

2a wave / 2023

ITALIANI & INFLUENCER

I protagonisti dei social
visti dai loro follower

HUBITS

BVA Doxa

MONDADORI
MEDIA

BUZZOOLE



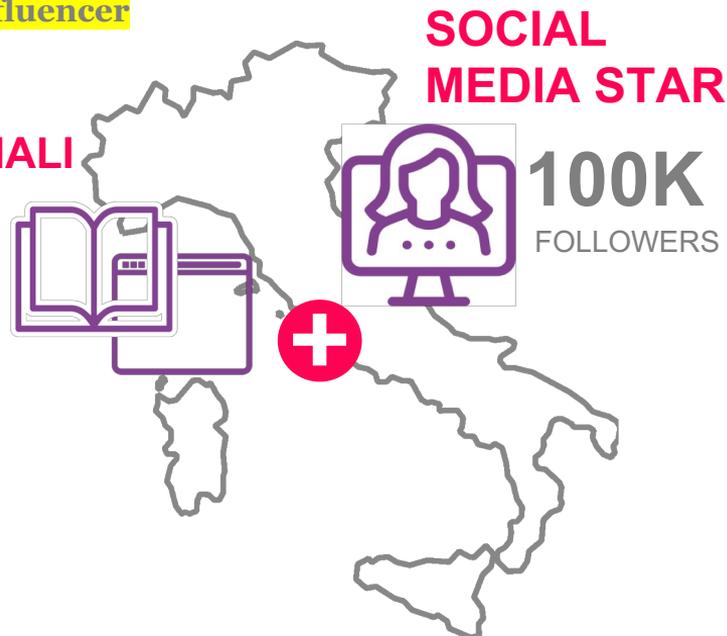
PRESUPPOSTI DI RICERCA

- 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



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

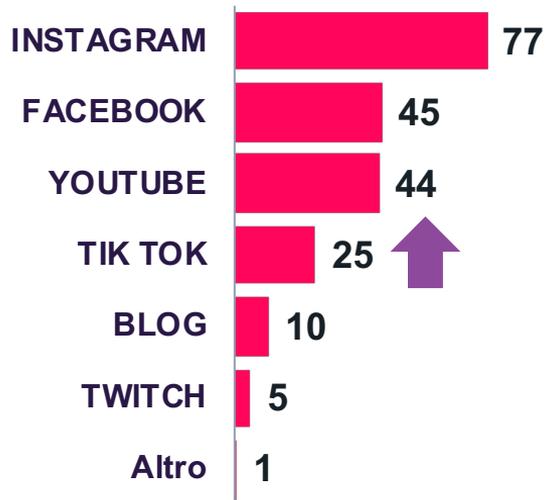


FOOD



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

