SENSEMAKERS

MINDS & DATA

# «CASI FERRAGNI – BENEFICENZA»




Milano, 15 Gennaio 2024

# NOTA METODOLOGICA

L’analisi è stata svolta utilizzando la piattaforma Comscore Social (Shareablee).

Sono stati monitorati tutti i post di Branded Content con #adv, #advertising, #ad, #gifted, #supplied, #sponsored pubblicati su tutti i canali social di Chiara Ferragni.

I post in analisi **NON** comprendono le stories di Instagram.

Dal monitoraggio sono stati esclusi i post di branded content che contenessero il brand «ChiaraFerragnibrand».

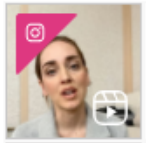
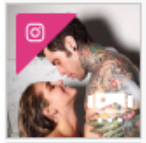
Il periodo di analisi è relativo a tutto il 2023 e, per alcune analisi, prende in considerazione anche il mese di dicembre del 2022.

I dati di actions (like+ comments) riportati, per Instagram, riguardano solo il dato organico.

Fonte: Comscore Shareablee

# Balocco Gate: il video di scuse di Chiara Ferragni

**TOP 5 CONTENUTI PUBBLICATI DAGLI ACCOUNT SOCIAL DI CHIARA FERRAGNI**

| | | |
|---|---|---|
| #1 |  Sono sempre stata convinta che chi è più fortunato ha la responsabilità morale di fare del bene. Questi sono i valori che hanno sempre spinto me e la mia famiglia. Questo è quello che insegniamo ai nostri figli. Gli | 1,564,967 |
| #2 |  Happiest birthday to my husband fedez ❤️ The first photo is the one of us that I see the most, because it's the one that appears on my phone whenever he calls me 🤳 Thanks for creating a family with me, thanks for | 1,416,799 |
| #3 |  Villa Matilda 🏡 Our new family house at Lake Como, photographed for ad_italia 💕 Interior design by 131design | 1,276,086 |
| #4 |  Per tutti quelli che me l'hanno chiesto i miei due abiti per il matrimonio di mia sorella fraferragni sono stati realizzati da atelieremé ✨ Il primo era il mio abito da damigella, uno slip dress impreziosito da dettagli come le | 1,101,659 |
| #5 |  Leo's first day of elementary school and Vitto's first day of pre-school 🏫 It was an emotional morning 🙏 | 1,085,906 |

