



GUIDA LA PASSIONE

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

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



Maratona di New York, **40.000** partecipanti

Stadio di San Siro completo, **85.000** spettatori

GP del Mugello, **130.000** spettatori

Abitanti di Pisa, **350.000**

Moto.it **700.000** utenti unici/mese

»» **30 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.* *

* Utenti unici al mese.

Fonte Audiweb (Nielsen Online - Site Census) dati riferiti a settembre 2009

* * Indagine Sinottica Eurisko, per altre informazioni vedi pag. 14



276 WEST
KEEP LEFT

276 WEST
New Jersey
KEEP LEFT

KEEP NEW JERSEY GREAT

So
H

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

» età, nato nel 1997, ha festeggiato nel 2010 **il tredicesimo anno di attività**

» numero di visitatori unici, **700.000 / mese***

» numero di moto in vendita, **381.000** negli ultimi 12 mesi

» numero di pagine viste, **30 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 2009

MOTO.IT PARTNER CONFINDUSTRIA ANCMA



CONFINDUSTRIA ANCMA
Associazione Nazionale Ciclo Motociclo Accessori



Nel 2005 nasce Ancma@Moto.it: su un unico portale - www.moto.it - le offerte dei Concessionari Ufficiali. Un'iniziativa unica, realizzata dalla Associazione Nazionale Ciclo Motociclo Accessori (Confindustria ANCMA) in partnership con Moto.it e con le Case Produttrici.



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. Suddiviso in dodici categorie, il Premio WWW è il più importante riconoscimento italiano per i siti Web. Tra i siti concorrenti Alfa Romeo, Aprilia, BMW, Ducati, Ferrari, Fiat ed altri portali di informazione quali Infomotori, Motonline e Quattroruote.



CONTENUTI, REDAZIONE

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

A **12 anni dalla sua nascita Moto.it lancia una nuova sfida**: diventare un modello innovativo di intendere i siti verticali. 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 resta comunque un cavallo di battaglia del sito con circa **360.000 moto messe in vendita negli ultimi 12 mesi** per un **valore di 1,8 miliardi di Euro e un venduto stimato in 367 milioni 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, Maurizio Tanca, Massimo Zanzani e Giovanni Zamagni**, con inviati sui campi di gara di MotoGP, Superbike e Motocross, a garantire quantità, qualità e tempestività dell'informazione motociclistica a 360 gradi.

Il lavoro svolto quotidianamente dalla redazione sull'aggiornamento dei listini ha portato ad avere schede dettagliate di c.ca **5.000** modelli.

Moto.it è l'unica testata che differenzia i modelli anche in base agli allestimenti, dando modo all'utente di confrontare le differenze di un modello da un anno all'altro.

NOVITA'
20
09

Realizzazione di una versione integralmente nuova di Moto.it: Mercato e informazione si integrano ancora di più.

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 e alle sezioni dedicate a ciascuna marca, è perfettamente integrata alle aree di annunci e di mercato; storico cavallo di battaglia del sito con circa 360.000 moto messe in vendita negli ultimi 12 mesi. Sono ormai 1.200 i concessionari abbonati ai servizi offerti sul market place di Moto.it, il più importante in Italia.

NOVITA'
20
09



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

NOVITA'
20
09

Una nuova piattaforma per una nuova esperienza di navigazione. Informazione, servizi, mercato, social network, si innestano in una Homepage da quotidiano, sempre aggiornata, che vi introdurranno in un mondo di notizie, prove, listini, foto, video, strutturati in maniera estremamente funzionale, facili da trovare e da leggere.

NOVITA'
20
09

Moto.it, con la preziosa collaborazione di **Nico Cereghini**, definisce un nuovo format video di presentazione delle novità in ambito motociclistico. Nico presenta in modo "interattivo" le novità BMW S 1000 RR e Honda VFR 1200 F.

NOVITA'
20
09

Con una community di **500.000 utenti registrati**, abbiamo dato grande spazio alle aree di social network, con condivisione degli articoli, contributi degli utenti e forum di prodotto iper focalizzati, dedicati ai possessori di modelli specifici. La nuova area **My Moto** permette all'utente di crearsi "un sito su misura" salvando i contenuti preferiti e confrontando facilmente listini e annunci.

