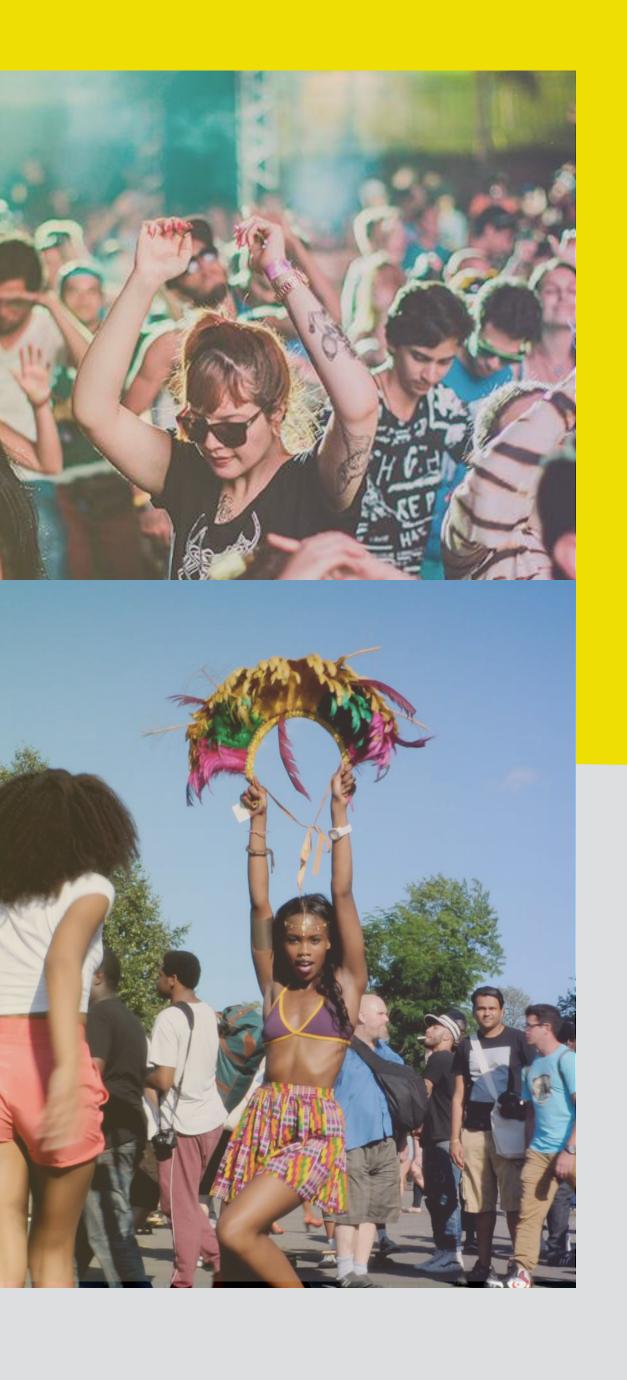


media kit

## PULSO É UM PROJETO COLETIVO, FEITO POR E PARA APAIXONADOS POR FESTIVAIS

Na prática, somos um hub de conteúdo digital e pesquisa sobre o estilo de vida em torno dos festivais de música



## POR QUE FESTIVAIS DE MÚSICA?

Primeiro veio a Internet. Depois, os smartphones e redes sociais. Desde então, os festivais nunca foram os mesmos.

Ressignificados na era pós-digital, são hoje espaços de discussão, pontos de encontro para comunidades em busca de novas experiências e conteúdos além da música.

«Mais que um aglomerado de shows realizados num mesmo espaço, festivais de música são hoje plataformas para discussões sobre estilo de vida.» — The Festivalization of Culture (2014)

«Enquanto a música ainda é o que os conecta, os festivais têm abraçado outras formas de entretenimento como workshops, filmes, gastronomia, arte e destino turístico para famílias.» — The Guardian (2014)

«Mais que nunca, marcas estão usando música e entretenimento para estabelecer uma forte relação com seus consumidores. É um caminho poderoso para criar associações entre marcas e grandes audiências.» — Millennial Marketing (2014)

«Os festivais continuam a ser os maiores fazedores de dinheiro na indústria da música, e sua popularidade apenas parece aumentar ano após ano.» — Forbes (2016)





