

Corso di laurea in ECONOMIA E MANAGEMENT

Cattedra di Sociologia Economica

Il consumo vistoso di Thorstein Veblen nell'era
degli influencer: tra ostentazione e autenticità sui
social media

Prof.ssa Rosamaria Bitetti

RELATORE

Livia Sonnino (286201)

CANDIDATO

Anno accademico 2024/2025

INDICE

Introduzione

1. Contesto e rilevanza del tema	4
2. Obiettivi della ricerca, domanda di indagine e metodologia	4
3. Struttura dell'elaborato	5
1. Il consumo vistoso: fondamenti teorici e sviluppi	
1.1. La teoria del consumo vistoso di Thorstein Veblen	6
1.2. Consumo, classe agiata e costruzione dello status sociale	7
1.3. Critiche e riletture contemporanee della teoria vebleniana	9
2. Il contesto digitale e il ruolo degli influencer	
2.1. Instagram come spazio di lusso, visibilità e narrazione del sé	11
2.2. La figura dell'influencer: definizione e funzioni sociali	12
2.3. La conspicuousness produttiva (Bainotti, 2024)	14
2.4. L'autenticità "apparente" e il concetto di authenticity gap (Frowijn et al., 2022)	16
3. Metodologia	
3.1. Scelte epistemologiche: l'approccio qualitativo	18
3.2. Criteri di selezione dei casi studio	19
3.3. Costruzione della griglia d'analisi	20
3.4. Procedura di raccolta e analisi dei dati	22
3.5. Questioni etiche e limiti della ricerca	23
4. Analisi empirica dei contenuti	
4.1. Presentazione dei casi studio	25
4.2. Ostentazione dello status nei contenuti digitali	45
4.3. Strategie di self-branding e conversione in capitale	47
4.4. Autenticità apparente e narrazione personale	48
4.5. Interazione, community e gestione del seguito	49
4.6. Sintesi dei risultati e prospettive interpretative	50
5. Discussione dei risultati	
5.1. Continuità e trasformazione della teoria di Veblen	52

5.2. Il paradosso tra autenticità e ostentazione	53
5.3. Implicazioni per la teoria del consumo e per il marketing influencer	55
5.4. Sintesi interpretativa: consumo vistoso, autenticità e narrazione del sé	56
Conclusioni	57
Bibliografia	58
Appendice:	
1. Appendice A	62
2. Appendice B	64
3. Appendice C	66
4. Appendice D	79
5. Appendice E	145
6. Appendice F	154

Introduzione

1. Contesto e rilevanza del tema

Nel corso degli ultimi decenni, le modalità attraverso le quali gli individui costruiscono la propria identità, comunicano il proprio status economico e sociale e si rendono partecipi delle dinamiche di consumo sono state profondamente modificate dalla sempre più crescente centralità delle piattaforme digitali e dei social media. Questi ultimi non rappresentano più solo degli strumenti di connessione o di intrattenimento, come erano stati originalmente immaginati, ma si trasformano in delle vere e proprie vetrine digitali, dove vengono “messi in scena” modelli di vita, valori e aspirazioni (Elsevier, n.d.). In particolare, tra le piattaforme social più conosciute, *Instagram* viene individuato come luogo eccellente per mostrare prestigio sociale tramite immagini accuratamente selezionate, narrazioni dell’io e segnali di successo, ricchezza e benessere (Lipiner, 2020).

All’interno di questo ecosistema digitale si può ritrovare la figura dell’influencer, individuo che comunica alla propria audience tramite la comunicazione one to many. L’influencer agisce sulle piattaforme su tre fronti – come consumatore, come creatore di contenuti e come imprenditore del sé. Il loro obiettivo è quello di utilizzare le piattaforme social come vetrine per creare consenso, per ottenere engagement dal pubblico e ritorni economici. Tutto questo viene perseguito tramite l’estetica curata del feed, la pianificazione dello storytelling personale e le interazioni con l’audience – i cosiddetti follower. In tale quadro, l’esposizione dei beni di lusso, le esperienze esclusive e i dettagli intimi della vita quotidiana non vengono ricondotti nei limiti di una comunicazione e rappresentazione spontanea, ma rispondono alle dinamiche complesse del marketing digitale, del branding e del mercato.

