

## **COMUNICATO STAMPA**

### **EICMA, IL SUCCESSO DELLA 76<sup>a</sup> EDIZIONE CORRE ANCHE SUL WEB** ***Il presidente Dell'Orto: "La qualità dei contenuti digitali prodotti conquista sempre più utenti ed è un servizio per le aziende che espongono"***

Milano, 14 nov. – Il successo di EICMA 2018 conquista anche la rete. La settimana milanese più importante al mondo per gli appassionati delle due ruote non è stata scandita solo dal numero di anteprime presentate, padiglioni attraversati e prodotti toccati con mano, ma anche dalla quantità di emozioni digitali suscitate. La 76<sup>a</sup> Edizione dell'Esposizione Internazionale Ciclo, Motociclo e Accessori, chiude infatti i battenti a Fiera Milano-Rho con numeri record anche sul web.

Nei giorni di EICMA l'ufficio stampa e la redazione on line hanno scattato 10mila foto, girato oltre 47 ore di filmati prodotti in sei stazioni di editing, pubblicato sul sito web dell'evento espositivo 160 news, diffuso 15 comunicati stampa istituzionali, editato 52 footage video degli stand e percorso oltre 250 km all'interno del quartiere fieristico. Contenuti che anche attraverso le piattaforme social e digital ufficiali hanno raggiunto tantissimi appassionati ed addetti ai lavori. Sono infatti più di 900mila le visite al sito [eicma.it](http://eicma.it) e oltre 20mila i download dell'applicazione dedicata. E a stupire sono anche i numeri che riguardano l'attività sui canali social di EICMA: 1,3 milioni di utenti raggiunti e oltre 6,4 milioni di visualizzazioni dei post su Facebook e più di 850mila impression su YouTube, con 200mila minuti di visualizzazioni e quasi 58mila spettatori unici.

Grande successo anche per il canale Instagram, che durante la manifestazione ha fatto segnare un più 72% nel numero di follower, raggiungendo con le immagini e i video postati oltre 750mila persone e totalizzando circa 2,5 milioni di impression. Una tendenza confermata anche dalla popolarità ottenuta attraverso più di cento stories pubblicate sul social network di proprietà Facebook, che hanno totalizzato quasi un milione di impression.

"I social, e più in generale la rete, non solo hanno reso globale la competizione per coinvolgere nuovi utenti, ma – ha commentato il presidente di EICMA Andrea Dell'Orto - sono stati al contempo causa ed effetto dell'affermazione di un pubblico di appassionati sempre più esigente, che siamo riusciti ad ingaggiare e conquistare con la qualità dei contenuti prodotti. Approcciare il web con la qualità è una sfida avvincente e rappresenta un vantaggio anche per le imprese che scelgono EICMA per esporre i loro prodotti. Il successo digitale di questa edizione ci riempie di soddisfazione, perché segniamo un'altra tappa importante nel potenziamento della nostra strategia digitale".

#### **UFFICIO STAMPA**

Alessandro Re

Cell. +39 339.7246502 e-mail [press@eicma.it](mailto:press@eicma.it)