

INTERVISTA. PARLANO IL DIRETTORE CARLO VALENTE E L’A.D. DI CAVAL EDITRICE IVANA CENCI

Infomotori.com presenta la web tv

Tante le novità proposte dal portale dedicato all’informazione motoristica



Infomotori.com, web magazine di informazione motoristica, dopo esser divenuto uno dei siti del settore più visti ed apprezzati (come testimoniano i panel automotive Nielsen/NetRatings), sfrutta il biennio 2007/8 per consolidare le proprie posizioni e soprattutto allargare l’offerta sfruttando le potenzialità della rete, a partire dalla web tv, con il lancio di www.infomotori.tv. Per conoscere le ultime novità e gli sviluppi futuri abbiamo raggiunto Carlo

Valente, direttore responsabile della testata, e Ivana Cenci,

amministratore delegato della Caval Editrice e della concessionaria Caval Service Web Media.

«Infomotori.com sta rispettando i trend di crescita, puntando sempre più sulla qualità piuttosto che sulla quantità - spiega Valente -. Il team di Infomotori è praticamente raddoppiato quest’anno, sfruttando sia risorse interne che esterne, tanto da poterci ormai permettere di offrire una prova su strada (auto o moto) al giorno e realizzare oltre 20 aggiornamenti quotidiani. Per policy non amiamo comunicare a quali portali forniamo contenuti, ma possiamo ricordare che quasi tutti i maggiori portali nazionali utilizzano per i loro canali motori anche, o soltanto, articoli di Infomotori.com. E presto anche i nostri video». Per quanto riguarda i dati numerici: «Nel 2007 vogliamo posizionarci attorno al milione di accessi mensili e sulle 700.000 visite uniche. A marzo e luglio abbiamo persino superato il target. Le pagine viste viaggiano sui 10 milioni. Da qui al 2010 vogliamo divenire un portale motoristico a 360 gradi, ad oggi copriamo la “sola” parte informativa. Per tale motivo ci stiamo attrezzando per potenziare tutta l’area servizi confidando di poter implementare diverse aree entro metà 2008. Il 2009 sarà poi un anno strategico. La versione inglese è comunque già una realtà battezzata www.infomotori.co.uk, che dovrà ora essere sviluppata adeguatamente con risorse estere. L’usato sta dando risultati qualitativi decisamente incoraggianti e la nostra community ci sorprende per fedeltà e dinamismo. Ivana Cenci ci parla invece dell’area concorsi: «E’ una bella sfida che ci sta facendo da un lato sudare e dall’altro dando soddisfazioni. Siamo partiti lo scorso anno con la prima edizione di Infomotori Web Awards – Auto Più Bella del Web che ha superato le 100.000 preferenze complessive. Da metà settembre è partita la seconda edizione, sempre in collaborazione con Subaru Italia, che quest’anno mette in palio una Subaru Impreza Model Year 2008 per uno dei fortunati votanti. Grazie a Peugeot Automobili Italia abbiamo invece realizzato il primo Infomotori Summer Community con in palio una 107. Per il 2008 stiamo già lavorando su altri fronti». Ma le novità non si fermano a [Infomotori.tv](http://www.infomotori.tv), come conferma Valente: «**Infomotori.tv è un progetto nato nel 2005 che ha seguito costantemente Ivana Cenci. Ad inizio 2007 abbiamo finalmente verificato la fattibilità, attivando il team della Telemar affinché concretizzasse tecnicamente quanto elaborato da Ivana. Mi preme qui ringraziare Enrico Cascioli, nostro consigliere tecnico, e la coppia Alessio Cortiana ed Alessandra Gomes. È una web tv di ultima generazione e quindi accanto alle playlist con cui si possono predisporre i contenuti secondo i propri gusti, si può diventare parte attiva sfruttando la tecnologia Web 2.0 e soprattutto il canale My Video, che consente di ospitare filmati realizzati dai nostri lettori. Da noi non troverete**

interviste e tante parole, ma moltissime auto e moto con video raccolti in tutto il mondo che non si fermano al solo prodotto, passando per il life style e gli stessi spot tv. Lanciata la web tv penseremo ad altri due progetti che vanno incontro alle esigenze dei clienti e degli stessi lettori che chiedono da un lato maggiori informazioni e dall'altro una profilazione sempre più mirata». Dal punto di vista pubblicitario: «La web tv consente di abbinare spot tv da circa 10 secondi all'inizio dei video con uno spazio 300x250 in cui inserire un adv tradizionale o magari un video banner da 30 o 60 secondi. Infomotori.tv diventa quindi la ciliegina sulla torta per la pianificazione più avanzata e profilata, mentre con infomotori.co.uk permettiamo alle imprese italiane di comunicare con gli appassionati di lingua inglese».