

IL GRUPPO MILANESE AMPLIA LA PROPRIA OFFERTA DI CONTENUTI DIGITALI

## TRIBOO PORTA I BRAND DEL FOOD SU TIKTOK CON DILETTA SECCO

T-Talent, business unit dedicata all'influencer marketing di Triboo, Gruppo attivo nel settore digitale e quotato sul mercato MTA di Borsa Italiana, estende la propria offerta di contenuti al mondo di TikTok, il social network cinese che ha superato 2 miliardi di download nel 2020. Diletta Sacco, food influencer di Viareggio, è la prima content creator con la quale Triboo ha stabilito un accordo esclusivo, per raccontare il mondo della cucina attraverso video ricette e consigli utili rivolti alla sua community di mezzo milione di follower. La sua fan-base, composta prevalentemente donne di età compresa tra i 18 e i 25 anni, l'ha resa uno dei volti più di tendenza su TikTok in Italia. Triboo continua a puntare

sull'influencer marketing, sfruttando nuovi canali di comunicazione digitale, per guidare i brand verso l'intercettazione di un'audience sempre più mirata. Giangiacomo Corno, Vicepresidente di Triboo commenta: «L'evoluzione della nostra offerta verso l'influencer marketing è avvenuta in maniera naturale e, nonostante l'anno particolare, ci sta portando grandi soddisfazioni e conferme sul piano strategico. Siamo orgogliosi di rappresentare Diletta, una creator in grado di realizzare contenuti originali che restituiscono ottimi KPI in termini di engagement della sua community su TikTok, ma anche su Instagram, dove la sua popolarità sta crescendo in maniera vertiginosa: un



DILETTA SECCO

piano editoriale trasversale, che non si limiterà al mondo del Food».

