

Rapporto I-Com 2024 per AICDC

CREATOR ECONOMY IN ITALIA:

Dinamiche, Impatti e Sostenibilità
nell'Ecosistema Digitale

Silvia Compagnucci, Stefano da Empoli, Domenico Salerno, Enrica Lipilini, Valerio Vinco



TRASFORMAZIONI E TENDENZE DEL MERCATO DIGITALE

150
120
90
60
30

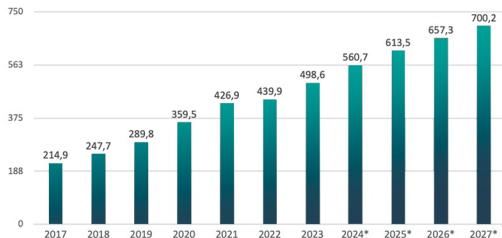
MAY

JAN FEB MAR APR MAY

MAR APR MAY

LE TENDENZE DEL MERCATO DIGITALE NEL MONDO E IN ITALIA

Ricavi del mercato dei media digitali a livello globale (in miliardi di \$)

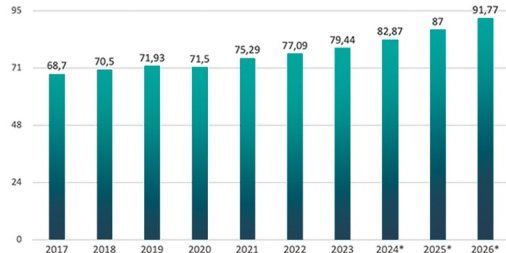


Per quanto riguarda il contesto italiano, il mercato digitale nella sua interezza è cresciuto di **€8,39 miliardi dal 2017 al 2022**. Nel 2023 si prevede che tale cifra si attesti a **€79,44 miliardi**, aumentando successivamente del **15,52%** fino al 2026.

Nel **2023** i ricavi del mercato dei media digitali a livello globale si sono attestati sui **\$498,60 miliardi**.

Tale tendenza positiva dovrebbe continuare nei prossimi anni arrivando a **\$700,20 miliardi** nel 2027.

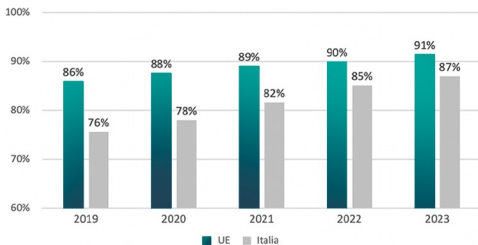
Dimensioni del mercato digitale in Italia dal 2017 al 2026 (in miliardi di €)



*Dati previsionali

L'IMPORTANZA DEL WEB

Percentuale di individui che utilizzano Internet in Italia e nella UE

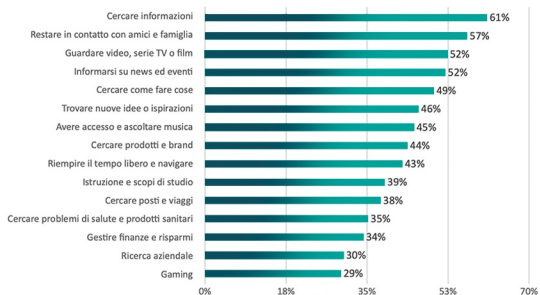


Tra le principali motivazioni che hanno spinto le persone ad usare il web in prima posizione abbiamo **la ricerca di informazioni (60,3%)**, incentivata dal fatto che la rete raccoglie un ingente bacino di conoscenze, a cui bisogna attingere in modo critico per non andare in contro a rischi come, ad esempio, le campagne di disinformazione.

Fonte: Eurostat, 2024; GWI, 2023

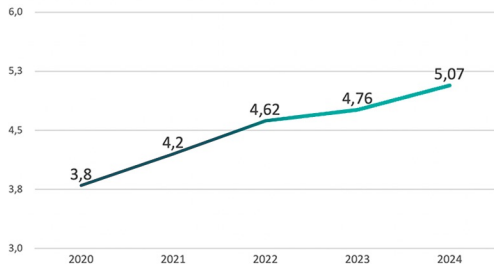
Nel 2023 il 91,4% dei cittadini UE ha utilizzato il web, di cui il 86,9% provenienti dall'Italia. Si tratta di una cifra in crescita dal 2019, quando ad utilizzare Internet era il 85,9% del campione UE e il 75,6% di quello italiano.

