

2a wave / 2023

# ITALIANI & INFLUENCER

I protagonisti dei social  
visti dai loro follower

**HUBITS**

**Bva** Doxa

**MONDADORI**  
MEDIA

**BUZZOOLE**



# PRESUPPOSTI DI RICERCA

---

- La popolazione italiana attiva **42,5 MLN**   $\frac{18}{74}$
- **90%** gli utenti internet -> **oltre 38 MLN**  **oltre 27 MLN di italiani segue almeno un influencer**

## MACRO INFLUENCER

---

- **Oltre 1.300 persone**   $\frac{18}{54}$    
Contattate dal **panel web proprietario hubits**
- **Oltre 250 analizzati tra brand editoriali sui social media e «social star» italiani** > 100mila follower
- Dall'indagine sono escluse le celebrities, cioè personaggi pubblici la cui notorietà non è strettamente connessa ai social media

**BRAND EDITORIALI**  
Sui social media

**SOCIAL MEDIA STAR**

**100K**  
FOLLOWERS



---

## CRESCITA 2023 vs WAVE 2021

---

ATTRAVERSO IL PANEL WEB PROPRIETARIO HUBITS ABBIAMO CONTATTATO

OLTRE 1.300 PERSONE RAPPRESENTATIVE DEGLI ITALIANI  18  
54

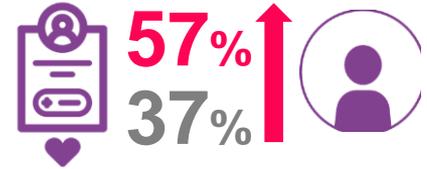


**Numerosità dei fruitori  
e loro frequenza in aumento**

Rispetto alla wave del 2021



Il campione corrisponde a **20 milioni  
di italiani tra i 18-54 anni**  
che seguono influencer rispetto  
ai **12 milioni del 2021**



Gli influencer risultano seguiti **tutti  
i giorni dal 57% del campione**

**+20 punti % in 2 anni**

---

# TEMATICHE ANALIZZATE



**LIFESTYLE**



**BEAUTY**



**FASHION**



**ENTERTAINMENT**

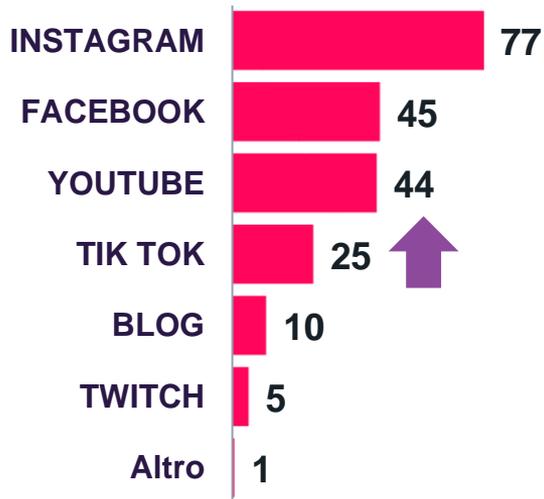


**FOOD**



**WELLNESS**

# BRAND E INFLUENCER: I SOCIAL DI RIFERIMENTO



	SALUTE WELLNESS	INTRATTENI MENTO	BEAUTY	FASHION	FOOD	LIFESTYLE
	74	77	76	85	70	83
	47	43	39	38	53	44
	45	47	41	31	51	39
	21	30	29	25	21	23
	9	7	9	13	14	11
	5	6	7	3	3	6
Altro	1	1			1	1

Q: Su quali canali social soprattutto frequenti un MACRO INFLUENCER in quest'ambito?

# TOP 5 BRAND E INFLUENCER

QUALI SONO I PRIMI 5 PER NOTORIETÀ SPONTANEA IN ITALIA?



