

21

INFLUENCER MARKETING

powered by UPA

Che tubo facciamo? La campagna integrata di Pringles per l'estate 2020

Rosario Magro, Co-founder & Client director FLU

Partner dell'evento





INGFUL



ESSERE RILEVANTI



ESPRESSO 2019/2020/2021

TEMPO MEDIO SPESO PER VISITATORE PER CATEGORIA

Il tempo medio speso è di 2h 53 min al giorno, di esso l'82% viene speso su mobile

% Tempo medio per visitatore per categoria su segmento demografico

Entertainment Social Networking Instant Messengers Games News/Information Retail Other

Età 18-

24



Età 25-

34



Età 35-

44



Età 45+



Uomini

18+



Donne 18+



Fonte: Comscore MMX Multi-Platform, Marzo 2021, Italia



UNA NUOVA SFIDA

ESSERE RILEVANTI

+

**CONQUISTARE
IL TEMPO**

ENTERTAINMENT



SOCIAL NETWORKS





#PlayWithPringles





INFLUENCER E DISINTERMEDIAZIONE DIGITALE

GRAZIE

21 **INFLUENCER
MARKETING**
powered by UPA