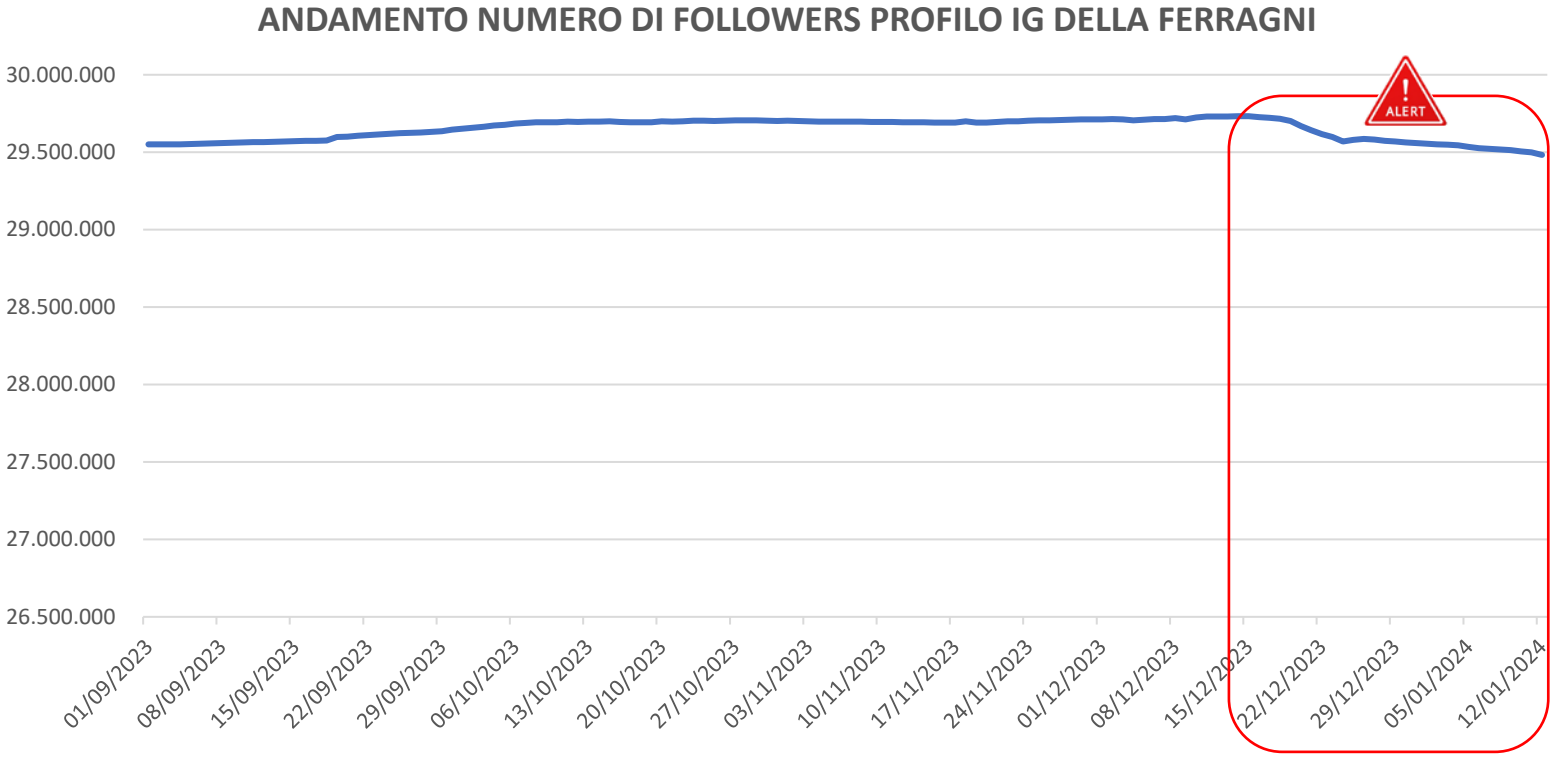
**#1**




*Il video di scuse di Chiara Ferragni è il contenuto con maggior numero di interazioni tra i post da lei pubblicati negli ultimi 4 mesi dell'anno*
*(da Settembre a Dicembre 2023)*

Fonte: Comscore Shareablee, Content Pulse, Set-Dic 2023

# FOCUS IG. La reazione dei followers alla notizia del «caso Balocco»: il trend del numero di followers




***Dal 15 dicembre 2023 il profilo IG di Chiara Ferragni ha perso complessivamente 246mila followers, pari a un calo pari dello -0,8%***

*In linea generale, la platea social sembra stia reggendo all'urto «Balocco»*

| | CALO |
|---|---|
| Followers persi dal 15 dicembre al 31 dicembre 2024 | - 173.369 |
| Followers persi dal 1 gennaio 2024 al 12 gennaio 2024 | - 72.580 |
| **Totale Followers persi dal 15 dicembre 2023 al 12 gennaio 2024** | - 245.949 |

Fonte: Comscore Shareablee, Metrics&Trends , Dicembre 2023

# I brand sponsor di Chiara Ferragni nei 30 giorni precedenti al «caso Balocco»

N. COMPLESSIVO SPONSOR

**15**

## SPONSOR ultimi 15gg di Novembre

| | BRAND | N.POST |
|---|---|---|
| *#1* | BMW | 1 |
| *#2* | DIOR | 1 |
| *#3* | GUCCI | 1 |
| *#4* | LOUIS VUITTON | 1 |
| *#5* | NESPRESSO | 1 |
| *#6* | SABY ASACHI | 1 |

