

Vai all'articolo <https://www.spotandweb.it/news/889260/a-milano-la-presentazione-del-libro-l'influenza-degli-influencer-viaggio-nel-potere-dei-creator-digitali.html>

SPOT and WEB

Il futuro?
C'è chi lo immagina.
Noi lo costruiamo
partendo da chi siamo.

Gruppo Il Sole
24 ORE

Presenti
al Futuro

AUDIOINTERVISTE SPECIALI ▾ CORSI ARRETRATI ▾ PODCAST ▾ DATI & CIFRE ▾ REDAZIONE



RUBRICHE ▾

Home > Web > A Milano la presentazione del libro "L'influenza degli influencer": viaggio nel potere...

A Milano la presentazione del libro "L'influenza degli influencer": viaggio nel potere dei creator digitali

10 Marzo 2026

Il futuro?
C'è chi lo immagina.
Noi lo costruiamo
partendo da chi siamo.

Gruppo Il Sole
24 ORE

Presenti
al Futuro

Milano ospita uno degli appuntamenti dedicati alla riflessione sul nuovo ecosistema della comunicazione digitale. **Giovedì 12 marzo 2026 alle ore 11.45**, presso la **Fondazione Scienze Imprenditoriali** in **via Gallarate 215**, sarà presentato il libro "L'influenza degli influencer", firmato dai giornalisti Rai **Daniele Morgera** ed **Emanuela Ronzitti** e pubblicato da Marlin Editore.

L'incontro rappresenta un'occasione di confronto tra giornalismo, marketing, creator economy e comunicazione digitale per analizzare un fenomeno che negli ultimi anni ha trasformato profondamente il rapporto tra media, aziende e pubblico.

Un dibattito sul potere della creator economy

Alla presentazione milanese interverranno, insieme agli autori, protagonisti del mondo della comunicazione e dei social media:

- **Pasquale Diaferia**, pubblicitario
- **Igor Righetti**, giornalista e conduttore del programma "Igorà" su Rai Radio 1

- **Roberto Esposito**, CEO di DeRev
- **Federico Rognoni**, CEO VidoserTantent
- **Elisabetta Bertolini**, fashion influencer
- **Elena Giaveri**, car influencer

A coordinare il confronto sarà **Vittorio Macioce**, giornalista e caporedattore de *Il Giornale*.

Il dibattito affronterà alcuni dei temi più attuali della comunicazione contemporanea: il ruolo degli influencer nel marketing, l'impatto dei social nella costruzione dell'opinione pubblica, le nuove dinamiche tra creator e brand e l'evoluzione del settore alla luce dell'intelligenza artificiale.

Il libro: un'inchiesta sul mondo degli influencer

Il volume "**L'influenza degli influencer**" nasce come una vera e propria inchiesta giornalistica sul fenomeno dei creator digitali. Gli autori analizzano chi sono gli influencer, perché riescono a conquistare milioni di follower e quanto davvero incidano sulla società, sulla comunicazione e sul mercato pubblicitario.

Il libro attraversa storie, casi e dinamiche che hanno segnato l'evoluzione della comunicazione social, dal cosiddetto "**Pandoro Gate**" fino al ruolo crescente dell'intelligenza artificiale nella creazione dei contenuti digitali.

Tra i protagonisti analizzati compaiono alcuni dei nomi più noti della scena social italiana, come **Chiara Ferragni, Khaby Lame e Gianluca Vacchi**, accanto a creator meno conosciuti ma influenti in settori specifici.

Quando un post muove migliaia di persone

Uno degli episodi simbolo citati nel libro è quello accaduto a **Roccaraso nel gennaio 2025**, quando i post di una TikToker hanno innescato l'arrivo di circa **20mila turisti**, dimostrando concretamente la capacità degli influencer di influenzare non solo il mondo digitale ma anche quello reale.

Un caso che ha spinto gli autori a indagare più a fondo le dinamiche della creator economy, analizzando il mercato dei follower, il ruolo delle agenzie che rappresentano gli influencer e le nuove regole introdotte dalle autorità di regolazione.

Una professione sempre più strutturata

Il libro evidenzia come il mondo degli influencer sia ormai una **vera industria della comunicazione**, con regole, codici professionali e modelli economici consolidati.

Tra gli elementi analizzati:

- il codice di condotta introdotto dall'AGCOM per gli influencer professionisti
- l'introduzione di un codice Ateco per identificare fiscalmente l'attività dei creator
- la nascita di agenzie specializzate nella gestione dei talent digitali
- il crescente utilizzo di influencer virtuali generati con intelligenza artificiale.

Un ponte tra generazioni

Secondo gli autori, il fenomeno degli influencer rappresenta anche un punto di incontro tra generazioni diverse.

I social, spesso percepiti come terreno esclusivo dei più giovani, diventano così uno spazio di confronto tra chi li vive quotidianamente e chi cerca di comprenderne il funzionamento e l'impatto sulla società contemporanea.

La presentazione milanese del libro si inserisce proprio in questo contesto: **un momento di dialogo tra giornalismo, comunicazione e cultura digitale**, per capire meglio una figura – quella dell'influencer – che oggi è diventata centrale nella narrazione pubblica e nella strategia dei brand.