Principali ragioni di utilizzo di Internet a livello globale (16-64 anni)



L'ASCESA DEI SOCIAL

Individui che utilizzano i social media a livello globale (miliardi)

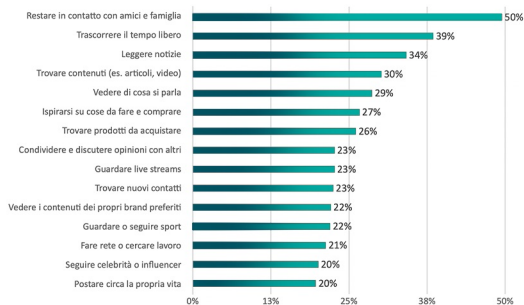


Nella top 3 delle principali attività troviamo: l'esigenza di restare in contatto con amici e famiglia (49,5%), di trascorrere il tempo libero (38,5%) e leggere notizie (34,2%).

Fonte: Kepios Analysis, 2024; GWI, 2023

Nel 2024 ben **5,07 miliardi di soggetti** hanno utilizzato **piattaforme social** (1,24 miliardi in più rispetto al 2020).

Principali ragioni di utilizzo dei social media a livello globale (16-64 anni)



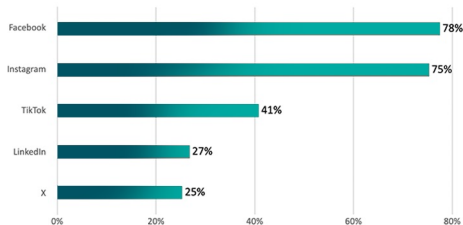
L'UTILIZZO DELLE PIATTAFORME SOCIAL

Quasi la totalità dei cittadini italiani dai 16 ai 64 anni che utilizza Internet è presente sui social, precisamente il 94,3%.

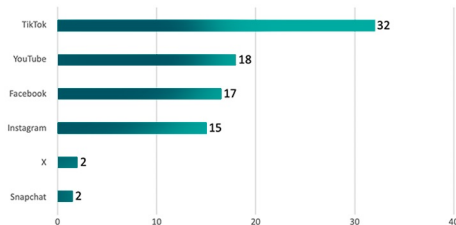
A primeggiare sono le piattaforme di Meta, in particolare Facebook, impiegata dal 77,5% degli individui, mentre Instagram si posiziona poco sotto con una percentuale di utilizzo del 75,3% (sono assenti i dati di YouTube).

Se si fa riferimento al numero di ore impiegate mediamente in un mese sui singoli social, a primeggiare è TikTok con un ammontare pari a 32 ore.

Quota di individui in Italia dai 16 ai 64 anni che usano Internet e sono presenti sulle piattaforme



Ore medie in un mese spese sui social (2024)



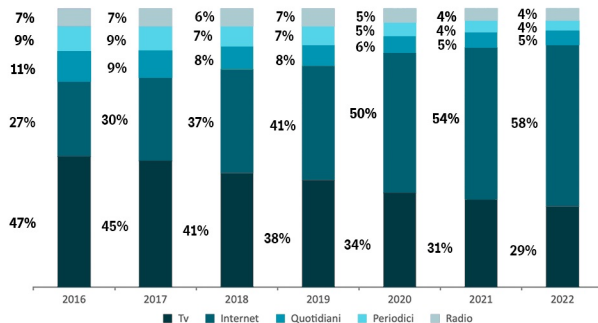
I RICAVI PUBBLICITARI IN ITALIA E IL RUOLO DELL PIATTAFORME

07

Focalizzando l'attenzione sul contesto pubblicitario italiano, vediamo come negli ultimi anni si è assistito a un profondo mutamento della ripartizione dei ricavi pubblicitari per mezzo.