Chiara  
Ferragni



Giallozafferano



Clio  
Makeup



Fedez

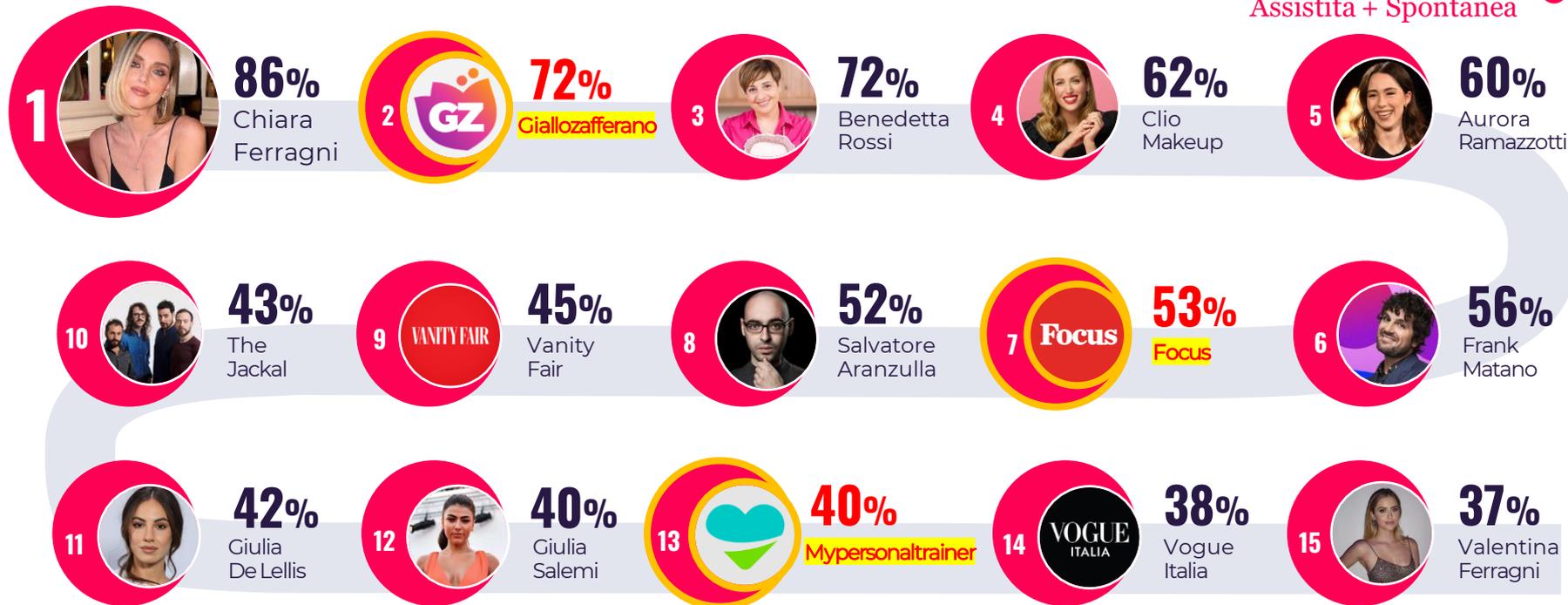


Benedetta  
Rossi

# BRAND E INFLUENCER

## QUALI SONO I PRIMI 15 PER NOTORIETÀ TOTALE IN ITALIA?

Notorietà Totale:  
Assistita + Spontanea



TOTALE CAMPIONE

**NOTA METODOLOGICA:** Si intende notorietà totale una somma logica, ovvero in aritmetica è un OR, cioè se la persona dichiara spontaneamente di conoscere quell'influencer O seleziona che lo conosce a livello della conoscenza assistita = allora conosce quel personaggio (Conoscenza Totale). Quindi Conoscenza Totale include tutte le persone che dichiarano di conoscere quell'influencer O in spontanea O in suggerita.



## BRAND E INFLUENCER: PROCESSO D'ACQUISTO

**83%**

degli intervistati **tiene  
in considerazione  
i consigli di acquisto**  
dei brand e degli  
influencer



**46%**

degli intervistati  
**acquista un prodotto  
consigliato** da un  
brand o da un  
influencer

Si acquista maggiormente nel:



