

arcadia®

N° 11

Arcadia Mood

La strategia del silenzio

Le performance social
di Chiara Ferragni

2024

La strategia del silenzio non può durare a lungo

La domanda di fondo è una: quanto tempo una **celebrity influencer** può restare nel **limbo del silenzio social** senza postare o limitarsi al minimo indispensabile dando segnali saltuari di esistenza, ma di fatto continuando a **prosciugare il liquido amniotico della placenta digitale** che accoglie i propri follower?

L'interrogativo può anche essere riformulato chiedendoci, al contempo, quanto il **lockdown degli account** social, decretato in tutta fretta per mettere al riparo la reputazione di Chiara Ferragni dal tornado che ne stava tritutando la reputazione, può durare senza produrre **danni superiori agli effettivi benefici**?

La **risposta** è altrettanto univoca quanto la domanda: se Chiara Ferragni pensa che il suo percorso professionale di celebrity influencer sia ancora solido e punta a tutelare i suoi interessi economici e la sua reputazione, è costretta a **riprendere in tempi stretti quella narrazione condivisa**, pur adattandola ai nuovi cambiamenti.

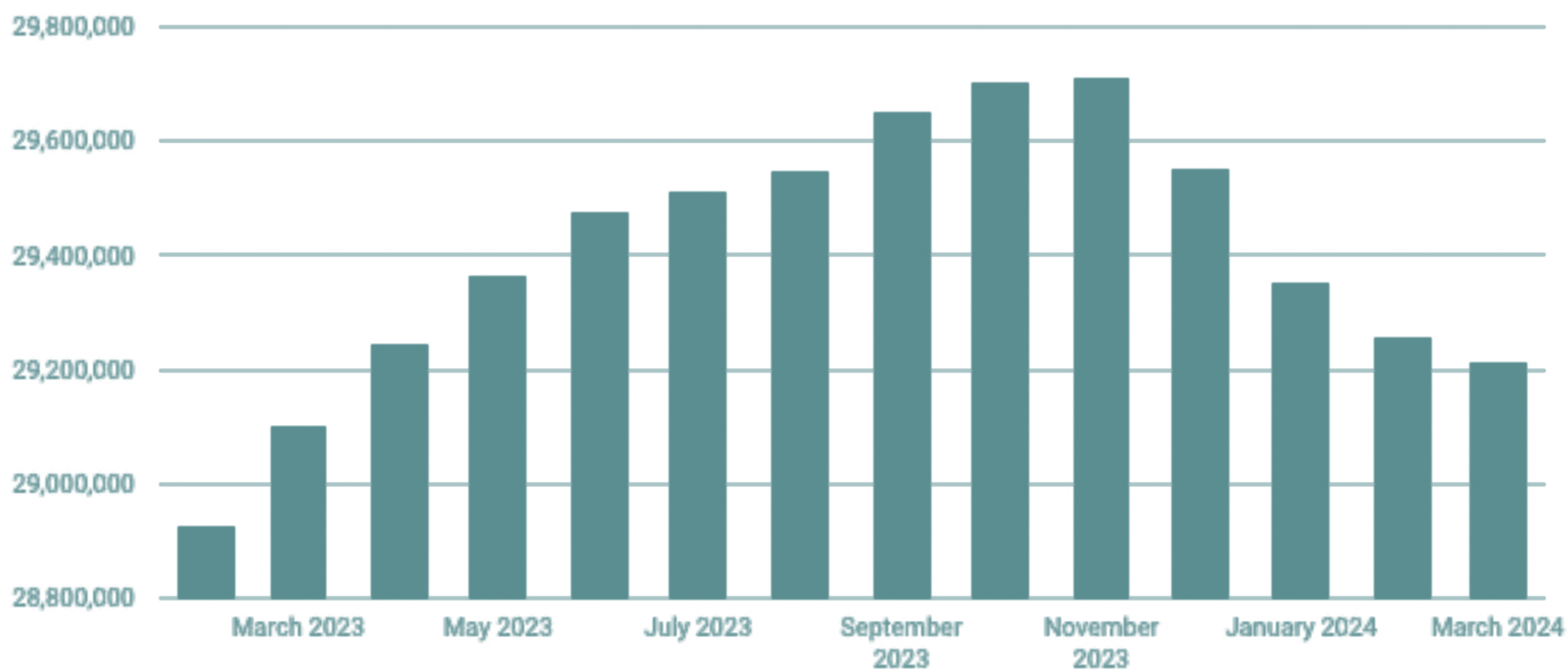
Certo, qualcuno dirà che la perdita dei follower finora patita è minima, siamo a più di 515 mila su un totale di 29 milioni che seguono solo l'account Instagram, eppure bisogna rammentare che questo **defollowing** ha già prodotto comunque due conseguenze immediate: la prima è percettiva, perché ha instillato nel pubblico digitale la convinzione che l'abbandono è più che altro una **scelta punitiva** nei confronti di chi ha tradito, per interesse personale, quei valori morali che il fandom considera come un vincolo sacro. La seconda è invece molto più sostanziale,

