



THE PERFECT BODY

Il ruolo di influencer e creator sul tema della body positivity

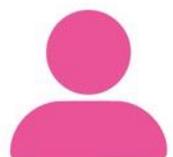
#stopbodyshaming

MERCOLEDÌ
9 FEBBRAIO 2022

CLAUDIA
BALLERINI

Ipsos ·  OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

IL CAMPIONE



+500



Interviste online a
utenti social in Italia



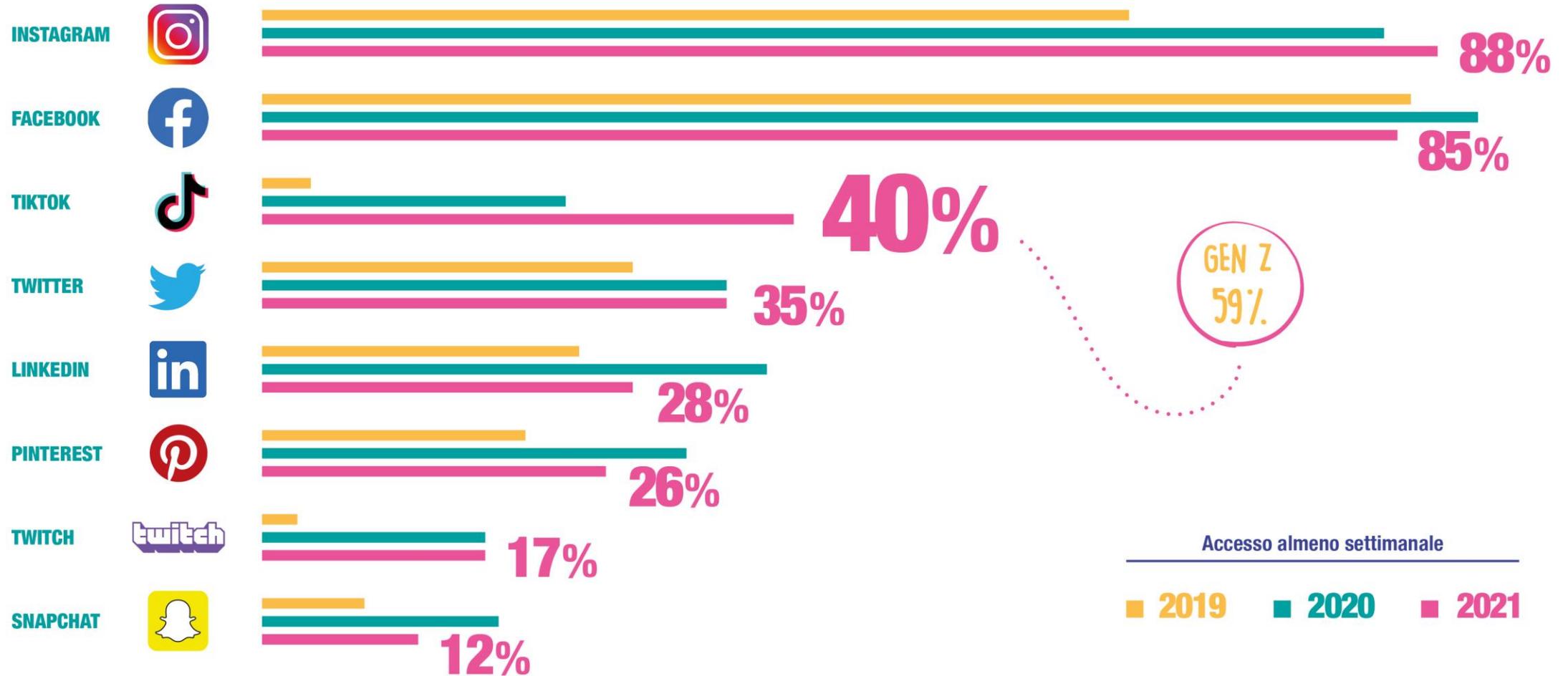
16-54 ANNI



#stopbodyshaming

L'ASCESA DI TIKTOK IN UNO SCENARIO IN CONTINUA EVOLUZIONE

Su quale dei seguenti social network hai un account/profilo? Con quale frequenza accedi a...?



