

23

INFLUENCER MARKETING

powered by UPA

Influencer Marketing: tra maturità ed evoluzione

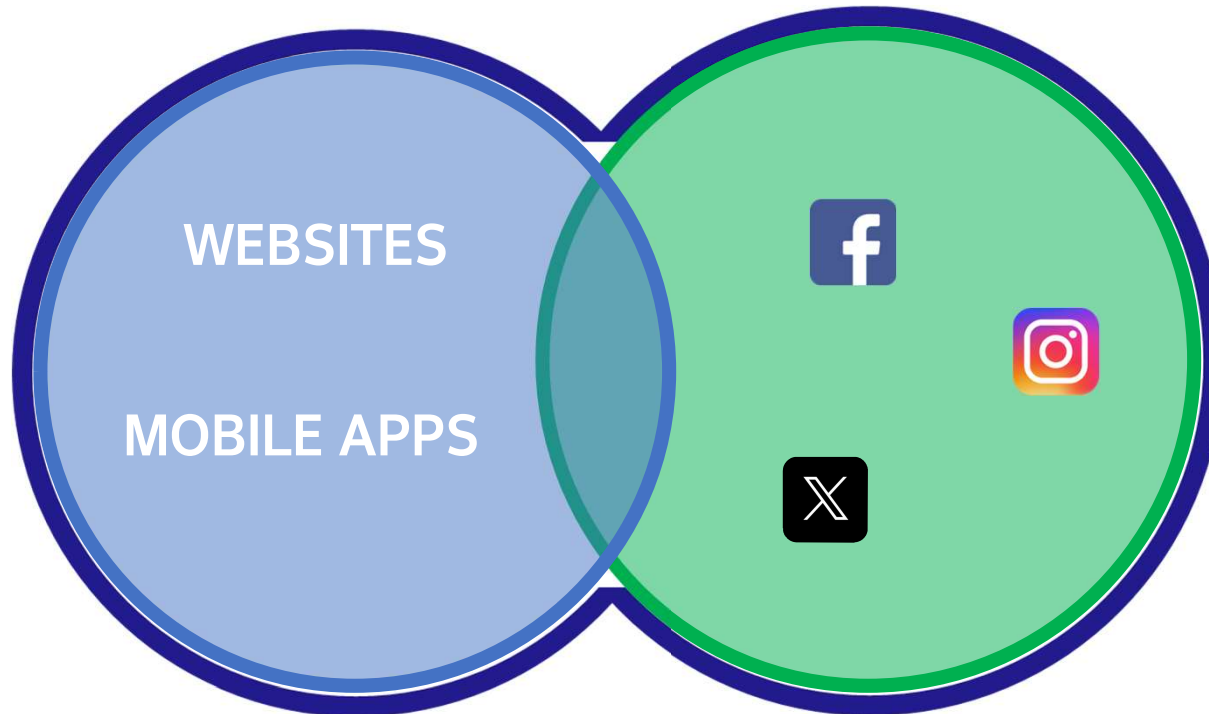
Domenico A. Susca | Sensemakers - Comscore | Sales Manager
Alida Spurio | Sensemakers - Comscore | Client Success

