

Influencer Marketing e sostenibilità

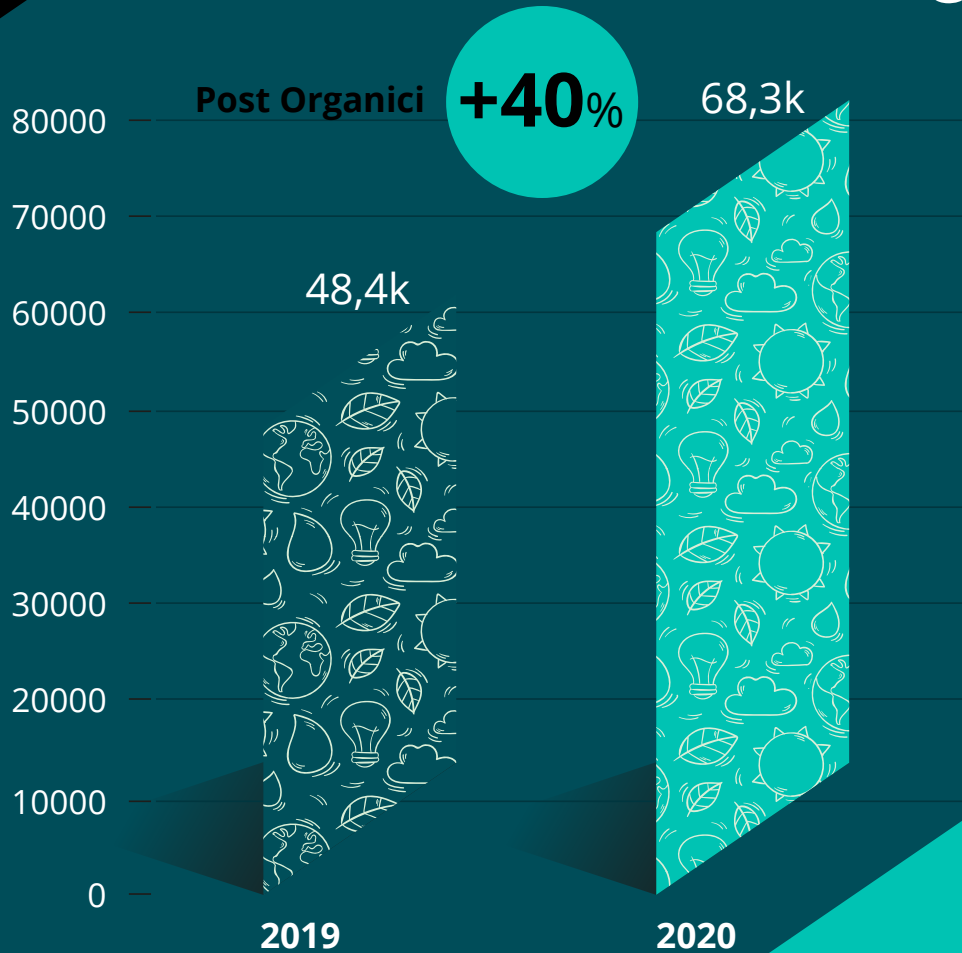
Il tema della sostenibilità



I consumatori sono sempre più attenti al tema della sostenibilità e sempre più allergici alle comunicazioni aziendali sull'argomento sporadiche o di facciata. Per le aziende è diventato cruciale non solo rendere il proprio business più sostenibile, ma anche comunicarlo in maniera corretta, senza rischiare di cadere nella trappola del **"Greenwashing"**.

Ricorrere all'Influencer Marketing può risultare una scelta vincente, a patto di utilizzare le giuste attenzioni!