intanto perché **i follower** si contano, ma soprattutto si pesano e in questa differenza non è dato conoscere il profilo di chi ha abbandonato l'account della Ferragni.

Non sappiamo cioè, se erano follower che interagivano attivamente con i post, quanto fosse estesa la loro rete e soprattutto quale fosse la loro credibilità nelle rispettive comunità digitali. Inoltre, la riduzione drastica e prolungata di contenuti da pubblicare produce una distorsione delle abitudini dei follower che di fatto, si riverbera in modo diretto e negativo sulla **dinamica funzionale dell'algoritmo**. Il minor successo di account, decretato dalla quantità delle interazioni raccolte, spinge **l'algoritmo a penalizzare la portata dei contenuti rispetto al fandom**, in quanto interpreta questa riduzione di interazioni come un evidente segnale della scarsa attrattività del contenuto. Ecco perché Chiara Ferragni è quasi obbligata, se pensa ancora di investire con il suo brand nella **content economy**, ad **accantonare** in tempi brevi la **strategia del silenzio**.

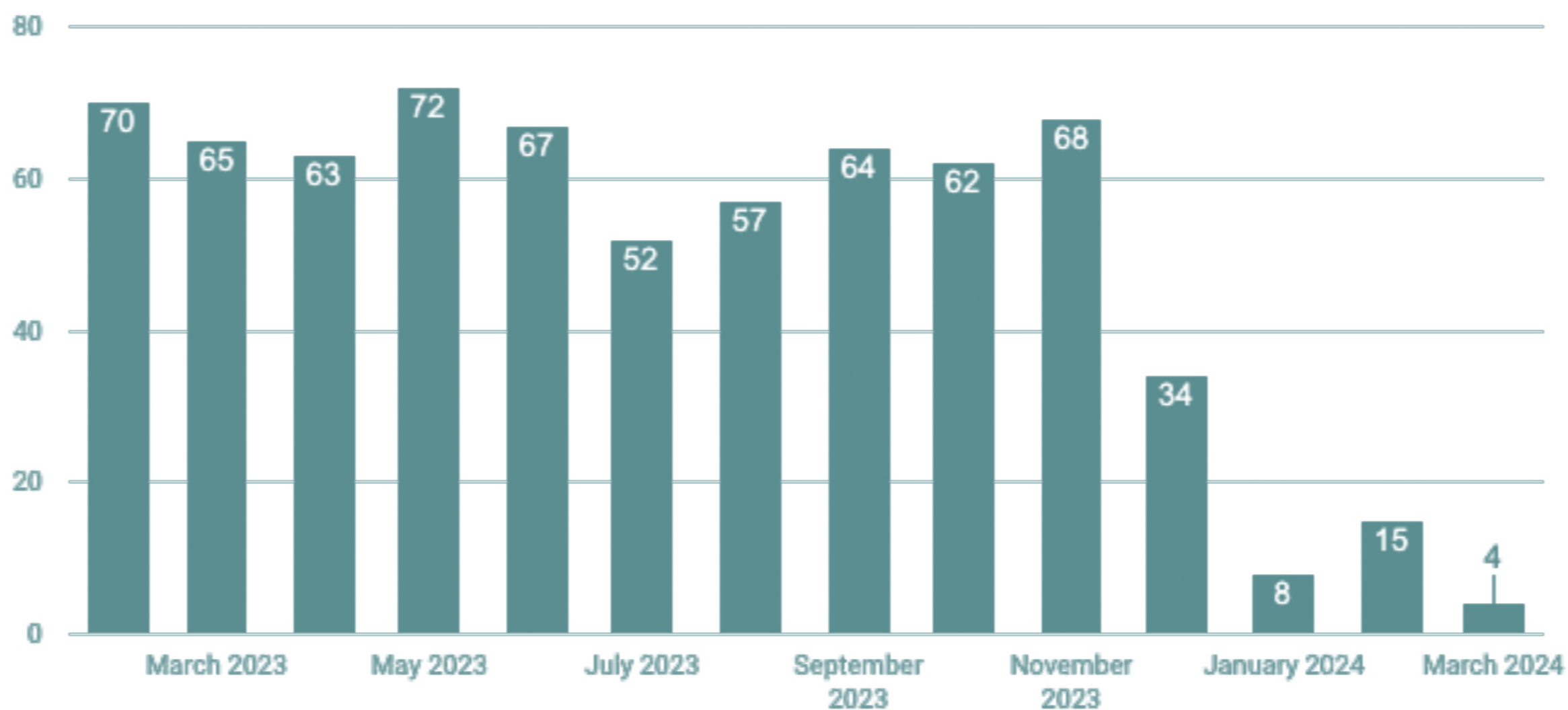


A tre mesi dal pandoro-gate, i **follower** dell'account **Instagram** sono tornati ai livelli di gennaio 2023, infatti la conta attuale è di **29.213.589**, che porta la perdita assoluta, dal 13 dicembre a oggi, a **-517 mila follower**



