

Lo stato dell'influencer marketing

Nel 2020 in Italia sono stati prodotti, in ambito di influencer marketing, oltre 186.000 post “trasparenti”, cioè quei post che utilizzano hashtag congrui a indicare contenuti pubblicitari, come #adv e #sponsored. Un report di **Buzzole** conferma come Instagram resti il luogo preferito dai brand per le attività con i creatori di contenuti digitali: qui si è infatti concentrato il 94% dei post, mentre il 6% ha interessato Facebook.

Tra i settori più attivi, al primo posto troviamo la moda con il 34% dei post prodotti (+4% rispetto allo scorso anno); segue la cosmetica legata ai prodotti per il trucco e cura pelle con il 16%, mentre il terzo posto, che in passato era presidiato dal settore degli accessori, è occupato dall'elettronica di consumo, col 9% dei post prodotti (+3%). Seguono il mondo dell'intrattenimento con il 7,6% dei post (-1%), gli accessori (borse, orologi e gioielli) con il 7,5% (-3,5 punti), il beverage con il 7,5% (+1,1%) e il food con il 6,5% (+0,6%). Tra le novità, emerge il comparto healthcare, con un 2% di post focalizzati soprattutto sull'igiene personale.

Fonte: ECOMMERCE-Monitor di Netcomm