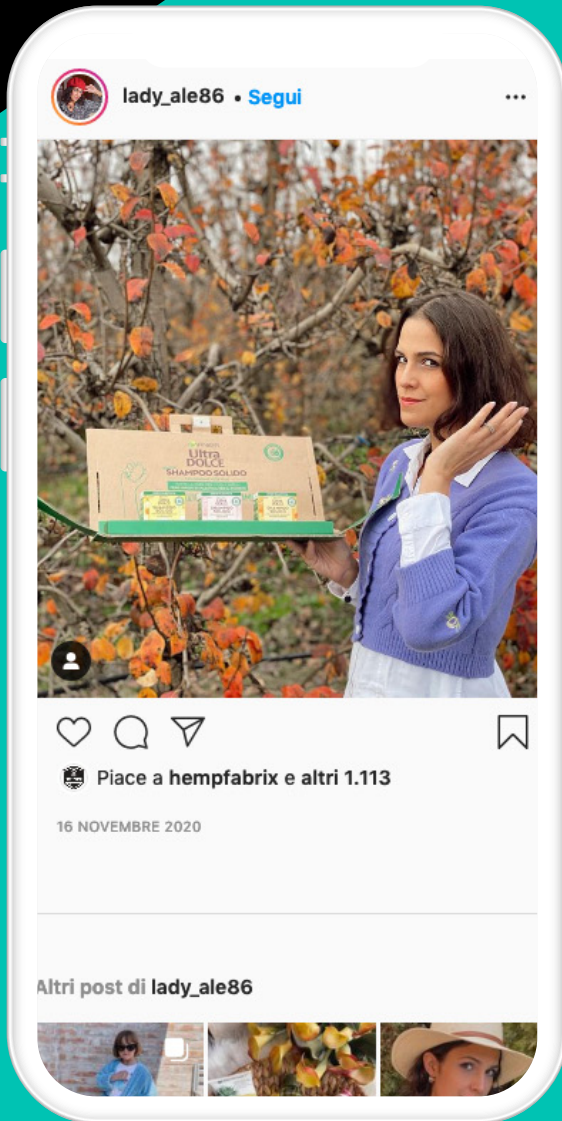
Lo scenario della sostenibilità in Italia dal punto di vista degli influencer



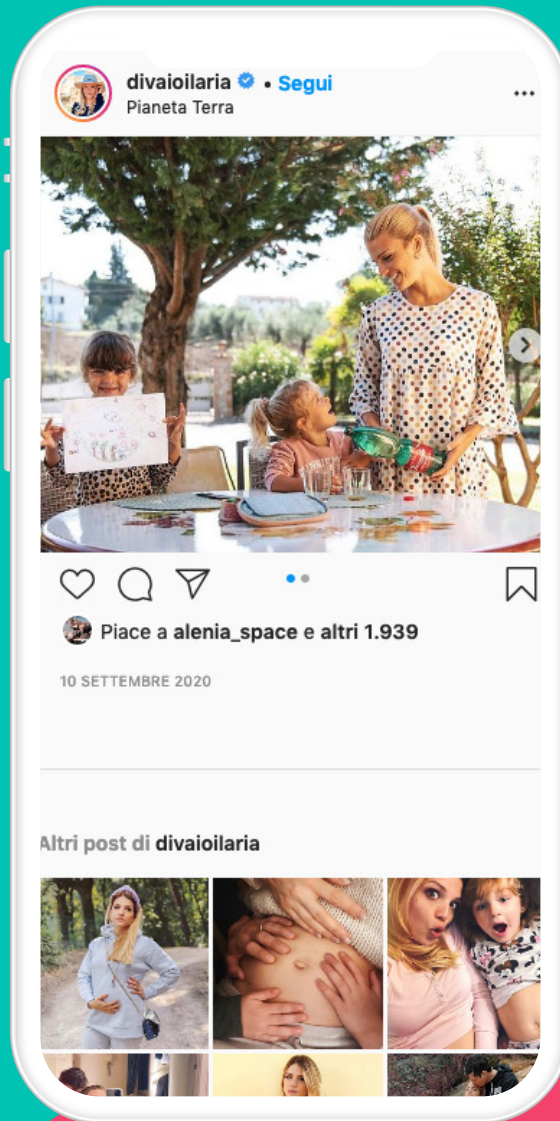
Il tema della sostenibilità è diventato sempre più un trend per gli influencer: +40% di contenuti rispetto al 2019

La sostenibilità è un argomento sempre più discusso sui social media tanto che in Italia, solo nel 2020, sono stati realizzati **più di 69 mila contenuti** dagli influencer sui principali social media. Se andiamo ancora ad approfondire e a confrontare il 2020 con il 2019 possiamo notare un **aumento del 40%** del numero di contenuti realizzati, segno che il trend è in forte crescita.