NOVITA'
20
10

La raccolta pubblicitaria extrasettore viene affidata a Mediamond (Mediaset + Mondadori Digital)

NOVITA'
20
10

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

NOVITA'
20
10

Nuovi formati pubblicitari per una maggiore targettizzazione dell'utenza.

Compra e vendi



7.773 offerte



50.895 annunci



2.159 annunci



5.182 annunci

[Inserisci annuncio >>](#)

[Nuovo](#) | **Usato** | [Epoca](#) | [Accessori](#)

-- Marca --
-- Modello --



| [TEST SUPERSPORTIVA](#) |

BMW S 1000 RR | Debutto fenomenale

PROVE | Nel settore superbike, riserva di caccia nippo-italiana, si affaccia prepotentemente la BMW con la S 1000 RR, un cliente davvero scomodo

NOVITA': [VIDEO INTERATTIVO!](#) Nico Cereghini presenta la Bmw S 1000 RR **VIDEO**: la moto, la pista, il sound del 4 cilindri Bmw tra i cordoli di Portimao [Stfolla la gallery](#) [Commenta](#)

■ [La scheda tecnica](#) ■ [Video intervista ad Andrea Buzzoni dir. gen. Bmw Motorrad Italia](#)

| [MULTIMEDIA](#) |

| [VIDEO](#) | [FOTO](#) |



VIDEO: BMW S 1000 RR | Debutto fenomenale



| [SICUREZZA STRADALE IN MOTO](#) |

Alle Nazioni Unite si parla di sicurezza

NEWS | 1.300.000 vittime sulle strade ogni anno, tra queste molte sono motociclisti. La FIM interviene in difesa dei bikers [Commenta](#)

■ [EICMA: incontro sulla sicurezza](#)

| [TEST ANTEPRIMA](#) |



Ducati Hvermotard



Nuova **BMW S 1000 RR**, la prima supersportiva di BMW Motorrad. Dal 5 dicembre in tutte le concessionarie.

VIENI A SCOPRIRLA.

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 **381.000** 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 principali siti di annunci. Tutti gli annunci inseriti su Moto.it vengono pubblicati anche sui siti di Pagine Gialle Annunci, Trova Prezzi, ShopyDoo.



» 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 una pubblicazione specializzata (QMOTO – vedi pag. 23), che 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.



“ Moto.it ci ha dato nuovamente la voglia di continuare a credere in questo lavoro ormai entrato in crisi da qualche anno. ”

Roberto Russo
Made in Japan Moto - Roma



“ Da quando la nostra concessionaria è presente su Moto.it abbiamo incrementato le vendite sia del nuovo che dell'usato. E' una vetrina che in modo economico ti da molta visibilità e va a colpire direttamente l'appassionato motociclista. Funziona davvero. ”

Francesco Nicoletti
Piacentini Moto - Valmontone (Rm)



“ Da quattro anni Moto.it è uno dei nostri collaboratori più affidabili e sicuri. E' un servizio indispensabile per qualunque concessionario che si voglia far conoscere e far conoscere i propri prodotti. Grazie alla semplicità e velocità di utilizzo, e alla cortesia e disponibilità del suo staff, in pochi passi si riesce ad avere un negozio virtuale in grado di entrare in contatto con utenti provenienti da tutta Italia. Moto.it è un piccolo investimento per un grande risultato! ”

Domenico Piciocchi
Motor Shop Mengozzi - Arezzo



“ Al momento del primo accordo con Moto.it ero scettico sul risultato finale, ma sbagliavo. Grazie a Moto.it il mio stock di motocicli usati che ad inizio anno contava circa 80 unità si è ora ridotto a 34 pezzi. Questo è un ottimo risultato considerando che il ritiro dell'usato è comunque continuato regolarmente. ”

Stefano Serri
Idee Moderne Srl - Puianello Castella (Re)