Partner dell'evento

Media partner



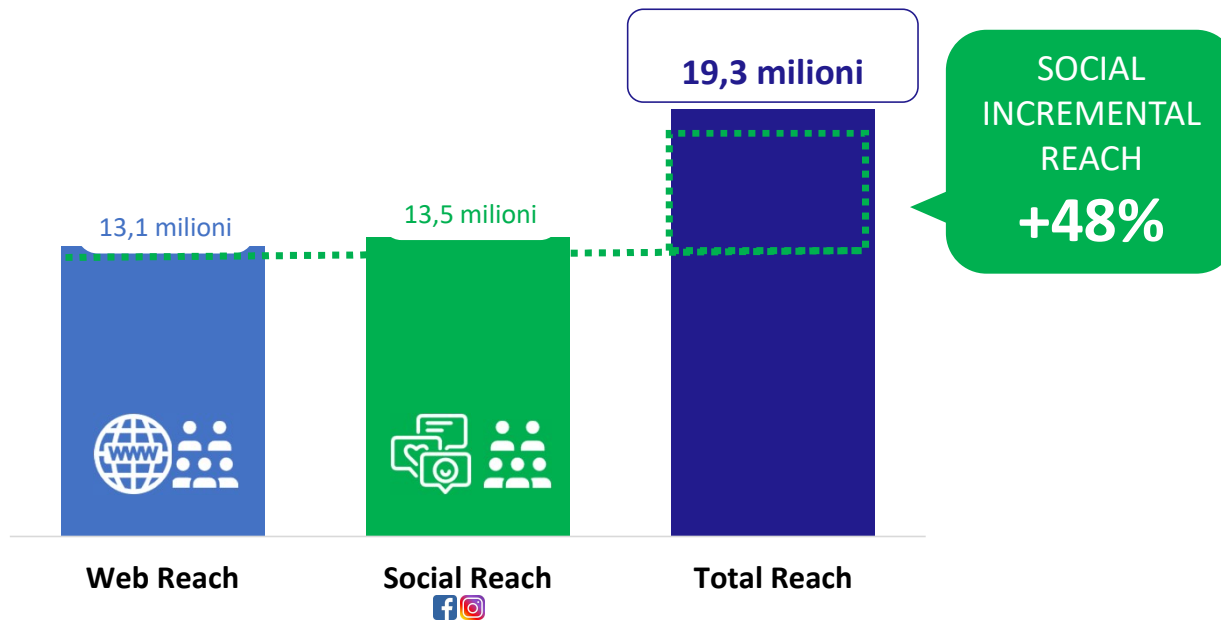
La Social Incremental Reach di Comscore



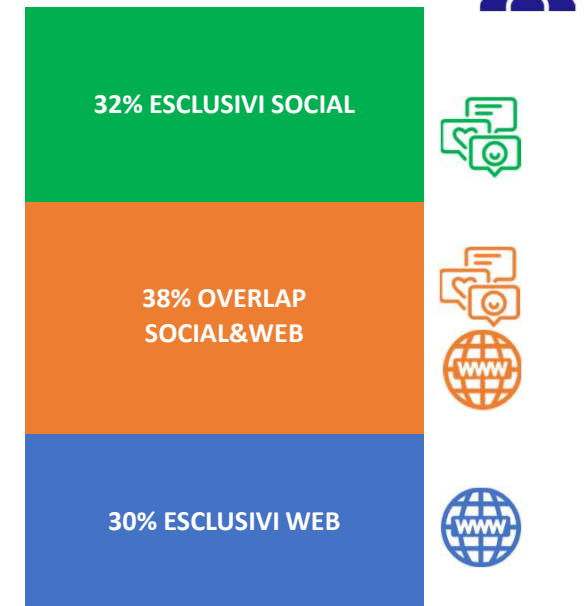
La Social Incremental Reach in azione: Giallozafferano a luglio 2023