BEAUTY



FOOD



FASHION

## IL RUOLO DEI BRAND E DEGLI INFLUENCER NEL PROCESSO D'ACQUISTO

**1**

**TUTOR**

Spiegano i prodotti

**2**

**TRENDSETTER**

Segnalano le novità

**3**

**ADVISOR**

Indicano dove e come  
comprare un prodotto

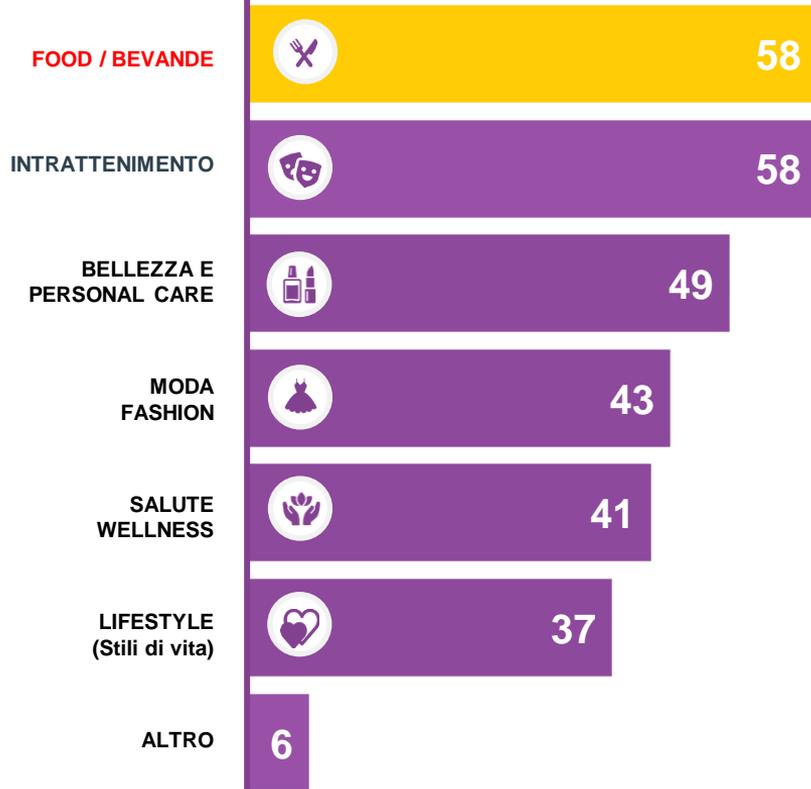
# L'INTERESSE SUI SOCIAL

Food al top



È il tema che riscuote più successo, è il preferito assieme alla categoria Entertainment

# 58%



# TOP 10

Brand e influencer  
**FOOD** più conosciuti  
in Italia (Conoscenza  
assistita)

FOOD



Giallozafferano



Benedetta  
Rossi



Il Cucchiaino  
D'Argento



La Cucina  
Italiana



Chiarainpentola  
Chiara Maci

GialloZafferano

## Caratteristiche principali

È aggiornato/segue le novità

Mi fido di quello che dice

Le sue informazioni sono  
di qualità



Luca  
Pappagallo



Sonia  
Peronaci



Cookist



Cooker Girl  
Aurora Cavallo



Daniele Rossi  
Chef



Influencer di **ZENZERO**  
**TALENT AGENCY**

BASE INTERVISTATI  
557 individui

# TOP 10

Brand e influencer  
**FOOD** più conosciuti  
in Italia (Conoscenza  
assistita)

