



COMUNICATO STAMPA

Influencer marketing: nel 2026 prevista una spesa di 550 milioni di Euro (+12%)

I dati, per la prima volta risultato di una stima congiunta UPA - UNA Media Hub, sono stati presentati in occasione della quinta edizione del convegno organizzato da UPA al Teatro Franco Parenti di Milano.

Milano, 25 marzo 2026. Si è tenuto oggi al Teatro Franco Parenti di Milano e in diretta streaming “Influencer Marketing 2026”, quinta edizione dell’evento ideato da UPA, l’Associazione che riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in comunicazione pubblicitaria in Italia, per fare il punto su uno dei canali di marketing e comunicazione a maggior tasso di crescita.

Il convegno è stato l’occasione per presentare un aggiornamento dei dati di investimento relativi al mercato italiano, per la prima volta frutto di un lavoro realizzato a quattro mani da UPA e dal Media Hub di UNA. A fronte di un 2025 chiuso con investimenti in influencer marketing a quota 490 milioni di euro (+5% rispetto al 2024), nel 2026 la spesa raggiungerà i 550 milioni di euro, segnando un aumento del +12 sul 2025.

A presentare le priorità delle aziende sul tema è stata Chloé Souchaire, Coordinatrice del Gruppo di Lavoro Influencer Marketing UPA. Le priorità attuali delle aziende UPA che investono in influencer marketing sono la misurazione - condividere KPI e metodologie di ricerca per quantificarli -, il quadro normativo e le tutele contrattuali per gli advertiser, la definizione precisa delle diverse voci di costo tipicamente associate all’influencer marketing, la quantificazione delle diverse voci di costo a totale mercato. Risulta importante inoltre distinguere fra la figura degli influencer, che comunicano sui propri canali e vengono pagati per produrre contenuti commerciali, e gli ambassador, che rappresentano il brand anche sui canali del brand (campagne, eventi, spot).

Interessanti gli spunti emersi dalla ricerca realizzata da YouGov per UPA. Rispetto al 2024 il quadro generale dell’influencer marketing è abbastanza stabile ma migliorano notevolmente il percepito degli utenti in merito alla trasparenza della pubblicità veicolata dagli influencer e alla trasparenza fiscale del settore.

Nel corso della giornata, che ha visto alternarsi alla conduzione Elisabetta Corazza, Digital Marketing & Strategist Consultant, e Alberto Vivaldelli, Direttore Digital UPA, il convegno ha dato spazio alle testimonianze di importanti operatori del settore e alla presentazione di alcune case history aziendali significative.

Non è mancata la presenza di talent e creator: sono saliti sul palco Lulù Gargari, brand ambassador di GialloZafferano e Food Creator di Zenzero Talent Agency, Francesco Giardina, host di MypersonalTrainer e speaker radiofonico, Mattia Negri, Twitch Streamer.

Vincenzo Guggino, Segretario generale IAP, e Nicoletta Vittadini, Professore Associato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l’Università Cattolica del Sacro Cuore, hanno presentato il resoconto delle attività di monitoraggio svolte dall’Istituto dell’Autodisciplina Pubblicitaria sui

contenuti pubblicati dagli influencer per i settori del beauty e degli integratori alimentari. I dati offrono una lettura complessivamente incoraggiante del livello di maturità raggiunto dall'ecosistema dell'influencer marketing in questi settori: il 70% dei contenuti beauty e il 63% dei contenuti relativi agli integratori sono compliant con il Regolamento Digital Chart. La persistenza di contenuti non conformi mostra una concentrazione in pochi profili ricorrenti e permangono alcune lacune nella leggibilità e chiarezza dei disclaimer relativi alla comunicazione commerciale.

Nella tavola rotonda dedicata al tema della regolamentazione del mercato Domenico Pappaletta, Presidente Commissione Giuridica UPA, e Filippo De Caterina, Presidente della nuova Commissione Public Affairs UPA, si sono confrontati con Davide Gallino, Dirigente Ufficio Vigilanza Sanzioni Servizi Media AGCOM, e Luca Loschiavo, Dirigente centrale Entrate area normativa INPS. Al centro della discussione le novità più rilevanti per il settore, l'interpretazione della circolare INPS sul regime previdenziale dei creator, le FAQ emanate pochi giorni fa da AGCOM in merito al Codice di Condotta per gli influencer e lo stato dell'arte dell'elenco degli influencer rilevanti tenuto da AGCOM, che ha superato i 5.200 iscritti.

La mattinata di lavori si è conclusa con un lunch di networking, durante il quale Federico Polizzi (cookwithfez), Food Creator di Zenzero Talent Agency, è stato protagonista di un momento di *showcooking*.

“La Creator Economy sta diventando un mercato maturo, come si evince dalla continua crescita degli investimenti in questo settore. In UPA siamo confidenti della buona direzione che ha preso questo mercato, in cui oltre all'efficacia, al supporto strategico e alla creatività stanno emergendo strumenti di misurazione delle performance e di controllo dei costi sempre più credibili per le aziende che investono. Ci sono ancora dei punti aperti. Innanzitutto, per un'ulteriore crescita di credibilità, sarebbe auspicabile che le audience degli influencer/creator fossero certificate all'interno di Audicom. Inoltre, non è ancora chiaro l'impatto che l'AI potrebbe avere su questo mercato: in Europa per il momento gli influencer virtuali non hanno avuto lo stesso tasso di sviluppo che ci si poteva aspettare dalle esperienze dell'estremo oriente. Non sappiamo se sarà così anche in futuro, sicuramente la grande varietà di influencer/creator oggi presenti sul mercato, caratterizzati da un livello di professionalità sempre più elevato, continuerà a rappresentare una ricchezza riconosciuta e valorizzata anche nei prossimi anni”, ha dichiarato Marco Travaglia, Presidente di UPA.

L'edizione 2026 di Influencer Marketing è stata supportata dai partner A. Manzoni & C., Mondadori Digital, Outcome, Sensemakers, Stardust, Twitch, YouGov, YouTube, Zenzero Talent Agency.

Per maggiori informazioni:

Ufficio stampa UPA

Serena Piazzì

serena.piazzì@upa.it

cell: 348.8249006

Klaus Davi & Co. 02860542

Luca Bragadini l.bragadini@klausdavi.com 338.2273227

Adriano Ronconi a.ronconi@klausdavi.com 328.4696041