La riflessione teorica su questi temi trova una solida base nella teoria del consumo vistoso di Thorstein Veblen, elaborata nella sua opera *La teoria della classe agiata* (1899). In quest’opera, Veblen analizzò le modalità attraverso cui le élite sociali americane ostentavano il proprio status tramite il consumo non utilitaristico, affidando al lusso una funzione simbolica.

Nonostante, come vedremo, la teoria sia stata elaborata in un contesto differente, sia a livello sociale che a livello storico, quest’ultima risulta certamente attuale per l’interpretazione di dinamiche odierne, ponendo sempre attenzione alle necessarie reinterpretazioni imposte dalla cultura digitale.

2. Obiettivi della ricerca, domanda di indagine e metodologia

La presente tesi si propone di analizzare, tramite una ricerca qualitativa, le modalità con le quali il concetto di “consumo vistoso” venga oggi rappresentato, riformulato e strumentalizzato all’interno di contenuti prodotti sulla piattaforma Instagram dagli influencer. L’obiettivo principale è quello di individuare nuove

forme di ostentazione e di prestigio sociale nell'ecosistema digitale, ponendo una particolare attenzione alla visibilità, l'autenticità apparente e alle strategie di self-branding.

La domanda di ricerca che è stata individuata è la seguente: come viene rappresentato il consumo vistoso nei contenuti degli influencer e quali nuovi ruoli giocano l'autenticità e la narrazione del sé?

Per rispondere a tale interrogativo, e alle domande di ricerca più specifiche che saranno esposte successivamente, il seguente elaborato adotta un approccio qualitativo che si fonda sull'analisi di contenuti pubblici, post e reel, pubblicati sulla piattaforma Instagram da un campione di influencer selezionato. L'analisi sarà guidata da una griglia teorica costruita sulla base della letteratura sopracitata e della lettura secondaria individuata. Ogni contenuto selezionato verrà analizzato in relazione alle categorie di status, self-branding, autenticità apparente, narrazione dell'io e interazione; in questo modo si individueranno pattern ricorrenti e rapporti tra autenticità, ostentazione e narrazione del sé.

3. Struttura della tesi

La seguente tesi sarà articolata in sei capitoli. Al seguito di questa introduzione, all'interno del Capitolo I, si approfondiranno la teoria del consumo vistoso e le evoluzioni concettuali. Con il Capitolo II si analizzeranno il ruolo degli influencer, il contesto digitale e i concetti teorici contemporanei. Il Capitolo III descriverà l'impostazione metodologica che verrà applicata alla ricerca; il Capitolo IV presenterà l'analisi dei contenuti selezionati; e, infine, con il Capitolo V si discuteranno in modo critico, alla luce del quadro teorico, i risultati emersi. L'elaborato terminerà con le conclusioni.

Capitolo I: Il consumo vistoso: fondamenti teorici e sviluppi

1.1 La teoria del consumo vistoso di Thorstein Veblen

Thorstein Veblen (Cato 1857 – Menlo Park 1929) fu un economista e sociologo statunitense (Ratti, 1939) che, all'interno della sua opera *La teoria della classe agiata* (Veblen, 1899), formulò il concetto di consumo vistoso – originariamente “*c conspicuous consumption*”. Con questa espressione, Veblen identificò e descrisse la modalità di consumo di beni e servizi di lusso, tipica delle classi agiate, impiegata come mezzo di distinzione sociale; questo consumo non risponde a bisogni strumentali o pratici, ma è finalizzato a manifestare la propria ricchezza, il proprio status e a rafforzare la propria posizione nella gerarchia sociale.

Il periodo indentificato tra il 1870 e il 1901, chiamato Gilded Age, è stato protagonista, negli Stati Uniti, di un celere sviluppo economico dovuto ad una rapida industrializzazione (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2025). Iniziarono, dunque, ad affermarsi sempre di più le classi agiate e il divario sociale ed economico diventò sempre più ampio.

