlato **Lorenzo Marini**, artista, noto pubblicitario a livello internazionale e direttore creativo dell'agenzia **Yes Marini di Milano** che ha curato il lavoro, sottolineando come «l'essere contemporanei significhi creare un rapporto sempre nuovo con il pubblico e il consumatore. E ogni rapporto passa attraverso il linguaggio. E il linguaggio passa anche attraverso la **brand identity**».

Infine **Paolo Biffi**, amministratore delegato dell'agenzia pubblicitaria, ha rimarcato «la soddisfazione di tutto il team di aver contribuito al rinnovamento dell'immagine di un appuntamento così importante per l'industria della mobilità e la comunità di utenti e appassionati, soprattutto alla vigilia di un'edizione che si annuncia così carica di significato e rilevanza».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