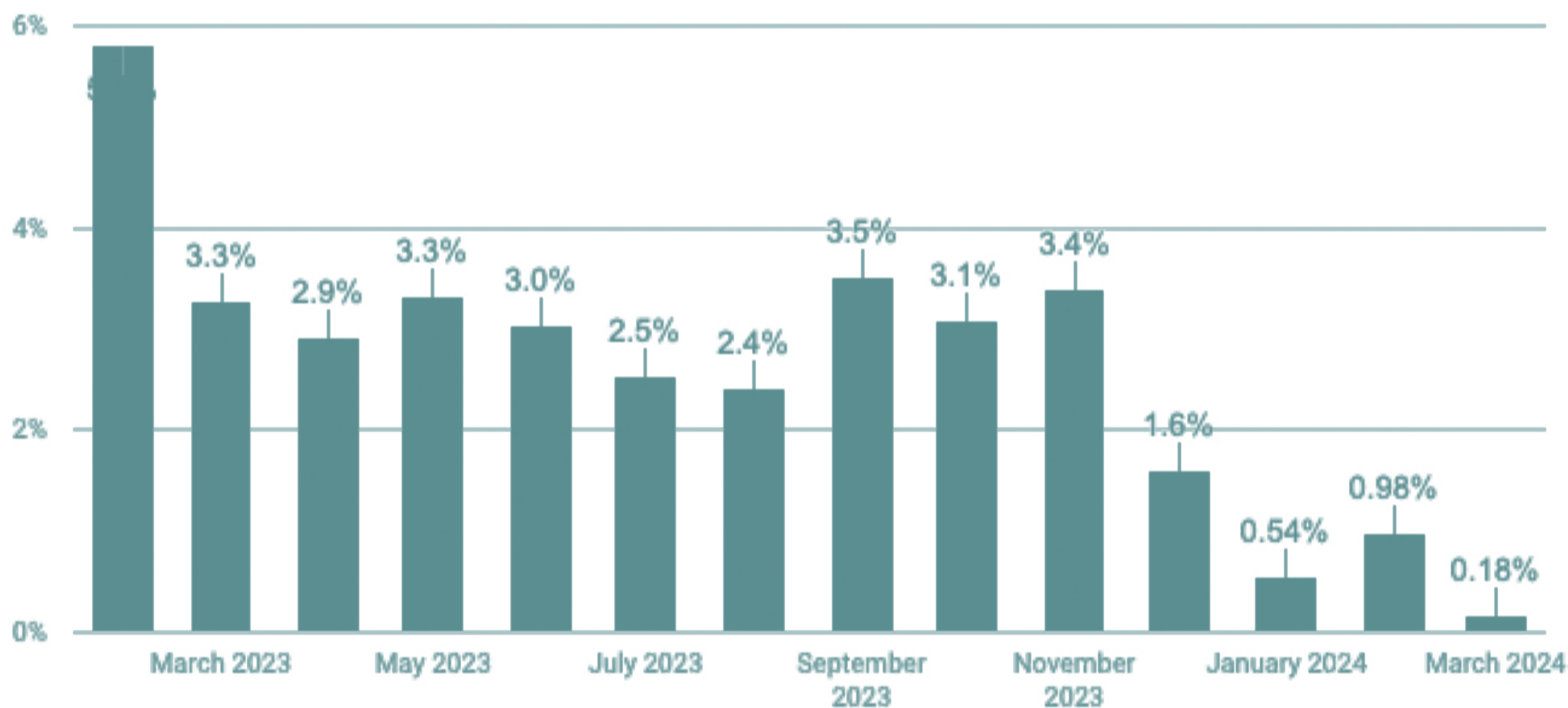


Il numero di **contenuti mensili** pubblicati dall'account **Instagram** di Chiara Ferragni è precipitato da 72, picco massimo dei post ottenuto a maggio del 2023, agli **8 post** dello scorso **mese di gennaio**.



