

COMUNICATO STAMPA

VIRGILIO SVOLTA IN DIREZIONE LOCALE

Il portale che accompagna il Paese dal 1996 cambia look e sostanza

Ruolo di primo piano degli oltre 8mila portali locali: contenuti, servizi, eventi e tutto quello che serve per vivere al meglio la propria città

L'hashtag #virgiliovolta sulle pagine social

<http://www.virgilio.it>

Milano, 9 luglio 2015

Nell'ambito della propria strategia local, [Italiaonline](http://www.italiaonline.it), prima internet company italiana, presenta il nuovo volto di Virgilio.it. Oltre a un completo restyling, un vero e proprio riposizionamento del brand. Il portale che accompagna gli italiani nella navigazione dal 1996, svolta infatti in direzione local: contenuti, servizi, eventi, directories e tutto quello che serve a vivere al meglio la propria città. Con una nuova home page responsiva e 8.100 portali locali, uno per ogni comune italiano, Virgilio è sempre più vicino agli utenti, forte di una media di oltre 13,5 milioni di visitatori unici mese per più di 750 milioni di pagine viste mese *. Queste le principali novità del portale:

- **Home page responsiva.** Da oggi Virgilio si adatta a qualsiasi dispositivo da cui lo si naviga: che sia desktop, smartphone o tablet, il portale si modella in base al device per una *user experience* la migliore possibile
- **Arancio e blu.** Sono i due colori del nuovo Virgilio: l'arancio, il colore storico del portale, rimane il riferimento per tutte le notizie nazionali e i lanci in home page; il blu diventa il colore che contraddistingue l'intero mondo local
- **La tua città.** Il nuovo Virgilio porta ancora più al centro tutto quanto riguarda la città in cui si abita o ci si trova per lavoro, per turismo ecc. I portali locali di Virgilio, uno per ogni comune, si rinnovano nello stile (con il colore blu), con una presenza più evidente nell'home page del sito e con un menu che è una guida completa a tutto quanto succede in città: dalle imprese e attività commerciali e professionali, con **schede azienda** arricchite e accattivanti, alle notizie locali, gli eventi, i cinema e tutti i numeri di pubblica utilità; dal meteo alle mappe interattive a un motore di ricerca funzionale e rapido; per chiudere in bellezza (e in gusto) con la sezione prodotti tipici, integrata con i due ultimi portali lanciati da Italiaonline: [FoodInItaly](http://www.foodinitaly.it), il portale che racchiude

LIBERO

virgilio

1254

**TOTAL
TECH**

QF
QuiFinanza

SPORTSTADIO

CIBO DI STRADA
Il meglio dello street food

MOTORlife

DiLei

SiViaggia

7tv

FOOD  **ITALY**

tutte le eccellenze enogastronomiche del Paese, e [CiboDiStrada](#), la guida al meglio dello street food italiano. Comune che vai, cucina che trovi: l'importante, per Virgilio, è che sia di qualità, garantita da FoodInItaly e CiboDiStrada.

“Uno dei punti chiave della strategia di Italiaonline è diventare il partner digitale delle piccole medie imprese italiane, vera ossatura economica del Paese: la svolta locale che abbiamo dato a Virgilio va proprio in questa direzione”, ha dichiarato **Antonio Converti**, CEO di Italiaonline. “Per chi ha un'azienda o un'attività locale, Virgilio offre una vetrina unica, che garantisce audience elevata e mirata, unita a qualità del servizio e dei contenuti. Chi vuole ampliare il proprio business ed espandere la propria rete non può prescindere da Virgilio e dalle nostre soluzioni di comunicazione digitale”.

Il nuovo Virgilio si racconta ai propri utenti in un minisito, iosono.virgilio.it, che raccoglie tutte le caratteristiche e peculiarità di un portale che ha fatto la storia di internet in Italia e che sa sempre rinnovarsi. Sarà inoltre lanciato sui profili social di Virgilio l'hashtag **#virgiliovolta** per accompagnare la nuova identità del portale pubblicizzandola sulle sue pagine Facebook, Twitter e Instagram, forti di migliaia di follower.

* Fonte: Audiweb View, powered by Nielsen, marzo 2015, TDA

ITALIAONLINE

Con sede a Milano, Italiaonline è la prima internet company italiana e ha tra i suoi asset la mail più diffusa del Paese; conta 16,6 milioni di visitatori unici mensili, circa 3 miliardi di pagine viste mese, 10,5 milioni di account email attivi e una *active reach* del 58%. Da febbraio 2013 la Società raggruppa tutti i brand e gli asset di Matrix S.p.a. e di Libero S.r.l. Oltre ai portali Libero.it e Virgilio.it, Italiaonline include ad oggi i web magazine Di-Lei, Total Tech, QuiFinanza, SportStadio, MotorLife, SiViaggia, CiboDiStrada, FoodInItaly, la piattaforma video ViTV e l'utility 1254. A marzo 2015 Italiaonline ha acquisito da DADA il 100% della sua controllata Moqu Adv S.r.l., digital media company, con sedi a Firenze e Dublino, focalizzata sul business del Performance Advertising. Italiaonline è indirettamente controllata da Orascom TMT Investments S.à r.l. tramite la sussidiaria Libero Acquisition S.à r.l. di cui detiene il pieno controllo.

(Fonte: Audiweb View, powered by Nielsen, marzo 2015, TDA)

MEDIA CONTACT

Giorgia Camandona - Marinella Mola - Davide Valenti

Via del Bosco Rinnovato 8, 20090 Assago (Milano)

Tel: +39 02 2904 7788

E-mail: pressarea@italiaonline.it

LIBERO

virgilio

1254

**TOTAL
TECH**

QF
QuiFinanza

SPORTSTADIO

CIBO DI STRADA
Il meglio dello street food

MOTORLife

DiLei

SiViaggia

VITV

FOOD ITALY