“ L'unico portale di annunci moto e dico l'unico che ci ha sempre dato nel tempo notevoli riscontri nelle vendite. Parlo con cognizione di causa, in quanto ci siamo affidati in passato ad altri quattro portali, ma con risultati praticamente inesistenti. ”

Michele Tortale
Best Motors - Avellino



“ Piccola spesa, massima resa! ”

Roberto Maroni
Maroni Giovanni & C. - Erba (Co)



“ Il risultato delle vendite su Moto.it e' stato sorprendente. Non mi aspettavo un riscontro così positivo in così poco tempo. ”

Sergio Mihaljevic
Moto Service - Padova

PROFILO UTENTI

L'utente di Moto.it è uomo, per il 52% ha un'età compresa tra i 26 e i 37 anni. Va da chi del motociclo fa uso per mobilità urbana, fino all'appassionato motociclista. E' distribuito su tutto il territorio italiano.

Uomini 95 %

Donne 5 %

Età	
12 - 17	1,90 %
18 - 24	11,58 %
25 - 34	43,91 %
35 - 49	35,75 %
> 50	6,86 %

Età media: 33 anni

52% utenza tra 26 e 37 anni di età

Regione

Lombardia	26,43 %
Emilia Romagna	12,20 %
Veneto	10,22 %
Piemonte	9,05 %
Toscana	8,98 %
Lazio	6,62 %
Campania	5,12 %
Liguria	3,88 %
Puglia	3,02 %
Sicilia	2,87 %
Marche	2,73 %
Friuli Venezia Giulia	1,94 %
Abruzzo	1,85 %
Umbria	1,38 %
Trentino Alto Adige	1,30 %
Calabria	0,97 %
Sardegna	0,57 %
Basilicata	0,44 %
Molise	0,27 %
Valle d'Aosta	0,17 %

Segmento motociclistico di interesse

			%
Road	Naked	20,54	%
	Super Sportive	15,44	%
	Sportive	9,77	%
	Turismo / Gran turismo	9,35	%
	Enduro Stradale	8,72	%
	Custom	5,14	%
			68,96%

Off road	Enduro fuoristrada	6,32	%
	Supermotard	2,97	%
	Cross	2,77	%
	Trial	0,49	%
			12,55%

Scooter	Scooter	12,64	%
	50 c.c.	3,21	%
	Altro	2,65	%
			18,50%

Segmento auto posseduta

			%
Berlina		25,26	%
Station wagon		17,73	%
2 volumi e City car		16,64	%
Monovolume		10,38	%
Coupé		7,01	%
SUV		6,53	%
Fuoristrada		4,58	%
Cabrio e Spider		3,32	%
Veicolo commerciale		1,37	%
Non possiedo auto		7,19	%



INDAGINE SINOTTICA

L'utente di Moto.it ha un livello di istruzione e un reddito medio alto con alta concentrazione di quadri e dirigenti (I.C. 208) e impiegati: persone che fanno scelte d'acquisto per sè, per la famiglia e per l'ufficio. E' un pubblico interessato oltre che alle due ruote, anche alle 4 ruote e di queste apprezza originalità, tecnologia, immagine. Usa carte di credito, viaggia e pratica sport. Nutre interesse per TV a pagamento, mondo digitale (musica, foto, videogame), cellulari, PC a banda larga.

Fonte: Eurisko Indagine Sinottica

Campione: Utenti Internet motociclisti con cilindrata > 125

1.854.000 soggetti

% comp: Percentuale di composizione

I.C.: Indice di Concentrazione (100 = valore medio)

Profilo	% comp.	I.C.
Livello di istruzione		
Laurea	18 %	214
Universita' ma non laurea	4 %	171
Diploma di scuola media superiore	39 %	156
Media superiore non conclusa	16 %	187
Licenza media inferiore	20 %	68
Professione capofamiglia		
Imprenditore/libero professionista	11 %	155
Dirigente/quadro	20 %	208
Impiegato/insegnante	28 %	161
Classe economico/culturale		
Istruzione medio bassa/reddito medio basso	8 %	36
Istruzione medio bassa/reddito alto	30 %	83
Istruzione alta/reddito medio basso	8 %	92
Istruzione alta/reddito alto	54 %	195