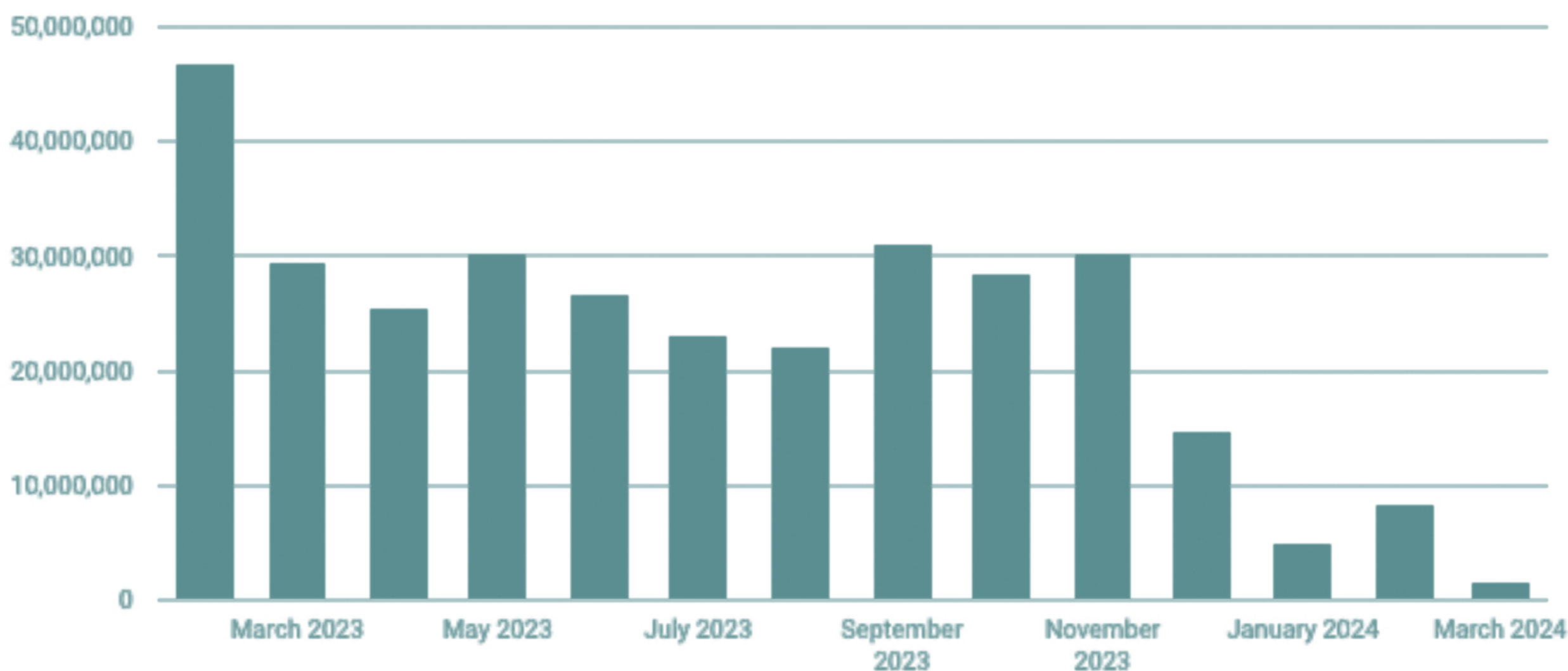


La **percentuale di engagement** dell'account **Instagram** è il termometro della passione dei follower. Nel caso dell'account della Ferragni questa è precipitata dal **5,8%**, di febbraio 2023, allo **0,54% di gennaio 2024**.