LA BODY POSITIVITY HA UN PESO RILEVANTE SUI SOCIAL NETWORK

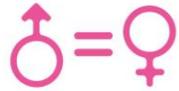
Pensa ai temi e agli argomenti che trovano spazio sui social ma anche sui mezzi di comunicazione, secondo te di quale o quali di questi temi si parla oggi di più?



GEN Z
73%

58%

Lotta
all'omotransfobia



58%

Parità di genere



DONNE : 65%

56%

Accettazione del
proprio corpo/
abbattimento
degli stereotipi



53%

Sostenibilità

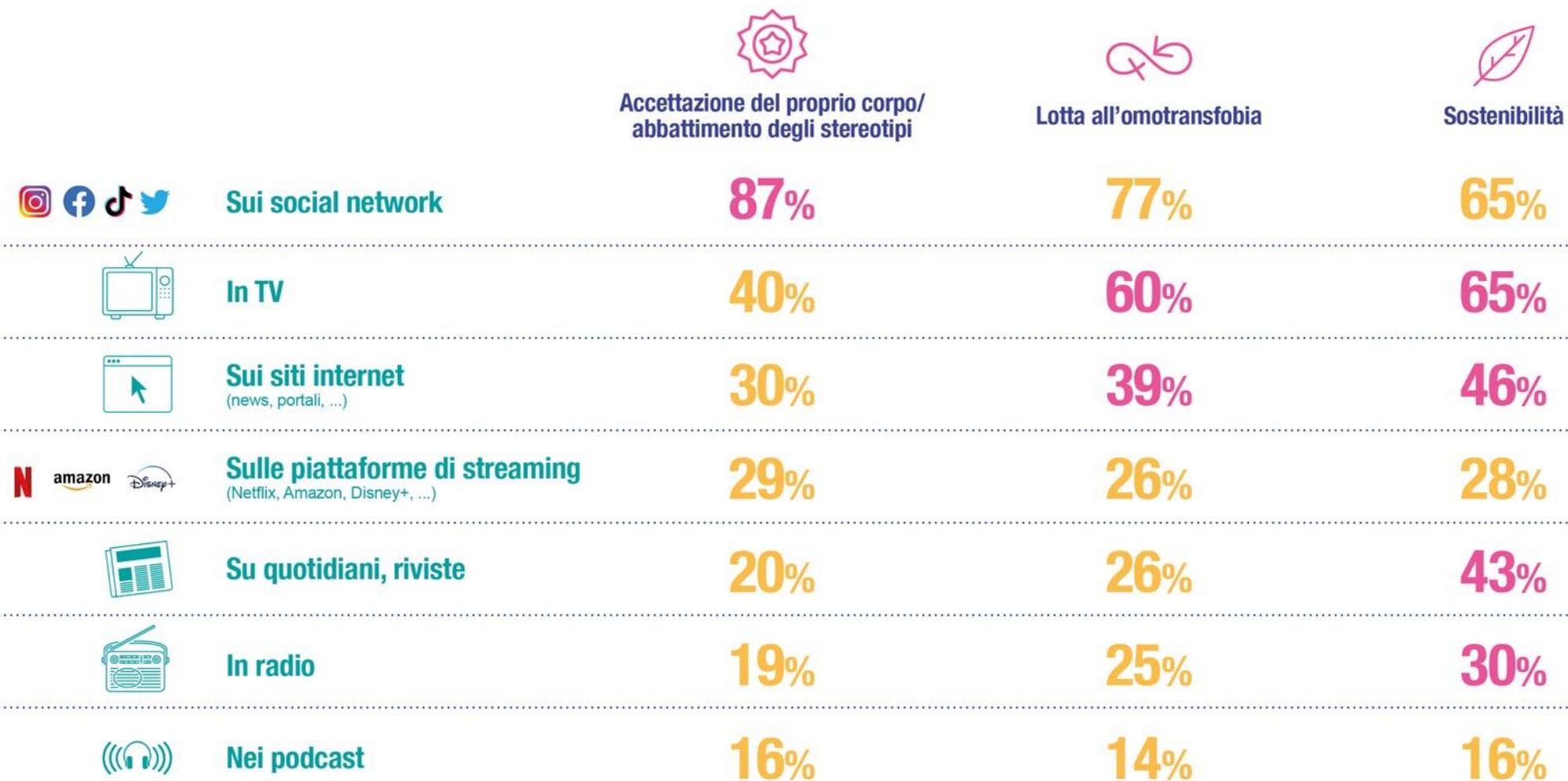


37%

Cyber-bullismo

I SOCIAL NETWORK COME LUOGO ELETTIVO PER PARLARE DI BODY POSITIVITY

E dove ti è capitato di sentire parlare più spesso di...