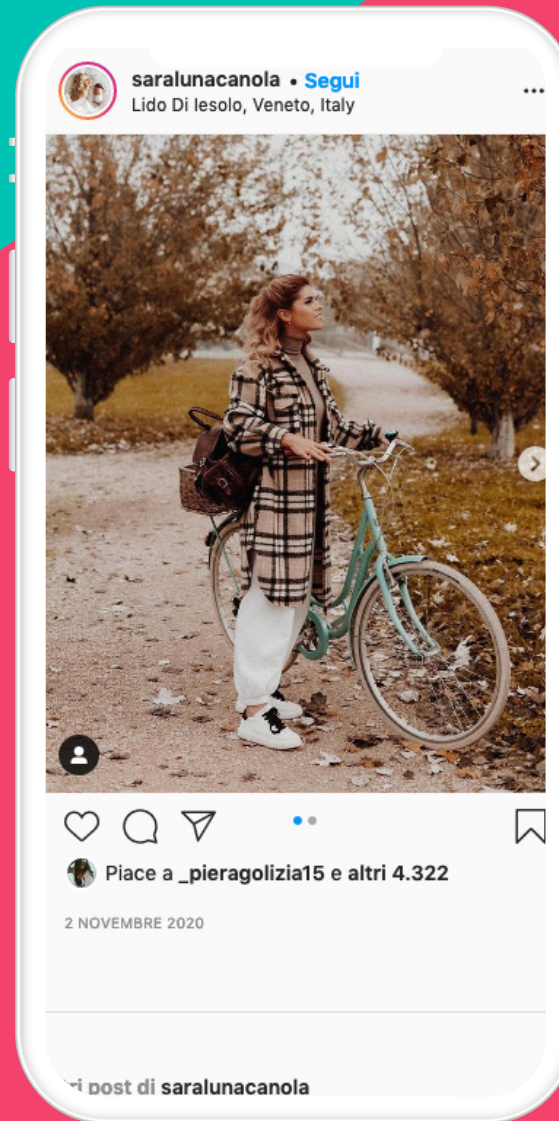
I brand e la sostenibilità



@lady_ale86 per Garnier



@divaioilaria per Ferrarelle

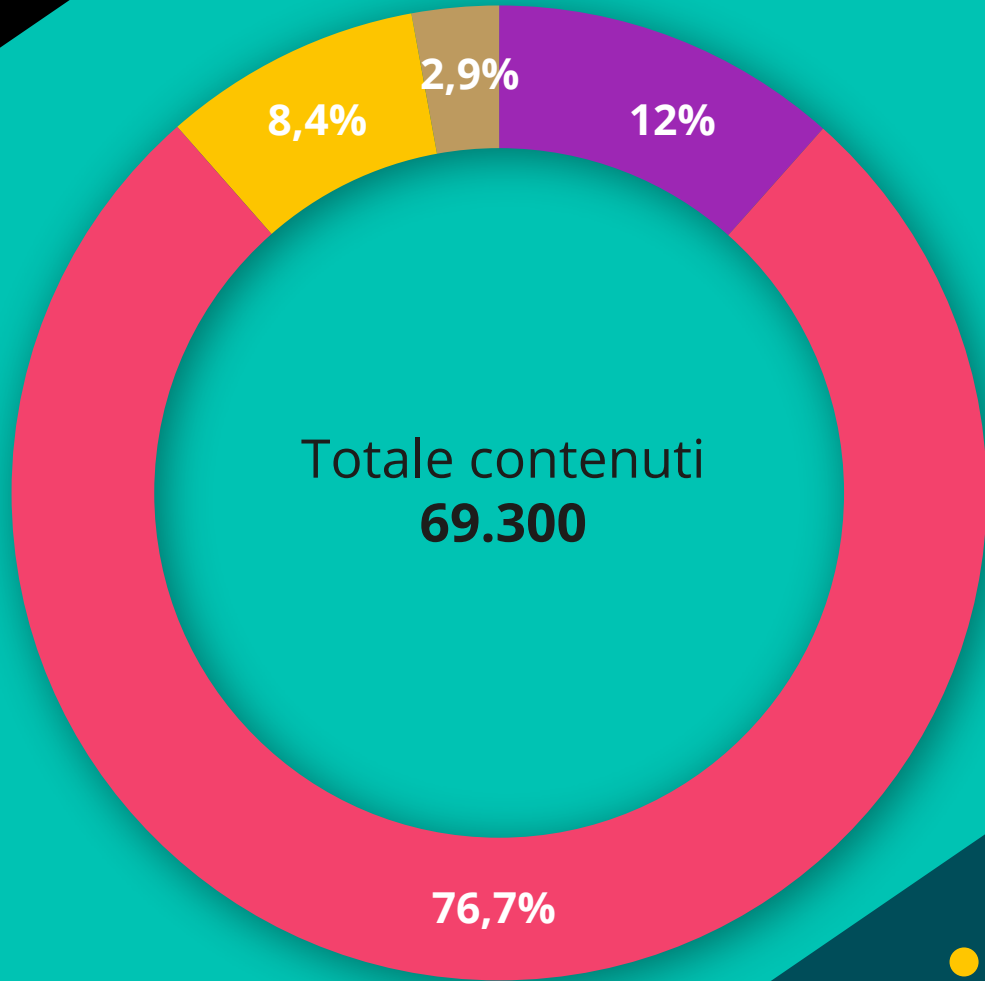


@saralunacanola per NeN Energia

Solo il 2% dei contenuti è frutto di attività sponsorizzate: un terreno ancora poco esplorato dai brand?

Dei 69 mila contenuti realizzati sui social nel 2020 **soltanto il 2% risulta essere frutto di attività sponsorizzate**, il che lascia spazio ad un quesito: cosa frena i brand dall'investire in campagne di Influencer Marketing pro-sostenibilità? La domanda è più che lecita visto che, stando ai numeri, ci sarebbe un ampio spazio per i brand per inserirsi in queste conversazioni.

