

MOTO.IT AL SERVIZIO DEI CENTAURI DELLA RETE

Creato nel 1997 da Francesco Risari e Ippolito Fassati, Moto.it è presto diventato un punto di riferimento per i centauri di tutta Italia. Il successo è stato tale che, nel 2004, c'è stato il passaggio anche alla carta, con una rivista dedicata in edicola. «Al momento siamo il sito leader per quanto riguarda il settore delle motociclette - racconta Francesco Risari - con 515 mila utenti unici che consultano 36 milioni di pagine al mese (dati Audiweb di settembre). In dieci anni di vita, il sito è cresciuto e migliorato, ma senza mai perdere di vista il suo scopo: fornire agli utenti un mercato delle moto, mettendo a disposizione uno spazio in cui vendere la propria o trovare quella che si desidera». In un anno, su Moto.it vengono messe in vendita 250 mila motociclette. «Se si considera che nello stesso lasso di tempo in Italia ne vengono vendute 480 mila usate - commenta Risari - ci rendiamo conto che sul nostro sito transita una quota molto importante del mercato. Insieme ai prodotti in vendita forniamo poi una serie di informazioni sulle procedure per il passaggio di proprietà, schede tecniche, listini, quotazioni, prove, guide alla scelta della due ruote più adatta. Ma il dato sorprendente è che risultiamo il secondo sito di informazione più visitato di tutto il settore automotive e con le sole motociclette accumuliamo un traffico superiore anche ai siti che trattano di due e quattro ruote insieme. Al primo posto per pa-

gine viste c'è Quattroruote e subito dopo ci siamo noi - afferma con il socio del portale -. Tant'è vero che, nel 2005, abbiamo vinto il Premio WWW de Il Sole 24 Ore nella categoria Automotive. Un importante riconoscimento ci è giunto anche dall'Ancma, l'associazione di Confindustria dedicata ai produttori di moto, con la quale abbiamo stretto una partnership per favorire la vendita di moto da parte dei produttori ufficiali. A dimostrazione che anche le case motociclistiche trovano in Moto.it un canale di vendita efficace». L'utente tipo del sito è un motociclista maschio, giovane adulto, benestante, di istruzione medio-alta, che decide gli acquisti per sé, la famiglia e l'ufficio. «Un dato, questo, emerso da un'indagine sinottica di Eurisko - spiega Risari - che ci consente di ospitare non solo campagne per le due ruote, ma anche per auto, veicoli commerciali, elettronica di consumo, cinema, tempo libero, abbigliamento ecc. Il sito si sta sempre di più caratterizzando per i suoi contenuti editoriali. Stiamo spingendo la parte informativa con un forte impulso alle prove e siamo riconosciuti come una delle testate più importanti in questo ambito. Quotidianamente, inoltre, sviluppiamo un editoriale sul mondo delle due ruote in un'apposita rubrica denominata "Focus". Moto.it sarà presente all'Eicma, la fiera delle moto, dal 6 all'11 novembre, proseguendo i festeggiamenti per i suoi 10 anni.



The screenshot shows the Moto.it website interface. At the top, there's a navigation bar with 'MOTO.IT' logo and various menu items like 'HOME', 'MOTO', 'MOTO USATE', 'MOTO COMMERCIALI', 'MOTO ELETTRICHE', 'MOTO ELETTRICHE', 'MOTO ELETTRICHE', 'MOTO ELETTRICHE'. Below the navigation bar, there's a search bar and a list of featured articles. The main content area is divided into several sections: 'USATO' (Used), 'NUOVO' (New), 'RUBRICHE' (Columns), 'COMUNITA' (Community), and 'COMPRA E VENDI' (Buy and Sell). The 'COMPRA E VENDI' section is highlighted, showing a search for 'Honda Transalp XL 700V' with a price of 2.490. Other sections include 'FOCUS' (Focus), 'EICMA, primizie milanesi' (Eicma, Milanese news), and 'Ricerca veicoli annunci' (Search vehicle announcements).