

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.

LIBERO.

virgilio

1254

DiLei

**TOTAL
TECH**

QF
QuiFinanza

SPORTSTADIO

CIBO DI STRADA
Il meglio dello street food

MOTORlife

SiViaggia

7tv

yesplace

FOOD  ITALY

“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 in ITALY