Se nel 2026 i ricavi ottenuti tramite pubblicità su internet rappresentavano solo il 27% del totale, sei anni dopo la stessa quota è cresciuta fino a raggiungere il 57,8%.

Ripartizione dei ricavi pubblicitari per mezzo di comunicazione in Italia



UNA STIMA DELLE DIMENSIONI DELLA CREATOR ECONOMY IN ITALIA

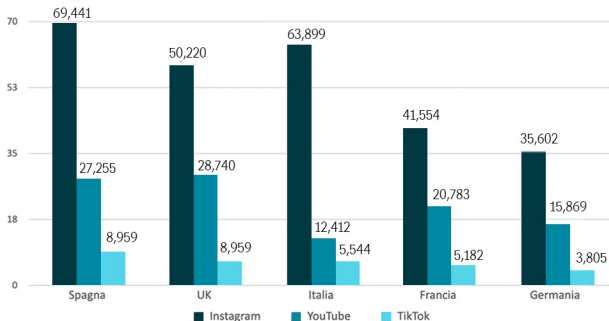


ITALIANI, POPOLO DI CREATORS?

Per comprendere pienamente il contesto nazionale, appare interessante effettuare **un confronto tra i profili/canali dei creator italiani e quelli delle altre principali economie del vecchio continente.**

Osservando i dati raccolti nel corso dell'analisi parametrati a quelli della popolazione residente estratti da Eurostat (per i paesi UE) e dall'ONS (per il Regno Unito), osserviamo come **l'Italia si posizioni al 3° posto, con 82 creator ogni 100.000 abitanti, dietro Spagna (106) e UK (93)**

Profili/canali con almeno 10 mila follower /iscritti ogni 100.000 abitanti nelle principali economie europee (2024)



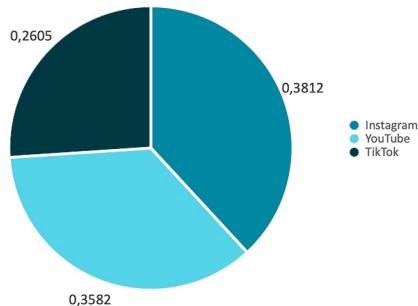
STUDIO I-COM: METODOLOGIA E CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE

L'Istituto per la Competitività ha effettuato **un'analisi al fine di comprendere lo stato della creator economy in Italia e il relativo impatto sull'economia nazionale e sull'occupazione.**

La stima è stata realizzata tramite un'indagine campionaria che ha preso in analisi l'attività (intesa come numero di contenuti realizzati e interazioni) aggiornata al 2024 **di 522 profili/canali di creator con almeno 10 mila iscritti presenti sui tre social media maggiormente utilizzati da questa categoria di soggetti, ovvero YouTube, Instagram e TikTok.**

La soglia dei 10mila follower /iscritti è stata valutata come condizione ideale per distinguere i profili professionali da quelli amatoriali. Il campione è stato scelto in modo randomizzato ed è composto in prevalenza da account Instagram (38,1%), canali YouTube (35,8%) e da profili TikTok (26,1%).

Struttura del campione - Profili/Canali di creator con almeno 10.000 follower



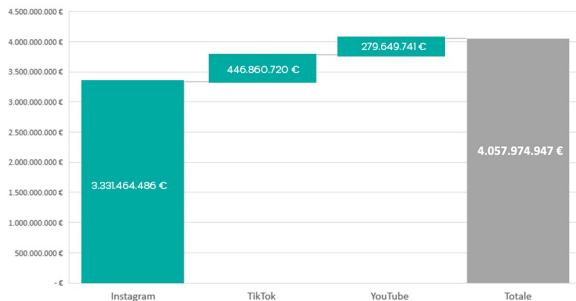
STUDIO I-COM: LA STIMA DEI RICAVI ANNUALI TOTALI DELLA CREATOR ECONOMY IN ITALIA

