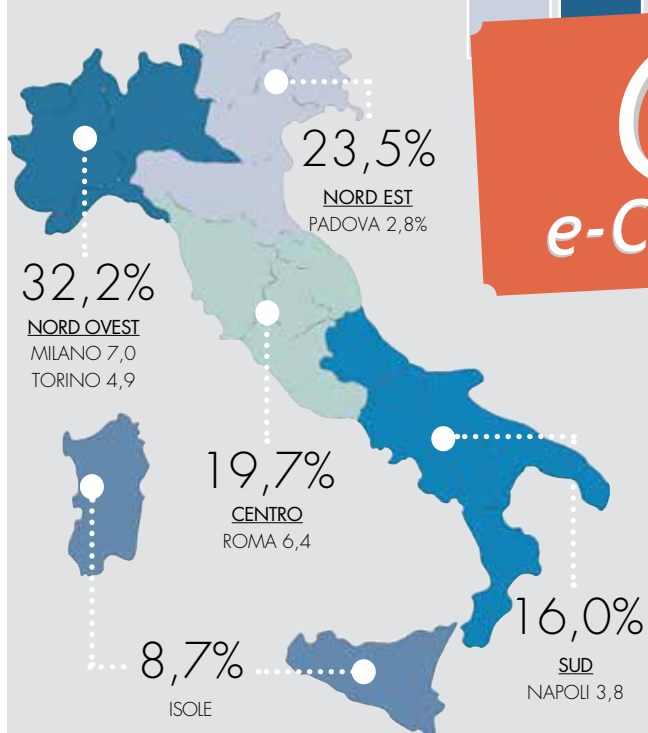


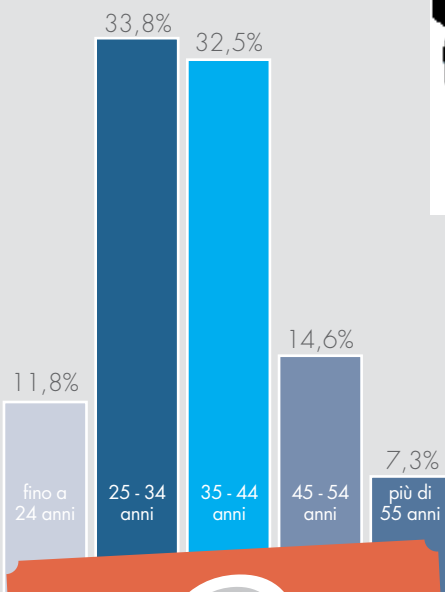
# Il buono sconto corre nel web

Fu Coca Cola, nel lontano 1887, ad inventare i coupon quale strumento di marketing per sostenere il sellout di prodotto. Il successo delle campagne, concepite attraverso sconti o test di nuovi prodotti, l'ha fatto diventare nel tempo uno dei più efficaci metodi per avvicinare i consumatori all'acquisto. Oggi l'avvento delle nuove tecnologie digitali ne sta rilanciando l'uso tramite la distribuzione e la stampa e, in un prossimo futuro, con la possibilità di integrarlo nei borsellini elettronici di cui sono dotati gli smartphone.

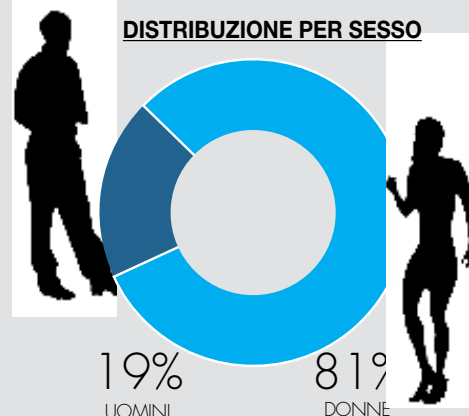
**DISTRIBUZIONE PER AREA DI CHI STAMPA eCOUPON**



**DISTRIBUZIONE PER AREA DI CHI STAMPA eCOUPON**



**DISTRIBUZIONE PER SESSO**



**61%**

DEI NAVIGATORI ITALIANI LI CONOSCE



A fine 2014 si stima che verranno distribuiti via internet quasi 80 milioni di coupon, a fronte di una distribuzione totale in crescita rispetto all'anno precedente, che raggiungerà complessivamente i 440 milioni di buoni

**INCREMENTO DEI BUONI DISTRIBUITI VIA INTERNET (IN MLN)**