  $\frac{18}{24}$

CAMPIONE



**GialloZafferano**

Notorietà  
assoluta su  
**GEN Z**

**ZENZERO**  
TALENT AGENCY

Influencer di **ZENZERO**  
**TALENT AGENCY**  
Tra i più conosciuti

01



100%

Giallozafferano

02



91%

Benedetta  
Rossi

03



79%

Luca  
Pappagallo

04



74%

Daniele Rossi  
Chef

05



72%

Adrianthrr

06



69%

Rosy  
Chin

07



68%

Max  
Mariola

08



66%

2FoodFitLovers

09



63%

Cooker Girl  
Aurora Cavallo

10

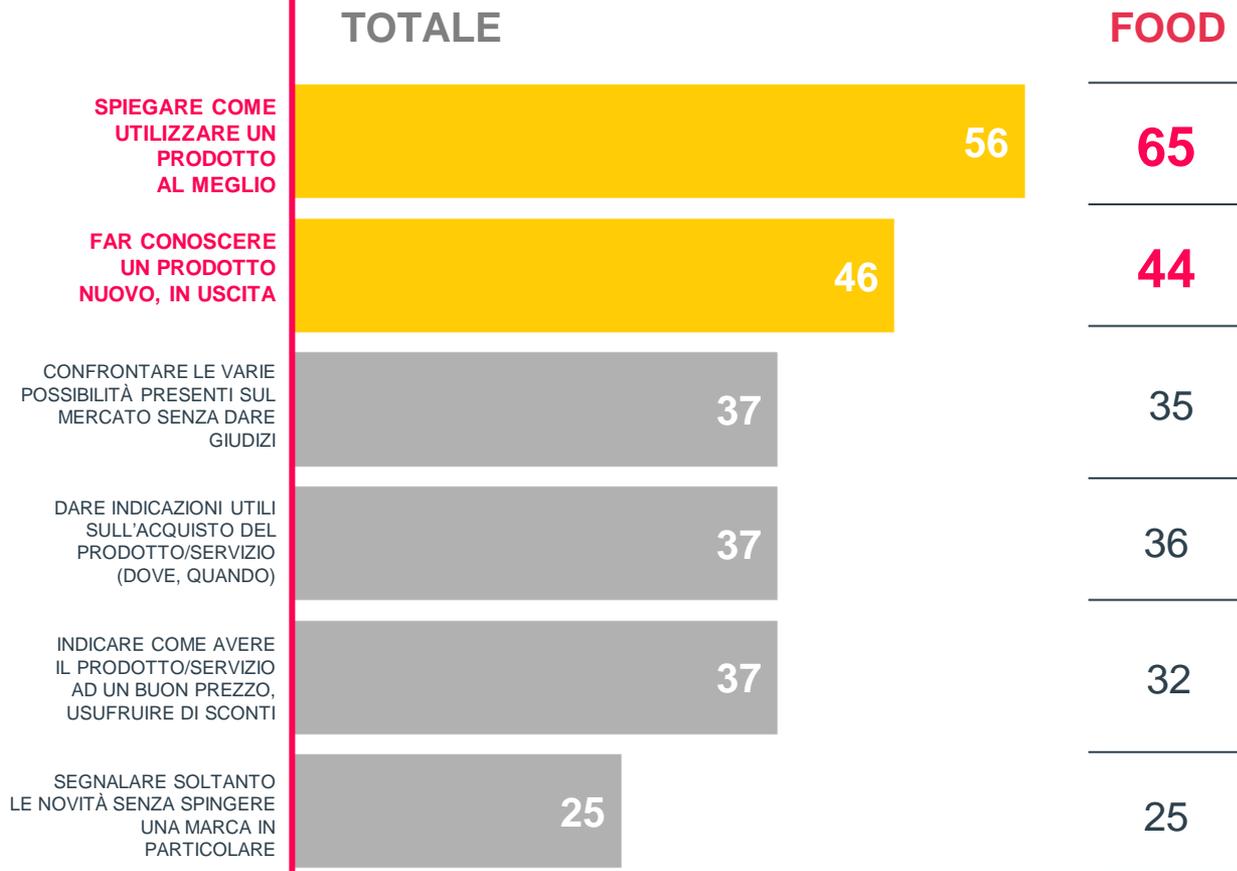


68%

Ruben  
Bondi

# IL RUOLO DEI SOCIAL NEL FOOD

Conoscenza  
