

## **COMUNICATO STAMPA**

### **EICMA 2019, IL SUCCESSO DELL'ESPOSIZIONE CONTAGIA ANCHE IL WEB**

***Il Presidente Dell'Orto: "La qualità della nostra presenza digitale è valore aggiunto anche per le imprese"***

Milano, 18 nov. – Il Moto Rivoluzionario di EICMA 2019 contagia anche la rete. A una settimana dalla chiusura della 77esima Edizione dell'Esposizione Internazionale del Ciclo e Motociclo di Milano è la performance della piattaforma digitale dell'evento espositivo più importante al mondo per l'industria delle due ruote a far parlare di sé. Il successo dei numeri non si è fermato infatti ai soli indicatori fisici (espositori, operatori, stampa e pubblico), ma ha corso veloce, accelerando ulteriormente rispetto alla già straordinaria Edizione 2018, anche sul web.

Durante la sei giorni di EICMA i contenuti prodotti dall'ufficio stampa e dalla newsroom hanno animato il sito della manifestazione [eicma.it](http://eicma.it) e i profili Facebook, Instagram e YouTube ufficiali, accendendo l'interesse digitale di appassionati e visitatori. Un lavoro costruito, tra gli altri contributi, con oltre 11mila foto, 48 ore di filmati girati percorrendo quasi 260 km all'interno del quartiere espositivo e prodotti in sei stazioni di editing, 10 comunicati stampa istituzionali e più di 280 news pubblicate in lingua italiana e inglese sul sito [eicma.it](http://eicma.it). Ed è proprio la nuova pagina web, on line da quattro mesi, a segnare il primo dato positivo, attirando l'attenzione di 1,2 milioni di visitatori nella sola settimana dell'esposizione (+ 25% sul 2018), con una permanenza media di oltre 2 minuti e mezzo.

Estremamente significativi i numeri dell'attività sulla piattaforma social di EICMA: 1,8 milioni di utenti raggiunti e oltre 6,6 milioni impression sono i dati che riguardano il profilo Facebook, mentre 882mila sono le impression su YouTube con 60mila spettatori unici. Grande successo anche per il profilo Instagram, i cui contenuti hanno superato 4 milioni di impression (+37,5% rispetto alla scorsa edizione), raggiungendo 780mila utenti. Segno più infine anche per la nuova App di EICMA, che ha totalizzato oltre 38mila download, quasi doppiando il risultato dell'anno scorso.

“Una crescita che – ha sottolineato il Presidente di EICMA S.p.A. Andrea Dell'Orto – va di pari passo al successo del nostro evento espositivo e che rappresenta un risultato importante raggiunto attraverso un programma di investimenti e azioni per accrescere la visibilità della nostra presenza digitale e soprattutto il valore della manifestazione. Investire in qualità sul web, lungo tutto l'arco dell'anno, permette di distinguersi, fidelizzare gli appassionati, che sono sempre più esigenti, interattivi e informati e rappresenta infine un valore aggiunto anche per le imprese che scelgono ogni anno la nostra vetrina internazionale”.