

Piccole Star Il fenomeno dei baby influencer sta contagiando anche l'Italia, ma ci sono implicazioni per la privacy dei minori



Le social star sono sempre più piccole e qualcuno addirittura ha un profilo su Instagram già dalla nascita

Si può diventare re e regine del mondo digitale ancora prima di nascere o dopo pochi anni di vita, ma il concetto non cambia: i migliori influencer di oggi sono i bambini.

Non importa essere **figli di persone famose** o piccoli colti nella **spontaneità** della vita quotidiana, quello che conta è avere una **community** fedele e ampia da ispirare.

I baby influencer più amati su Instagram

Le **gemelle Clements**, Ava Marie e Leah Rose, vanno per i 9 anni e contano già **1,2 milioni di follower** su Instagram. La madre le ha trasformate in piccole dive all'età di 7 anni.



Coco Pink Princess ha solo 9 anni e **687 mila follower** al suo seguito. I genitori hanno un negozio vintage nel centro di Harajuko a Tokyo e lei si è innamorata della moda a 2 anni. Per gioco la madre ha iniziato a postare sul suo account le foto della figlia e, vedendone la popolarità, ha deciso di aprire un profilo tutto per lei. Coco posa per le migliori case di moda, compresa Gucci, la sua preferita.



Stella e Blaise sono i due fratellini di Huntington Beach (CA), che amano la vita da spiaggia, lo sport e disegnare. Il loro profilo IG registra **67 mila follower**.



Mini Style Hacker (**302 mila follower**) nasce da un'idea di Colette Wixom che fotografa il figlio Riker mentre interpreta le ultime tendenze della moda maschile in modo spiritoso.



In Italia abbiamo **Gaia De Leonardis** (@gaiaburuburu). Nel suo profilo Instagram la mamma pubblica foto che colgono la baby endorser in piccoli ritratti della vita quotidiana. Ad oggi conta 5.500 follower. Segni particolari? Spontanea e divertente.



Protagonisti da milioni di visualizzazioni

Oggi il canale YouTube **"Ryan ToysReview"** vanta quasi 19 milioni di iscritti (alcuni dei suoi video raggiungono 800 milioni di visualizzazioni).

Ryan recensisce giocattoli, un bambino davvero simpatico e con una grandissima qualità: saper intrattenere davanti allo schermo bambini di tutto il mondo. È entrato nel **Guinness World Records** “Kids” come “canale più visto per i millennials”.

Anche **Tiana di “ToysandMe”** (10,5 milioni di iscritti al suo canale) si occupa di fornire opinioni sui giocattoli e, una volta svolto il lavoro, **li dona in beneficenza**. La baby creator ha iniziato la sua carriera a 7 anni.

Emily Tube (9,6 milioni di iscritti) realizza video divertenti e di apprendimento per i bambini, come imparare a colorare e a fare shopping. È stata selezionata dalla Disney per sponsorizzare un viaggio ispirato alle principesse.

Piccole star ancora prima di nascere

Non possiamo che iniziare con il baby shower organizzato da Mindy Weiss e Jeff leatham per **Khloé Kardashian**.

L'[evento](#) sponsorizzato Amazon accoglieva gli ospiti con un arco di rose e un tappeto di palloncini. Giraffe, elefanti e il colore rosa adornavano la sala.



Anche **il bebè di casa Ferragnez** era già famoso ancora prima di venire al mondo, grazie alle foto della mamma Chiara in dolce attesa, al momento del parto, al primo allattamento, al cambio del pannolino, fino ai primi mesi di vita di Leone Lucia, con tanto di torta e candeline ogni mese.

Siamo pronti a scommettere che presto anche lui avrà un profilo tutto suo.



Tiny fashionist figli di famosi

Alexis Olympia (557 mila follower) è la primogenita della tennista **Serena Williams** e Alexis Ohanian.



Nathan Leone Di Vaio (236 mila follower), figlio del più famoso fashion blogger italiano, possiede il suo profilo personale da quando è nato (4 anni fa).



Ioni James Conran è la figlia della top model **Coco Rocha**, con la quale ha sfilato a Parigi indossando abiti firmati Paul Gautier (74,5 mila follower).



Potere ai più piccoli

Instagram rappresenta la vetrina perfetta per scoprire ultime tendenze e prodotti più cool del momento. Oggi sono i bambini i migliori marketing influencer, grazie alla loro tenerezza e spontaneità.

Nonostante i limiti d'età previsti dalle piattaforme, è presente un gran numero di bambini nell'ambiente digitale.

I dati non mentono: il [**Kids Digital Avertising Report 2017**](#) affermava già che il mercato pubblicitario rivolto ad un target infantile aumenta ogni anno del 25%. PwC ha stimato che "il mercato della pubblicità digitale per bambini potrebbe raggiungere circa **1,2 miliardi entro il 2019**".



Studi e ricerche su Generazione Alpha e tecnologia affermano che un 12% di bambini si fida maggiormente di influencer conosciuti in rete. Questo significa che il target delle piattaforme più famose (soprattutto di YouTube) è sempre più **un pubblico di giovanissimi** che vogliono essere guidati dalla loro generazione, sia nel campo della moda che in altri settori quali il mondo dei giocattoli, videogame e food.

I brand che utilizzano strategie di marketing con baby e kids influencer si sono adattati alla nuova audience dei più piccoli.

Da qualche anno anche **Heinz** e altre aziende importanti hanno scoperto la potenzialità di questa strategia in relazione al

settore alimentare. Da sempre **i bambini influenzano i genitori** nella scelta dei prodotti alimentari, un fenomeno che prima si verificava attraverso la TV e che oggi, invece, avviene sempre di più tramite i social.



Privacy online

I baby influencer non godono della stessa tutela dei coetanei del mondo della TV e del cinema. La privacy online sui bambini in alcune occasioni necessita di un avvocato per essere rispettata. Molte volte **sono gli stessi influencer a mostrare i propri figli in post sponsorizzati** per un target adulto e non per un pubblico giovane, con tutti i rischi che ne conseguono.

Anche loro si batteranno per far rispettare la privacy dei loro pargoli in futuro? Staremo a vedere.