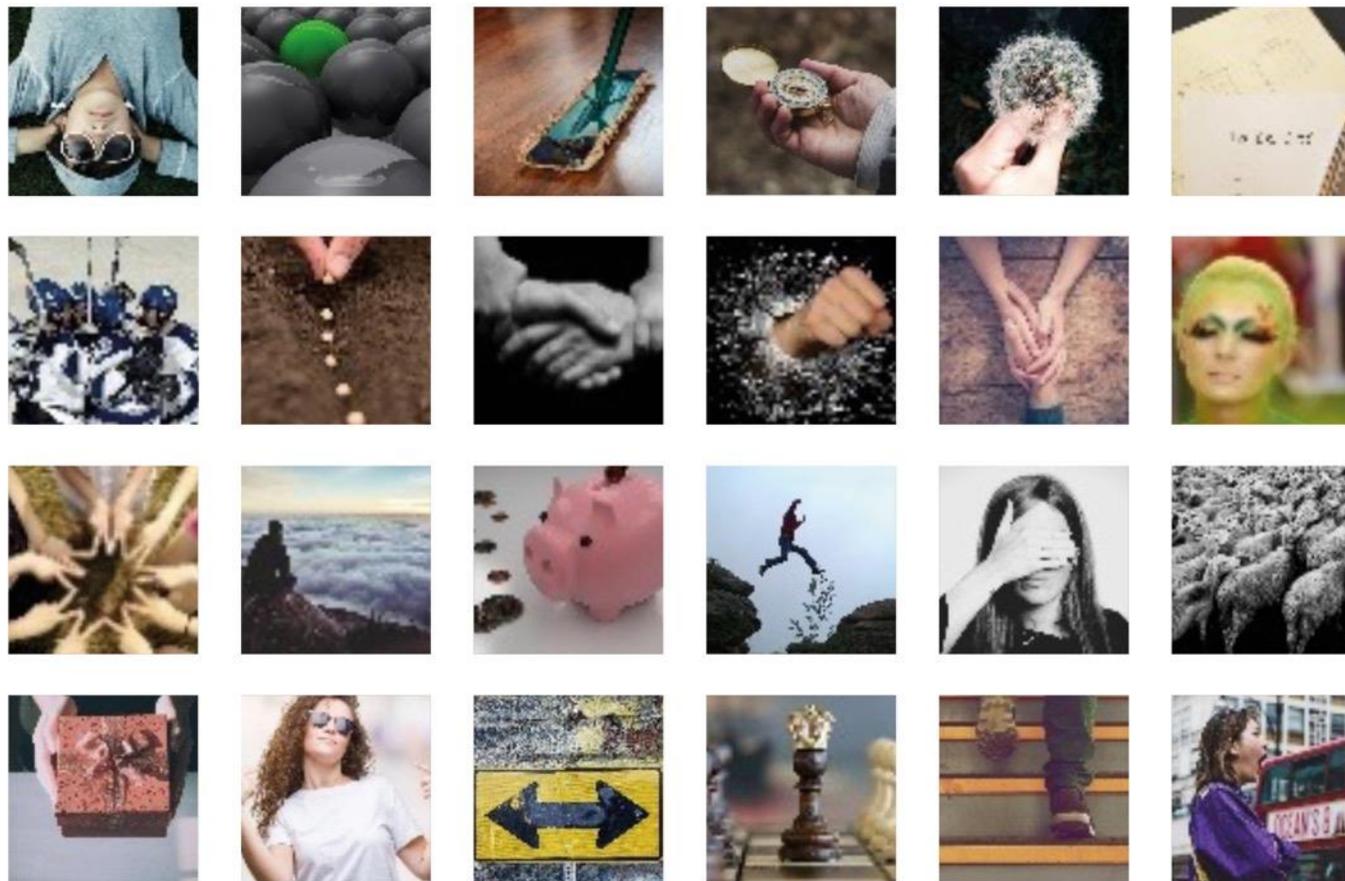
Ora ti verrà presentata una selezione di immagini che rappresentano diverse emozioni che si possono provare quando si vede un contenuto che parla di accettazione del proprio corpo/ abbattimento degli stereotipi (Body positive, ...).

