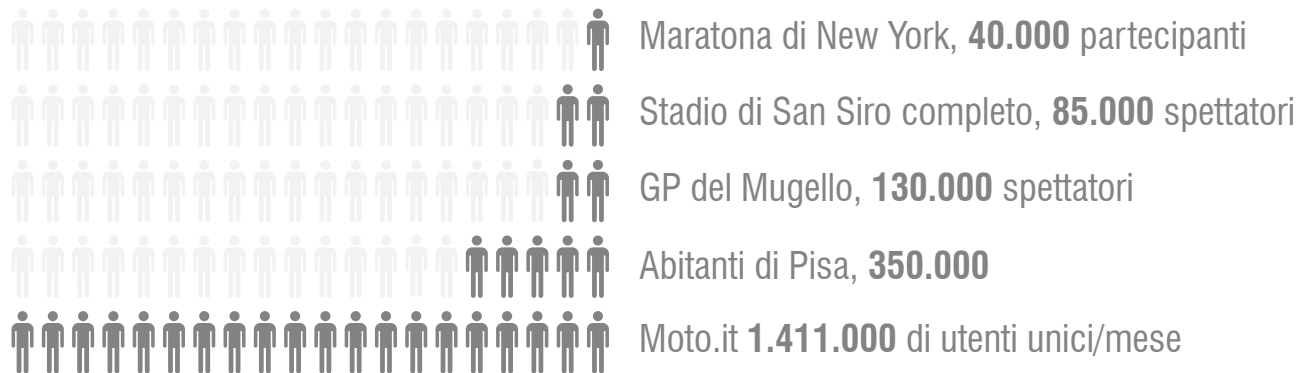




GUIDA LA PASSIONE

Moto.it® dal 1997 mercato e informazione del mondo delle motociclette

»» Ogni mese Moto.it viene visitato e letto da
1.411.000* di persone diverse. **Motociclisti.**



»» **51 milioni**, le pagine lette dagli utenti **ogni mese***

- »» Il nostro utente è un motociclista, maschio, giovane, benestante, di istruzione medio-alta, che decide gli acquisti per sè, per la famiglia e per l'ufficio.* *
- »» Il nostro utente è anche automobilista, nel 76% dei casi possessore di auto propria, amante della guida, con passione per i motori.

* Browsers unici al mese e pagine viste al mese
Fonte Audiweb (Nielsen Online - Site Census) dati riferiti a settembre 2011

* * Indagine Sinottica Eurisko



278 WEST
KEEP LEFT

278 WEST
New Jersey
KEEP LEFT

So
H

Moto.it è **il primo sito in Italia dedicato alle moto** per:

- » età, nato nel 1997, ha festeggiato nel 2011 **il quattordicesimo anno di attività**
- » numero di visitatori unici, **1.411.000 / mese***
- » numero di moto in vendita, **545.000** negli ultimi 12 mesi
- » numero di pagine viste, **51 milioni / mese***
- » numero di concessionari abbonati, **1.200**
- » numero di utenti registrati alle newsletter, **520.000**

* Fonte Audiweb (Nielsen Online - Site Census) dati riferiti a settembre 2011

MOTO.IT: ON LINE IL QUOTIDIANO DELLA MOTO

Moto.it si presenta con il format di quotidiano di informazione motociclistica su Internet. Collaborano firme storiche quali Nico Cerechini e Maurizio Tanca.

MOTO.IT PARTNER CONFINDUSTRIA ANCMA

Dal 2005 su un unico portale - www.moto.it - le offerte dei Concessionari Ufficiali delle case produttrici. Un'iniziativa unica, realizzata da Confindustria ANCMA in partnership con Moto.it e con le Case.



MOTO.IT MEDIA PARTNER FMI FEDERAZIONE MOTOCICLISTICA ITALIANA



Moto.it ha l'esclusiva di Media Partner su Internet della FMI per l'iniziativa Maglia Azzurra che vede la nazionale italiana impegnata nelle varie discipline motoristiche.

MIGLIOR SITO "AUTO E MOTORI"



Il Sole 24 Ore ha assegnato a Moto.it il titolo di miglior sito italiano Auto e Motori 2005.

MOTO.IT WEBSITE OF THE YEAR 2010



FIM e Youthstream hanno premiato Moto.it come Website of the year 2010 "per il grande lavoro giornalistico svolto nel promuovere il motocross".