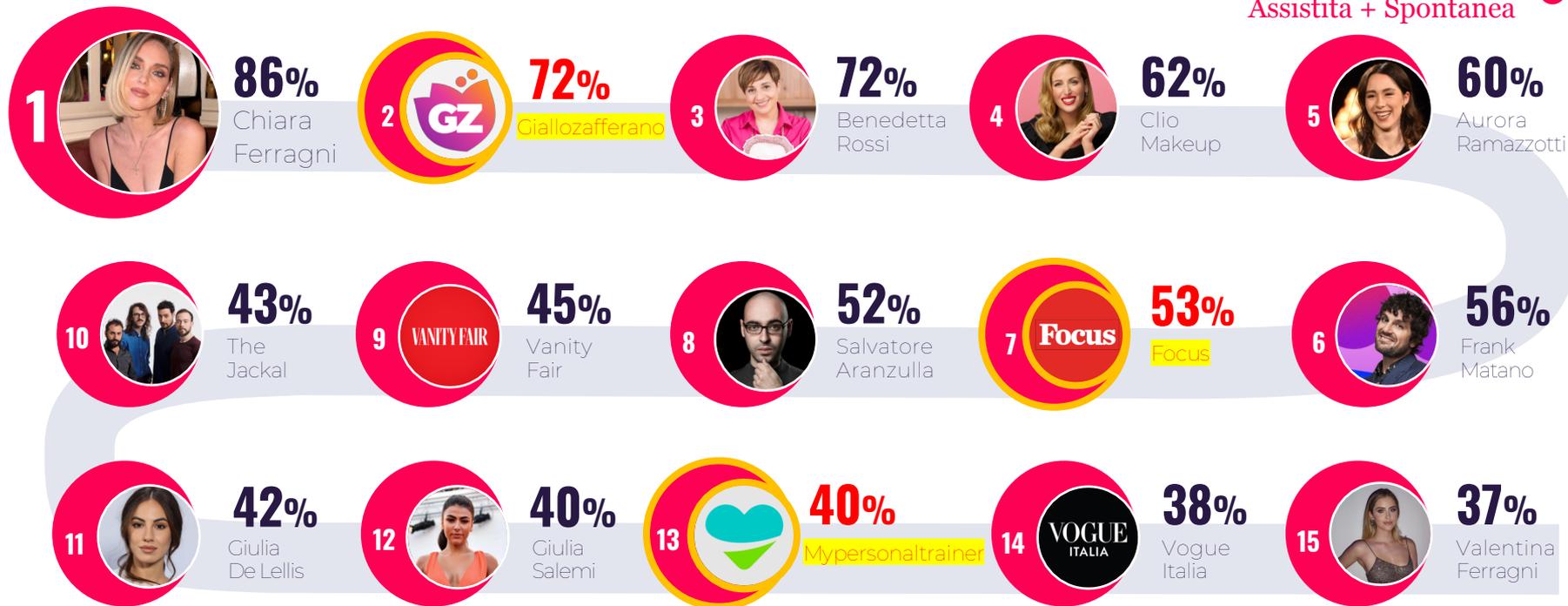


Benedetta
Rossi

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

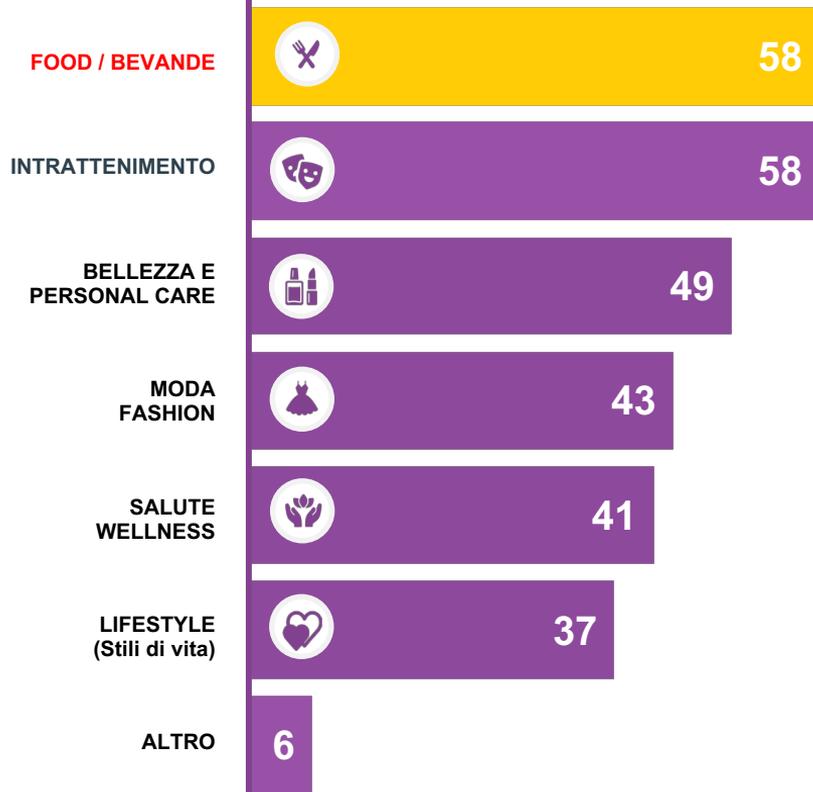
L'INTERESSE SUI SOCIAL

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



98%

Giallozafferano



96%

Benedetta Rossi



73%

Il Cucchiaino D'Argento



67%

La Cucina Italiana



66%

Chiarainpentola Chiara Maci



