Instagram elimina account inattivi e bot: Chiara Ferragni crolla nei numeri dopo la “pulizia” dei follower, Giulia De Lellis e Giulia Salemi la superano



L’8 maggio **Instagram** ha avviato una massiccia operazione di **pulizia della piattaforma** che prevedeva l’eliminazione di account bot, profili spam e follower inattivi in quello che molti osservatori hanno definito un vero e proprio “reset” dei social network. Un intervento che, nel giro di poche ore, ha avuto effetti immediati sui numeri dei profili più seguiti al mondo e ha modificato sensibilmente le **fanbase** di numerosi influencer. Tra i casi più evidenti spicca quello di **Chiara Ferragni**, che ha perso circa **387.000 follower**, pari a poco più dell’1% del totale. Un dato rilevante in termini assoluti, che ha riacceso il dibattito sulla reale natura delle audience dei

grandi profili social e sulla presenza di follower inattivi o non organici accumulati negli anni. Effetti molto più contenuti, invece, per **Giulia De Lellis** e **Giulia Salemi**. La prima ha registrato un calo di circa **5.700 follower** (circa lo 0,10%), mentre la seconda si è fermata a circa **5.000 (0,09%).** Una riduzione minima che suggerisce una fanbase più stabile e meno esposta a "gonfiaggi" artificiali.

Gli altri profili penalizzati

L'operazione ha coinvolto numerosi altri volti noti del panorama social e dello spettacolo. **Mariano Di Vaio** ha perso circa 150.000 follower, Gianluca Vacchi circa **284.000**, mentre **Wanda Nara** e **Valentina Ferragni** hanno registrato cali rispettivamente di 187.000 e 44.000 unità. Nel gruppo dei profili più colpiti rientrano inoltre **Belén Rodriguez, Michele Morrone, Emma Marrone, Alessia Marcuzzi, Fedez e Cecilia Rodriguez,** tutti interessati da riduzioni più o meno consistenti della propria audience, legate alla cancellazione di profili inattivi o non autentici.

L'obiettivo

La decisione della piattaforma, legata all'aggiornamento dei sistemi di autenticazione e controllo, aveva **l'obiettivo di rendere più realistici i dati di engagement e ridurre la presenza di follower non autentici.** Il risultato è stato un calo diffuso per molti account di primo piano, con impatti diversi a seconda della composizione delle rispettive community.