

VETRINA INTERNAZIONALE PER LA TERRA DEI MOTORI DELL'EMILIA ROMAGNA IL MOTOR VALLEY FEST DIGITAL RACCONTATO DAL WALL STREET JOURNAL

Partnership per il secondo anno con il prestigioso quotidiano USA (il secondo più letto in America) per il festival digitale della Terra dei Motori, a cui il Wall Street Journal dedica un mini sito tematico (attivo da giovedì 14 maggio), banner promozionali sui canali online WSJ (che contano 36 milioni di visitatori unici settimanali negli Stati Uniti e oltre ai 3,3 visitatori unici settimanali dall'Europa), nonché un'uscita sull'edizione cartacea di mercoledì 13 maggio – Nel sito tematico, oltre ad una sezione dedicata alla Via Emilia e alle sue tante eccellenze, tante video interviste ai CEO della Motor Valley, al Presidente ENIT, a Massimo Bottura e al direttore della Cineteca di Bologna Gian Luca Farinelli, oltre a una racconto per tappe della Via Emilia e delle sue eccellenze tra food, cultura e natura – La partnership con WSJ è stata realizzata da Apt Servizi Emilia Romagna con il contributo di ENIT.

Comunicato stampa, 15 maggio 2020 - Ribalta internazionale per il Motor Valley Fest Digital e per la Via Emilia con le sue eccellenze (cultura, food, motori, natura), grazie alla partnership avviata, per il secondo anno, con il prestigioso gruppo Dow Jones/Wall Street Journal da Apt Servizi Emilia Romagna, con il contributo di ENIT.

A partire da ieri pomeriggio, giovedì 14 Maggio, è online un sito ad hoc dedicato alla Motor Valley e all'edizione digitale del grande Festival della Terra dei Motori emiliano romagnolo (14-17 maggio, www.motorvalleyfest.it), con una sezione specifica e link per collegarsi al Convegno inaugurale, nonché un'area dedicata alla millenaria strada romana che percorre l'Emilia Romagna da Piacenza a Rimini conducendo alla scoperta delle innumerevoli bellezze della Regione, dalle 10 Città d'Arte alle eccellenze della tavola, passando per il patrimonio naturalistico e il fascino delle due e quattro ruote.

Tanti contenuti testuali, immagini e video creati ad hoc dalla redazione del WSJ, che racconteranno le eccellenze del Made in Italy al pubblico di lingua inglese, dalla musica (con il Festival Verdi di Parma e il Ravenna Festival) al food (con protagonisti i 44 prodotti DOP e IGP e le DOC regionali), dai tanti monumenti UNESCO alle visioni del grande schermo con il Maestro Federico Fellini (di cui quest'anno ricorre il centenario dalla nascita) passando per i panorami della Val Trebbia che incantarono Ernest Hemingway.

Il quotidiano americano si rivolge specificamente a un target alto di finanza, economia e business, con tanti appassionati di auto e motori (63% uomini, 37% donne, con 299.953 \$ di reddito medio annuo e una spesa media per i viaggi nel corso di un anno pari a 70.505,00 \$ per nucleo familiare).

Tra le video interviste realizzate e presenti nel sito di WSJ, spiccano contributi che vedono la partecipazione dei 6 CEO della Motor Valley (Ferrari, Lamborghini, Ducati, Dallara, Pagani, Maserati) protagonisti del convegno di apertura del Motor Valley Fest Digital, ma anche dell'ambasciatore della cucina emiliano romagnolo nel mondo Massimo Bottura, del Presidente di ENIT - Agenzia Italiana del Turismo, Giorgio Palmucci, del Direttore della Fondazione Cineteca di Bologna, Gian Luca Farinelli, nonché della giornalista tv americana Francine Segan, specializzata sulla storia della cucina italiana. Online anche video racconti della Motor Valley e dei suoi tanti protagonisti realizzati da Motor1 e dal regista-documentarista britannico Mark Neale. Da giugno il sito sarà supportato anche da una campagna Google display, con banner promozionali sul web che rimandano direttamente al portale dedicato.

Ufficio Stampa

Cinzia Di Rosa
dirosa@meneghinieassociati.it
cel. 347 1010498

motorvalley.it

Powered by



Main sponsor

Media partner



With the support of



Rientra nella collaborazione anche la pubblicazione di 1/4 di pagina a tema Motor Valley e Motor Valley Digital Fest 2020 sull'edizione USA cartacea del quotidiano, Sezione "Business News", uscita mercoledì 13 Maggio.

La partnership per la promozione del Motor Valley Fest prevede infine i cosiddetti *traffic driver*, ovvero banner promozionali all'interno dei canali online del WSJ, rivolti ai 3 milioni di abbonati al WSJ e ai 36 milioni di visitatori unici settimanali negli USA, oltre ai 3,3 visitatori unici settimanali dall'Europa, nella sezione online automotive & travel, tramite video pre-roll sul canale You Tube-WSJ, Facebook, Twitter e Apple News Placements.

Il Wall Street Journal ha raggiunto 3 milioni di abbonati, dei quali 2,2 milioni hanno scelto la versione digital, con una crescita del +15% rispetto all'anno precedente. Il quotidiano di proprietà di Rupert Murdoch da 131 anni viene definito "*il quotidiano del mondo economico americano*" e si posiziona al 2° posto dopo il primo in classifica dei giornali più letti (New York Times). La versione online del giornale vanta una media mensile di 120.8 milioni di visualizzazioni negli USA.

A questi link è possibile visitare le 5 sezioni del sito realizzato dal WSJ in collaborazione con Apt Servizi:

<https://bit.ly/valley-talk>

<https://bit.ly/local-flavors>

<https://bit.ly/the-fast-track>

<https://bit.ly/via-emilia-route>

<https://bit.ly/motorvalley-fest>

Ufficio Stampa

Cinzia Di Rosa
dirosa@meneghinieassociati.it
cel. 347 1010498

motorvalley.it

Powered by



Main sponsor



Media partner



With the support of