Caratteristiche principali

È aggiornato/segue le novità

Mi fido di quello che dice

Le sue informazioni sono di qualità



62%

Luca Pappagallo



59%

Sonia Peronaci



56%

Cookist



49%

Cooker Girl Aurora Cavallo



48%

Daniele Rossi Chef



Influencer di **ZENZERO**
TALENT AGENCY

BASE INTERVISTATI
557 individui

TOP 10

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

GialloZafferano

Notorietà
assoluta su
GEN Z



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

 $\frac{18}{24}$

CAMPIONE



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

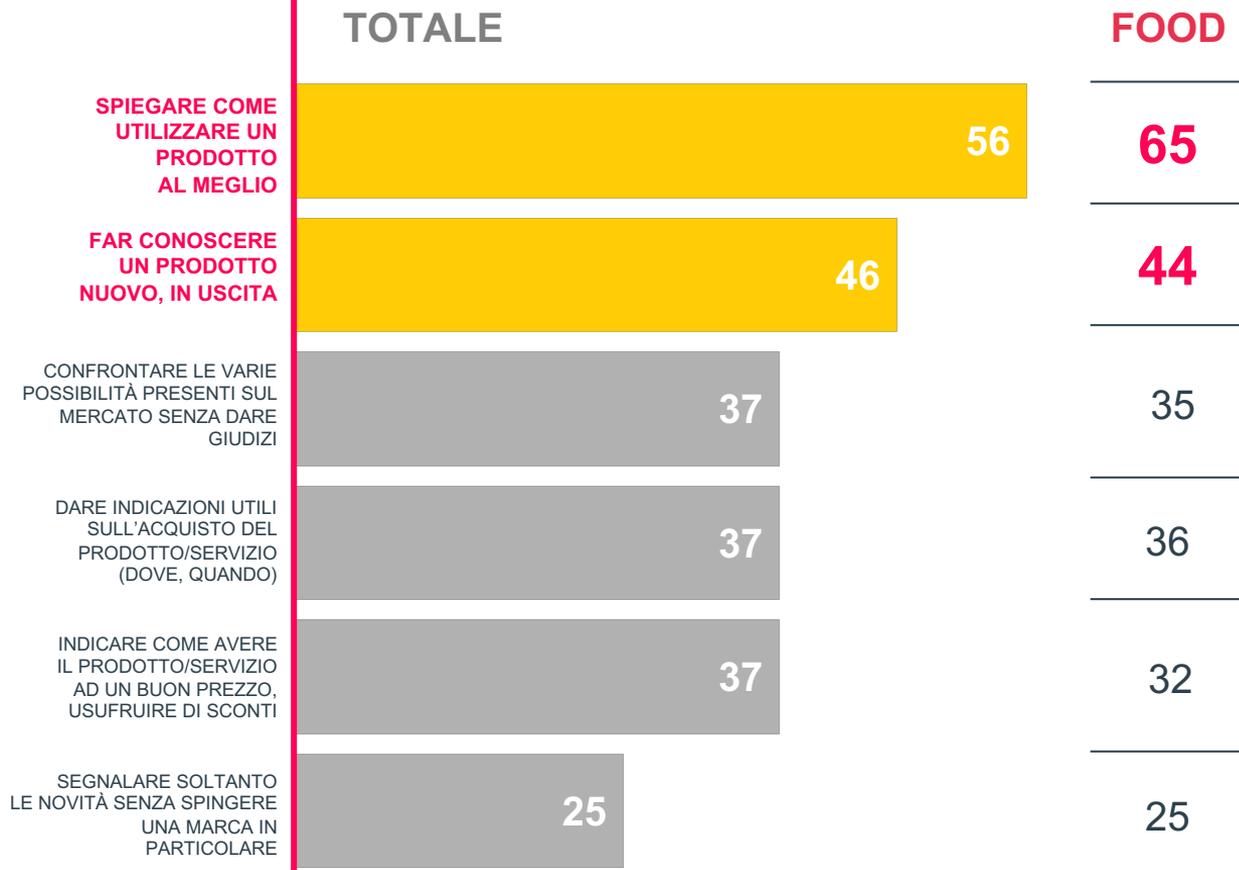


68%

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



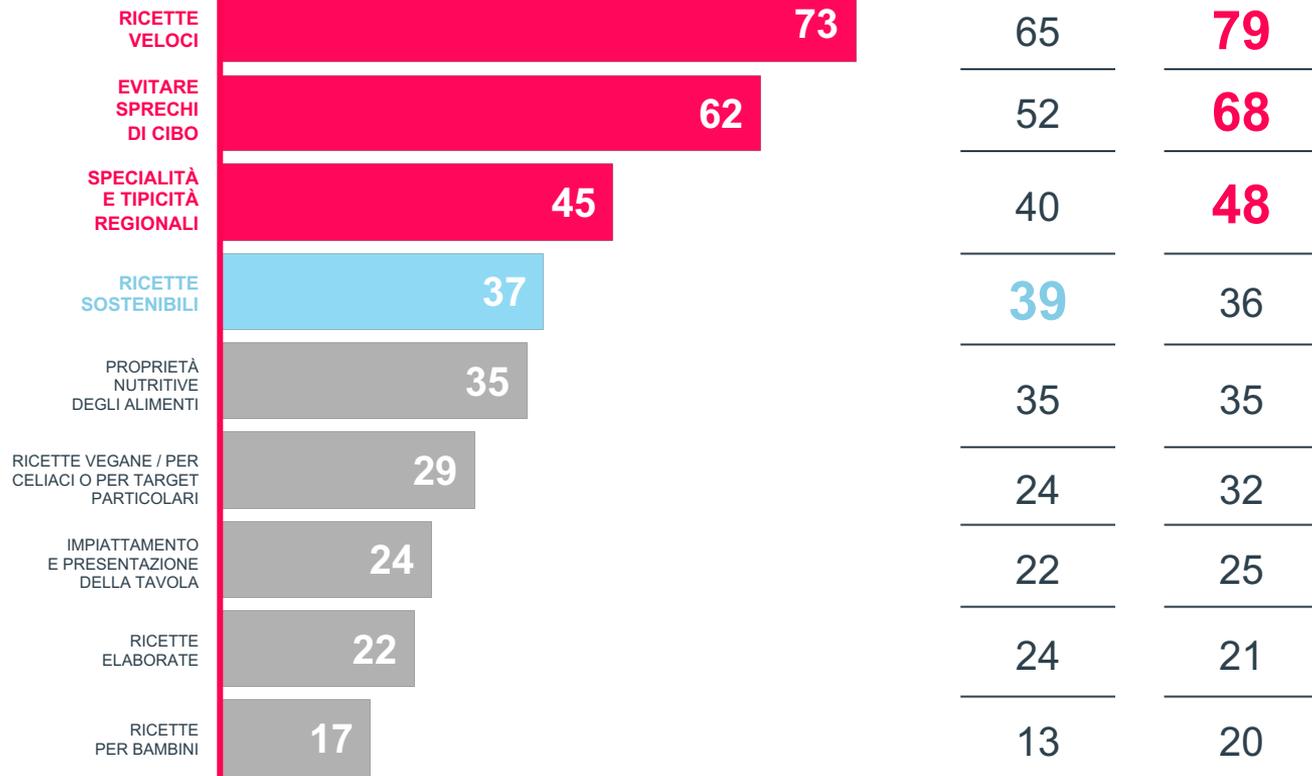
Veloci: praticità



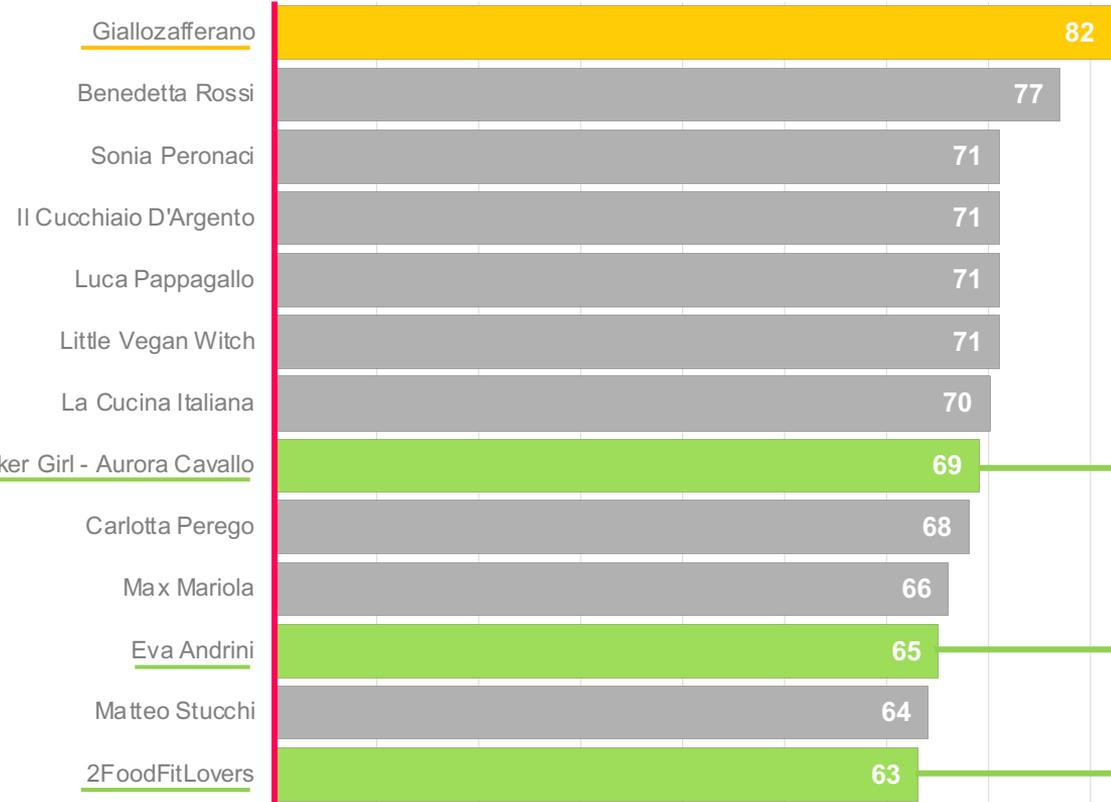
Evitare sprechi



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)