## PERFIL DO PÚBLICO

Pesquisa realizada em nosso site em Dez/2015 com 600 participantes de 22 estados e que estiveram em mais de 40 festivais no Brasil e no mundo

60% entre 18-25 anos

**30% entre 26-35 anos** 

10% acima de 36 anos

Renda mensal

16% Até R\$1000

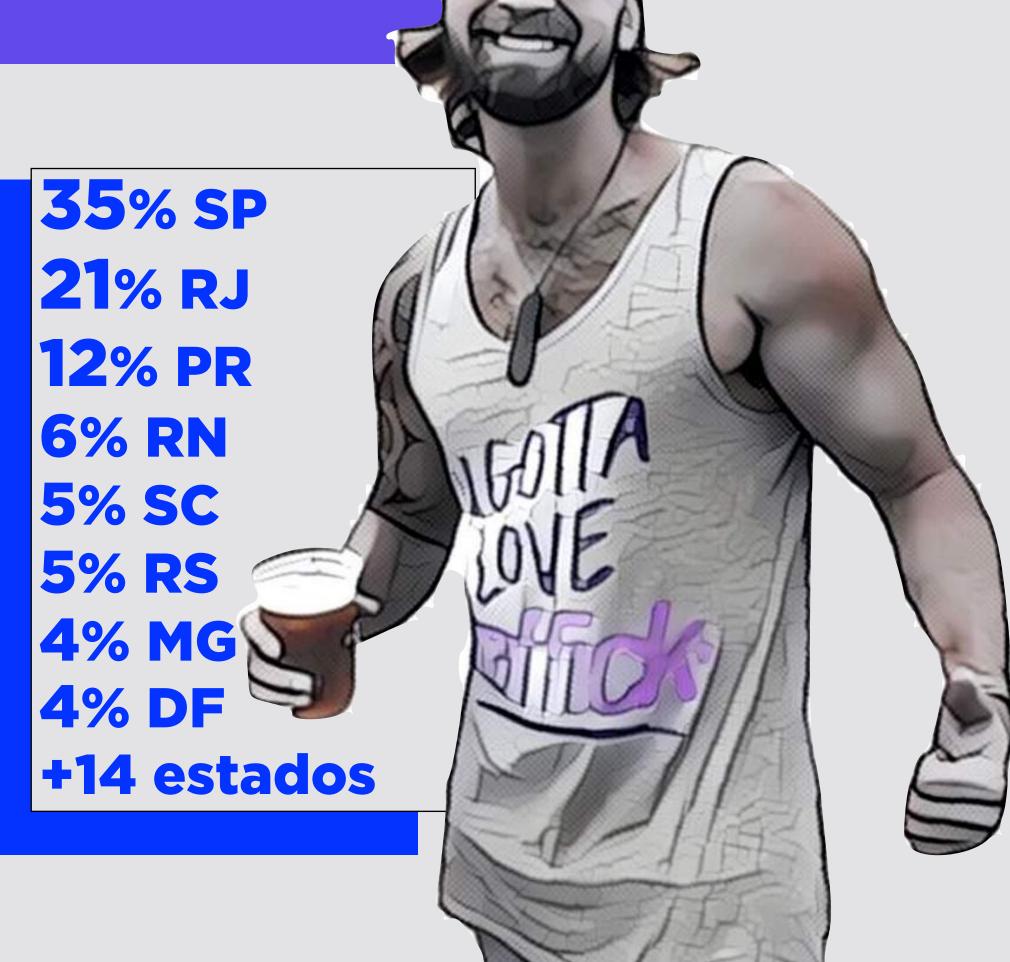
**57%** Entre R\$1000-3000

16% Entre R\$3000-5000

14% Mais que R\$5000

63% masculino

37% feminino



## PERFIL DO PÚBLICO

76% cursa ou concluiu ensino superior

69% se

**Estados** Unidos foi o principal destino

Foi a algum festival fora

do Brasil

45% comprou na loja de merchandising

> consome bebidas alcóolicas

lembra de um patrocinador

O que pensa sobre patrocinador

Aceito, mas não influencia minha experiência 46%

Podem melhorar a experiência do público 41%

Não percebo ou me aborrece

