



IL PROFILO DEL CONSUMATORE SOCIALMENTE CONSAPEVOLE: LA FIDUCIA PER TIPOLOGIA PUBBLICITARIA (in %)

Consumatore	Tipologia pubblicitaria	Media campione
	Raccomandazione di conoscenti	
	Post on line di altri consumatori	
	Siti web aziendali	
	Contenuti editoriali	
	Newsletter (su iscrizione dell'utente)	
	Sponsorizzazioni	
	Cartellonistica	
	Pubblicità televisiva	
	Pubblicità su riviste	
	Pubblicità su quotidiani	
	Pubblicità radiofonica	
	Pubblicità sui social network	
	Pubblicità sui mobile devices	
	Banner on line	
	Sms	

Fonte: Nielsen – The Global,
Socially-Conscious Consumer, 2012

**Largo
Consumo**