WEB / SOCIAL / TOTAL REACH
VISITATORI UNICI | ITA | LUG 2023



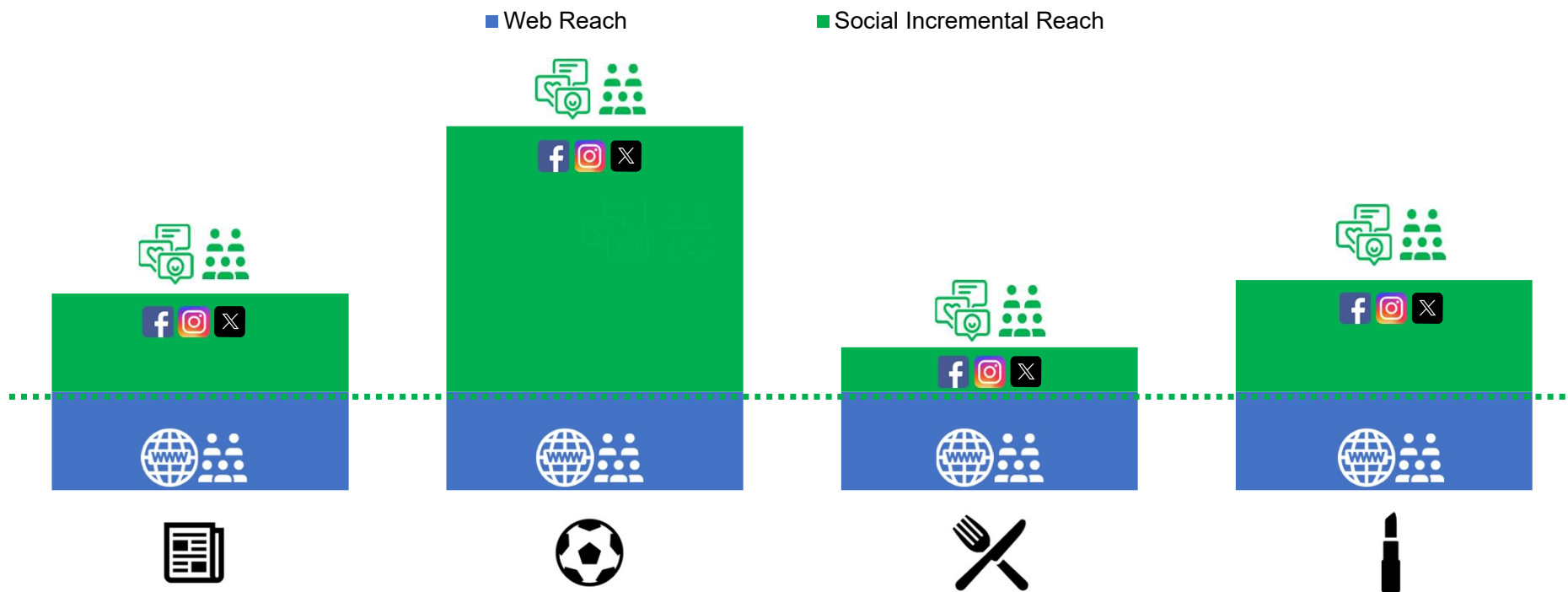
OVERLAP WEB - SOCIAL
ITA | LUG 2023



Fonte: Comscore MMX Multi-Platform, luglio 2023 (dati beta), Italia

Le Social Incremental Reach sulle testate editoriali

SOCIAL INCREMENTAL REACH
SU UNA SELEZIONE DI TESTATE EDITORIALI (dato medio)
ITA | LUG 2023

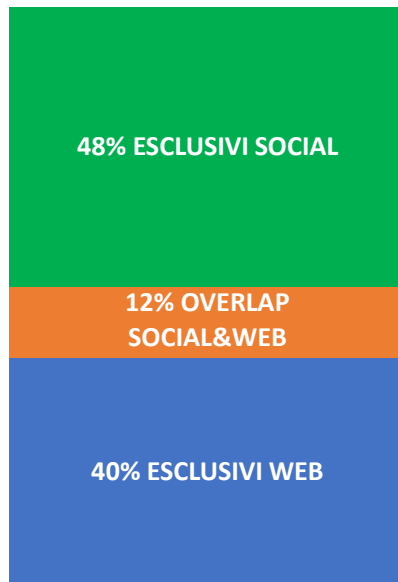


