

Bruna Marquezine, Chiara Ferragni, Izabel Goulart: sono queste le celebrities che si sono aggiudicate il Leone d'Oro dei social al 74° festival del cinema di Venezia, diventando le indiscusse protagoniste digitali della manifestazione, sbaragliando attori, attrici e registi in merito a like e interazioni. Durante i giorni della manifestazione Blogmeter, società leader nella social media intelligence, ha assegnato i "Premi Social" ad attrici e influencer che nel corso dei dieci giorni del festival hanno sfilato sul red carpet sfidandosi a colpi di flash e di Instagram post. Stilando la Top Ten dei profili che hanno generato più interazioni, è emerso un podio tutto al femminile, con al quarto posto, primo uomo in classifica, un altro italiano, Mariano Di Vaio che con i suoi post ha conquistato più utenti di quelli di attori blasonati e famosi. Come detto, sul gradino più alto del podio, si è imposta l'attrice e modella brasiliana Bruna Marquezine, classe 1995. Bruna seguita da oltre 22 milioni di utenti solo su Instagram, ha stregato fotografi e utenti della rete indossando degli abiti firmati da Alberta Ferretti. Da notare che Bruna con solo sette post ha toccato la vetta di 3,4 milioni di interazioni in soli tre giorni. Medaglia d'argento per l'italiana Chiara Ferragni, con la foto in cui indossava un abito Philosphy by Lorenzo Serafini affacciata alla laguna. La foto, rimbalzata in rete anche per i rumor mai confermati di una sua ipotetica gravidanza, ha ottenuto quasi 600mila interazioni. Al terzo posto la modella e attrice brasiliana Izabel Goulart, tra le più attive nel podio, che ha conquistato Instagram con una foto in total look Alberta Ferretti. Dobbiamo scendere al quarto posto per trovare un uomo in classifica. Si tratta di Mariano Di Vaio che anche quest'anno ha partecipato alla kermesse veneziana facendosi ritrarre in completo Dolce & Gabbana assieme alla moglie Eleonora Brunacci. Mentre al quinto posto troviamo un'attrice affermata, la spagnola Penelope Cruz, arrivata a Venezia indossando un abito Atelier Versace con il marito Javier Bardem per presentare il film Loving Pablo, dove ha interpretato la giornalista Virginia Vallejoil amante del celebre boss del narcotraffico Pablo Escobar. Secondo Paola Nannelli, Head of Influencer Marketing di Blogmeter, "Il Festival del cinema di Venezia si è confermato anche quest'anno un appuntamento "social". E' stato ancora Instagram a dominare la scena con 8,5 milioni di interazioni ottenute dai soli post generati dai primi dieci influencer in classifica. Un Festival dove protagonista indiscussa è stata ancora una volta la moda italiana, vestendo i red carpet "digitali" e gli influencer di maggiore successo".