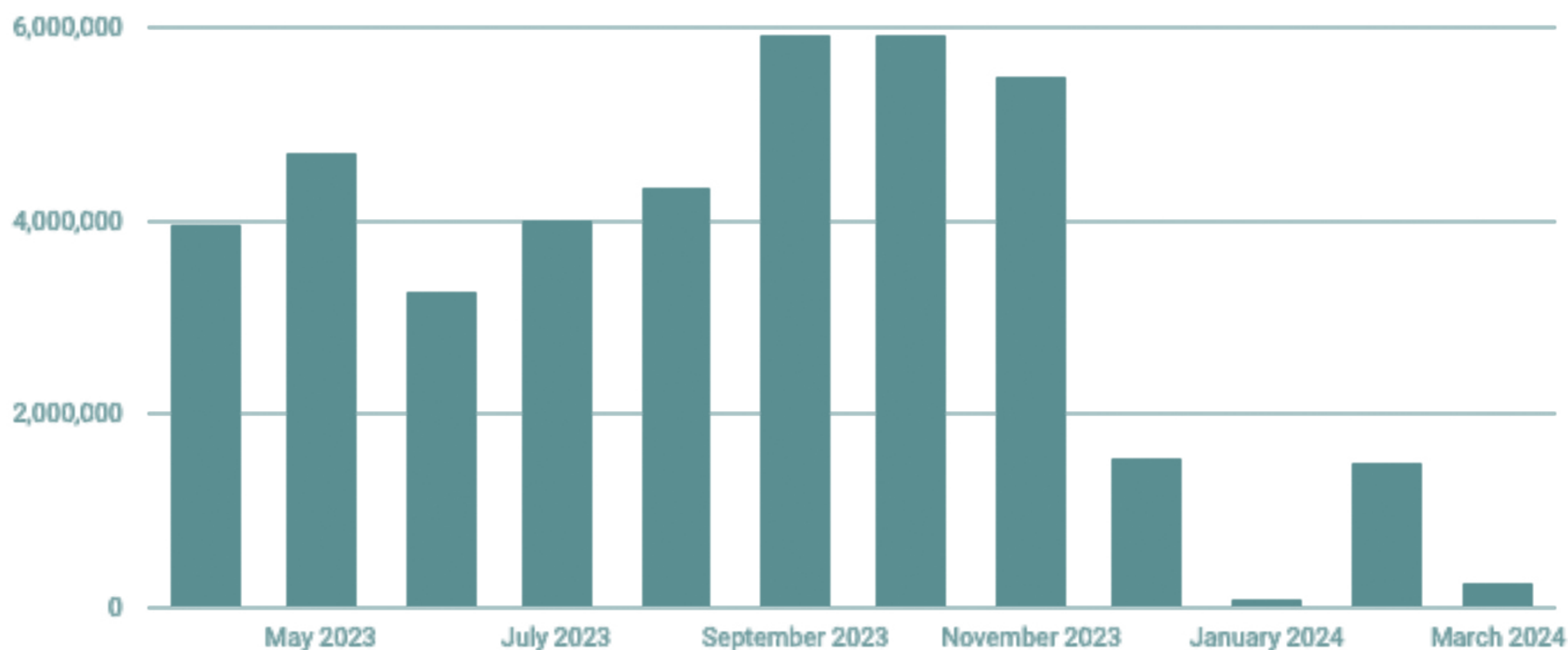


La **total reaction** dell'account **Instagram**, misura che certifica anche il successo di un canale ancor di più rispetto a tutte le altre classifiche, rivela quanto sia sanguinosa la *strategia del silenzio* adottata da Chiara Ferragni per cercare di superare la crisi reputazionale. Il passaggio è traumatico: a febbraio 2023, complice il Festival di Sanremo, le interazioni erano **46.792.572**, mentre dopo un anno, a gennaio 2024, il totale si ferma a **4.921.024**.