Fonte: Comscore MMX Multi-Platform, luglio 2023 (dati beta), Italia

I profili demografici delle audience delle owned property e delle pagine social

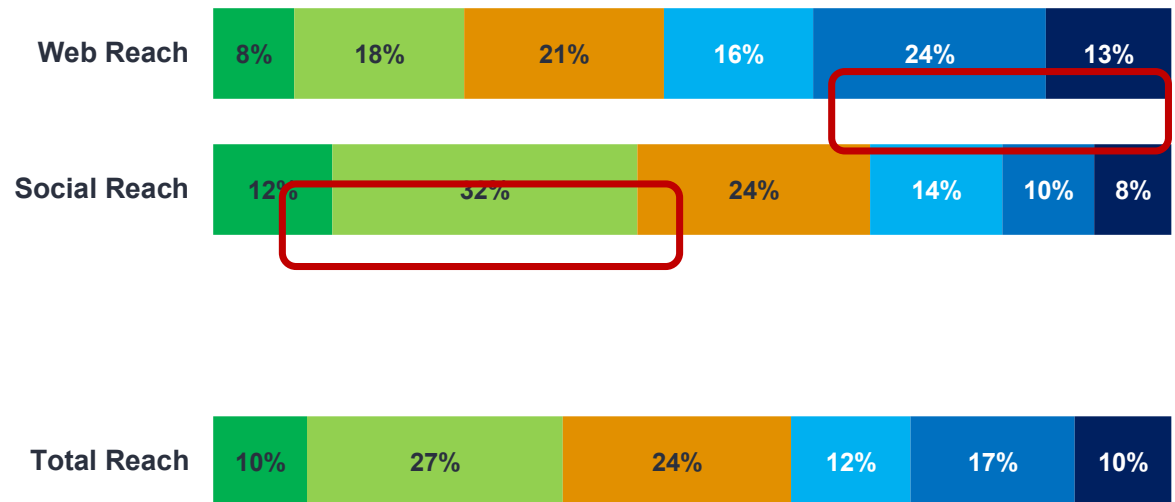


BUZZFEED
OVERLAP OWNED vs SOCIAL
USA 18+ | SET 2023



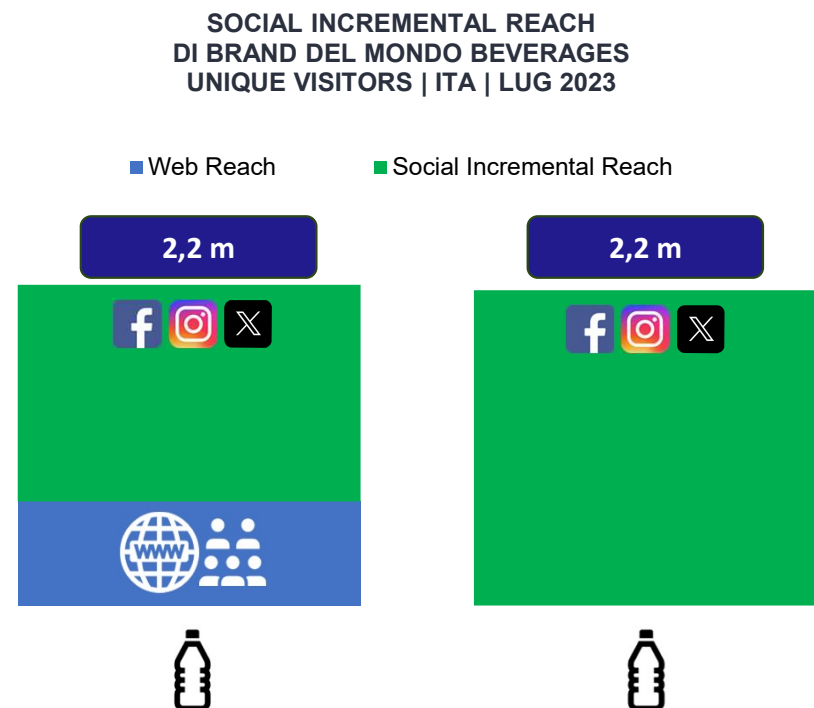
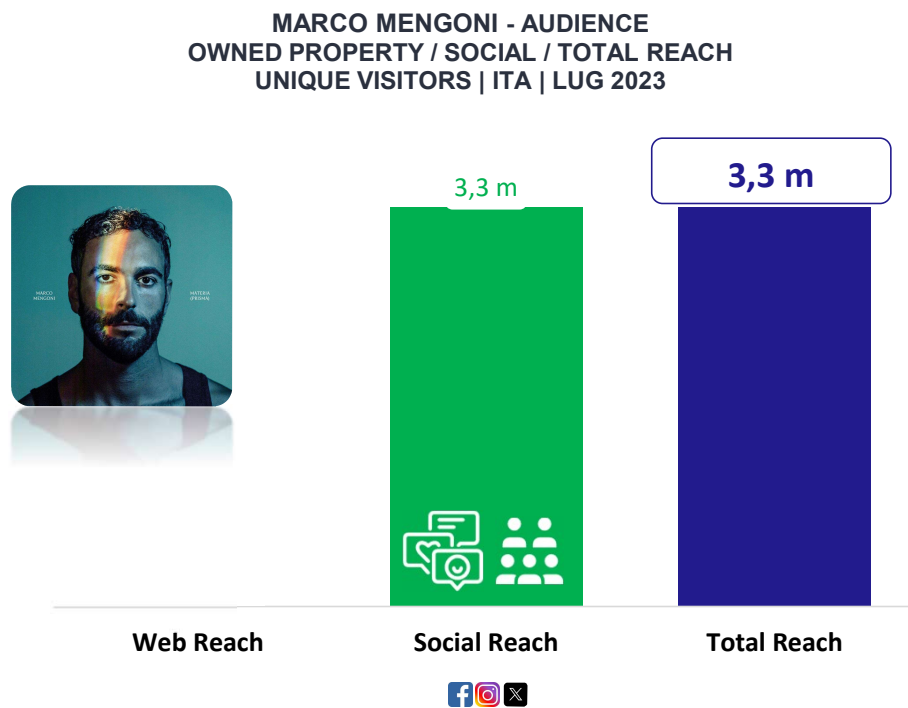
BUZZFEED: % COMPOSIZIONE UVs PER ETÀ
OWNED PROPERTY / SOCIAL / TOTAL REACH
USA 18+ | SET 2023

