

Grandi novità, tutte digitali, per Libero

Westin Palace, Milano ore 11.30 – 17 aprile 2012

Il Direttore di Libero Maurizio Belpietro ha presentato oggi durante una conferenza stampa, le ultime novità digitali del suo quotidiano: il nuovo sito internet liberoquotidiano.it che sarà on line e visibile a tutti da venerdì 20 Aprile 2012 realizzato da Virtualcom Interactive, partner di Libero dal 2009, che lo ha ridisegnato sia tecnicamente che graficamente, e le nuove applicazioni per il mondo mobile.

“Il nuovo sito è stato pensato per dare voce alle notizie in modo innovativo e originale con ampio spazio agli approfondimenti e ai dossier di cronaca. Una grafica accattivante, semplice ma ricca di funzionalità per garantire la massima interazione dei pubblici e per facilitarne ulteriormente la lettura da parte dell’utente” dice Gian Luigi Cavallo Direttore Generale Virtualcom Interactive.

Sono inoltre state presentate le nuove applicazioni mobile di Libero che offriranno, a breve, la possibilità all’utente finale di ascoltare le notizie pubblicate sull’edizione del giorno, nella modalità iPod, come un album musicale. La nuova versione audio arricchisce quindi le App del quotidiano già presenti sul mercato digital e, unitamente a questo servizio, saranno integrate dalla sezione Libero TV con tutti i suoi video, tra gossip e attualità; inoltre avranno anche la funzionalità notification push che non farà più perdere alcuna notizia importante, anche agli utenti con i devices in modalità stand by.

Fra i relatori oltre al Direttore Belpietro e a Gian Luigi Cavallo, anche Luca Paglicci Direttore della Divisione WebSystem, area digital della concessionaria del Gruppo 24 ORE, a cui è stata affidata dal gennaio 2010 la vendita degli spazi pubblicitari del sito liberoquotidiano.it. Paglicci si è soffermato in particolare sulle ottime performance di raccolta pubblicitaria del 2011 e del primo trimestre 2012 “risultati positivi che rafforzano la partnership con Libero e che siamo convinti si replicheranno anche con la nuova release del sito”. Sono stati illustrati i dati di audience e la costante crescita degli stessi durante tutto il 2011 e i primi due mesi del 2012, sia in termini di utenti unici medi giornalieri che di pagine viste. “La qualità di un sito si registra anche attraverso il tempo medio di permanenza da parte degli utenti. L’aumento fino al raddoppio di questo importante indicatore, ci consente di garantire ai nostri clienti inserzionisti una sempre maggiore attenzione al loro messaggio pubblicitario”.

Grande soddisfazione è stata espressa dal Direttore Maurizio Belpietro per questo ulteriore passo in avanti nel processo di digitalizzazione e innovazione che conferma, ancora una volta, la profonda attenzione di Libero alla diffusione e alla raggiungibilità dell’informazione, “adesso anche grazie alla possibilità di ascoltare il giornale ed essere sempre raggiunti dalle notizie”.