e tutorial  
sui prodotti



# RICETTE E CUCINA

Ricette e Cucina: i driver  
che influenzano le scelte



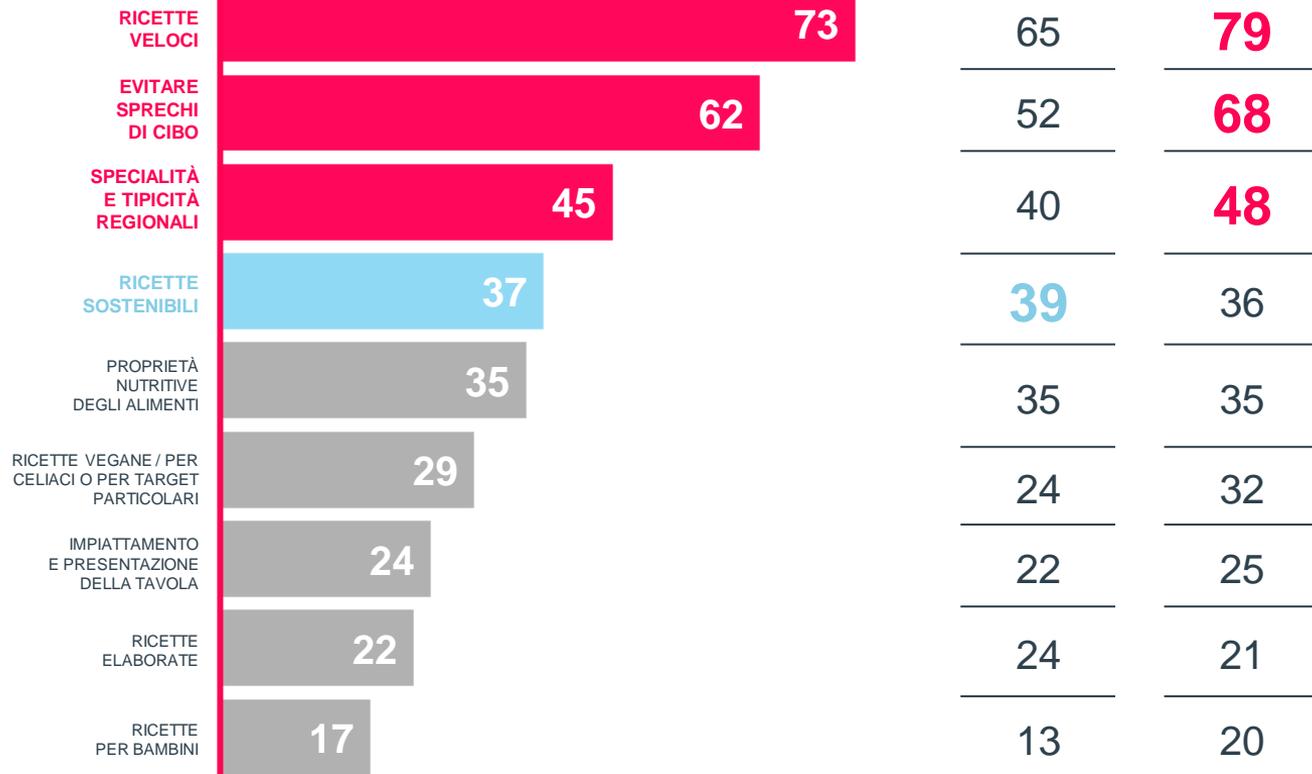
Veloci: praticità



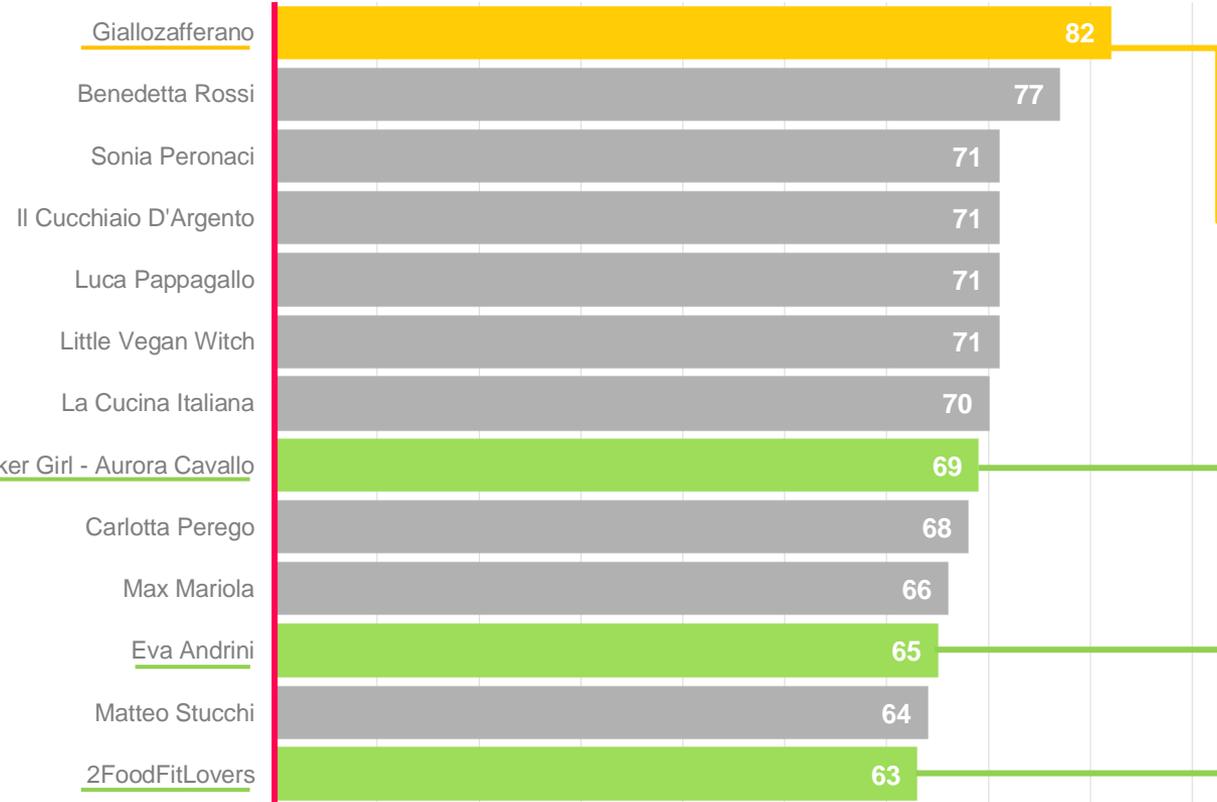
Evitare sprechi



Consapevolezza



# INFLUENZE SU ACQUISTI



**GialloZafferano**

Il target più giovane è quello più coinvolto e propenso agli acquisti consigliati dal brand

88%   $\frac{18}{24}$



In classifica tre influencer di ZENZERO TALENT AGENCY

# TOP 10

Brand e influencer **BEAUTY** più conosciuti in Italia (conoscenza assistita)

