

28 settembre 2015 13:50

## ■ ■ ITALIA: Pubblicità e fiducia. Indagine Nielsen

Che sia una chiacchiera davanti a un caffè, che sia un commento su Facebook gli italiani si fidano del passaparola: il 74% dei consumatori considera credibili i consigli di conoscenti diretti, il 64% i commenti postati sui social. La credibilità dei siti aziendali si colloca allo stesso livello di quella della televisione (45%). Emerge dalla Global Survey "Trust in advertising" realizzata da Nielsen su un campione di 30.000 individui in 60 Paesi, tra i quali l'Italia. Al terzo posto si posizionano i contenuti editoriali di quotidiani e periodici. In Europa il formato digitale pubblicitario più seguito è quello del keyword advertising (digitale associato a parole chiave) che in pochi anni ha raggiunto quota 36%.