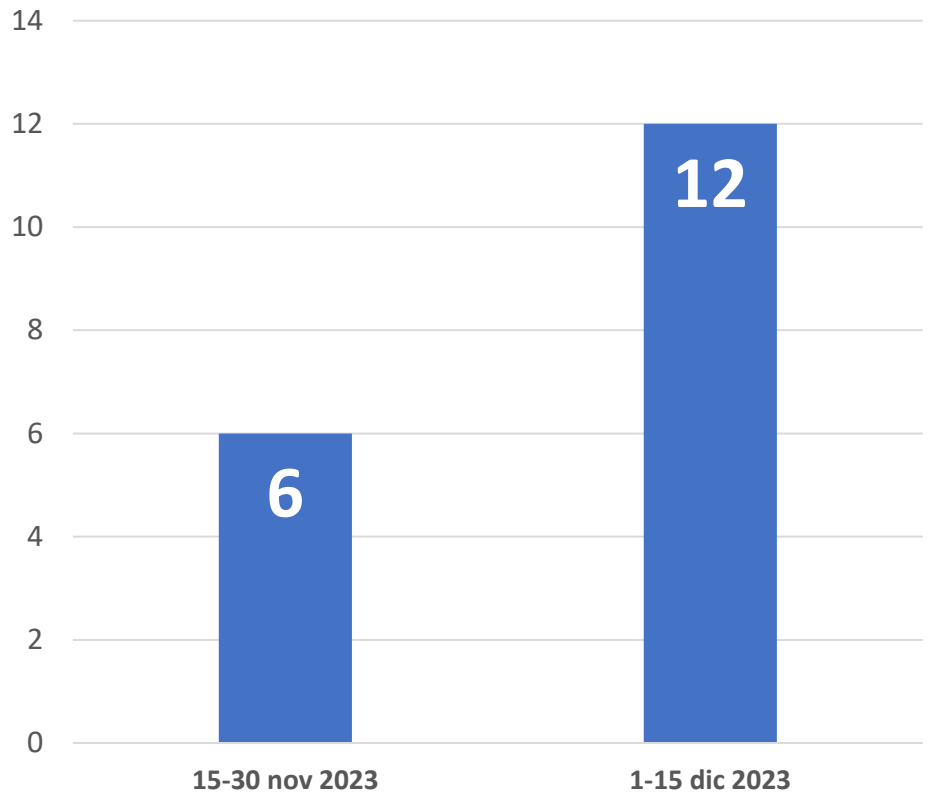
## SPONSOR primi 15gg di Dicembre

| | BRAND | N.POST |
|---|---|---|
| *#1* | PRADA | 2 |
| *#2* | ALPRO | 2 |
| *#3* | FALCONERI | 1 |
| *#4* | SVIZZERA TURISMO ITALIA | 1 |
| *#5* | DIOR | 1 |
| *#6* | CALZEDONIA | 1 |
| *#7* | PANTENE | 1 |
| *#8* | YEPODA | 1 |
| *#9* | NEON NAILS | 1 |
| *#10* | GHD | 1 |

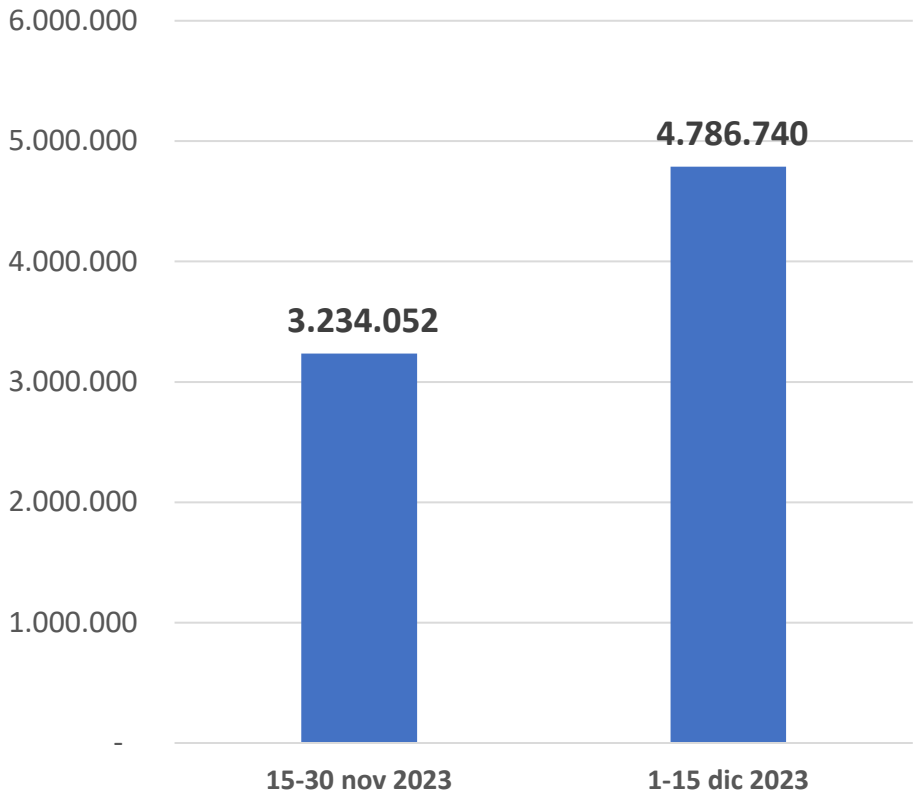
Fonte: Comscore Shareablee, Content Pulse #adv nei 30gg precedenti il caso Balocco (15 Novembre 2023 -15 Dicembre 2023)