CONTENUTI, REDAZIONE

 >>> Moto.it è una **testata registrata** presso il Tribunale di Milano.

 “**Online il quotidiano della moto**”: Informazione, servizi, mercato, social network, si innestano in una Homepage da quotidiano, sempre aggiornata, che introduce l’utente in un mondo di notizie, prove, listini, foto, video, strutturate in maniera estremamente funzionale, facili da trovare e da leggere.

 La parte informativa dedicata al mondo delle moto, con le ultime novità di prodotto, le prove, le notizie sportive, le informazioni di attualità, l’accesso ai listini, alle quotazioni dell’usato e alle sezioni dedicate a ciascuna marca, è perfettamente integrata alle aree di annunci e di mercato. La compravendita di moto registra **545.000 moto messe in vendita negli ultimi 12 mesi per un valore di 3,5 miliardi di Euro, grazie anche ai 1.200 concessionari abbonati** (il 50% circa dei concessionari ufficiali operanti in Italia).

 >>> Grande spazio ai contributi degli utenti, alla condivisione degli articoli sui principali siti di **social network** e alla partecipazione a forum di prodotto, dedicati ai possessori di modelli specifici.

 >>> Al progetto del primo quotidiano online delle moto partecipano tra le più importanti firme del giornalismo motociclistico italiano, tra le quali **Nico Cereghini, Massimo Clarke, Maurizio Tanca, Massimo Zanzani, Giovanni Zamagni e Carlo Baldi**, con inviati sui campi di gara di MotoGP, Superbike e Motocross, a garantire quantità, qualità e tempestività dell’informazione motociclistica a 360 gradi.

I listini consultabili sul sito riportano i modelli dal 1975 ad oggi e sono composti da circa 6.000 schede.

NOVITA' 2009

 Realizzazione di una **versione completamente nuova di Moto.it**: Mercato e informazione si integrano ancora di più. Moto.it è “*On line il quotidiano della moto*”.

NOVITA' 2009


 Viene rivisitato il logo e modificato il pay-off: **Moto.it “Guida la passione”**

NOVITA' 2009

 Moto.it, con la preziosa collaborazione di **Nico Cereghini**, definisce un nuovo format video di presentazione delle novità in ambito motociclistico.

NOVITA' 2009

 Con una community di **520.000 utenti registrati**, abbiamo dato grande spazio alle aree di social network. La nuova area **My Moto** permette all’utente di crearsi “un sito su misura”.

NOVITA' 2010

Aree sportive particolarmente curate con contributi qualificati di Giovanni Zamagni per MotoGP, Massimo Zanzani per Motocross e Carlo Baldi per SBK. Ciascun evento ha la copertura da giovedì a martedì con interviste audio, video e speciali.

NOVITA' 2011

Moto.it per mobile


NOVITA' 2011

Moto.it in numerose lingue con tecnologie google

NOVITA' 2011

Moto.it è anche un e-magazine distribuito periodicamente a 520.000 abbonati


NOVITA' 2011

 Il pilota di MotoGP **Andrea Dovizioso** descrive in video i 18 circuiti su cui si correrà il motomondiale. Viene allestita una nuova sala regia.

CONTENUTI, MERCATO

Oggi si dice *“l’ho trovata su Moto.it”*: Moto.it è infatti il più importante, più conosciuto e più utilizzato Marketplace di moto in Italia

- » Oltre **545.000** moto messe in vendita negli ultimi 12 mesi usate e nuove
- » **1.200** concessionari abbonati
- » **Partner delle principali case motociclistiche** per la vendita su Internet delle moto delle reti commerciali (il 85% della rete vendita BMW lavora su Moto.it)



- » Integrazione del database di Moto.it con i siti ufficiali delle case e dei concessionari
- » Partner dei siti:



» Su Moto.it viene **messa in vendita una moto ogni 60 secondi**

» Ogni inserzione viene visualizzata mediamente **200 volte**.

Gli utenti di Moto.it entrano nel sito per vendere il loro usato, informarsi sul nuovo, leggerne le recensioni e decidere dove acquistarlo attraverso le migliaia di offerte dei concessionari registrati.

Ogni prova della redazione è direttamente collegata alle moto messe in vendita dai concessionari.