■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55-64 ■ 65+



Fonte: Comscore MMX Multi-Platform, Settembre 2023, Stati Uniti

La misurazione delle audience social per influencer e brand



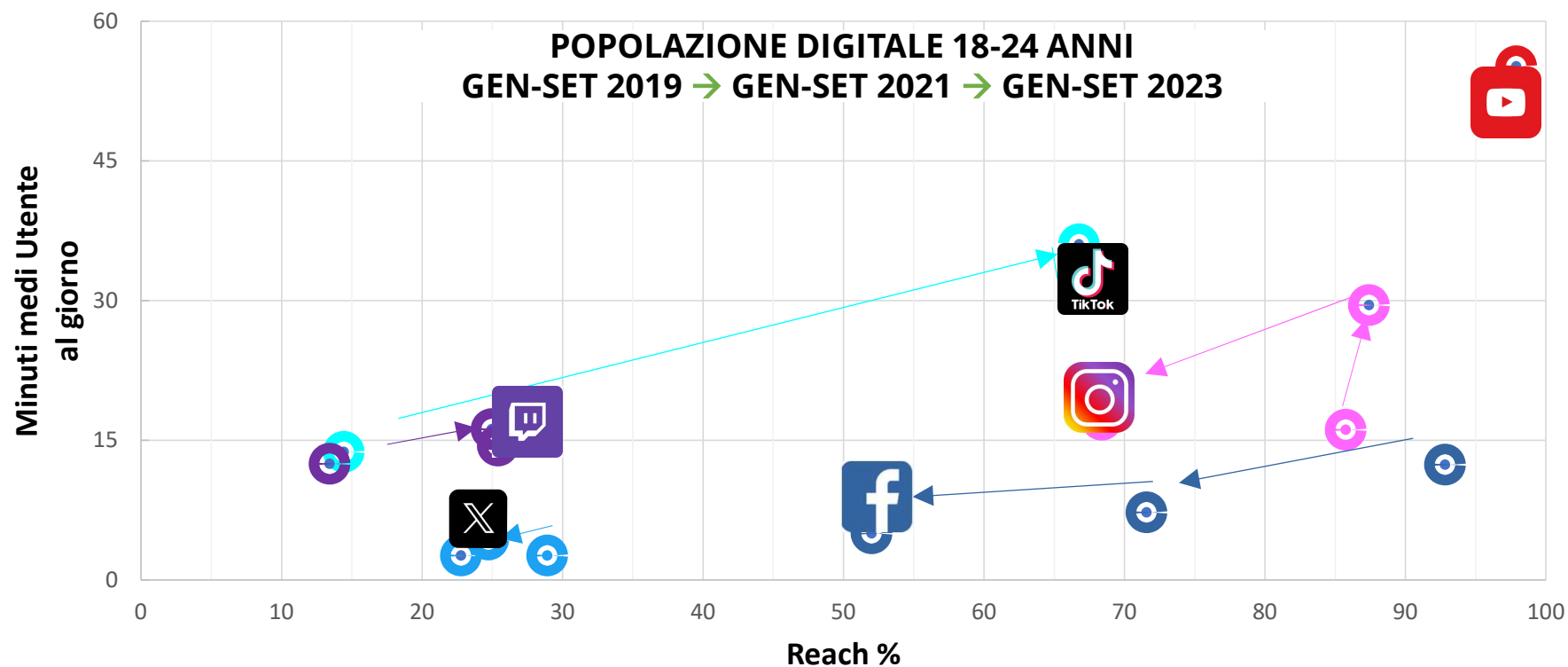
Fonte: Comscore MMX Multi-Platform, luglio 2023 (dati beta), Italia