SELEZIONA LE IMMAGINI CHE TI AIUTINO A ESPRIMERE LE TUE EMOZIONI.

NON PENSARE TROPPO A LUNGO; SEGUI IL TUO ISTINTO.

Puoi descrivere a parole tue il significato di queste immagini? In che modo rappresentano le emozioni che suscita un post/una story su questo tema?

Che tipo di sensazione, stato d'animo o esperienza emotiva rappresentano?



LA BODY POSITIVITY GENERA CONTRADDIZIONI



Socialità ma anche solitudine.

Essere se stessi da soli o in compagnia e lottare per se.

Forza e coraggio.

Accettare se stessi e quindi riuscire ad entrare in un gruppo o in una società.

Mi danno energia e mi fanno sentire parte di una comunità, che il mio pensiero non è unico e sbagliato, che io non sono unico e sbagliato ma che la fuori c'è altra gente come me, che la pensa come me. Non significa seguire la massa ma avere un pensiero comune che ti rende partecipe di un qualcosa.

Libertà, capacità di trovare la propria voce interiore.

Intimità, verità, onestà.

Leggerezza, spensieratezza, ma soprattutto molta libertà di scelta.

Conflitto interiore, spirito libero, ribellione.

Rabbia e voglia di cambiamento.

Superare le barriere della società ed accettarsi.

Il sentirsi continuamente in paragone con gli altri, il non sentirsi accettati, l'essere sempre in ritardo e non riuscire mai a raggiungere i propri obiettivi.

Rappresentano il disagio di non apprezzare il proprio corpo.

Ho selezionato quelle immagini che esprimono la voglia di andare avanti, di andare oltre ai pregiudizi, la felicità di poter essere liberi e anche diversi che è la cosa più bella che ci possa essere.

Rappresentano la difficile accettazione del corpo fino poi a tornare a sorridere.

Voglia di rivalsa.

Emozioni contrastanti di paura del giudizio e di ricerca della serenità.

Superamento dei propri limiti e soprattutto delle proprie paure.

Un salto nel vuoto, per via della situazione che dovrò affrontare.

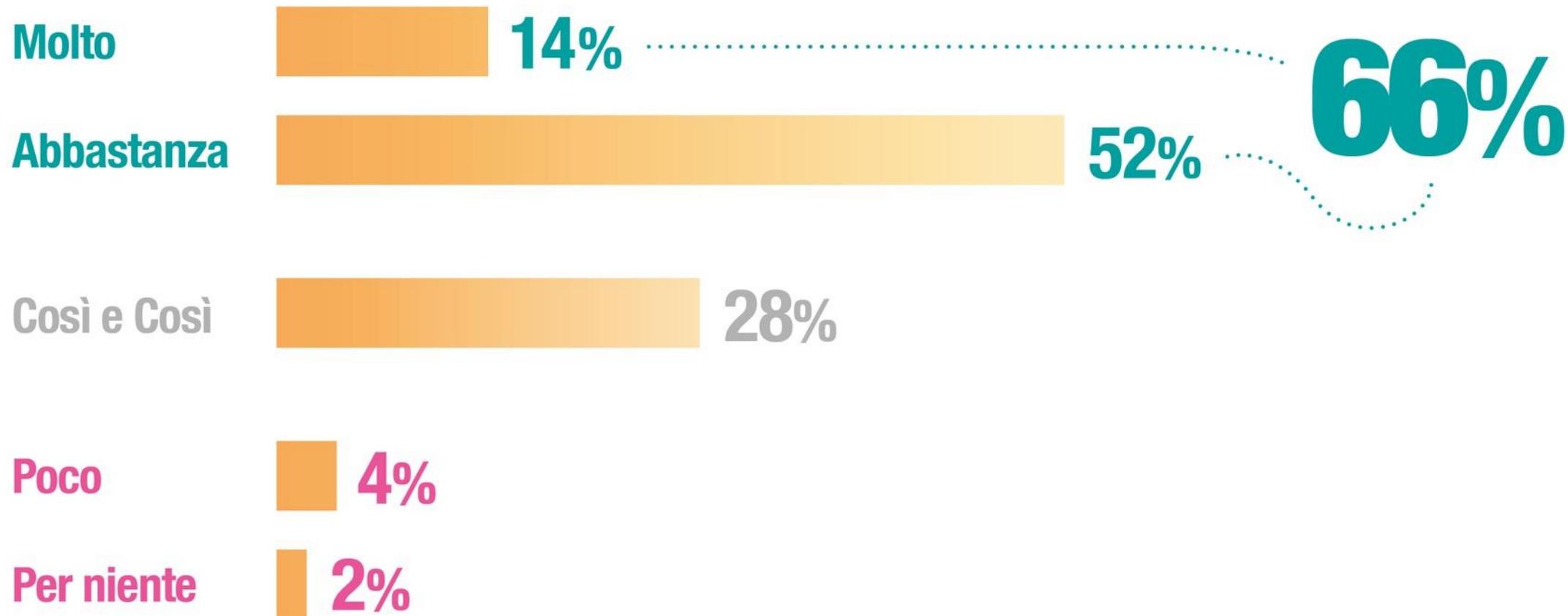
Difficoltà ad esprimere la propria vera opinione, perché nonostante sui social sembri essere diventata una cosa più quotidiana, resta ancora un tabù all'interno delle conversazioni.