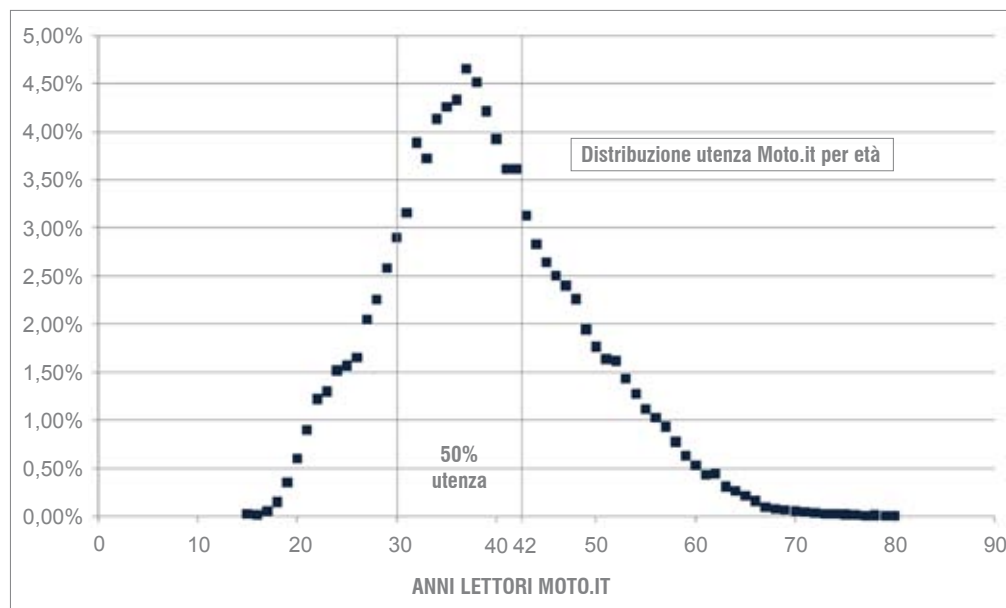
Moto.it fornisce le proprie quotazioni dell’usato al pubblico e ai professionisti attraverso le schede QMOTO disponibili sul sito con cui fotografa la situazione del mercato per ogni singolo modello, dandone anche il reale valore a cui è venduto in media e la diffusione sul mercato.

PROFILO UTENTI (Dati aggiornati il 15/9/2011)

L'utente di Moto.it è uomo, per il 50% ha un'età compresa tra i 30 e i 42 anni. Va da chi del motociclo fa uso per mobilità urbana, fino all'appassionato motociclista.

Età

Uomini	93 %	12 – 17	1,44 %	Età media: 36 anni	
		18 – 24	12,04 %		
Donne	7 %	25 – 34	38,85 %		50% utenza tra 30 e 42 anni di età
		35 – 49	41,05 %		
		> 50	11,57 %		



Regione

Lombardia	23,15 %
Emilia Romagna	11,58 %
Veneto	10,32 %
Piemonte	9,65 %
Toscana	9,00 %
Lazio	7,76 %
Campania	4,99 %
Liguria	4,48 %
Puglia	3,15 %
Marche	3,11 %
Sicilia	3,09 %
Friuli Venezia Giulia	2,24 %
Abruzzo	2,07 %
Umbria	1,54 %
Trentino Alto Adige	1,27 %
Calabria	0,94 %
Sardegna	0,67 %
Basilicata	0,44 %
Molise	0,34 %
Valle d'Aosta	0,22 %

Moto posseduta *				%
Nessuna Moto posseduta		4,40	%	
Road	Naked	26,91	%	78,11%
	Super Sportive	17,45	%	
	Enduro Stradale	11,30	%	
	Turismo / Gran Turismo	9,87	%	
	Custom	6,48	%	
	Sportive	6,09	%	
Off road	Enduro fuoristrada	7,41	%	16,82%
	Cross	4,32	%	
	Supermotard	4,27	%	
	Trial	0,84	%	
Scooter	Scooter	19,30	%	25,37%
	50 c.c.	5,35	%	
	Altro	0,72	%	

* 24,70 % degli utenti possiede 2 motocicli

Segmento auto posseduta	%
Nessuna Auto posseduta	21,54 %
Berlina	26,89 %
Station wagon	13,62 %
2 volumi e City car	11,64 %
Monovolume	7,77 %
SUV	5,58 %
Coupè	5,17 %
Fuoristrada	4,02 %
Cabrio e Spider	2,39 %
Veicolo commerciale	1,41 %

PUBBLICITA'

Campagne tabellari: destinatari delle comunicazioni **1.411.000** persone / mese
Campagne mailing (DEM): invio di e-mail a **520.000** motociclisti

Sulle pagine di Moto.it è possibile pianificare campagne di comunicazione rivolte a tutti i motociclisti, oppure rivolte a appassionati di specifici segmenti o ancora indirizzate a utenti di determinate aree geografiche.