Il Social Network della sostenibilità

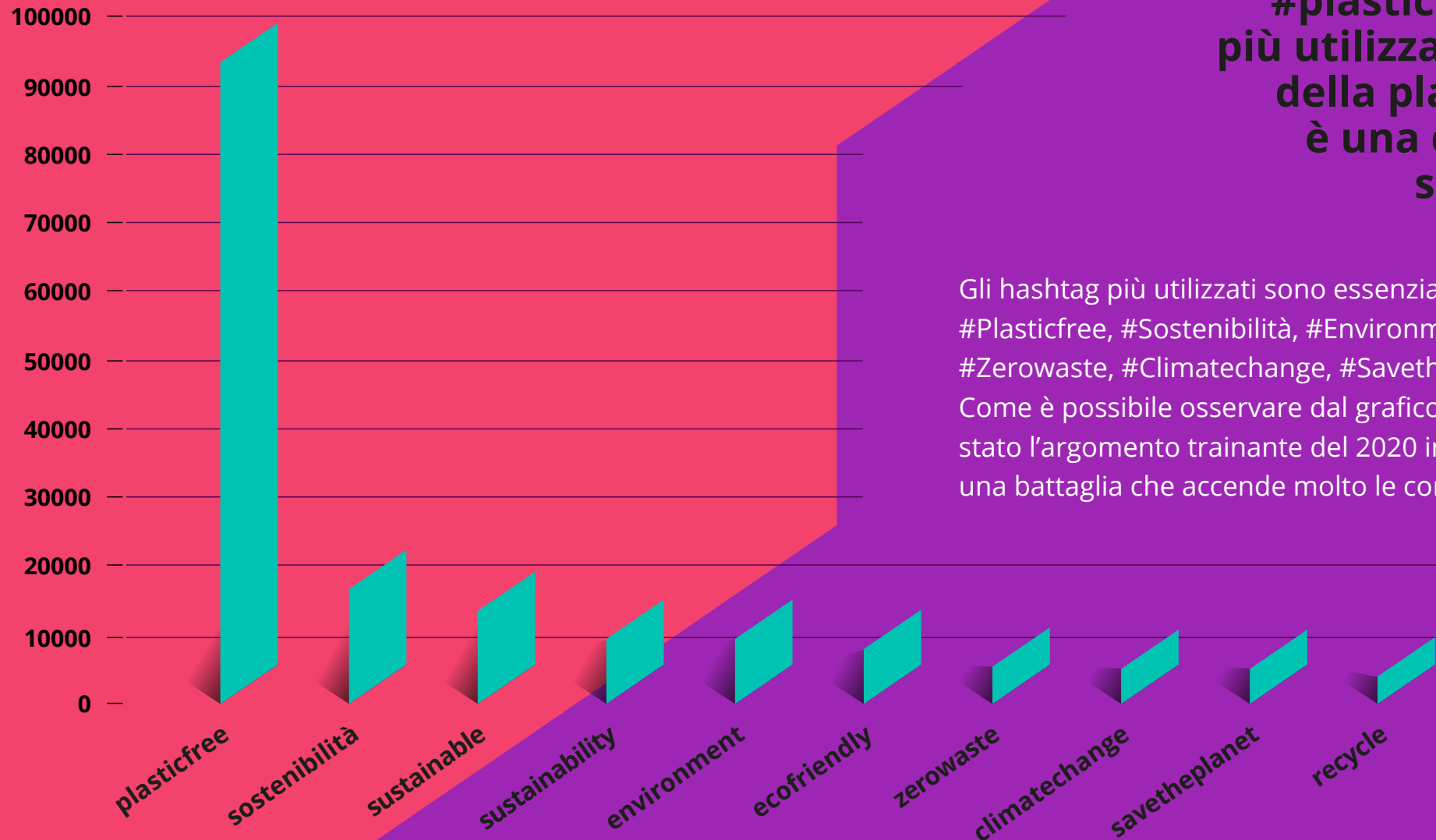


Instagram è il social network dove viene pubblicata la maggioranza dei contenuti sul tema della sostenibilità

Ma esiste un social media preferito rispetto ad altri per condividere le novità legate al mondo della sostenibilità? Secondo i dati del nostro Osservatorio, ricavati con Buzzoole Discovery, **Instagram risulta essere il social preferito** dagli influencer per parlare di tematiche green (76.7% dei contenuti realizzati nel 2020), seguito a grande distanza da Facebook (12%), Twitter (8.4%) e YouTube (2.9%).

