

I dati ci dicono che siamo sempre più in fissa con gli influencer (Ferragni in primis)

LINK: <https://imbruttito.com/2023/10/20/siamo-sempre-fissa-influencer-ferragni>



I dati ci dicono che siamo sempre più in fissa con gli influencer (Ferragni in primis) Fanno riflettere i dati emersi dalla nuova ricerca Italiani & Influencer realizzata da BVA Doxa: oltre 27 milioni di italiani nel range 18-74 anni che hanno ammesso di seguire almeno un influencer o i canali social di un brand editoriale. Dite quello che volete, ma la verità è che tutti noi seguiamo almeno un influencer. Almeno uno che ci ispira simpatia, passione, entusiasmo e che spessissimo condiziona i nostri acquisti, o scelte alimentari, o destinazioni e interessi. Fanno riflettere i dati emersi dalla nuova ricerca Italiani & Influencer realizzata da BVA Doxa in collab con Mondadori Media e Buzzoole, con l'obiettivo di indagare le opinioni degli italiani sulle delle star dei social. Probabilmente ci siete anche voi tra gli oltre 27 milioni di italiani nel range 18-74 anni che hanno ammesso di seguire almeno un influencer o i canali

social di un brand editoriale (+17% rispetto al 2021), un dato che corrisponde al 71% degli utenti attivi sui social. Numeri che - se mai ce ne fosse stato bisogno - confermano quanto siamo addicted di persone e realtà nei nostri processi d'acquisto. Poi magari borbottiamo se scopriamo che le aziende pagano un botto le sponsorizzazioni, ma evidentemente il loro power è talmente radicato che non potrebbe essere altrimenti. Sempre in base ai dati della ricerca, il 57% degli italiani tra i 18 e i 54 anni, ha dichiarato di seguire tutti i santissimi giorni un macro influencer o i canali social di un brand editoriale (+20 punti percentuali in due anni), l'8% una volta a settimana e soltanto il 5% ha dichiarato raramente. A titolo informativo: quando parliamo di macro influencer intendiamo persone e brand editoriali con almeno 100mila follower riconosciuti come autorevoli dalle proprie

community in sei campi specifici: lifestyle, beauty, fashion, entertainment, food e wellness. E secondo voi chi sono i primi 5 macro-influencer per notorietà in Italia? Vabbè, la prima è facile facile: in pole position c'è stabile Chiara Ferragni (citata dall'86% del campione), ma un po' a sorpresa dopo di lei spuntano due realtà del mondo food: Giallozafferano (72%) e Benedetta Rossi (72%). Al quarto posto c'è la guru del trucco e parrucco, ClioMakeUp (62%) e al quinto Aurora Ramazzotti (60%). E se anni fa Instagram era prima di tutto il regno dei fashion influencer, oggi al primo posto tra gli interessi social troviamo il food a pari merito con l'entertainment, con il 58%. E insomma, siamo talmente scimmiati con questi personaggi e realtà da farci condizionare nei nostri processi di acquisto: il 46% degli intervistati ha fatto sapere di aver fatto almeno un acquisto suggerito da un

influencer e l'83% ne ascolta spesso i consigli. Un dato nuovo e curioso riguarda i virtual influencer: per la prima volta in assoluto in Italia è emerso che ci sono oltre 3 milioni di italiani (in particolare dal target Gen Z e Millennials) che seguono almeno influencer virtuale, uno che quindi non esiste. Il 57% degli intervistati, li segue addirittura ogni giorno, il 28% ogni 2-3 giorni, il 7% più o meno una volta a settimana, il 4% ogni 10-15 giorni e soltanto il 5% quando gli gira, senza particolare frequenza. Figo? Inquietante? Fate voi. Seguici anche su Instagram, taaac!