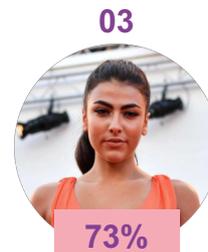
BEAUTY



Clio Zammatteo
(ClioMakeup)



Giulia
De Lellis



Giulia
Salemi



FREEDA



Manuel
Mameli



Mr. Daniel



The Wom
That's Fab!



Natalia
Paragoni



Ma.Pina - Camilla
Mangiapelo



Pierangelo
Greco



Appartiene
a **Power
Talent Agency**



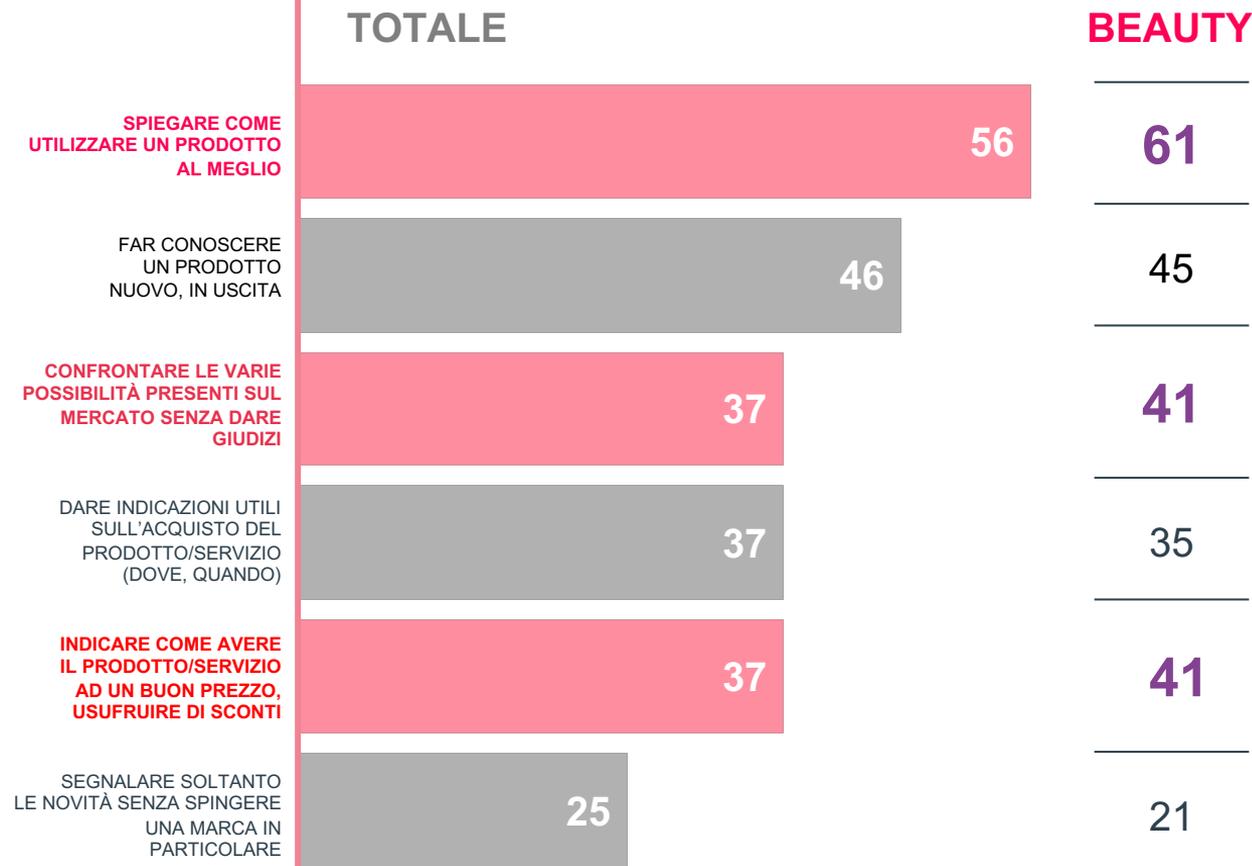
CLASSIFICA CONOSCENZA
ASSISTITA (**DONNE**)