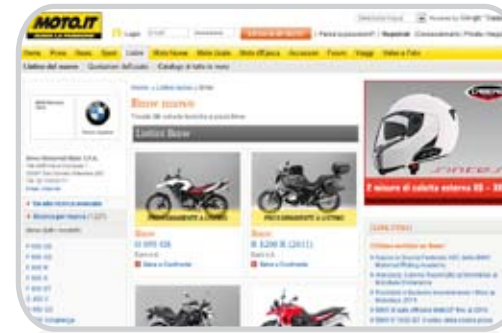
Pianificano su Moto.it le case produttrici di **moto**, i concessionari, i produttori di accessori, di abbigliamento, di parti speciali, le compagnie di assicurazione e quelle del credito al consumo e le aziende extra-settore.

Pianificano inoltre su Moto.it le aziende produttrici di **auto**.

Il successo generale delle campagne su Moto.it è dato da:

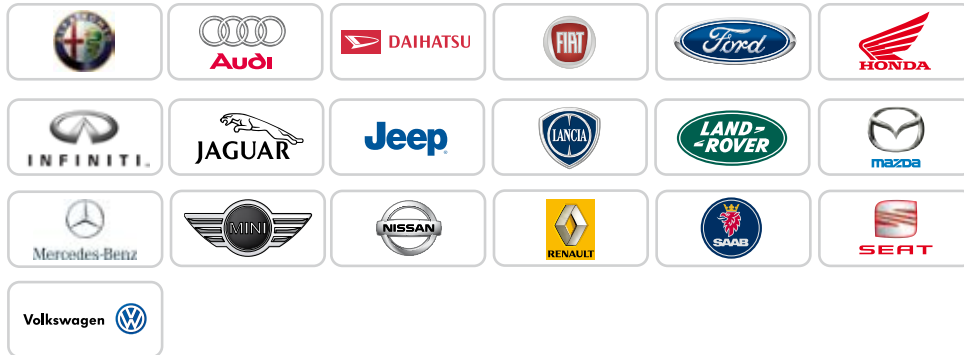
- » **ampiezza e specificità** (nessun altro sito consente di raggiungere un numero così elevato di motociclisti);
- » **target** (l'utente di Moto.it vive nelle aree più avanzate del Paese, è istruito, moderno, dinamico, dotato di ottimo potere d'acquisto. Target ideale per prodotti tecnologici, finanziari, auto, tempo libero, abbigliamento);
- » **segmentazione** (è possibile raggiungere target definiti e segmentare gli utenti per tipologia o per area geografica);
- » **impatto** (le posizioni sono poche ma grandi e in evidenza. Spesso sono ideate per il cliente da Moto.it);

- » **misurabilità dell'efficacia** (a fronte di ciascuna campagna si ottiene un risultato misurabile quale il numero di persone che l'hanno vista, i click, i preventivi o le schede di adesione);
- » **tempismo** (la pubblicità non deve seguire i tempi di stampa di una rivista. Può precedere di qualche giorno la data di un evento. Può durare un giorno o 3 mesi o solo i giorni feriali. Inizia il primo e termina l'ultimo giorno di un'offerta speciale);
- » **elasticità nella pianificazione** (le date delle campagne possono essere modificate fino al giorno prima, e la creatività della campagna può essere sostituita in corsa);
- » **utilità** (la pubblicità è spesso collocata in corrispondenza di contenuti complementari con il servizio offerto: non si tratta più di pubblicità ma di servizio. Ad esempio la possibilità di fare un preventivo dell'assicurazione mentre si sta scegliendo quale moto comprare);
- » **fruibilità e interazione** (ciascuna pubblicità permette sviluppi successivi quali: livelli di informazione ulteriori, piuttosto che moduli di registrazione o strumenti di calcolo);
- » **dinamicità** (le campagne sono animate, possono contenere video ed audio, possono cambiare a seconda del tipo di utente che le sta vedendo);
- » **economicità** (a parità di contatti costa meno degli altri media: l'inserzionista con Moto.it non paga i costi di stampa, carta e distribuzione presenti invece in una rivista).