# Le attività di branded content di Chiara Ferragni nei 30 giorni precedenti al «caso Balocco»

**N. BRANDED CONTENT nei 30gg precedenti il caso Balocco** *(15nov-15dic 2023)*




**ENGAGEMENT GENERATO DAI BRANDED CONTENT nei 30gg precedenti il caso Balocco** *(15nov-15dic 2023)*

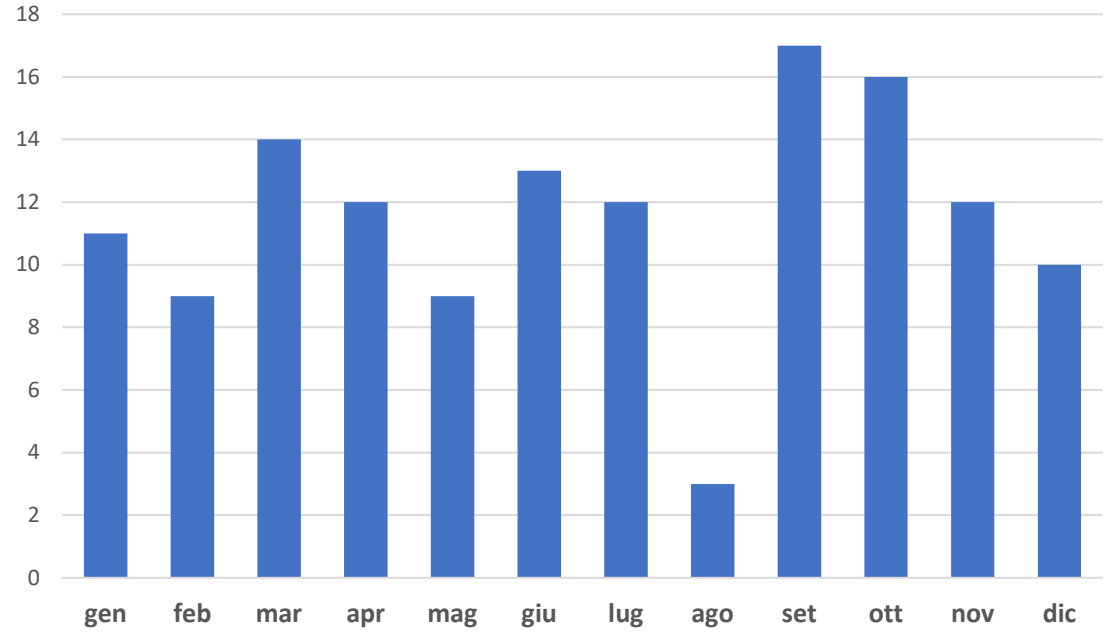


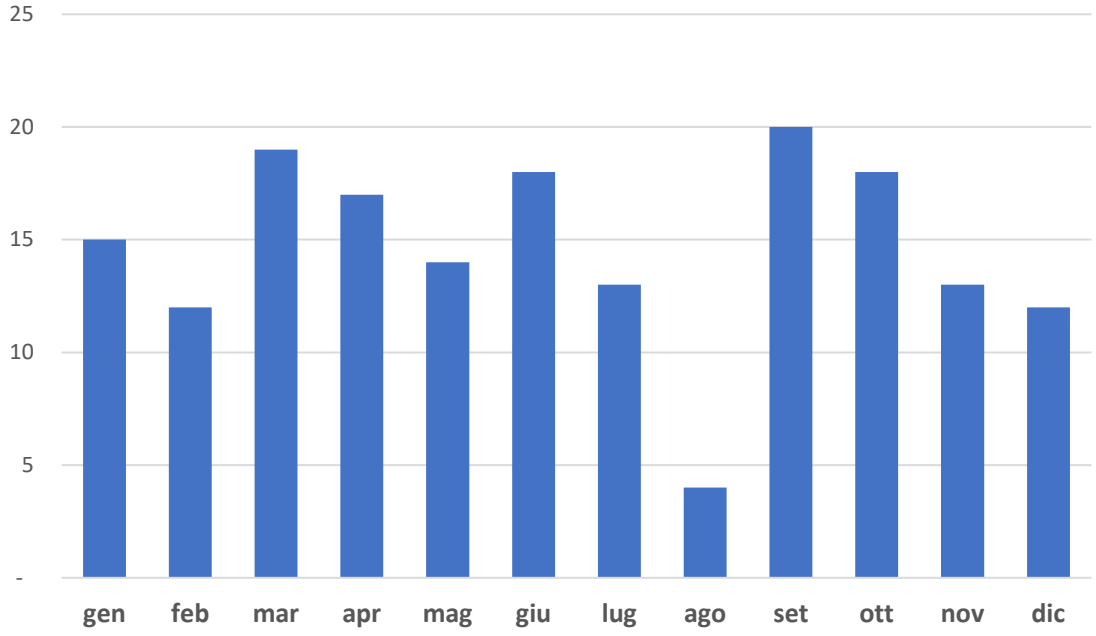

**Distribuzione VOLUMI COMPLESSIVI**

| | N. BRANDED CONTENT | TOTAL ACTIONS |
|---|---|---|
| | 18 | 8.020.792 |
| | *90%* | *97%* |
| | *10%* | *3%* |

Fonte: Comscore Shareablee, Content Pulse #adv nei 30gg precedenti il caso Balocco (15 Novembre 2023 -15 Dicembre 2023)

# Le attività di branded content di Chiara Ferragni nel corso del 2023




N. COMPLESSIVO SPONSOR
**53**

N. COMPLESSIVO BRANDED CONTENT
**175**

Fonte: Comscore Shareablee, Content Pulse #adv, Gen-Dic 2023

# I brand sponsor della Ferragni nel corso del 2023

N. COMPLESSIVO SPONSOR

**53**

| # | BRAND | N. POST | TOTAL ACTIONS |
|---|---|---|---|
| **1** | **DIOR** | **12** | **6.678.072** |