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



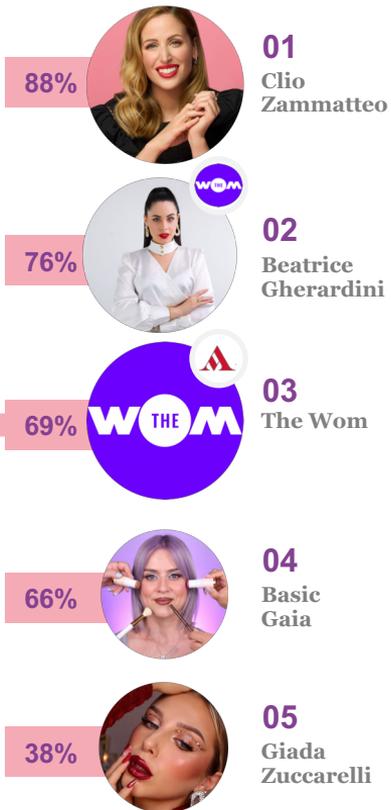
INTENTION TO BUY

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

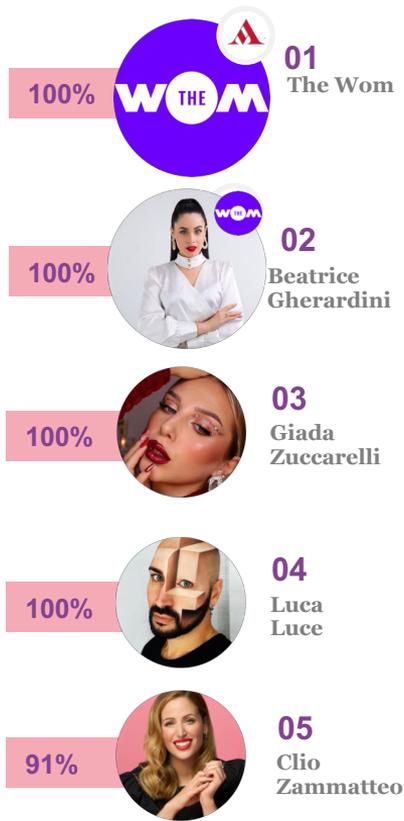
Sul podio come primo **BRAND EDITORIALE** nel mondo beauty