Stili di abbigliamento maschile	% comp.	I.C.
0 - 24	18 %	217
Trendy	20 %	287
Dimessi	7 %	98
Funzionali	25 %	304
Doppiopetto	8 %	220
Trascurati	2 %	24
Decorosi	3 %	71

INDAGINE SINOTTICA

Home entertainment e telefonia	% comp.	I.C.
Abbonamento a Sky in famiglia	36 %	179
SKY in casa: ha visto ieri	29 %	182
sa esattamente cos'è il digitale terrestre	70 %	152
Possesso web tv in famiglia	4 %	195
Web tv in futuro	6 %	150
Possesso console videogiochi in famiglia	46 %	184
Possesso personal computer in famiglia	86 %	186
Uso computer a casa tutti i giorni	37 %	255
Possesso lettore portatile di musica mp3	51 %	222
Possesso lettore dvd in famiglia	87 %	138
Cellulare per utilizzo personale	99 %	115

Viaggi e tempo libero	% comp.	I.C.
Viaggi internazionali per turismo	35 %	243
Viaggi internazionali per lavoro/studio	7 %	280
Aereo ultimi 6 mesi	27 %	252
Consumo bevande energetiche	11 %	254
Cinema ultimi 7 giorni	8 %	158
Pratica almeno uno sport con continuita'	44 %	231

Finanza personale	% comp.	I.C.
Possesso carta di credito	44 %	247
Numero carte di credito possedute		
1 carta	36 %	140
2 carte	6 %	358
3 o piu' carte	1 %	304
Prestito da una banca negli ultimi 12 mesi	9 %	275
Prestito da una societa' finanziaria ultimi 12 mesi	8 %	218

PUBBLICITA'

Campagne tabellari: destinatari delle comunicazioni **700.000** 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 interessate ad un'utenza maschile con le caratteristiche riportate nell'indagine di pag. 14/15

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).

tu con i tuoi
 tu con i tuoi
 tu con i tuoi

www.fastweb.it

ER-6n

Essential Riding.
 Provala dai Concessionari Kawasaki

PROVA IN PISTA
 LA DAYTONA 675 TRIPLE
 Varano 21 ottobre

Per prenotare manda una E-mail a: info@aprilia.it

Se non puoi in questa data clicca qui e completa il modulo.

Il calendario per i prossimi appuntamenti:
 3 ottobre, 675cc, 125CV e 12.500 giri, 127km a 11.750 giri, 160kg

Motorbike 2006 (100cc)
 1° Classifica: Triumph Daytona 675 Triple 127km/h 1° Classifica: Suzuki GSX-R600
 Supertest 2006 (Alitalia)
 1° Classifica: Triumph Daytona 675 Triple 127km/h 1° Classifica: Kawasaki ER-6n

aprilia
 Bike ma.

RIDER
 Il primo navigatore portatile creato appositamente per la 2 Ruote

OPEN DAY
 per XL 1200 Nightster™

DOCK PASS E BIGLIETTI
 BELLO, ASSEN E BRNO.

Castrol

Da 35 anni ti copriamo le spalle.
 Ma anche la testa, le mani, i gomiti, le ginocchia, i piedi.

JULY 21-27, 2007
 DAINESE OPEN DAY

PRENOTA

PROMOZIONE MONSTER 695
 OFFERTE MOSTRUOSAMENTE SPECIALI!

RAPTOR 650 tua a soli
 5.590 euro! F.C.

L'OCCASIONE RENDE L'UOMO LUPO.

APRILIA ENDUROCHAMPIONS 2007
 Il programma Aprilia Enduro per i piloti partecipanti ai campionati Mx (under 23, under 18) e ai campionati regionali Aprilia riserva un coperto montaggio per i piloti che si piazzano nelle prime 5 posizioni in 1 Classifica Generale Totale e primo classificato per Mx, ad esempio, approssimativamente 15.000 euro

MOTORALLY CUP 2007
 Il trofeo Motorally riservato ai piloti di motocross è organizzato in collaborazione con il Campionato Italiano Mx. Montepremi complessivo di 25.000 euro e che si applicherà su Aprilia TFR 450 Mx (Piacenza Rally 2007)

NUOVO JEEP PATRIOT. TRATTALO MALE.