Passando all'analisi dei risultati, possiamo notare come, considerando **il totale complessivo di tutte e tre le piattaforme osservate, i ricavi generati dai creator possono essere stimati in €4,06 miliardi.**

La piattaforma che genera il giro d'affari più elevato in Italia è **Instagram (€3,3 miliardi).**

Al secondo posto per volume di ricavi generati da parte dei creator si posiziona **TikTok (€447 milioni)**, seguita a breve distanza da **YouTube (€280 milioni).**

Ricavi annuali dei creator per piattaforma (2024)



STUDIO I-COM: LA STIMA DEI RICAVI ANNUALI MEDI PER CLASSE DI FOLLOWER/ISCRITTI DELLA CREATOR ECONOMY IN ITALIA

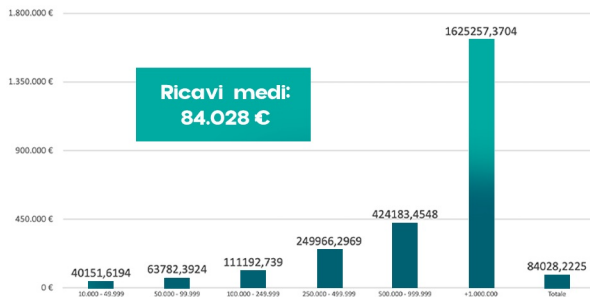
12

La media dei ricavi generati annualmente dai creator su tutte le piattaforme ammonta a circa €84k.

Se si considera che il reddito medio lordo annuale in Italia nel 2022 si attestava intorno a €34k, si può affermare che i creatori di contenuti digitali mediamente possano beneficiare di entrate economiche 2,5 volte più elevate.

Naturalmente il valore medio aumenta all'aumentare dei follower/iscritti (passando da una media di circa €40k per la classe più bassa a una di circa €1.625k per quella più alta)

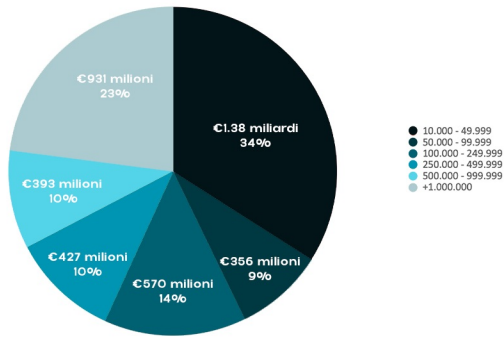
Ricavi medi annuali dei creator per classe di follower/iscritti (2024)



STUDIO I-COM: LA DISTRIBUZIONE DEI RICAVI TOTALI DELLA CREATOR ECONOMY PER CLASSE DI FOLLOWER/ISCRITTI

13

Ricavi medi annuali dei creator per classe di follower/iscritti (2024)



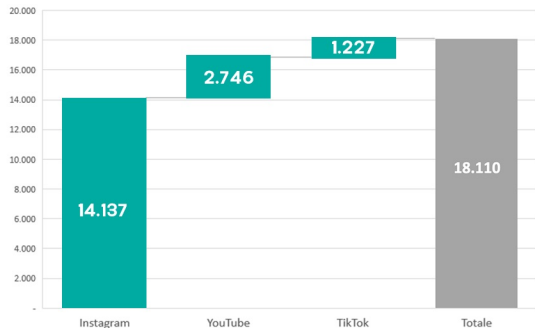
Relativamente alle singole classi di follower, analizzando i dati emerge un andamento oscillante rispetto ai ricavi totali generati.

Vediamo infatti che **il giro d'affari più elevato è quello della fascia più bassa (10.000 - 49.000), €1,38 miliardi**, a fronte però di una platea di soggetti estremamente più ampia.

Al secondo posto c'è la classe più elevata, **+1M di follower**, che genera ricavi per **€931 milioni**.

STUDIO I-COM: LA STIMA DELL'IMPATTO DIRETTO DELLA CREATOR ECONOMY SULL'OCCUPAZIONE

Posti di lavoro equivalenti a tempo pieno (FTE)
occupati nell'attività di creazione dei contenuti digitali



L'analisi dei ricavi medi si ricollega in maniera diretta a quella relativa **all'impatto occupazionale del settore**.