| **2** | **LOUIS VUITTON** | **10** | **5.190.585** |
| **3** | **CALZEDONIA** | **10** | **4.726.646** |
| **4** | **AMAZON PRIME** | **9** | **5.004.630** |
| **5** | **FALCONERI** | **9** | **4.491.310** |
| **6** | **PANTENE** | **8** | **2.748.065** |
| **7** | **GUCCI** | **7** | **3.898.197** |
| **8** | **GHD** | **7** | **2.595.444** |
| **9** | **NESPRESSO** | **6** | **2.271.837** |
| **10** | **PRADA** | **5** | **2.530.411** |
| 11 | PASSIONEUNGHIE | 5 | 2.444.359 |
| 12 | BENETTON | 5 | 2.250.676 |
| 13 | LANCOME | 5 | 1.989.369 |
| 14 | ATELIEREME | 4 | 3.170.313 |
| 15 | SAMMONTANA | 4 | 1.943.524 |
| 16 | EVERSEENSA | 4 | 1.880.128 |
| 17 | BMW | 4 | 1.689.839 |
| 18 | INTIMISSIMI | 4 | 1.650.064 |
| 19 | TOMMY HILFIGER | 4 | 1.430.704 |
| 20 | MARTINI | 3 | 1.800.173 |
| 21 | FERRAGAMO | 3 | 1.746.450 |
| 22 | ETRO | 3 | 1.301.556 |
| 23 | HEALTHCLINIC | 3 | 948.743 |
| 24 | HUBLOT | 3 | 860.908 |
| 25 | GIUSEPPE ZANOTTI | 2 | 1.163.972 |
| 26 | CALVIN KLEIN | 2 | 1.067.958 |
| 27 | PONDORO GAME LODGE | 2 | 918.518 |