SCOPRI LA PROMOZIONE SU
 WWW.PIRELLI.IT

genertel
 la prima assicurazione online

IL TUO AMORE PROVANDOLA SU STRADA.
 PER UN TEST RIDE.
 COPRIRE IL CONCESSIONARIO PIU' VICINO A TE.
 DOZZI.IT

PER GLI APPASSIONATI DELLA POTENZA - PER I FANATICI DI

STA ARRIVANDO L'ATTESISSIMA
 NUOVA SUV DI VOLKSWAGEN
 SCOPRI LA NUOVA
 TIGUAN

MOTO SHOP
 TUTTO da 60 a 99 Euro

www.motoshopyamaha.com

SOLO 1€

Riders

SOLO 1€

PIRELLI
 POWER IS NOTHING WITHOUT CONTROL

IN COLLABORAZIONE CON:
 MOTO.IT
 AXO
 KTM

Milano, EICMA
 14-19 novembre 2006

PlayStation 2

Tourist Trophy™
 THE REAL RIDING SIMULATOR

Giovedì 13 aprile alle 17,30 Suzuki ti invita
 alla prima assoluta della Sport Gallery.
 Zero scuse per non esserci.

presso la Concessionaria Glacchio Moto Via Settembrini,1 - Collegno (To)

off road aprilia

Un cuore non basta a contenere la tua passione.

Triumph

La prima off-road al mondo con motore bicilindrico ti aspetta!

al 30 settembre, su tutte le KTM
 motorizzazione LC8
 Adventure S
 Super Duke / Super Duke R
 Super Enduro
 Supermoto / Supermoto R)

disponibile il finanziamento in 24
 rate a tasso 0 (TAN 0, TAEG MAX 5,16)
 salvo approvazione Santander
 Consumer Bank.

visivi e fogli informativi solo
 presso i concessionari ufficiali KTM

Findomestic
 banca

I tuoi progetti a grandi passi.

BURGMAN 125 | 200

SUZUKI

199 euro al mese
 e vai incontro al tuo futuro

Rata mensile
 € 199,00
 per 67 mesi

Importo erogato
 € 10.000
 TAEG 10,16%

Rata mensile
 € 119,00
 per 54 mesi

Importo erogato
 € 5.000
 TAEG 10,75%

Rata mensile
 € 249,00
 per 84 mesi

Importo erogato
 € 15.000
 TAEG 9,56%

Rata mensile
 € 398,80
 per 94 mesi

Importo erogato
 € 25.000

990

6.190

GO YOUR OWN WAY

Nome: _____ Cognome: _____
 Indirizzo: _____ Cap: _____
 Città: _____ Provincia: _____ Selezione: _____
 Telefono: _____ E-mail: _____

Modello: _____

Finanziamento con contratto di locazione a lungo termine (leasing) da 24 a 96 mesi. Il leasing prevede un canone fisso mensile che include l'assicurazione RCA, l'assicurazione furto e incendio, l'assicurazione danni da incendio e furto, l'assicurazione danni da collisione e responsabilità civile terzi, l'assicurazione danni da incendio e furto, l'assicurazione danni da collisione e responsabilità civile terzi, l'assicurazione danni da incendio e furto, l'assicurazione danni da collisione e responsabilità civile terzi.

CASE HISTORY TABELLARI: TARGET 700.000 UTENTI UNICI / MESE**Comunicazione di un evento**

Cliente: Aprilia. **Prodotto:** Tuono 1000 – prenota il tuo test drive

Obiettivo: comunicare le caratteristiche sportive della Tuono 1000 e invitare i motociclisti a prenotare il test drive. Tempismo e interazione con il sistema di prenotazione. “133 cavalli che hanno voglia di correre. Mettiti alla prova. Prenota il tuo test drive di Tuono entro il 31 luglio”.

Durata: 21 giorni

Posizione: leaderboard in Home Page

Visualizzazioni: 900.000

Utenti: 400.000

Campagna extrasettore.