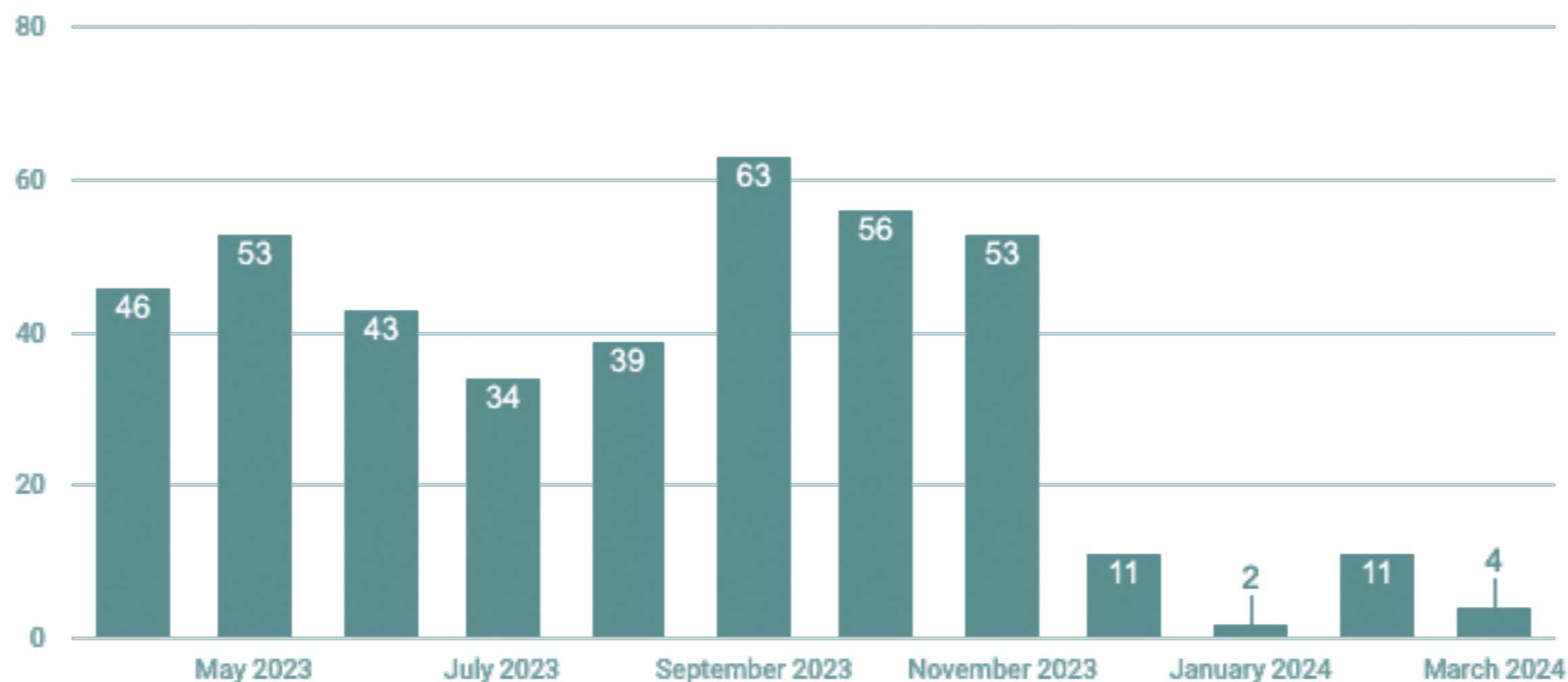


Anche gli analytics dell'account **TikTok** di Chiara Ferragni soffrono della strategia del silenzio imposta alla celebrity influencer per superare la crisi reputazionale, infatti la conta delle reaction passa da **5.939323**, incassate a settembre del 2023, ad appena **88.856 raccolte a gennaio 2024**.