Molto probabilmente mi trasmette molte insicurezze e anche tanta rabbia.

Ci vuole tempo per accettarsi e migliorarsi. Bisogna essere coraggiosi e decisi.

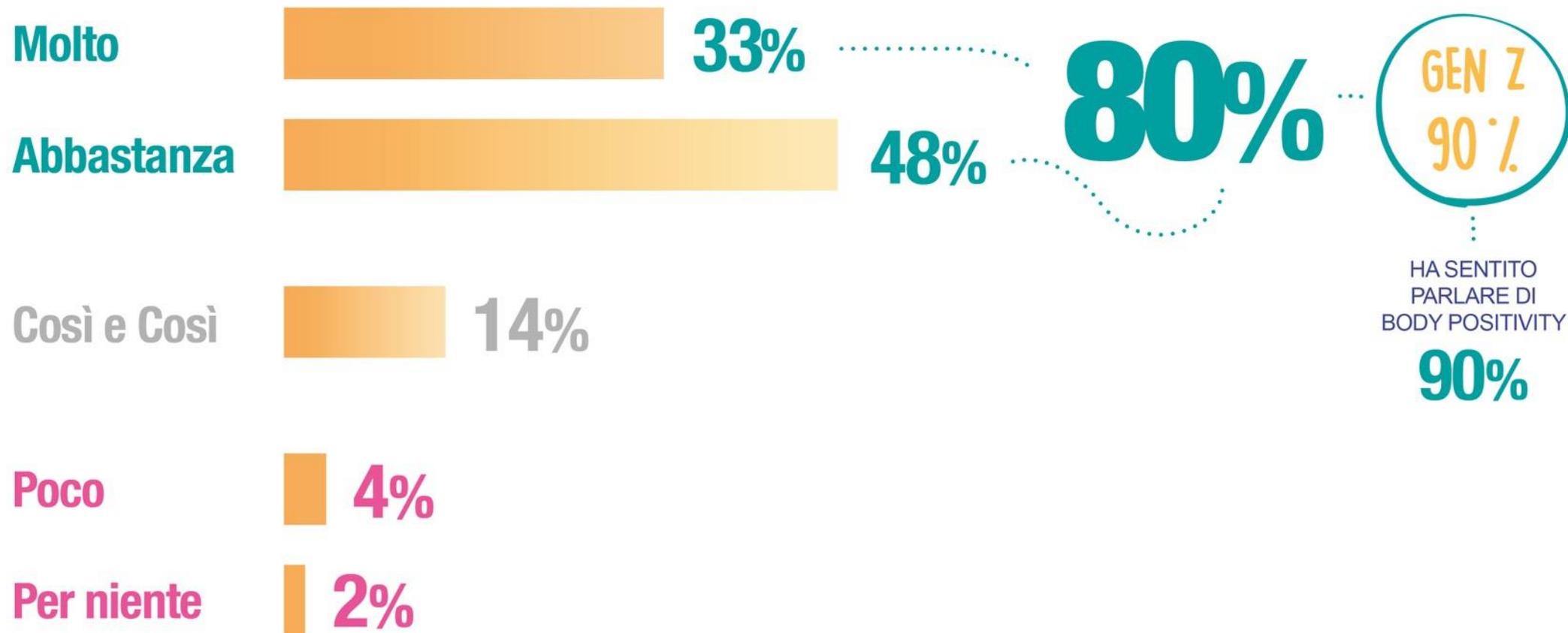
LA BODY POSITIVITY È UN TEMA TRATTATO DAGLI INFLUENCER

In base alla tua esperienza e agli influencer che segui, gli influencer parlano di accettazione del proprio corpo/abbattimento degli stereotipi (BODY POSITIVITY, ...)?
Se sì, quanto?