Target motociclisti. Testimonial Valentino. Comunicazione di prodotto.

Cliente: Fastweb. **Prodotto:** TV Internet Telefono

Obiettivo: portare Valentino a comunicare ai motociclisti l’offerta Fastweb. L’utenza di Moto.it è particolarmente sensibile al testimonial Valentino ed al prodotto Internet.

Durata: 30 giorni

Posizione: Overlay 400 x 400 in Home Page

Visualizzazioni: 1.200.000

Utenti diversi: 500.000

Campagna di settore.

Comunicazione di una promozione di un modello specifico.

Cliente: Ducati. **Prodotto:** Monster 695

Obiettivo: comunicare in modo diffuso e tempestivo una promozione su uno specifico modello.

Durata: 30 giorni

Posizione: Leaderboard in Home Page e pagine interne

Visualizzazioni: 3.000.000

Utenti: più di 500.000

Campagna di settore. Promozione Lubrificanti.

Cliente: Castrol. **Prodotto:** Tritone

Obiettivo: comunicare ciascun tipo di lubrificante Castrol al corrispondente segmento di motociclisti.

Durata: 60 giorni

Posizione: mercato delle moto, campagna dinamica in base alla moto presentata

Visualizzazioni: 5.000.000

KTM Supermoto Riding School

Cliente: KTM. **Prodotto:** Riding School ad EICMA 2007

Obiettivo: comunicare l’opportunità di una scuola di guida di Supermotard durante EICMA 2007. Tempismo e alta interazione con l’utente che si iscrive on line. Le iscrizioni vengono registrate in un database. Moto.it gestisce tutto il ciclo di comunicazione, raccolta dati e prenotazione.

Durata: 14 giorni

Posizione: Skyscraper in Home Page

Visualizzazioni: 500.000

Lancio nuovo modello Burgman

Cliente: Suzuki. **Prodotto:** Burgman 125/200

Obiettivo: portare l’attenzione degli utenti sul lancio di un nuovo modello di Burgman. In 3 settimane vengono raggiunti 500.000 utenti.

Durata: 21 giorni

Posizione: Overlay in Home Page e pagine interne

Visualizzazioni: 5.000.000

CASE HISTORY TABELLARI: TARGET 700.000 UTENTI UNICI / MESE**Promozione di polizze d'assicurazione**

Cliente: Genertel. **Prodotto:** Assicurazione moto

Obiettivo: veicolare il maggior numero possibile di motociclisti verso il sistema di preventivi on line offerto dalla compagnia di assicurazione. La posizione in corrispondenza di ciascun annuncio consente di dare visibilità al marchio e di comunicare esclusivamente con quanti sono in procinto di cambiare moto e quindi di stipulare una nuova polizza.

Durata: 1 anno

Posizione: Box nel dettaglio annunci

Visualizzazioni: 60.000.000

Preventivi: decine di migliaia

Promozione Pirelli

Cliente: Pirelli. **Prodotto:** Diablo

Obiettivo: comunicare al motociclista la qualità del prodotto Diablo. Campagna a forte impatto visivo.

Durata: 21 giorni

Posizione: Overlay in Home Page

Visualizzazioni: 600.000

Click: 3.500

Comunicazione solo ad appassionati moto supersportive

Cliente: Fast by Ferracci. **Prodotto:** Parti speciali moto

Obiettivo: fare conoscere i prodotti Ferracci al maggior numero possibile di motociclisti. La comunicazione è rivolta esclusivamente agli appassionati di moto sportive e supersportive. La targetizzazione dell'utenza consente un investimento pubblicitario molto mirato.

Durata: 1 anno

Posizione: Banner in corrispondenza annunci supersportive e sportive

Visualizzazioni: 4.200.000

Comunicazione solo a chi è interessato a Yamaha

Cliente: Moto Shop Yamaha. **Prodotto:** Moto usate e nuove Yamaha

Obiettivo: fare conoscere il concessionario Moto Shop Yamaha a tutti coloro che stanno comprando una moto Yamaha, nuova oppure usata. L'investimento è mirato esclusivamente su coloro che hanno impostato come criterio di ricerca nel mercato delle moto la marca "Yamaha".