Le variazioni di interazioni e video views social: 2023 vs 2022



Fonte: Comscore Social, Metrics & Trends, Periodo: Gennaio – Settembre 2023 vs Gennaio – Settembre 2022

Le variazioni di reach % e tempo medio delle piattaforme social negli ultimi 5 anni sulla popolazione digitale 18-24

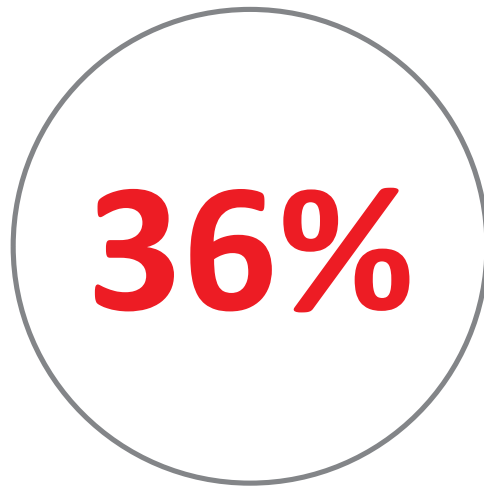


Fonte: Elaborazione Sensemakers su dati Comscore MMX Multi-Platform e VMX Multi-platform, Total Internet 18-24, Gen-Set 2023 vs Gen-Set 2021 vs Gen-Set 2019, Italia

Influencers e piattaforme social e la relazione con altri media



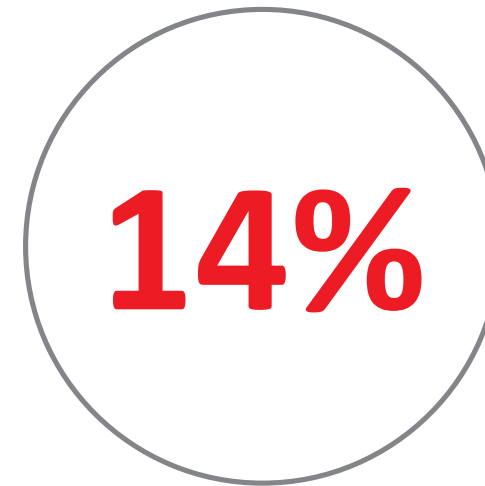
**NELLA TOP 50 INFLUENCERS
PER INTERAZIONI TOTALI**