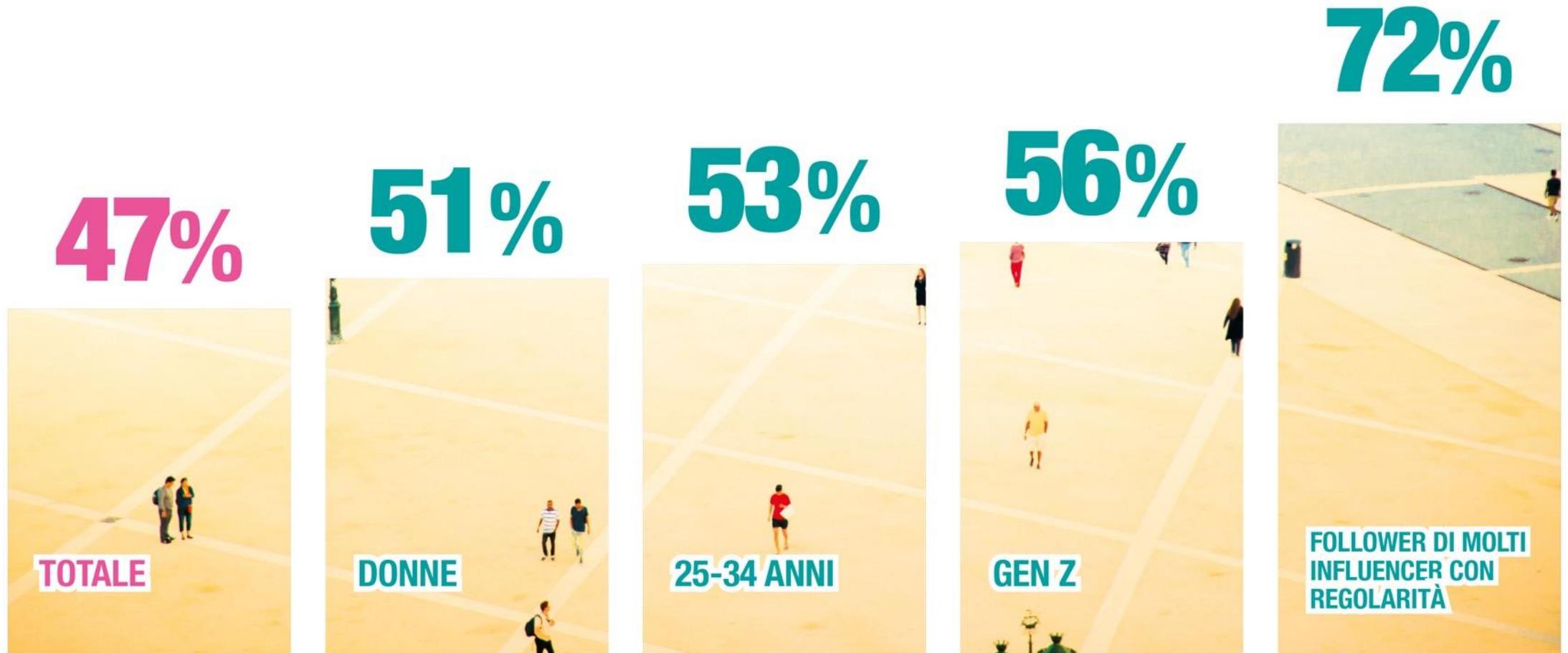
LA LEGITTIMAZIONE DEGLI INFLUENCER A PARLARE DI BODY POSITIVITY

Secondo te, l'influencer può avere un ruolo positivo rispetto al tema dell'accettazione del proprio corpo/abbattimento degli stereotipi (BODY POSITIVITY, ...)?



LA BODY POSITIVITY COME ELEMENTO DI ATTRAZIONE DI NUOVI FOLLOWER

Ti è capitato di seguire un influencer perchè ha iniziato a parlare di accettazione del proprio corpo / abbattimento degli stereotipi (BODY POSITIVITY, ...)?