| # | BRAND | N. POST | TOTAL ACTIONS |
|---|---|---|---|
| 28 | PIGNA | 2 | 884.045 |
| 29 | FENDI | 2 | 844.790 |
| 30 | MOORER | 2 | 825.413 |
| 31 | MAXANDCO | 2 | 724.007 |
| 32 | MIUMIU | 2 | 635.542 |
| 33 | ALPRO | 2 | 438.883 |
| 34 | SABYASACHI | 1 | 951.569 |
| 35 | MAX MARA | 1 | 671.980 |
| 36 | PIAGGIO | 1 | 613.567 |
| 37 | NEON NAIL | 1 | 578.944 |
| 38 | BELMOND HOTEL | 1 | 564.738 |
| 39 | WARNER BROS | 1 | 527.110 |
| 40 | COCA-COLA | 1 | 514.911 |
| 41 | DCMOMENTS | 1 | 413.801 |
| 42 | DISNEYLANDPARIS | 1 | 403.816 |
| 43 | YEPODA | 1 | 366.610 |
| 44 | VERALAB | 1 | 357.946 |
| 45 | TELESE | 1 | 357.203 |
| 46 | IF UNIQUE ART EXPERIENCES | 1 | 345.073 |
| 47 | GRAND HOTEL A VILLA FELTRINELLI | 1 | 299.840 |
| 48 | MAGIC SAILING CHARTER | 1 | 286.651 |
| 49 | BULGARI HOTELS | 1 | 279.779 |
| 50 | SVIZZERA TURISMO ITALIA | 1 | 278.884 |
| 51 | ARVAL | 1 | 277.110 |
| 52 | SAN CARLO | 1 | 273.949 |
| 53 | VINCENZODASCANIO | 1 | 269.176 |

Fonte: Comscore Shareablee, Content Pulse #adv, Gen-Dic 2023

# Le attività di branded content della Ferragni nel corso del 2023

N. COMPLESSIVO BRANDED CONTENT

**175**

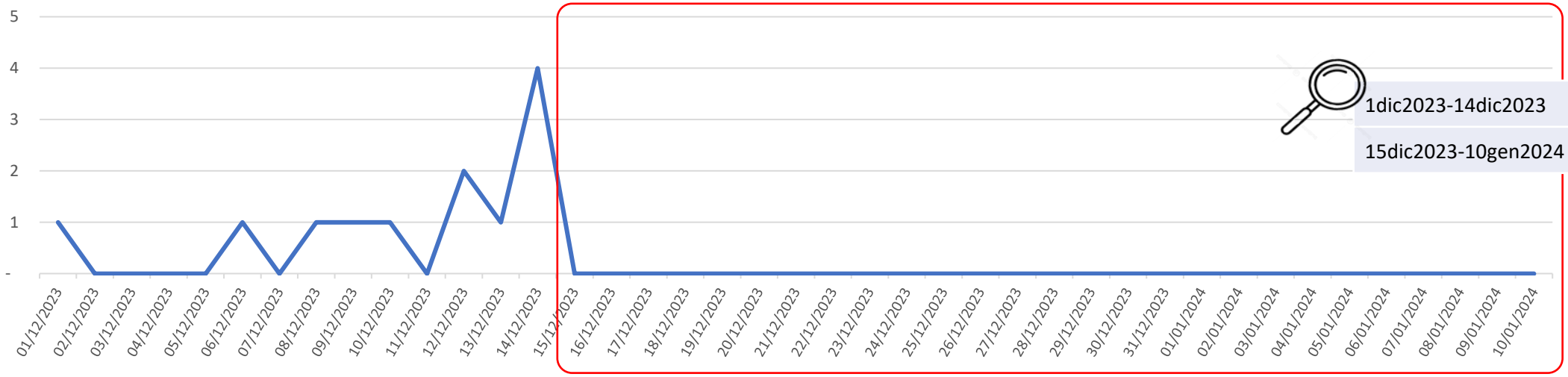
| INSTAGRAM | 97% |
|---|---|
| CAROUSEL | 66% |
| IMAGE | 14% |
| REEL | 17% |