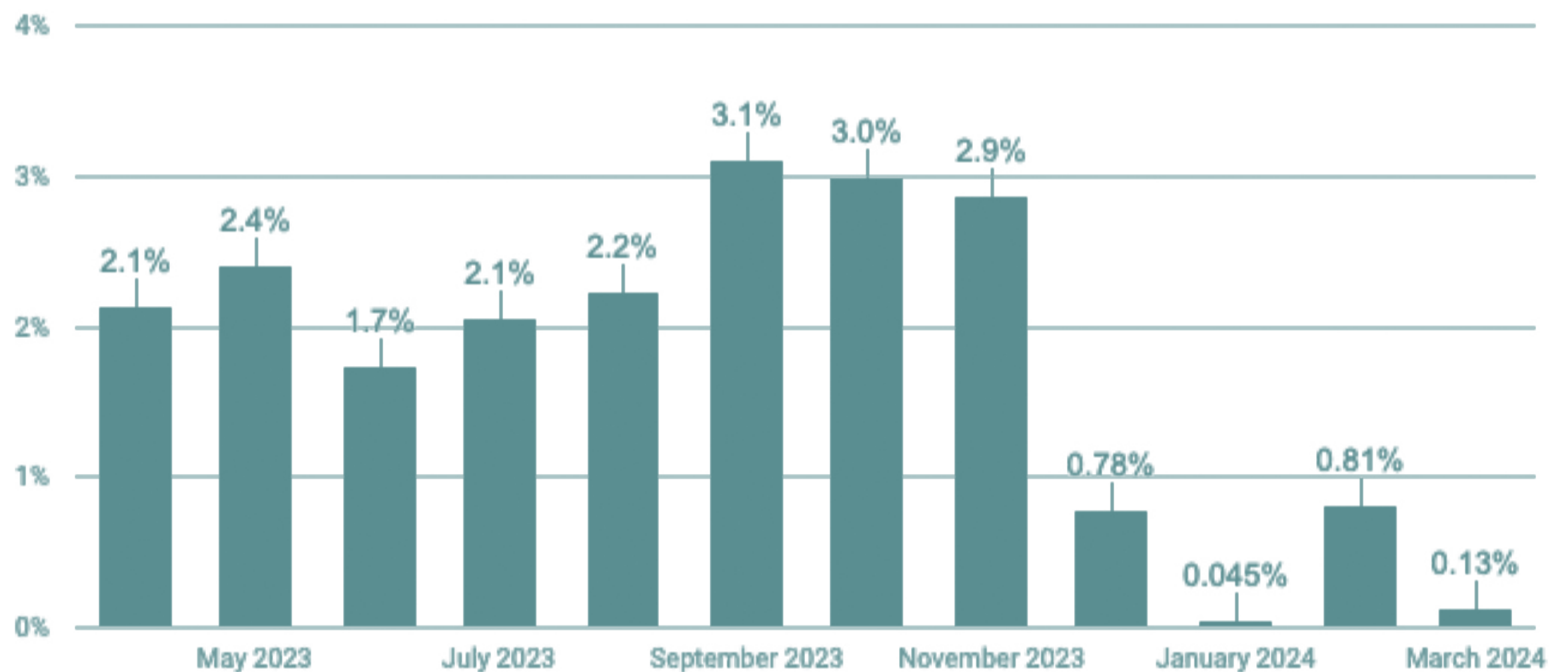


La dieta mensile **TikTok** racconta alla perfezione il «fermo macchina» imposto alla celebrity influencer: dai **63 video** postati a settembre del 2023, siamo passati agli **11 di gennaio 2024**.





La **percentuale di engagement** dell'account **TikTok** evidenzia, se ancora ce ne fosse la necessità, l'emorragia del coinvolgimento di quest'ultimo trimestre. Nel caso dell'account della Ferragni, infatti, è precipitata dal **3,1%**, di settembre 2023, allo **0,045% di gennaio 2024**.



I prodotti editoriali di Arcadia Mood

Club dei Milionari	Uscita semestrale
Audience digitale dei Ministri	Uscita mensile
Bolle della settimana	Uscita settimanale
Leader Trend	Uscita quindicinale
Social & Palazzi	Uscita semestrale
Instant Mood	Su richiesta

Quest'analisi è parte di un progetto in collaborazione tra **arcadia.com.it** e **Talkwalker**

Arcadia Mood è un abstract di proprietà di Arcadia srl, realizzato con l'ausilio delle piattaforme di ascolto Talkwalker e Fanpage Karma e Talkwalker. **La riproduzione o citazione degli insight qui presentati è subordinata alla citazione della fonte.**

arcadia[®]

Arcadia Mood è un progetto di **Domenico Giordano**
d.giordano@arcadiacom.it

arcadia[®]

Arcadia srl
Via Capellino 82019
Sant'Agata de' Goti — BN

0823718018
info@arcadiacom.it
www.arcadiacom.it

→ arcadiacom.it