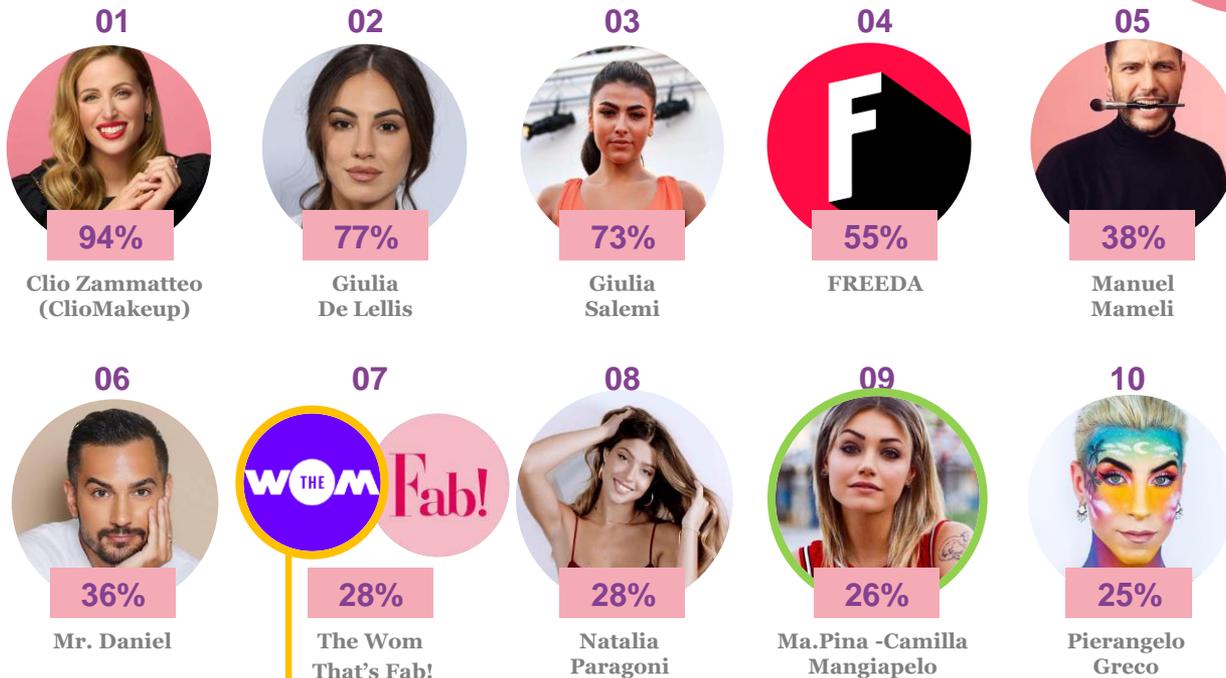
## BEAUTY



Appartiene a **Power Talent Agency**



CLASSIFICA CONOSCENZA ASSISTITA (**DONNE**)



A un anno dal lancio è nella top ten, conosciuto da un terzo dei **beauty lovers**

BASE INTERVISTATI  
277 individui

# IL RUOLO DEI SOCIAL NEL BEAUTY

Conoscenza, imparzialità  
e sconti sui prodotti



**SPIEGARE COME  
UTILIZZARE UN PRODOTTO  
AL MEGLIO**

FAR CONOSCERE  
UN PRODOTTO  
NUOVO, IN USCITA

**CONFRONTARE LE VARIE  
POSSIBILITÀ PRESENTI SUL  
MERCATO SENZA DARE  
GIUDIZI**

DARE INDICAZIONI UTILI  
SULL'ACQUISTO DEL  
PRODOTTO/SERVIZIO  
(DOVE, QUANDO)

**INDICARE COME AVERE  
IL PRODOTTO/SERVIZIO  
AD UN BUON PREZZO,  
USUFRUIRE DI SCONTI**

SEGNALARE SOLTANTO  
LE NOVITÀ SENZA SPINGERE  
UNA MARCA IN  
PARTICOLARE

TOTALE

BEAUTY

56

61

46

45

37

41

37

35

37

41

25

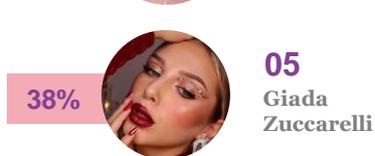
21

# INTENTION TO BUY

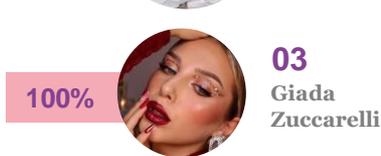
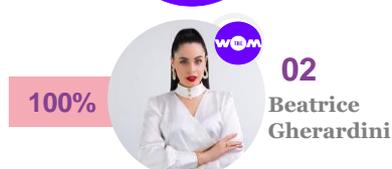
Quali brand e influencer **beauty** influenzano di più gli acquisti?

Sul podio come primo **BRAND EDITORIALE** nel mondo beauty

TOTALE  
DONNE



DONNE  
18/24



TARGET GIOVANE  
18/24 anni  
**100%** 

si fida completamente di **The Wom** per gli acquisti, primo brand editoriale in classifica parimerito con creator con contenuti molto creativi

In media ciascun follower ha acquistato 3 prodotti consigliati dagli influencer



**53%** Il macro influencer del mondo beauty sono considerati degli esperti da cui ricevere informazioni

Il canale di riferimento è **INSTAGRAM** **76%** 

# MAKE UP, PRODOTTI, TIPS

Cosa interessa  
ai **BEAUTY LOVERS**?