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

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



85%

Mypersonaltrainer

02



38%

Giuseppe Healthy

03



36%

UnaGinecologa PerAmica

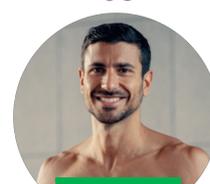
04



33%

2FoodFitLovers

05



31%

Cotto al Dente Davide Campagna

06



30%

OHGA

07



29%

Dario Bressanini

08



28%

Nicolò Famiglietti

09



26%

Denise Della Giacoma

10



24%

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

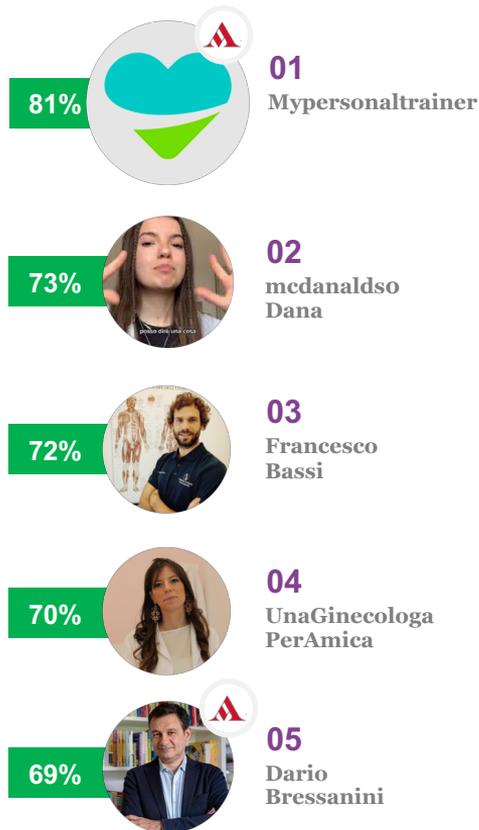
35

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 donne (67%) , e sulle 45-54enni (65%) , 45/54
BENEFICI DEI PRODOTTI E DEI RIMEDI NATURALI	42%	 con una maggiore incidenza su 45 -54 anni che arriva al 52% e sulle donne (49%) , 45/54
MENTAL HEALTH	40%	 più interessante per le gioani 18-34 anni con il 49% , 18/24
DESCRIZIONE DEI SINTOMI E POSSIBILI RIMEDI	31%	 Ma forte sulle 18-24enni , 37% , 45/54