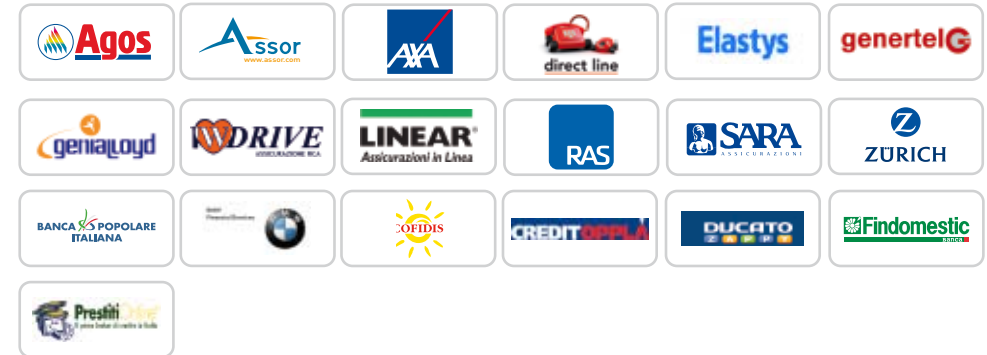


HANNO PIANIFICATO SU MOTO.IT

Auto



Assicurazioni e Credito al consumo



Grandi clienti



POSIZIONI TABELLARI

Modello	Anno	Cilindrata	Velocità	Prezzo	Consumo	Emissioni	Note
Yamaha	2011	125	140	1.200	2,5	100	
Honda	2011	125	140	1.100	2,5	100	
Kawasaki	2011	125	140	1.150	2,5	100	
Ducati	2011	125	140	1.300	2,5	100	
Aprilia	2011	125	140	1.250	2,5	100	
Benelli	2011	125	140	1.180	2,5	100	
Malossi	2011	125	140	1.220	2,5	100	
Verano	2011	125	140	1.160	2,5	100	
Malossi	2011	125	140	1.220	2,5	100	
Verano	2011	125	140	1.160	2,5	100	
Malossi	2011	125	140	1.220	2,5	100	
Verano	2011	125	140	1.160	2,5	100	

MOTO.IT MAGAZINE

Moto.it Magazine, i contenuti più interessanti del mondo delle moto selezionati per voi e consegnati puntualmente nella vostra casella email.



MOTOGP: Pedrosa torna alla vittoria in Giappone | Rossi che occasionali!
SEK: Checa vince le due gare ed è campione del mondo | Melandri e Laverty in BMW
MX: Desalle a riposo dopo l'operazione | Tyler Vilopoto Re della Scuti
NEWS: N. Cereghini "Spesso nei miei sogni c'è la moto. Anche per voi?" | Bayliss sfiora il record con la Ducati 1199 | Norme europee più dure per la sicurezza



PROVA DUCATI STREETFIGHTER 848
Guarda il video di Nico Cereghini



SPECIALE MOTOGP IL GRAN PREMIO DEL GIAPPONE
Torna alla vittoria Pedrosa, secondo Lorenzo, che recupera qualche punto su Stoner, terzo dopo un drillo. Gavito Simoncini, S' Desrosiers, entrambi penalizzati da un ride trough. Cade dopo due curve Rossi



DUCATI MULTISTRADA E HYPERMOTARD LE NOVITÀ 2012
Le novità sono quasi tutte nel look. Hypermotard SP Corse e Multistrada Touring cambiano infatti grafiche e colori. Sveliamo anche i prezzi dei nuovi modelli

Per ogni segnalazione, consiglio o suggerimento scrivi all'indirizzo staffmoto@moto.it

Se non vedi più ricevere alcun messaggio da Moto.it clicca qui e segui le istruzioni





Informazioni:

Moto.it

Via Melzo, 9

20129 Milano

Tel. 02.36686860 Fax 02.36686858

staffmoto@moto.it

Pubblicità:

**Case moto, centri media,
extrasettore, progetti speciali**

Francesco Risari

Email: risari@moto.it

Tel. 02.36686860

Cell. 335.6560238

**Case accessori, abbigliamento,
caschi, ricambi parti speciali, etc.**

Marina Giordano

Email: marina@moto.it

Tel. 02 36 68 68 66

Cell. 3661797388

Concessionari e negozi

Giovanni Lupo Stanghellini

Email: giovanni@moto.it

Tel. 02 36 68 68 56