CATEGORIA	%	DETTAGLI
MAKE UP TUTORIAL	65%	 forte soprattutto sulle <b>donne 18-24 (71%)</b> , <b>18/24</b>
PRODOTTI E CONSIGLI PER VISO E PELLE	52%	 con una maggiore incidenza su 45 -54 anni che arriva al <b>61%</b> <b>45/54</b>
PROVA PRODOTTI	49%	 più interessante per le <b>25-34enni</b> con il <b>60%</b> , <b>25/34</b>
ROUTINE QUOTIDIANA TRUCCO	45%	 più accentuato sulle <b>18-24enni</b> , <b>18/24 53%</b>

# TOP 10

Brand e influencer **WELLNESS** più conosciuti in Italia (conoscenza assistita)

## WELLNESS



Unico **brand editoriale** in classifica e più del doppio del secondo player

Maggiore incidenza sul **target giovani** e sulle **donne** (18-24 93% e donne 91%)

5 Fitfluencer di Mypersonaltrainer **in top ten**

il **59%** dei conoscitori gli riconosce la capacità di **influenzare le abitudini quotidiane** con i consigli pubblicati

01



Mypersonaltrainer

02



Giuseppe Healthy

03



UnaGinecologa PerAmica

04



2FoodFitLovers

05



Cotto al Dente Davide Campagna

06



OHGA

07



Dario Bressanini

08



Nicolò Famiglietti

09



Denise Della Giacoma

10



Enrico Scordino

TOTALE CAMPIONE  
408 individui



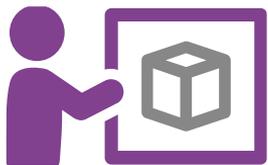
Influencer di  
**ZENZERO TALENT  
AGENCY**



Influencer di  
**POWER TALENT  
AGENCY**

# IL RUOLO DEI SOCIAL NEL WELLNESS

Tutorial sui prodotti  
e imparzialità



**SPIEGARE COME  
UTILIZZARE UN PRODOTTO  
AL MEGLIO**

FAR CONOSCERE  
UN PRODOTTO  
NUOVO, IN USCITA

**CONFRONTARE LE VARIE  
POSSIBILITÀ PRESENTI SUL  
MERCATO SENZA DARE  
GIUDIZI**

DARE INDICAZIONI UTILI  
SULL'ACQUISTO DEL  
PRODOTTO/SERVIZIO  
(DOVE, QUANDO)

INDICARE COME AVERE  
IL PRODOTTO/SERVIZIO  
AD UN BUON PREZZO,  
USUFRUIRE DI SCONTI

SEGNALARE SOLTANTO  
LE NOVITÀ SENZA SPINGERE  
UNA MARCA IN  
PARTICOLARE

TOTALE

WELLNESS

56

60

46

39

37

43

37

36

37

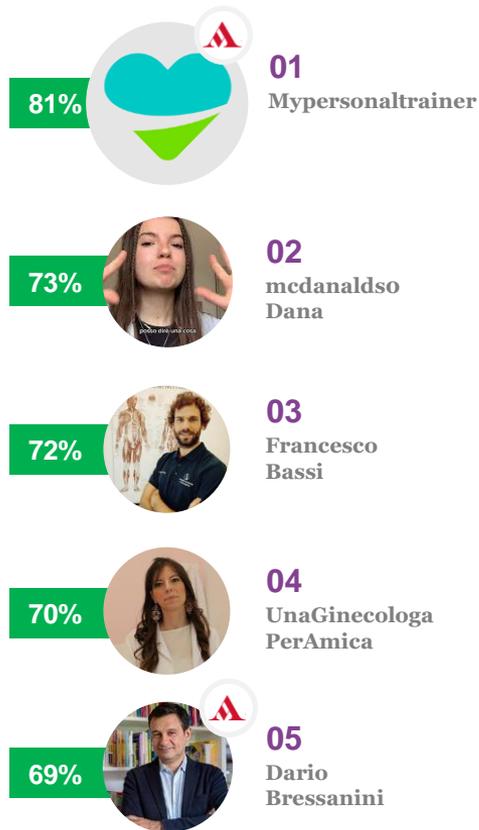
35

25

26

# INTENTION TO BUY

Quali brand e influencer **wellness** influenzano di più gli acquisti?



In media ciascun follower ha acquistato 3 prodotti consigliati dagli influencer



**55%** I macro influencer del mondo wellness sono considerati degli esperti da cui ricevere informazioni

Il canale di riferimento è  
INSTAGRAM



# TRAINING, RIMEDI NATURALI E MENTAL HEALTH

Cosa interessa  
ai FIT & WELLNESS  
LOVERS?



CATEGORIA	%	DETTAGLI
ESERCIZI PER TENERSI IN FORMA	59%	 forte soprattutto sulle <b>donne (67%)</b> , e sulle <b>45-54enni (65%)</b> , <b>45/54</b>
BENEFICI DEI PRODOTTI E DEI RIMEDI NATURALI	42%	 con una maggiore incidenza su 45 -54 anni che arriva al <b>52%</b> e sulle <b>donne (49%)</b> , <b>45/54</b>
MENTAL HEALTH	40%	 più interessante per le giovani <b>18-34 anni</b> con il <b>49%</b> , <b>18/24</b>
DESCRIZIONE DEI SINTOMI E POSSIBILI RIMEDI	31%	 Ma forte sulle <b>18-24enni</b> , <b>37%</b> , <b>45/54</b>