Dall'analisi della stratificazione sociale, Veblen identificò dunque i cosiddetti “*self made men*”, individui che tramite l'industrializzazione si erano incredibilmente arricchiti e che, affermatosi socialmente, avevano iniziato a vivere nell'ozio, circondati da oggetti costosi e inutili (Berardinelli, n.d.). L'astenersi dal lavoro diventò dunque un segno di distinzione sociale e un indice di rispettabilità. Veblen tratteggiò un parallelismo tra i “*self made men*” americani e l'antica aristocrazia europea – certamente molto più antica, solida e affermata – in quanto entrambi i gruppi sociali si distinguevano dal resto della società per l'ozio e il consumo di beni non necessari ed “*esclusivi*” (Veblen, 1899).

Il consumo vistoso è dunque definito dall'autore come la tendenza della classe agiata americana al consumo di beni non necessari e costosi, che fungessero da discriminante rispetto alle altre classi sociali di lavoratori ed operai. Il consumo vistoso diviene dunque uno strumento di affermazione del proprio status. Il consumo di beni non necessari, esclusivi e di lusso era considerato quale dimostrazione del potere di acquisto dovuto alla propria posizione sociale.

Secondo la teoria vebleniana, il consumo vistoso si manifesta nel momento in cui il valore simbolico prevale sulla funzionalità del bene. Il lusso diventa dunque un linguaggio non verbale atto a dimostrare agli altri quale sia il potere di acquisto e a ostentare la possibilità di sprecare risorse economiche. Veblen introdusse quindi il concetto di “*emulazione pecuniaria*” intesa come la tendenza dei soggetti di paragonarsi agli individui di status sociale immediatamente superiore al proprio. Secondo Veblen, infatti, “[...] the human proclivity to emulation has sized upon the consumption of goods as a means to an

envious comparison, and has thereby invested constable good with a secondary utility as evidence of relative ability to pay”¹ (Veblen, 1899).

È in questo contesto che scaturisce la visione dell'imposizione dell'invidia quale scopo sociale; colui che conduce un'esistenza all'insegna del consumo vistoso tenta, spesso con successo, di suscitare ammirazione e invidia. Si incentiva quindi una forma di competizione di status all'interno della società.

Dunque, possiamo concludere con l'idea chiave per la quale il consumo non è più considerato in un'ottica tradizionale di soddisfazione dei bisogni ma come simbolo di onore e prestigio sociale. È per questo che Veblen viene considerato il primo ad aver riflettuto sul rapporto tra ricchezza e consumismo. La teoria di Veblen considera dunque il consumo vistoso e l'agiatezza come delle forme simboliche di potere e distinzione, radicate in una società strutturata in una gerarchia delle classi.

1.2 Consumo, classe agiata e costruzione dello status sociale

Il concetto di consumo vistoso inquadrato fino ad ora ricopre un importante ruolo nella più ampia riflessione sociologica sul consumo come linguaggio di classe.

Il sociologo francese Pierre Bourdieu (Denguin 1930 – Parigi 2002), partendo dal pensiero per il quale le pratiche di consumo non incorporano solo capitale economico ma anche capitale culturale, sviluppò la nozione di “distinzione” e di “habitus” (Autore non indicato, n.d.; Bourdieu 1972, 1979; Corchia, 2020). Quest'ultimo concetto rappresenta l'insieme di condizioni e schemi di pensiero, di azione e di percezione che gli individui interiorizzano tramite le proprie esperienze sociali legate alla classe di appartenenza. Secondo Bourdieu il consumo non riflette tanto una necessità quanto la posizione dei soggetti nella gerarchia sociale.

Bourdieu riprese il concetto vebleniano per il quale la classe dirigente adotta strategie ostentative, ma riteneva che queste pratiche fossero interiorizzate. Il consumo vistoso diviene quindi convenzionalmente necessario alla distinzione sociale, ma esso può essere raggiunto solo tramite l'habitus che appartiene ai soggetti. Il consumo di un soggetto è espressione del “modo di vivere” della classe a cui appartiene.

Bourdieu giunse alla conclusione per la quale il gusto dell'estetico diventa uno strumento con il quale le classi più agiate – e dunque dominanti – affermano la superiorità culturale che le contraddistingue; al contempo, le classi meno agiate – e dunque subalterne – tendono al conformismo e all'emulazione; viene quindi qui anche ripreso il concetto di emulazione già sviluppato da Simmel.