- Instagram
- Facebook page
- Twitter
- YouTube

Gli hashtag più utilizzati

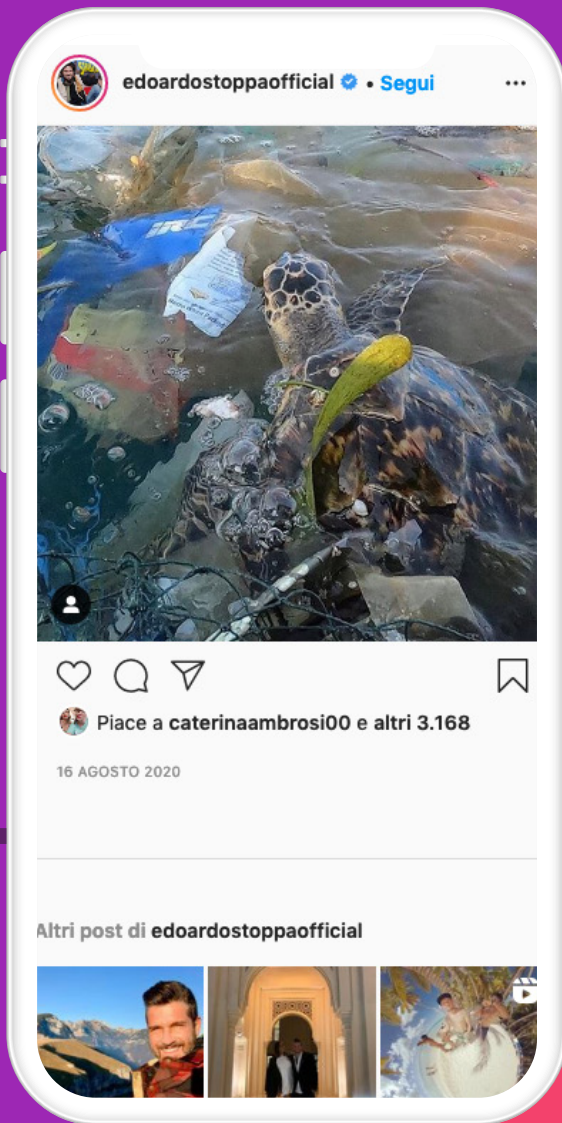


#plasticfree è l'hashtag più utilizzato: la riduzione della plastica monouso è una delle più grandi sfide per i brand

Gli hashtag più utilizzati sono essenzialmente otto: #Plasticfree, #Sostenibilità, #Environment, #Ecofriendly, #Zerowaste, #Climatechange, #Savetheplanet e #Recycle. Come è possibile osservare dal grafico, la lotta alla plastica è stato l'argomento trainante del 2020 in materia di sostenibilità, una battaglia che accende molto le conversazioni in rete.

3 esempi di contenuti

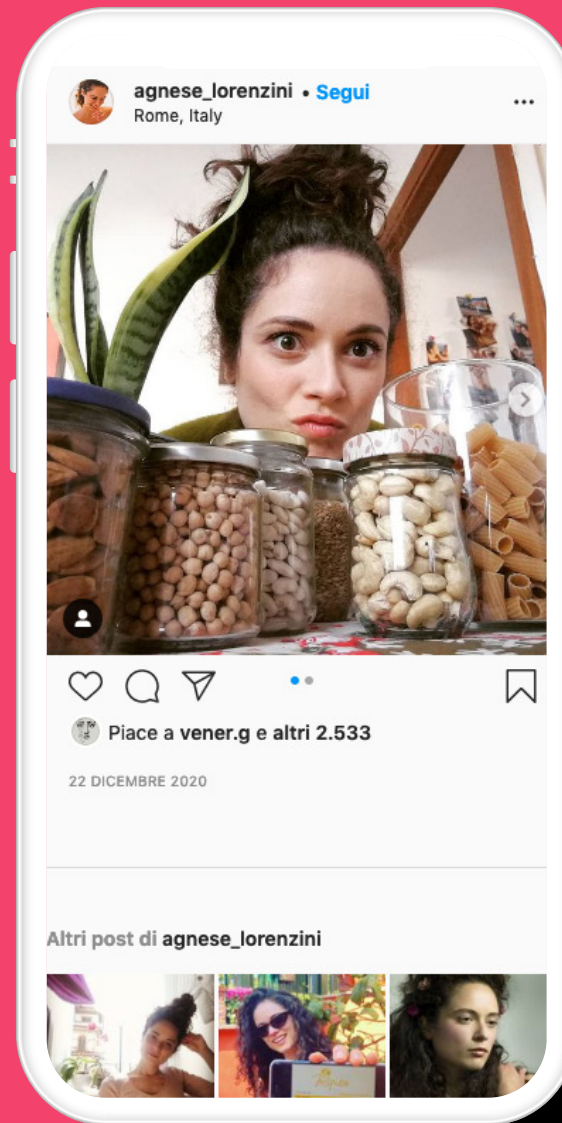
#plasticfree



#sostenibilità



#zerowaste



Tipologie di Green Influencer

Il green influencer ha community ristrette ma molto attive

Gli influencer che si battono per le tematiche green sono giovani attivisti che dispensano consigli di sostenibilità utili per la vita di tutti i giorni.