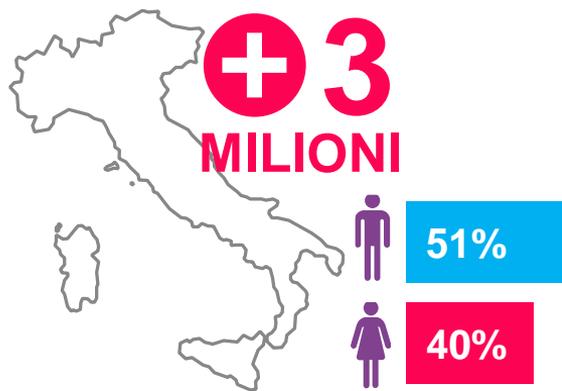
**VIRTUAL**

**INFLUENCER**



# VIRTUAL INFLUENCER

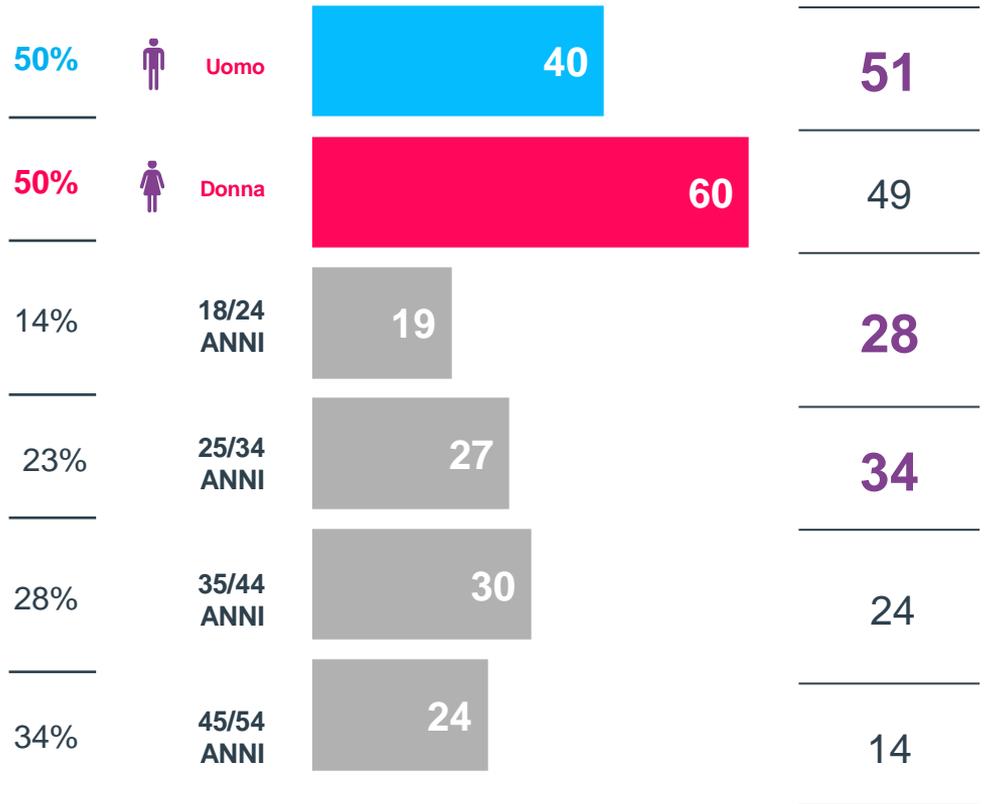
Chi li segue?



In Italia ci sono **oltre 3mln di persone che seguono almeno un virtual influencer**, a prevalenza maschile (51% vs 40% media Italia) e con **ottima penetrazione sul target Gen Z e Millennials**.

# Caratteristiche TARGET

Popolazione Italiana 18/54 anni

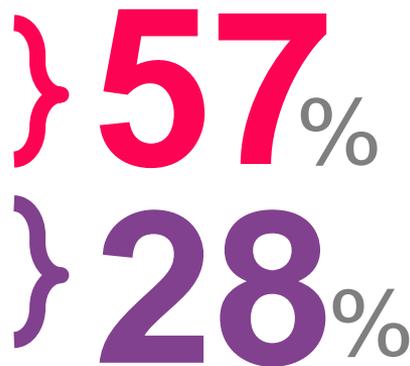


# VIRTUAL INFLUENCER

Con che costanza vengono seguiti da chi li conosce?

Chi conosce e segue i Virtual Influencer lo fa in **modo costante ogni giorno (come se fossero influencer reali)**

Ogni giorno, in continuità	21%
Ogni giorno, quando capita	35%
Ogni 2/3 giorni	16%
2/3 volte la settimana	11%
Più o meno 1 volta la settimana	7%
Ogni 10/15 giorni	4%
Più raramente, non ho una frequenza abituale	5%



Quanto spesso il target segue gli influencer reali e/o i brand editoriali?

57% Ogni giorno



— GRAZIE —

 **MONDADORI**  
**MEDIA**