¹ La propensione umana all'emulazione ha invaso il consumo di beni come mezzo di confronto invidioso e ha quindi conferito ai beni (primari) un'utilità secondaria come prova della capacità di spesa.

In modo analogo, Jean Baudrillard (Reims 1929 – Parigi 2007), sociologo e filosofo francese, considerò il consumo come un sistema di segni (Autore non indicato, 2009; Baudrillard, 1968): gli oggetti assumono valori simbolici indipendenti dalla loro funzione utilitaristica. Baudrillard definì il consumo come “un’attività di manipolazione sistematica dei segni”. I beni devono dunque prima di tutto diventare segni – in astrazione completamente differenti dagli usi concreti che li caratterizzano – e, successivamente, devono venir inseriti nel linguaggio dello status e della differenziazione sociale.

Baudrillard sottolineò che alla base della necessità di passaggio dall’economia dei bisogni a quella della distinzione e della prestazione sociale vi è l’intuizione vebleniana rispetto alla centralità dei simboli nel consumo. Il consumo, dunque, non soddisfa esclusivamente bisogni individuali ma riproduce ed esprime un valore simbolico: il possesso di determinati beni di lusso (dall’auto costosa all’opera d’arte esclusiva) rafforza la posizione sociale dominante dei soggetti.

Il sopracitato Georg Simmel (Berlino 1858 – Strasburgo 1918), sociologo e filosofo tedesco, rifletté, nella *Filosofia del denaro* (1900), sul ruolo simbolico di denaro e oggetti (Autore non indicato, 2009; Simmel, 1900), vedendo la moda e il denaro come strumenti che riflettono lo sviluppo della mobilità sociale. Simmel riteneva che gli oggetti non acquistassero valore meramente economico ma ne acquistassero uno sociale; gli oggetti sono manifestazione delle identità dei singoli e delle loro libertà personali nei rapporti tra essi.

In questo contesto Simmel elaborò il concetto di status symbol per il quale i beni di lusso diventano un modo per veicolare il prestigio riconosciuto. I “beni di lusso” vebleniani sono definiti tali in quanto accessibili solo da pochi – l’élite – tanto che, nel momento in cui vengono emulati e raggiunti dalla massa perdono la loro valenza esclusiva.

Il consumo come linguaggio performativo si manifesta, dunque, con l’uso di simboli tangibili – come ad esempio una macchina costosa, un capo di abbigliamento di lusso, l’istruzione privata – che diventano strumenti di distinzione e dunque di legittimazione sociale. Come viene ripreso anche da Carlo Trigilia (2009) spesso è la donna la figura alla quale viene affidato il compito di distinzione sociale, tramite l’acquisto e la messa in mostra di beni di lusso, soprattutto di abbigliamento. Questo concetto può essere ripreso anche in chiave contemporanea, l’élite afferma il proprio status con abbigliamento firmato, la partecipazione a eventi esclusivi, viaggi lussuosi ed esotici, uno stile di vita quasi “sfrenato”. Queste attività portano dunque all’utilizzo della performance come distinzione. Tali meccanismi si continuano a ripetere all’infinito tra le classi – ma anche tra sottoclassi; le classi meno abbienti – inferiori – tendono a idealizzare i modelli di consumo delle classi più abbienti – dominanti – e tentano di emularli e copiarli.

Inoltre, è importante menzionare come per i sociologi moderni la proliferazione di status symbol e la fluidità culturale contemporanea indeboliscano le barriere di classe tradizionali (Corchia, n.d.). Il consumo ostentativo resta però uno strumento di potere simbolico: dietro a ogni consumo ostentato, a ogni bene di lusso risiede una trama di valori che suggeriscono chi “ce l’ha fatta”, che si pone su un piedistallo, e chi invece rimane “sconfitto” dalla società.

1.3 Critiche e riletture contemporanee della teoria vebleniana

Svolgendo una riflessione in merito al passaggio tra tardo Novecento ed era digitale, va menzionato come il concetto di consumo vistoso si sia trasformato e arricchito di ulteriori sfumature.