ATTENZIONE AL RISCHIO DI UNFOLLOW

Cosa ti ha portato a questa decisione?



LA BODY POSITIVITY È UN TEMA CONDIVISO MA MENO DI ALTRI

Ti è mai capitato di condividere contenuti (storie, post) di un influencer che parlassero di accettazione del proprio corpo/abbattimento degli stereotipi?
E ti è mai capitato di condividere contenuti (storie, post) di un influencer su altri temi?

Spesso + Qualche volta 



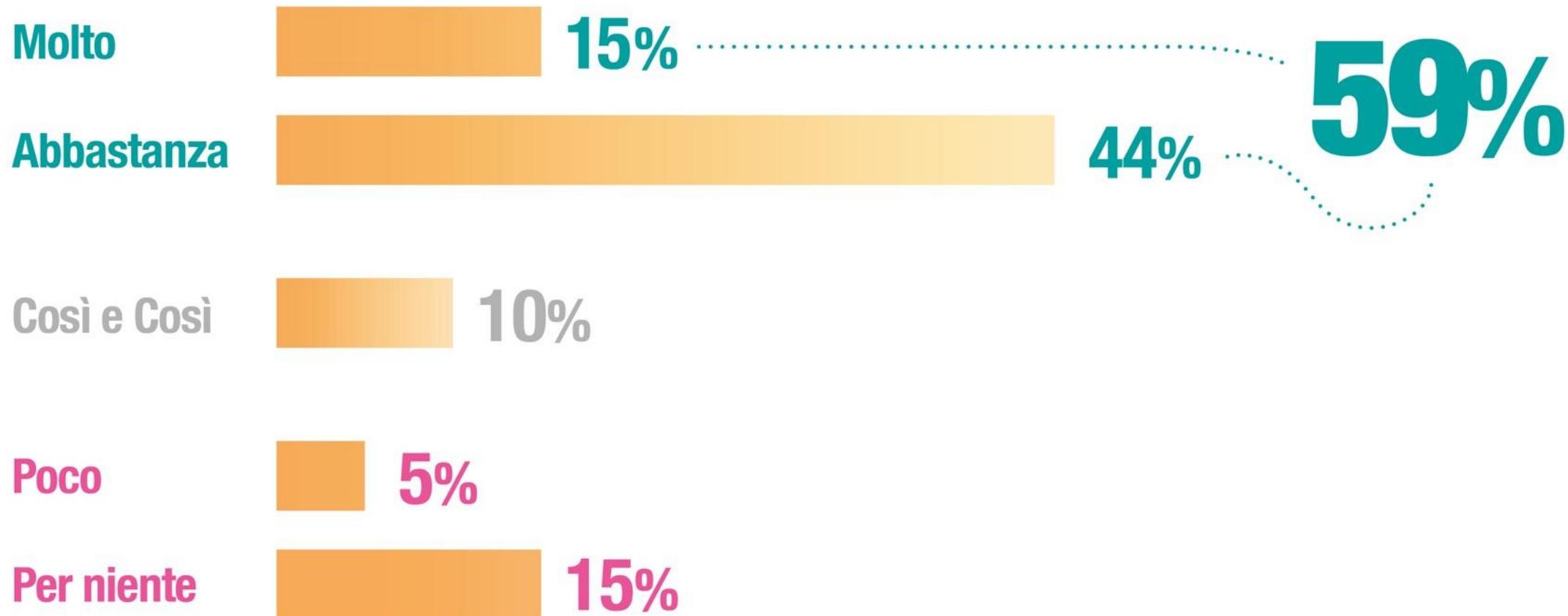
LA POCA CREDIBILITÀ DELL'INFLUENCER E IL DISAGIO PERSONALE SONO BARRIERE ALLA CONDIVISIONE

Ci hai detto che non ti è mai capitato di condividere contenuti sull'accettazione del proprio corpo/abbattimento degli stereotip (BODY POSITIVITY, ...). Per quali motivi?