Durata: 1 anno

Posizione: Box in corrispondenza di tutte le ricerche di moto Yamaha

Visualizzazioni: 12.000.000 / anno

Comunicazione del Brand

Cliente: Tucano Urbano. **Prodotto:** Brand Tucano

Durata: 21 giorni

Posizione: Sky in Home Page

Visualizzazioni: 700.000

Obiettivo: promuovere il brand Tucano Urbano e la serie TUPI (Tucano Urbano Prodotti Improbabili)

Campagna extrasettore. Target uomini. Comunicazione di prodotto.

Cliente: Gillette. **Prodotto:** Gillette Fusion

Obiettivo: comunicare le caratteristiche del prodotto ad un target maschile. L'utenza di Moto.it è al 95% costituita da uomini.

Durata: 30 giorni

Posizione: Skyscraper in Home Page e pagine interne

Visualizzazioni: 4.000.000

CASE HISTORY DEM (Direct Email Marketing): TARGET 520.000 EMAIL

Test ride in giro per l'Italia

Cliente: BMW – **Prodotto:** prova della gamma BMW

Obiettivo: comunicare in ciascuna provincia la data in cui è possibile provare la gamma BMW. L'invio avviene in date diverse per ciascuna provincia e soltanto agli utenti di quella provincia. Invito tempestivo, esclusivo, a bassi costi.

Destinatari: 11 invii a province diverse in 11 date diverse.

Sconto presso punto vendita

Cliente: Dainese – **Prodotto:** marketing del punto vendita

Obiettivo: coupon per sconto, personale, esclusivo, riservato, tempestivo.

Destinatari: 45.000 motociclisti di Milano e provincia

Iscrizione campionati monomarca

Cliente: Aprilia – **Prodotto:** Campionati monomarca off road

Obiettivo: focus su off road, tempismo, bassi costi, forte penetrazione, interazione (possibilità di raccogliere adesioni on-line).

Destinatari: utenti supermotard, enduro, cross

Inaugurazione concessionario

Cliente: Suzuki – **Prodotto:** Sport Gallery c/o concessionario Gioachino Moto di Collegno (TO)

Obiettivo: invito personale, tempestivo, esclusivo.

Destinatari: 25.000 motociclisti di Torino e provincia

Lancio nuovo modello auto

Cliente: Jeep – **Prodotto:** Jeep Patriot

Obiettivo: comunicare le caratteristiche di Jeep Patriot in tempi brevi ad un target di soli uomini, sportivi, amanti dei motori. Forte impatto.

Destinatari: 420.000 indirizzi diversi.

Open Week end

Cliente: Triumph – **Prodotto:** Tiger 1050

Obiettivo: invio solo a potenziali interessati, massima focalizzazione e tempismo, interazione.

Incentivo: sconto 20% su abbigliamento a chi compila coupon on line e si presenta in un negozio Triumph.

Apertura stagione

Cliente: BMW – **Prodotto:** apertura stagione

Obiettivo: invio tempestivo e a forte impatto ad inizio della stagione.

Destinatari: 420.000 indirizzi diversi

Lancio nuovo modello

Cliente: Moto Guzzi – **Prodotto:** Norge 1200

Obiettivo: raggiungere il maggior numero di motociclisti, con un messaggio emozionale.

Destinatari: 420.000 persone diverse

Lancio nuovo modello

Cliente: Aprilia – **Prodotto:** Off-Road

Obiettivo: comunicazione a basso costo, target specifico.

Destinatari: 90.000 motociclisti off-road

Promozioni su modelli

Cliente: Yamaha – **Prodotto:** FZ6 e FZ6 Fazer

Obiettivo: tempismo, riferimento al mercato, forte penetrazione.

Destinatari: tutti gli utenti

Appuntamento in pista

Cliente: Triumph – **Prodotto:** Daytona 675 Triple

Obiettivo: basso costo, target specifico, tempismo.