VIRTUAL

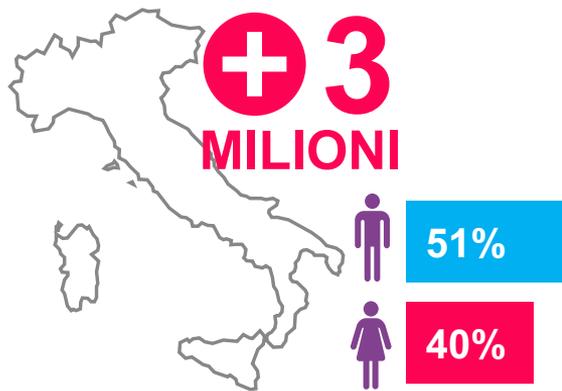


INFLUENCER



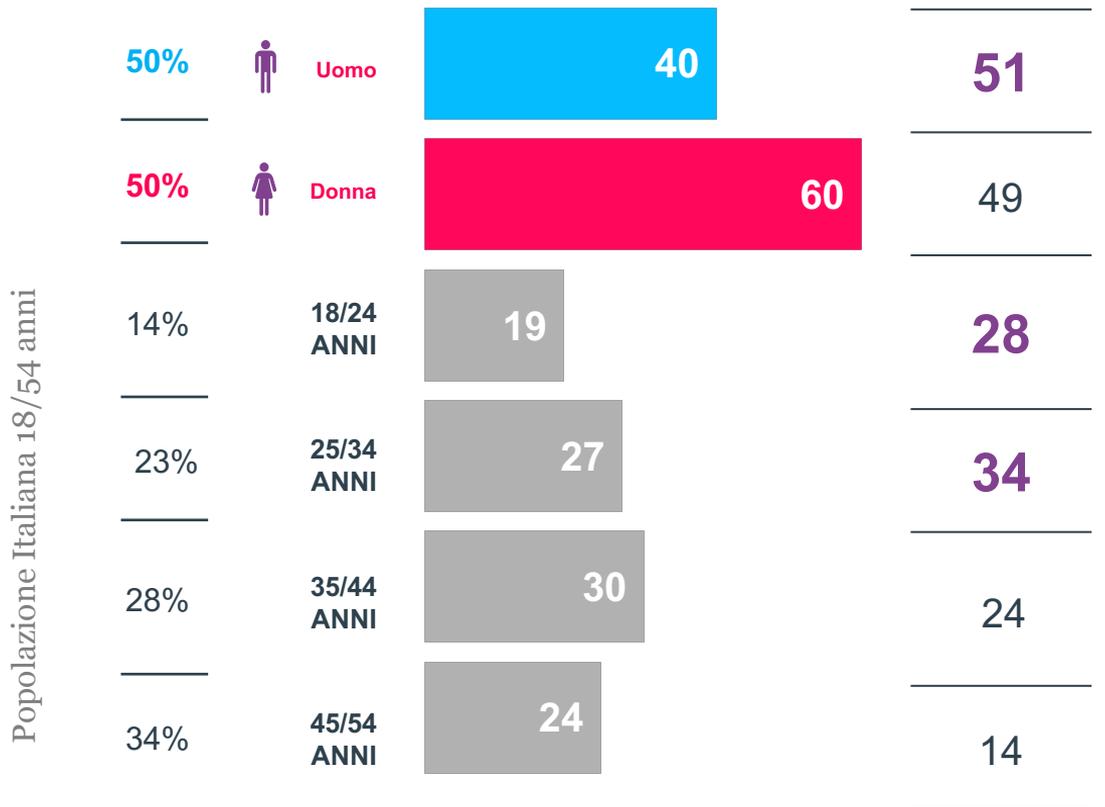
VIRTUAL INFLUENCER

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

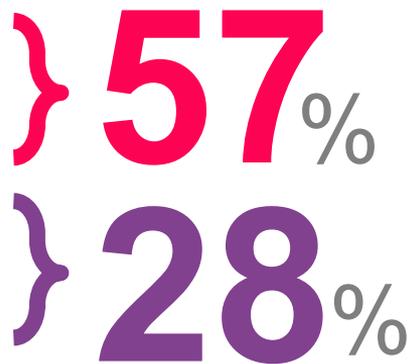


VIRTUAL INFLUENCER

Con che costanza vengono seguiti da chi li conosce?

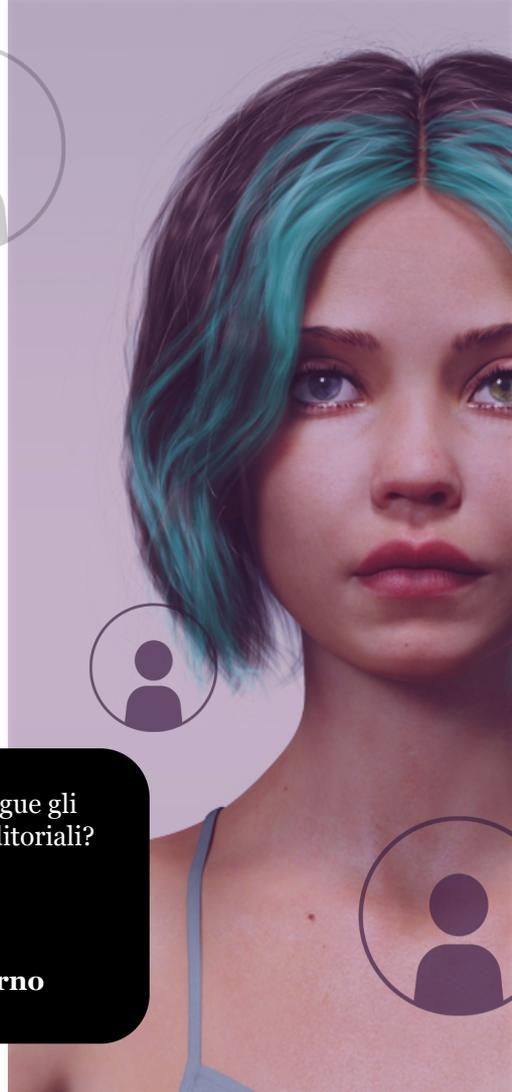
Chi conosce e segue i Virtual Influencer lo fa in **modo costante ogni giorno (come se fossero influencer reali)**

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