



DOPO IL SUCCESSO NEL 2006 DI IWA, QUEST'ANNO C'È IL SUMMER COMMUNITY Infomotori non lascia, anzi raddoppia i concorsi IN PARTENZA ANCHE UNA CAMPAGNA WEB FINO A GENNAIO SUI MAGGIORI PORTALI E SUI SITI DI SETTORE

Dopo il successo del 2006, quest'anno **Infomotori Web Awards - Auto Più Bella Del Web 2008** ha voluto raddoppiare i concorsi per rafforzare la community del portale motoristico, aggiungendo al primo anche **Infomotori Summer Community**, riservato ai nuovi iscritti del portale motoristico diretto da **Ivana Cenci** e **Carlo Valente**. Incoraggiati dalle oltre 100.000 preferenze raggiunte dalla prima edizione dell'Iwa, **Infomotori.com** ha voluto proseguire l'esperienza apportando alcune migliorie e trovando nuovamente l'adesione convinta di **Subaru Italia**, che quest'anno mette in palio una **Impreza** (in commercio dal 4 ottobre), un forte incentivo a partecipare al concorso. **Infomotori Web Awards - Auto Più Bella del Web 2008** chiede infatti agli internauti di indicare la vettura più bella in assoluto e quindi di scegliere la migliore per ognuna delle 10 categorie selezionate (Citycar, 4x4 Small & Medium,



Infomotori si conferma un portale molto attivo nelle iniziative per gli utenti

Suv, Sportive, Donna, Scoperte, Monovolume, Station Wagon, Ecologiche e Tuning). Lo scorso anno è stata eletta "Auto più Bella del Web" l'**Alfa Romeo Spider**. Il concorso (dal 15 settembre 2007 al 31 gennaio 2008) sarà promosso con un'importante campagna advertising pianificata sui maggiori portali nazionali e di settore (fra cui il portale del **Motorshow** di Bologna 2008) per un totale di

oltre 15 milioni di impressioni distribuite da settembre a gennaio a cui si aggiungeranno altre iniziative di marketing e comunicazione. A differenza di altri premi, il riconoscimento di **Infomotori** ha il vantaggio dell'assoluta indipendenza, garantita dalla vastità della giuria popolare che non consente manipolazioni e gli stessi sistemi di votazioni (studiati dalla **Telemar**, partner tecnico

fin dal lancio di **Infomotori.com** e responsabile di tutta l'area tecnica e della connettività del portale) neutralizzano eventuali brogli, dal momento che ogni votante può esprimere solo un voto per il premio assoluto e altri 10 per le rispettive sottocategorie. Con **Infomotori Summer Community** (che ha messo in palio una **Peugeot 107** che sarà estratta a breve) e la seconda edizione dell'Iwa, il portale motoristico intende rafforzare la fidelizzazione dei propri lettori che a luglio hanno sfiorato il milione di accessi (dati **Nielsen/NetRatings**) e raggiungere i 100.000 iscritti entro la fine dell'anno per poi raddoppiarli nel 2008 grazie anche a tre concorsi. Intanto **Infomotori** registra importanti tassi di crescita, mantenendo elevato il profilo dei propri lettori (come certificato da **Nielsen/NetRatings**) e un buon trend di crescita dei ricavi, indispensabili per assicurare gli investimenti necessari per offrire un'elevata qualità e servizi elevati contenuti tecnologici.

magazine settimanale di comunicazione, marketing e media business

mediaforum