Per stimare la ricaduta sui posti di lavoro del mercato dei creator, lo studio è partito dal cuore dell'attività caratteristica di questa tipologia di soggetti, ovvero la creazione di contenuti digitali. Dall'elaborazione dei dati è emerso che, **dalla sola attività di creazione di contenuti vengono generati 18.110 posti di lavoro equivalenti a tempo pieno (FTE)**. Guardando il dettaglio per piattaforma, è possibile notare come **la maggior parte dell'occupazione FTE sia generata da Instagram (14.137), seguita da YouTube (2.746) e da TikTok (1.227)**.

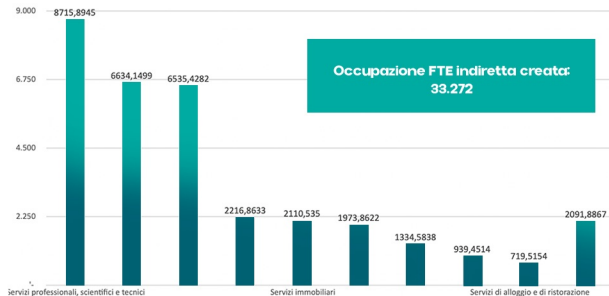
STUDIO I-COM: LA STIMA DELL'IMPATTO INDIRETTO DELLA CREATOR ECONOMY SULL'OCCUPAZIONE

Dalle stime effettuate emerge come **l'occupazione FTE indiretta generata dalla creator economy sia pari a 33.272 lavoratori.**

I settori maggiormente coinvolti sono quelli che offrono **"Servizi professionali, scientifici e tecnici" (8.716)**, **Servizi amministrativi e di supporto (6.634)** e **Prodotti trasformati e manufatti (6.535)**.

Note: Per stimare l'occupazione indiretta sono state utilizzate le ultime tavole input-output pubblicate dall'Istat (relative all'anno 2020) e, in particolare, la "Tavola degli impieghi a prezzi base" utile a comprendere in che misura gli altri settori contribuiscono attraverso la cessione di beni e servizi alla realizzazione dei "Servizi di informazione e comunicazione". Successivamente i coefficienti di correlazione calcolati sono stati parametrati con i dati sull'occupazione diretta emersi dalla precedente analisi.

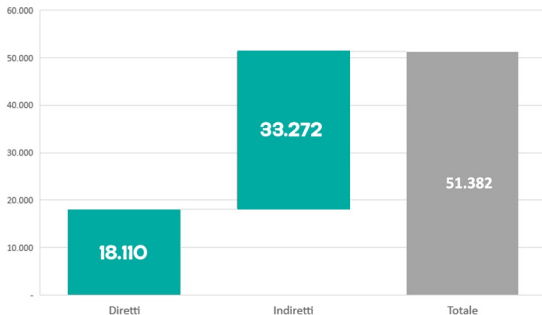
Ricavi medi annuali dei creator per classe di follower /iscritti (2024)



STUDIO I-COM: LA STIMA DEI RICAVI ANNUALI MEDI PER CLASSE DI FOLLOWER/ISCRITTI DELLA CREATOR ECONOMY IN ITALIA

16

Posti di lavoro equivalenti a tempo pieno (FTE) diretti, indiretti e totali generati grazie all'attività di creazione dei contenuti digitali



In conclusione, sommando l'occupazione diretta, calcolata con la precedente analisi, a quella indiretta, stimata grazie alle tavole input-output dell'Istat, è possibile affermare che **l'impatto complessivo in termini di posti di lavoro equivalenti a tempo pieno (FTE) generati grazie all'attività di creazione dei contenuti digitali ammonta a 51.382 unità.**

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

CONTATTI:

Piazza dei Santi Apostoli 66 – 00187 Roma

Tel. (+39) 06 4740746

Avenue des Arts 50 – 1000 Bruxelles

Tel. (+32) 02 5224334

info@i-com.it

www.i-com.it

www.i-comEU.eu