HA AVUTO UNA ESPOSIZIONE IN TV



**NELLA TOP 50 INFLUENCERS
PER INTERAZIONI TOTALI**



HA AVUTO UNA ESPOSIZIONE IN TV



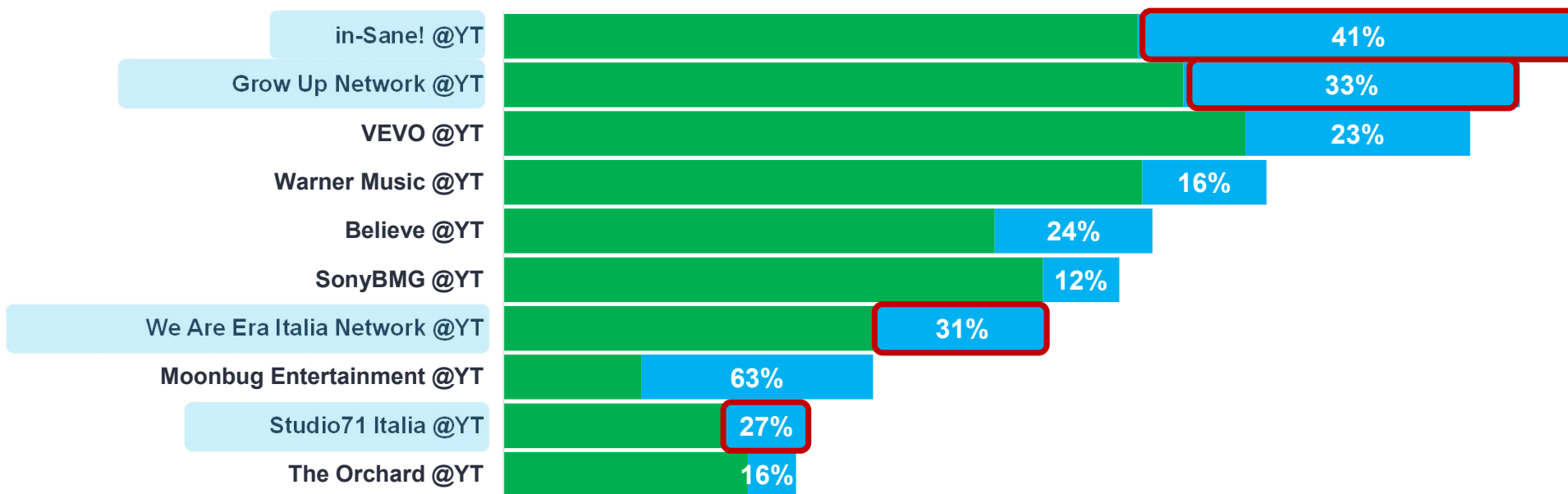
Fonte: Comscore Social, Metrics & Trends, Periodo: Settembre 2023

Il tempo speso su YouTube per singolo partner su CTV



Top 10 YouTube Partner per tempo speso
ITA | AGO 2023

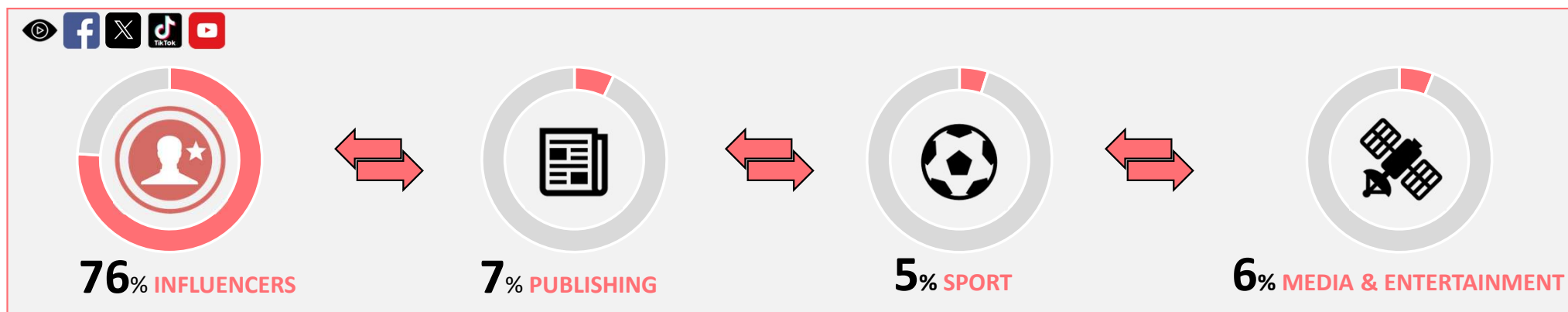
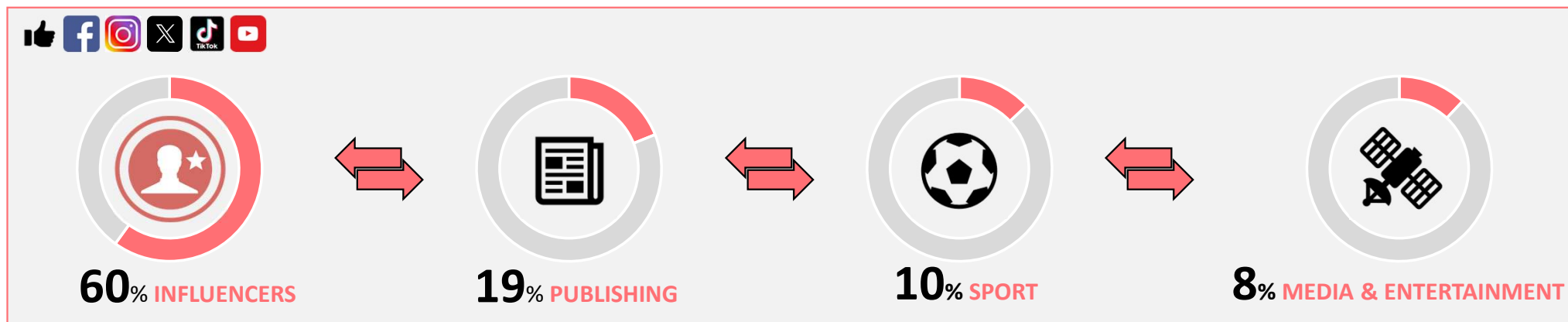
■ Desktop&Mobile ■ CTV