La caratteristica di questa tipologia di creator è di avere una community non molto ampia (**tipicamente sotto i 100 mila follower**) ma molto attiva che li segue assiduamente.

Tra i green influencer ci sono quelli che si concentrano su tematiche inerenti:

- **il cibo**
- **la moda**
- **l'ambiente**

Tipologie di Green Influencer

Fashion



@carotilla_

Camilla Mendini è un'attivista ambientale, fashion designer, impegnata nell'ecosostenibilità che vive negli Stati Uniti d'America.



@maybesimona

Alias Simona Curcio racconta attraverso i social la Second Hand nel mondo fashion con gli occhi della Generazione Z.

Ambientalisti



@alexbellini_alone

Alex Bellini è un esploratore, noto per le sue imprese estreme in giro per il mondo. In questi viaggi spesso testimonia gli effetti del cambiamento climatico.



@lambert.nic

Nicola Lamberti, studente al Politecnico di Milano, a soli 24 anni, è uno dei green influencer più seguiti in Italia per i suoi consigli sostenibili.

Food



@ecocucina

La passione di Lisa Casali è la cucina sostenibile con un'ambiziosa missione: contribuire a ridurre l'impatto ambientale a partire dal cibo.



@cucinabotanica

Carlotta Perego esplora il mondo vegan con una particolare attenzione rivolta alla lotta agli sprechi in cucina.

Contenuti in ambito moda



@maybesimona

Questo gilet verde “prato bagnato” (come piace definirlo a me) l’ho preso al mercatino dell’usato a circa €1,90 così come altri capi colorati a cui ho scelto di dare una seconda vita.



@carotilla_

Compra da brand sostenibili, da artigiani o preferisci il second hand, per continuare a fare shopping in maniera sostenibile. Non smettere mai di informarti e fai uscire la tua creatività aggiustando in maniera unica i tuoi capi o provando a cucirli da te.

I contenuti in ambito fashion sono per lo più **reel e post creativi volti a dare consigli** su dove trovare capi eco-friendly e come creare un guardaroba green che rispetti l’ambiente.

Contenuti a tema ambiente



@lambert.nic



Gli abiti in poliestere stanno inquinando l'artico

@alexbellini_alone

I creator ambientalisti realizzano contenuti più trasversali che toccano diverse tematiche. Dalla lotta alla plastica all'inquinamento atmosferico alla pulizia degli oceani. **I creator cercano di sensibilizzare i propri follower con immagini d'impatto** per provare a spingerli a cambiare le proprie abitudini quotidiane.

Contenuti in ambito food



@ecocucina



@cucinabotanica

Tra i contenuti legati alla sostenibilità in ambito alimentare è possibile trovare consigli per riutilizzare gli scarti in cucina. I *foodies* postano ricette per diminuire gli sprechi e creare piatti sfiziosi in modo creativo e divertente.

3+1 consigli per i brand

1 Occhio ai tuoi competitor

Monitora le attività fatte dai competitor per evitare errori o sovrapposizioni di messaggi in tema di sostenibilità.

2 Scegli il creator giusto

Controlla i contenuti e le collaborazioni passate degli influencer per accertarti che il creator sia realmente impegnato sulla tematica.

3 Adotta una strategia Always On

Pianifica una comunicazione di lungo periodo per evitare che il messaggio sia visto come tattico e strumentale. Scegli Ambassador, non collaborazioni spot!

Se non sei pronto, non forzare i tempi!

Evita comunicazioni sul tema se questo non rappresenta l'impegno principale dell'azienda su tutti i fronti.

ZZ
∞



BUZZOOLE
∞

I nostri uffici

Via Bergognone 34, Milano

Via Loggia dei Pisani 13, Napoli

Contatti

sales@buzzoole.com

Follow us