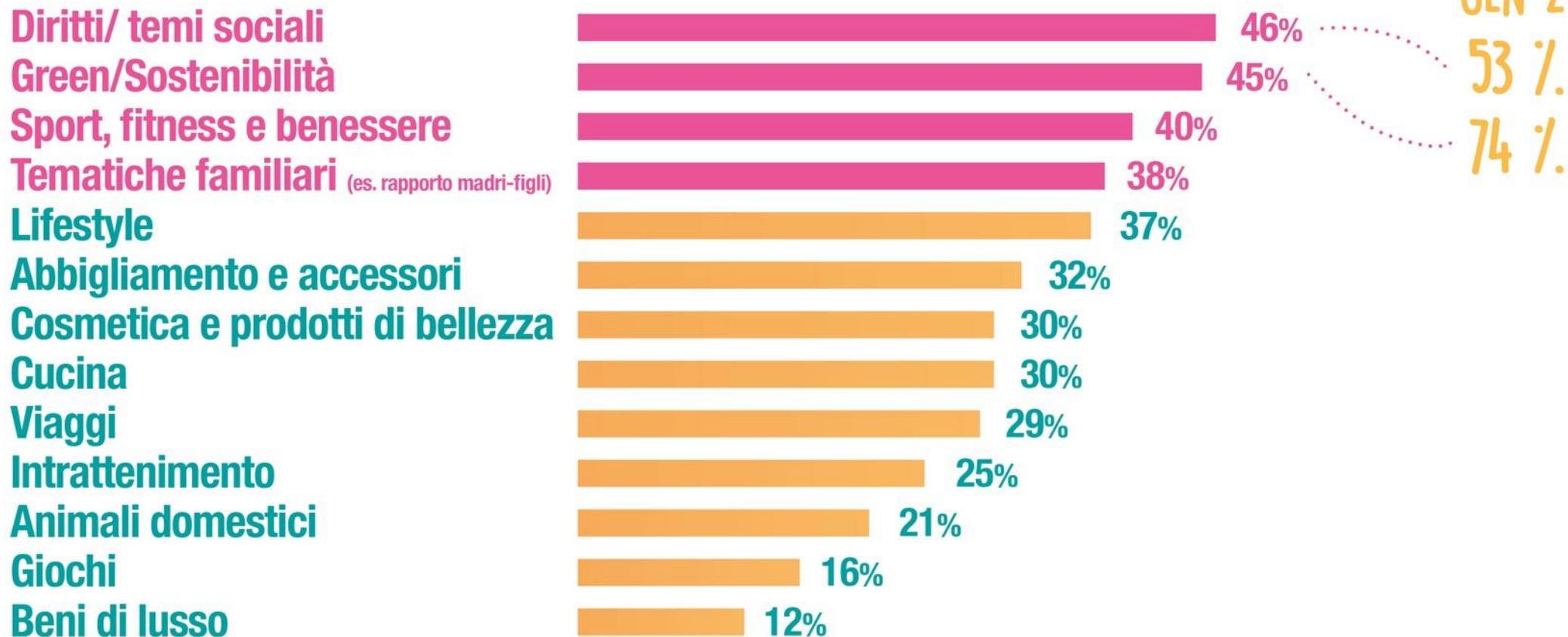
GLI INFLUENCER CHE PARLANO DI BODY POSITIVITY INFLUENZANO SU ALTRI TEMI

Se un influencer parla di accettazione del proprio corpo / abbattimento degli stereotipi (BODY POSITIVITY, ...), tu sei più propenso ad ascoltare i suoi consigli anche in altri ambiti?



L'INFLUENZA È MAGGIORE SUI TEMI SOCIALI

Secondo te, quali altri argomenti potrebbero trattare con credibilità gli influencer che parlano di accettazione del proprio corpo/abbattimento degli stereotipi?



IMPLICAZIONE PER I BRAND

Ad oggi i brand **non possono trarre vantaggio dall'attivismo di influencer e creator**, se distanti da quanto dicono.

Se la strategia di marketing e comunicazione coinvolge influencer e creator, **attenzione alla scelta in termini di contenuti, toni, valori e stili di vita.**

Con o senza influencer e creator, nella narrazione i brand dovrebbero **sostenere l'accettazione delle diversità, delle varie tipologie di corpo**, spostando il focus dall'accettazione delle imperfezioni all'accettazione/inclusione di tutte le diversità e dell'unicità di ogni persona.



GRAZIE!

THE PERFECT BODY

Il ruolo di influencer e creator sul tema della body positivity

#stopbodyshaming

MERCOLEDÌ
9 FEBBRAIO 2022

CLAUDIA
BALLERINI claudia.ballerini@ipsos.com

Ipsos ·  OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING