



IL PERCORSO È DAL DIGITALE ALLA CARTA STAMPATA

Moto.it per i centauri della rete

IL PORTALE VERTICALE COMPIE DIECI ANNI DI VITA E FESTEGGIA CONTANDO 515 MILA UTENTI UNICI CHE CONSULTANO 36 MILIONI DI PAGINE AL MESE

Creato nel 1997 da **Fran-**
cesco Risari e **Ippolito**
Fassati, **Moto.it** è pre-

sto diventato un punto di riferi-
mento per i centauri di tutta ita-
lia. Il successo è stato tale

che, nel 2004, c'è sta-
to il passaggio anche
alla carta, con una rivi-
sta dedicata in edico-
la. «Al momento siamo
il sito leader per quanto

riguarda il set-
tore del-
le moto-
ciclette
- raccon-
ta Fran-
cesco
Risari -

, con 515 mila utenti unici che
consultano 36 milioni di pagi-
ne 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 uten-
ti un mercato delle moto, met-
tendo a disposizione uno spazio
in cui vendere la propria o trova-
re quella che si desidera». In un
anno, su Moto.it vengono mes-
se in vendita 250 mila motoci-
clette. «Se si considera che nello

stesso lasso di tempo in
Italia ne vengono ven-
dute 480 mila usate -
commenta Risari -, ci
rendiamo conto che
sul nostro sito tran-

sita una quota molto importan-
te del mercato. Insieme ai pro-
dotti in vendita forniamo una
serie di informazioni sulle proce-
dure per il passaggio di proprie-
tà, schede tecniche, listini, quo-
tazioni, prove, guide alla scelta
della due ruote più adatta. Ma
il dato sorprendente è che ri-
sultiamo il secondo sito di in-
formazione più visitato di tut-
to il settore automotive e con
le sole motociclette accumuliamo
un traffico superiore anche
ai siti che trattano di due e quat-
tro ruote insieme. Al primo po-
sto per pagine viste c'è *Quat-* ▶



Francesco Risari e Ippolito Fassati



La home page del portale Moto.it

troruote 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 da **Ancima**, 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 e altro ancora. 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 è presente a Eicma, la fiera delle moto, in programma fino all'11 novembre in fiera a Milano, proseguendo i festeggiamenti per i suoi 10 anni.