Destinatari: appassionati sportive e supersportive

Lancio prodotto nuovo

Cliente: Tom Tom – **Prodotto:** Tom Tom Rider

Obiettivo: massima diffusione del messaggio, forte impatto.

Destinatari: 420.000 motociclisti

Open Day - 35° anniversario

Cliente: Dainese – **Prodotto:** visita azienda

Obiettivo: invito a visitare l'azienda. Esclusivo, riservato, tempestivo.

Destinatari: 420.000 motociclisti di tutta Italia

Lancio nuova testata

Cliente: Hachette Rusconi – **Prodotto:** Riders

Obiettivo: massima diffusione del messaggio a target di uomini motociclisti.

Destinatari: 420.000 motociclisti

HANNO PIANIFICATO SU MOTO.IT

Case motociclistiche



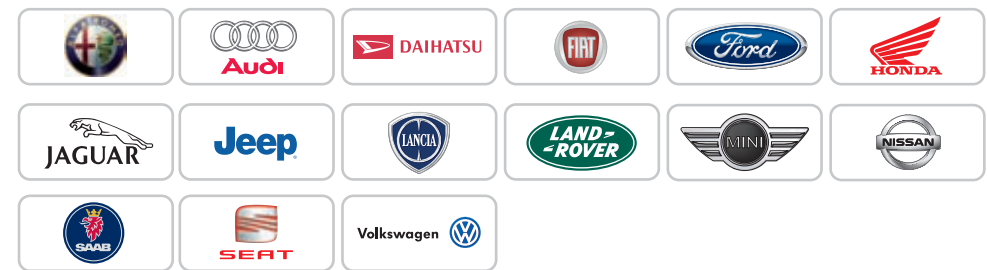
Aziende del settore



Assicurazioni e Credito al consumo



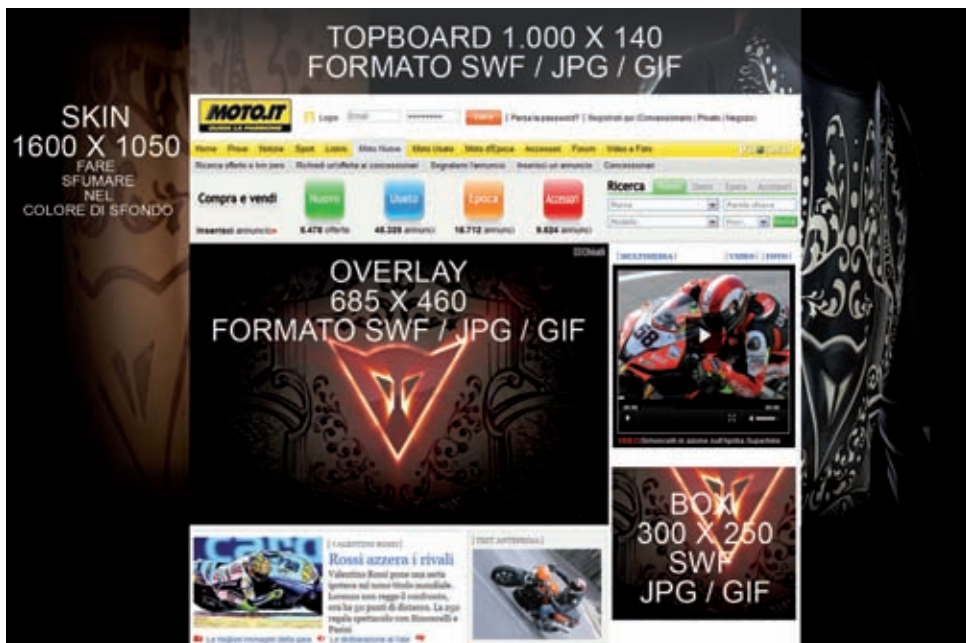
Auto



Grandi clienti



POSIZIONI TABELLARI





Informazioni:

Moto.it

Via Melzo, 9

20129 Milano

Tel. 02.36686860 Fax 02.36686858

staffmoto@moto.it

Pubblicità:

Moto.it

Francesco Risari

Tel. 02.36686860

Cell. 335.6560238

risari@moto.it