Fonte: Comscore VMX Multi-Platform e VMX CTV Device-level report, Periodo: Agosto 2023

La distribuzione di interazioni e video views social per categoria

Gennaio - Settembre 2023



Fonte: Comscore Social, Metrics & Trends, Periodo: Gennaio - Settembre 2023

Le principali campagne su Instagram nel 2023



Gennaio - Settembre 2023

#		BRAND	INTERAZIONI	NUMERO DI POST	INFLUENCERS ATTIVATI	TOP INFLUENCER
1		ATELIER EMÉ	6.396.317	39	12	Chiara Ferragni
2		PRIME VIDEO	6.109.051	28	14	Chiara Ferragni
3		CHIARA FERRAGNI BRAND	5.952.390	24	7	Chiara Ferragni
4		DIOR	5.034.126	22	12	Chiara Ferragni
5		CALZEDONIA	4.736.104	19	10	Chiara Ferragni
6		LOUIS VUITTON	4.291.018	14	4	Chiara Ferragni
7		GUCCI	3.374.592	10	4	Chiara Ferragni
8		INTIMISSIMI	3.301.714	19	8	Chiara Ferragni
9		GHD	2.588.507	91	38	Chiara Ferragni
10		PASSIONE UNGHIE	2.444.359	5	1	Chiara Ferragni

Fonte: Comscore Social, Partnership Explorer & Content Pulse. Periodo: Gennaio - Settembre 2023. Monitoraggio dei primi 5.000 post di Paid partnership + Branded Content con #adv, #advertising, #ad, #gifted, #supplied, #sponsored su Instagram. 1.300+ brand coinvolti; 800+ influencer attivati.

Le principali campagne su TikTok nel 2023



Gennaio - Settembre 2023

#		BRAND	INTERAZIONI	VIDEO VIEWS	N. DI POST	INFLUENCERS ATTIVATI	TOP INFLUENCER
1		LABELLO	1.283.352	80.991.936	26	17	Carlotta Fiasella Garbarino
2		GHD	1.096.014	14.131.065	44	27	Marina Valdemoro Maino - Maryna
3		GARNIER	920.448	50.971.300	33	19	Alessia Rossini - Allydollina
4		FRIULI VENEZIA GIULIA	855.814	6.377.000	6	4	Matteo Robert
5		AIR UP	701.798	12.756.300	23	16	Daniele Cabras - Dany the Gaggio
6		YUMMER'S	674.805	6.879.300	29	23	Chef Luca Broglia
7		BREF	653.161	67.600.000	3	1	Mattia Stanga
8		L'ORÉAL PARIS	617.283	56.037.987	29	16	Mattia Stanga
9		MSC CROCIERE	596.797	9.267.038	21	5	2foodfitlovers
10		EUROVISION	513.978	6.363.200	8	1	Giovanni Brugnoli

Fonte: Comscore Social, Content Pulse. Periodo: Gennaio - Settembre 2023. Monitoraggio dei primi 2.000 post di Branded Content con #adv, #advertising, #ad, #gifted, #supplied, #sponsored su TikTok. 500+ brand coinvolti; 400+ influencer attivati.

GRAZIE!

Per maggiori informazioni:



Domenico A. Susca | dsusca@comscore.com – domenico.susca@sensemakers.it



Alida Spurio | aspurio@comscore.com – alida.spurio@sensemakers.it

23

**INFLUENCER
MARKETING**

powered by UPA