

COMUNICATO STAMPA

IL NUOVO MOTORLIFE IN PISTA

Il portale verticale di Italiaonline dedicato alle due e quattro ruote si rinnova a poco più di un anno dalla nascita e con risultati da podio

Esperti di settore; nuovi format tra cui “Drive ‘n Chic”, che strizza l’occhio al pubblico femminile; grande spazio alla gamification; potenziata la parte social

Milano, 14 settembre 2015

Italiaonline, la prima internet company italiana, prosegue nel rinnovamento dei suoi portali verticali lanciando il nuovo **MotorLife**, il sito per chi vuole conoscere tutto quanto gira intorno al mondo delle due e quattro ruote.

Nato poco più di un anno fa dalla rivisitazione del canale Auto e Moto di Virgilio.it, **Motorlife** ha toccato subito il cuore degli appassionati ed è saldamente sul podio dei siti di motori con un milione di utenti unici e oltre 13 milioni di pagine viste mese*. La nuova versione è totalmente responsiva per una navigazione ottimale su ogni device: dai video alle gallery ai listini auto, tra i pezzi forti del verticale e perfettamente ottimizzati anche per smartphone. Sui contenuti, il portale diventa ancora più autorevole con il contributo di quattro importanti **esperti di settore**: il direttore di Quartamarcia.it Daniele Boltin, il business manager di Autouncl.it Nicola Barozzi, il motorblogger Carlo Portioli e il tecnico Arexons Guido Milani.

Gli esperti collaboreranno con il team di MotorLife, che lancia anche nuovi contenuti video creati internamente, come test drive, interviste e il nuovo format video **“Drive ‘n Chic”** che prevede la prova della stessa auto da due punti di vista, maschile e femminile. Pur avendo infatti un’audience in gran parte composta da uomini, MotorLife è sempre attento a interessare un target più ampio possibile: molte, ad esempio, le informazioni utili su normative per la circolazione e la mobilità: inoltre, la nuova sezione dedicata a tutte le curiosità del mondo dei motori.

Un altro elemento su cui punta il nuovo MotorLife è la **gamification**. Per mezzo di quiz e trivial proposti, il verticale fa informazione in modo alternativo, ad esempio con quiz sulle regole del codice della strada o su come riconoscere un modello da un solo dettaglio fotografico. Potenziata anche la parte **social**: la nuova release ospita una social toolbar con contatore e possibilità di condividere i contenuti via Facebook, Twitter, Google Plus e Pinterest; i singoli articoli hanno la visualizzazione dei commenti degli utenti su Facebook e il sistema di voting dei contenuti è semplice e immediato.

“Avevamo detto che dopo l’estate avremmo ridisegnato altri verticali e così abbiamo fatto”, ha dichiarato **Carmine Laltrelli**, direttore Vortals and Advertising di Italiaonline. “Abbiamo quindi rivisto MotorLife nei contenuti e nei template e abbiamo adottato, come già ad esempio per il nuovo SiViaggia, formati pubblicitari flessibili, in grado di assecondare al meglio le specifiche esigenze dei clienti, siano essi collegati o meno al mondo dei motori. Peraltro, partiamo subito forte con **Opel**, che ci ha scelti per una sponsorizzazione che ospitiamo sulla nostra home page rinnovata”.

“Essere sul podio tra “giganti” della tradizione auto e moto - ha proseguito Laltrelli - è un onore quanto un onere e il nuovo MotorLife risponde a queste esigenze, coniugando autorevolezza a varietà dei contenuti per continuare a essere leader in questo segmento”.

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

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 17,3 milioni di visitatori unici mensili, circa 3 miliardi di pagine viste mese, 10,5 milioni di account email attivi e una *active reach* del 59%. 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. e i fondi GoldenTree Asset Management Lux S. à r.l., GoldenTree SG Partners L.P., GT NM LP, San Bernardino County Employees’ Retirement Association, GL Europe Luxembourg S. à r.l.

(Fonte: Audiweb View, powered by Nielsen, maggio 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

Di•Lei

**TOTAL
TECH**

QF
QuiFinanza

SPORTSTADIO

CIBO DI STRADA
Il meglio dello street food

MOTORlife

SiViaggia

V7tv

yesplace

FOOD  ITALY