

PAMBIANCONews

HOME

NEWS

SUMMIT

FOCUS

EDITORIALI

TV

MAGAZINE



@francescasofianovello Ph: boldmanagement.it

Influencer italiani, un mercato da 308 mln nel 2022 (+10%)

Di Redazione — 7 Luglio 2023

Il 2022 è stato un anno 'redditizio' per gli influencer italiani, i cui guadagni sono complessivamente aumentati del 10% rispetto all'anno precedente, toccando la soglia dei 308 milioni di euro solo in Italia (mentre nel mondo la somma raggiunge i 16,4 miliardi). A renderlo noto è un report di **DeRev**, società di strategia e comunicazione digitale, che stima inoltre come il 2023 potrebbe far registrare un ulteriore





invece mosso un turnover di 280 milioni.

Nonostante l'andamento positivo, si legge nel report, i compensi degli influencer non crescono tutti allo stesso modo, diversificati a seconda delle piattaforme social, perché la creator economy si è fatta più matura e mostra segnali di adattamento alle dinamiche dei singoli social media. Non tutte le piattaforme infatti segnano un incremento. Lo studio evidenzia un'ulteriore caduta di **Facebook** (-13,6%), dopo un primo crollo registrato già lo scorso anno (-35% del valore rispetto al 2021), mentre **Instagram** (+8,6%) si afferma come piattaforma di riferimento, accanto a **YouTube** che, pur pagando più di qualsiasi altro social (i chachet possono raggiungere anche gli 80mila euro per una celebrity), affronta la sua prima battuta di arresto facendo registrare una stabilizzazione dei guadagni dei creator. Nel mezzo **TikTok**, che, se pure mostra un andamento negativo dei compensi degli influencer (-2%), è in realtà andato incontro a una razionalizzazione ben fondata: a scendere sono infatti i piccoli creator, aumentati fortemente di numero, mentre salgono i compensi di quelli con un numero maggiore di follower.

“Se il caso di Facebook è omogeneo e chiaro – spiega nello studio il CEO di DeRev, **Roberto Esposito** -, con una progressiva scomparsa dei creator che riflette l'andamento negativo della piattaforma, su Instagram e TikTok occorre fare dei distinguo: nel primo caso, la crescita maggiore dei compensi (+14,4%) è per chi ha fino a 300mila follower e molto meno per i mega influencer (+1,8%) con una community superiore al milione. Questo perché gli utenti si sono stancati di celebrity lontanissime e prediligono creator che gli parlano in modo autentico di temi sostanziali e coincidenti con i loro reali interessi”.

“TikTok – continua Esposito – presenta lo schema contrario: crescono molto (+10,5%) i compensi di chi ha tra 300mila e un milione di follower e calano quelli dei più piccoli. La responsabilità è di un algoritmo acerbo, che consente a molti e facilmente di ampliare la community ed emergere, con il risultato che i brand considerano affidabili soltanto i creator con un numero di follower consolidato e alto. È come dire che su TikTok si è alzata l'asticella per ottenere il 'patentino' da influencer”.

Dal report della società è assente **Twitter**. Se un anno fa l'economia dei creator sulla piattaforma era minima e del tutto irrilevante per il mercato, l'acquisizione del social media da parte del magnate canadese **Elon Musk** ha fatto fuggire gli inserzionisti e azzerare quasi del tutto i budget destinati alle collaborazioni con gli influencer. Da tenere d'occhio, invece, è la rinascita di **LinkedIn** che sta investendo molto e si sta evolvendo in modo favorevole alla nascita di una creator economy sulla piattaforma. Infine, è da monitorare anche l'esplosione dei virtual influencer. A questa tendenza contribuiscono molto sia l'intelligenza artificiale che il metaverso con i suoi avatar.

Da un punto di vista di settori, il mercato risulta ancora guidato dal fashion & beauty (passato dal 15% del 2022 al 25% del 2023), ma continuano a ricorrere all'influencer marketing anche i brand che lavorano nel gaming (12,9%) e nel travel & lifestyle (12,5%). In questo 2023 si segnalano il considerevole aumento dello Sport (dal 4% al 12%) e la contrazione nel settore health & fitness (dal 13% al 6,8%).





HOME

NEWS ▾

SUMMIT ▾

FOCUS ▾

EDITORIALI

TV

MAGAZINE



I compensi degli influencer in Italia nel 2023

	Facebook	Instagram	TikTok	YouTube
Nano influencer	10K - 50K FOLLOWER 0,2% ENGAGEMENT € 0 - 100	5K - 10K FOLLOWER 5% ENGAGEMENT € 100 - 300 / POST € 50 - 100 / STORY	5K - 10K FOLLOWER 3% ENGAGEMENT € 50 - 250	3K - 10K FOLLOWER 6% ENGAGEMENT € 500 - 1.500
Micro influencer	50K - 100K FOLLOWER 0,2% ENGAGEMENT € 100 - 400	10K - 50K FOLLOWER 4,5% ENGAGEMENT € 300 - 850 / POST € 100 - 250 / STORY	10K - 50K FOLLOWER 5% ENGAGEMENT € 250 - 650	10K - 50K FOLLOWER 5% ENGAGEMENT € 1.500 - 5.000
Mid-tier influencer	100K - 300K FOLLOWER 0,3% ENGAGEMENT € 400 - 750	50K - 300K FOLLOWER 4% ENGAGEMENT € 850 - 4.000 / POST € 250 - 1.500 / STORY	50K - 300K FOLLOWER 10% ENGAGEMENT € 650 - 3.000	50K - 100K FOLLOWER 4% ENGAGEMENT € 5.000 - 10.000
Macro influencer	300K - 1M FOLLOWER 0,4% ENGAGEMENT € 750 - 1.500	300K - 1M FOLLOWER 3,5% ENGAGEMENT € 4.000 - 8.000 / POST € 1.500 - 3.000 / STORY	300K - 1M FOLLOWER 8% ENGAGEMENT € 3.500 - 7.000	100K - 500K FOLLOWER 3,5% ENGAGEMENT € 10.000 - 20.000
Mega influencer	1M - 3M FOLLOWER 0,5% ENGAGEMENT € 1.500 - 2.500	1M - 5M FOLLOWER 2% ENGAGEMENT € 8.000 - 20.000 / POST € 3.000 - 7.500 / STORY	1M - 5M FOLLOWER 5% ENGAGEMENT € 7.000 - 18.000	500K - 1M FOLLOWER 3% ENGAGEMENT € 20.000 - 35.000
Celebrity	OLTRE 3M FOLLOWER 0,7% ENGAGEMENT € 2.500 - 5.000	OLTRE 5M FOLLOWER 1,8% ENGAGEMENT € 20.000 - 75.000 / POST € 7.500 - 30.000 / STORY	OLTRE 5M FOLLOWER 3% ENGAGEMENT € 18.000 - 75.000	OLTRE 1M FOLLOWER 2,5% ENGAGEMENT € 35.000 - 80.000

Tabella guadagni Influencer 2023 di DeRev



Invia



Condividi



Invia

