

**57.835 SCANSIONI DEL CODICE QR IN PRESENZA, 309.457 PAGINE VISIONATE SUL SITO WEB
LA PIÙ SCANSIONATA AL MIMO È LA BUGATTI CHIRON SUPER SPORT**

Milano, 15 giugno 2021

A due giorni dalla chiusura ufficiale del MIMO, Milano Monza Motor Show, si tirano le somme di quella che è stata la prima esposizione in presenza, aperta al pubblico, con 130 modelli in pedana e oltre 70 vetture green nell'area test drive.

La doppia anima di MIMO, quella dal vivo e quella virtuale trasmessa sul sito www.milanomonza.com ha funzionato: sono state ben **57.835 le scansioni totali dei codici QR** delle vetture esposte a Milano, praticamente una ogni 4 secondi, e **76.264** le pagine dei modelli esposti visitate sul sito ufficiale del MIMO, generando **134.099** contatti per le novità in pedana, un numero che somma le scansioni in presenza del codice QR a quello delle ricerche sul sito internet. Contatti che equivalgono a richieste di informazioni specifiche di persone interessate a saperne di più sulle vetture in esposizione nel centro di Milano.

La regina del MIMO è stata la **Bugatti Chiron Super Sport** con 9.714 scansioni totali, seguita dalla **Bugatti Bolide** con 5.281, e dalla **Pagani Imola** con 3.086.

Tra le anteprime 100% elettriche esposte al MIMO la più scansionata è stata l'**Audi RS e-tron GT** (1.210 visualizzazioni), seguita da **Porsche Tycan Cross Turismo** (1.026), **Ford Mustang Mach-E** (590), **KIA EV6** (558), **BMW iX** (538), **Cupra Born** (505), **Hyundai Ioniq5** (391), **Opel Mokka-e** (357), **Honda-e Advance** (339), **Volkswagen ID4 GTX** (297), **Škoda Enyaq** (275).

Tra le anteprime ibride la più cliccata è stata **McLaren Artura** con 1.826 scansioni, seguita da **Toyota Yaris Cross Premiere full hybrid** che ne ha totalizzato **832**, e da **Peugeot 308 Plug-In Hybrid** con 753. Fuori classifica la **Lamborghini Sian** con 2.933 scansioni.

Di grande impatto e fortemente apprezzato il genio italiano che si è raccolto attorno alla statua Leonardo Da Vinci, in piazza della Scala, con esposte (in senso orario): **Maserati MC20** (1.361 scansioni), **Ferrari Roma** (1.078), **Pagani Zonda F** (1.053), **Dallara Stradale Club Italia** (891).

Tra le vetture del gruppo Stellantis, per la prima volta insieme in un evento motoristico, è **Alfa Romeo Giulia GTAm** la più ricercata con 2.076 scansioni.

Dei 309.457 accessi al sito, interessante notare che quasi il 5% è rappresentato da appassionati collegati dalla Cina. Una curiosità spiegabile con il livello internazionale delle anteprime mondiali presentate al MIMO, con il glamour dell'architettura milanese con cui si sono fuse le pedane, e anche con la presenza dei brand legati alla Cina come appartenenza o per produzione, come **Aiways** (522 scansioni), **Weltmeister** (383), **Seres** (351) e **MG** gruppo SAIC (170) tutti brand apripista del tentativo orientale di accaparrarsi una fetta di mercato europeo nel prossimo futuro.

Ottimo esordio per il nuovo brand **Pambuffetti Automotive**, la cui supercar **PJ-01** presentata in anteprima mondiale al MIMO, ha collezionato 3.020 scansioni, mentre il prototipo **Suzuki Misano** by IED è stato visualizzato 1.768 volte, e la premiere mondiale **DR 6.0 679**.

L'area del test drive dei soli modelli elettrici e ibridi realizzata al Castello Sforzesco, in partnership con **Enel X**, è stata visitata da oltre 5.000 visitatori.

Tra le due ruote la regina del MIMO è stata l'anteprima mondiale **Ducati Diavel 1260 S** con 964 scansioni, seguita **Kawasaki ZH2 SE** con 763, la **Suzuki GSX-1000** con 738, l'anteprima **BMW Motorrad Definition CE 04** con 716 e la **MV Agusta, la Superveloce S (707)**.

In **6.500** hanno seguito la diretta della **Premiere Parade** in streaming direttamente dall'home page di www.milanomonza.com, senza contare le dirette trasmesse dai diversi media partner che hanno voluto regalare ai propri utenti "la prima fila" della presentazione dinamica delle 52 anteprime guidate e presentate direttamente dai Presidenti e dai CEO dei brand, nel contesto unico di piazza Duomo a Milano.

I numeri di Monza: la preview della Dallara EXP presentata in pista, 70 equipaggi alla Journalist Parade, 200 proprietari alla Supercar Night Parade, 130 proprietari **Tesla** e, per finire, lo spettacolo più visualizzato, lo show del drift delle due vetture MX-5 di **Mazda**, sulla pista dell'Autodromo.

Cliccatissimi i modelli esposti dai media partner presenti a Milano: **AlVolante, Auto, Motor1, Automoto, Autoappassionati, Automobilismo, Veloce, InSella, Dueruote, Evo, Driving Electric Italia**, e la premiazione **UIGA**, oltre alla presenza fissa dello stand di **Rai Radio1** e **Isoradio**, da dove i conduttori delle diverse trasmissioni in diretta hanno raccontato tutti i 4 giorni del MIMO, e dei partner **Pirelli, Regione Lombardia, Enel X, Eurostands, Mak, Helbiz**.

MIMO e il suo format democratico e all'aperto sono riusciti a conquistare anche OICA, entrando ufficialmente nel suo calendario delle manifestazioni internazionali secondo il quale MIMO passerebbe il testimone ai prossimi motor show che saranno New York International Auto Show (19-29 agosto 2021), Birmingham the CV Show (31 agosto-2 settembre 2021) e Munich IAA Mobility (6-12 settembre 2021), quest'ultimo erede del biennale Francoforte. **La data di MIMO, Milano Monza Motor Show 2022, sarà annunciata la prossima settimana.**

Andrea Levy, Presidente MIMO: *"Siamo enormemente soddisfatti per l'accoglienza del MIMO da parte del pubblico e degli addetti ai lavori. Abbiamo raggiunto l'obiettivo di far reincontrare tutti gli attori del sistema automotive, e di portare tra il pubblico tutta la nuova tecnologia prodotta dai brand espositori. Il format del Milano Monza Motor Show, nato con grandi occasioni di interazione tra auto e pubblico, in questa prima edizione si è dovuto adattare alla situazione contingente e, nonostante gran parte di quelle idee di interazione siano state messe in stand-by per questa prima edizione, il successo di pubblico e il gradimento dei visitatori ci indica che esporre all'aperto, tra le meraviglie architettoniche del centro di Milano, le novità tecnologiche dei brand sia la formula giusta per dare una nuova spinta all'economia. Raccolti i feedback degli espositori, siamo già al lavoro per l'edizione 2022 in cui speriamo di poter aprire al pubblico anche l'Autodromo di Monza".*