

COMUNICATO

Fidelity Uomo e Fidelity Donna: ecco i nuovi canali verticali del network FidelityHouse

A poche settimane dal lancio di Fidelity Cucina, il network di FidelityHouse si allarga e mette online altri due canali verticali: Fidelity Uomo e Fidelity Donna.

FidelityHouse, l'innovativa piattaforma che coniuga il **crowdsourcing journalism** all'informazione **social media oriented**, torna ancora una volta a far parlare di sé e lo fa con due grandi novità.

A poco più di un mese dal lancio di Fidelity Cucina, il primo canale verticale di FidelityHouse, Francesco Fasanaro, presidente di Horizon Group, annuncia **il lancio di Fidelity Uomo e Fidelity Donna**, che sono già online agli indirizzi uomo.fidelityhouse.eu e donna.fidelityhouse.eu.

Si tratta di due canali verticali che intendono esplorare rispettivamente l'universo maschile e quello femminile in tutte le loro sfaccettature, dalla sessualità alle guide fai da te e che vanno ad ampliare il **network firmato FidelityHouse, in concessione a Leonardo ADV, controllata di Triboo Media**. Entrambi i canali verticali rispecchiano la filosofia full screen content di Fidelity Cucina e avendo allargato lo spazio visivo dell'utente, viene garantita una user experience ai massimi livelli.

Fidelity Uomo e Fidelity Donna si affiancano dunque a **Fidelity Cucina** che a poche settimane dal lancio ufficiale vanta già numeri di cui esser fieri, con 1.400.000 pagine viste al mese e 800.000 UV mese (fonte dati: Google Analytics) e a **Fidelity News** che ha da poco superato 30.000.000 di Pagine viste al mese e conta quasi 9.000.000 di UV mese (fonte dati: Google Analytics).

L'obiettivo di rendere sempre più social l'informazione, enfatizzando il concetto di giornalismo partecipativo, è stato ulteriormente confermato dalla **certificazione delle due principali fan page Facebook** con il sempre più ambito "bollino blu".

FidelityHouse, nel corso del 2016, incrementerà gli investimenti sul canale Facebook, al fine di raggiungere entro l'anno 1 milione di fan complessivi tra le fan page di Fidelity Cucina e FidelityNews, cercando allo stesso tempo di instaurare **un vero e proprio dialogo con gli utenti**.

Ne è una palese dimostrazione l'**elevata reattività della fan page di Fidelity Cucina** (che conta più di 220.000 fan, un'interazione mensile superiore a 1.000.000 e una copertura mensile pari a 16 milioni di persone, fonte dati: Facebook) ed il **bassissimo tempo di risposta ai suoi fan (meno di 3 minuti in media)**.

Inoltre, è già in cantiere la nuova app di FidelityHouse che intende superare il concetto di semplice informazione, ponendosi oltre all'obiettivo di far incontrare persone con stesse passioni ed interessi, anche quello di sapere più nel dettaglio quali sono i reali interessi di ogni singolo utente per avere infinite opportunità di comunicazione one to one.

Triboo Media – quotata sul mercato AIM Italia – è uno dei principali digital publishing network indipendenti sul mercato pubblicitario italiano. La società offre servizi integrati di web advertising, sia brand sia performance, e di publishing, vantando fra i suoi asset **leonardo.it**, portale che si posiziona nel panorama media come aggregatore di riferimento dei siti web verticali, e il network editoriale di **HTML.it**, una delle principali realtà web italiane.

Per maggiori informazioni: www.triboomedia.it

Triboo Media S.p.A.

Investor Relations

Giangiacomo Corno

Investor.relator@triboomedia.it

Tel. +39 02 64.74.14.01

Nomad

Banca IMI S.p.A.

Paolo Baruffaldi

paolo.baruffaldi@bancaimi.com

Tel. +39 02 7261.2814

Barabino & Partners

Stefania Bassi

s.bassi@barabino.it

Luciano Majelli

l.majelli@barabino.it

Tel. +39 02 72.02.35.35

Milano, 22 marzo 2016