| TIKTOK | 3% |
|---|---|

Fonte: Comscore Shareablee, Content Pulse #adv, Gen-Dic 2023

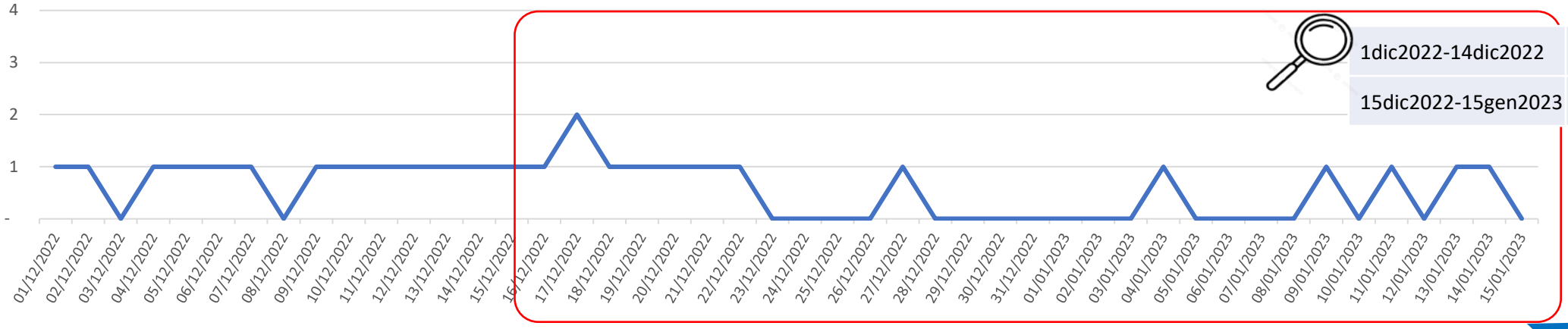
# Le attività di branded content della Ferragni 2023 vs 2022

## N. BRANDED CONTENT dall'1 Dicembre 2023 all'11 Gennaio 2024




| | |
|---|---|
| 1dic2023-14dic2023 | **12** branded content |
| 15dic2023-10gen2024 | **0** branded content |

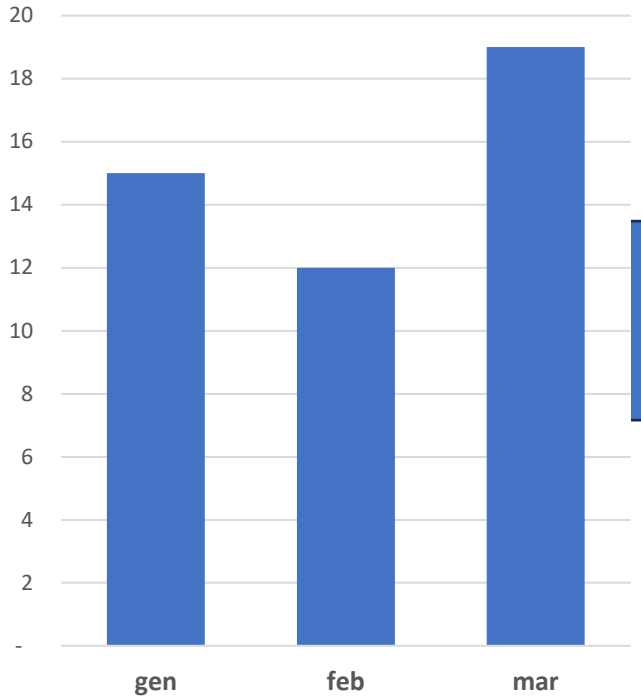
## N. BRANDED CONTENT dall'1 Dicembre 2022 al 15 Gennaio 2023




| | |
|---|---|
| 1dic2022-14dic2022 | **12** branded content |
| 15dic2022-15gen2023 | **15** branded content |

Fonte: Comscore Shareablee, Content Pulse #adv, 1 Dicembre 2023 – 10 Gennaio 2024 VS 1 Dicembre 2022 – 15 Gennaio 2023

# Le attività di branded content della Ferragni nel primo Q1 del 2023




N. COMPLESSIVO BRANDED CONTENT

**46** ***(26% del volume annuale)***

**TOP SPONSOR ATTIVATI Q1 2023 su singolo mese**

| Gennaio | Febbraio | Marzo |
|---|---|---|
| PASSIONEUNGHIE | PASSIONEUNGHIE | SAN CARLO |
| PANTENE | NESPRESSO | PRADA |
| NESPRESSO | LOUIS VUITTON | PIGNA |
| LOUIS VUITTON | LANCOME | PASSIONEUNGHIE |
| INTIMISSIMI | INTIMISSIMI | MOORER |
| HUBLOT | GIUSEPPE ZANOTTI | LOUIS VUITTON |
| GUCCI | GHD | GUCCI |
| FENDI | FALCONERI | GHD |
| FALCONERI | BENETTON | EVERSEENSA |
| DIOR | | ETRO |
| CALZEDONIA | | DIOR |
| | | CALZEDONIA |
| | | CALVIN KLEIN |
| | | BENETTON |

N. COMPLESSIVO SPONSOR ATTIVATI

**21**

**Q1 2024**

**?**

Fonte: Comscore Shareablee, Content Pulse #adv, Gen-Mar 2023