L’affermazione del cosiddetto consumo etico, l’acquisto di beni sostenibili, green ed equo-solidali, diventa strumento di ostentazione e di affermazione della propria reputazione etica (Johnstone & Tan, 2015). I sociologi hanno identificato come il consumatore non scelga prodotti ecosolidali esclusivamente per ragioni funzionali, ma anche per affermazione sociale. Ormai, a causa dell’innalzamento dei prezzi, l’acquisto di cibi biologici e di vegetali si riconnette ad un’idea di ricchezza, lusso ed esclusività proprie delle classi più abbienti.

Inoltre, è necessario evidenziare il cambiamento da un consumo di oggetti (l’auto, l’abbigliamento) ad un consumo di esperienze coinvolgenti, memorabili ed esclusive (un viaggio, un’esperienza); si passa così ad un consumo esperienziale, dove l’“avere” si accompagna al sempre più importante e desiderato “vivere” (Hirschman, 1984; Chaney, et al., 2018; Perini, 2012).

L’attuale cultura dell’influencer, dove, come vedremo, domina il fenomeno dell’“autenticità apparente” (Frowijn, et al., 2022), si caratterizza di un paradosso dove gli individui tentano di dimostrare spontaneità e autenticità ma promuovendo il tutto tramite strategie di marketing e format omologati. Il consumo per gli influencer diventa performance quotidiana. È proprio su piattaforme come Instagram, che fungono da vetrine di vita, che i follower vengono spinti all’emulazione di questi individui: gli influencer.

La cultura degli influencer spinge i consumatori – o gli spettatori – alla ricerca di validazione sociale, al confronto con modelli “superiori”, alla FOMO (c.d. fear of missing out) di possibilità e di esperienze (Lee, et al., 2021); tutto questo comporta il consumo ostentativo. La logica dell’osservo, desidero, emulo, mi elevo sperando che altri mi osservino, mi desiderino, mi emulino. La dinamica di competizione di status rimane centrale nonostante gli attori si modifichino e si aggiornino.

È necessario inoltre menzionare la cosiddetta economia dell’attenzione; gli algoritmi dei social portano volontariamente i consumatori – o spettatori che dir si voglia – a visualizzare contenuti emotivi e dirompenti, indirizzandoli verso prodotti, esperienze, stili di vita che suscitino reazioni psicologiche.

L'algoritmo favorisce quindi la visibilità di forme di consumo eccessive e spettacolari (Menczer & Hills, 2020). L'autenticità caratterizzata dal consumo vistoso viene legittimata digitalmente, le gerarchie vebleniane si riproducono in nuovi spazi virtuali, chi ottiene più attenzione gode di prestigio sociale e simbolico.

Si nota quindi come l'evoluzione del consumo nell'era digitale continui a sottostare alle logiche e ai meccanismi sviluppati da Veblen: l'ostentazione del consumo etico diventa simbolo di distinzione sociale, il cosiddetto consumo esperienziale affianca il consumo materiale, gli influencer si affiancano ai modelli di élite del XIX e XX secolo.

Le analisi contemporanee trovano solide basi nell'intuizione vebleniana: il consumo rimane sempre un codice di prestigio; i beni materiali tradizionali, affiancati da esperienze e valori digitali, come la visibilità, continuano a fungere quale mezzo di legittimazione di status.

Capitolo II: Il contesto digitale e il ruolo degli influencer

2.1 Instagram come spazio di lusso, visibilità e narrazione del sé

Come è stato precedentemente accennato all'interno dell'introduzione della presente tesi, le dinamiche di visibilità e rappresentazione del sé attualmente subiscono profonde trasformazioni a causa della centralità delle piattaforme social. Nella nuova "era dei social media", nella quale governano dinamiche differenti e ad ampio spettro, sfumano i confini tra il pubblico e il privato, tra la realtà e la rappresentazione e tra l'autenticità e la costruzione del sé. Le piattaforme social, come Instagram, fungono non solo come strumenti di connessione, come erano state originariamente progettate, ma soprattutto da vetrine digitali dove la vita personale e il consumo degli utenti vengono costantemente messi in scena. È in questo contesto mediale che la narrazione del sé diviene strategica e nascono dinamiche e approcci tendenti alla performance, alla visibilità e al riconoscimento sociale (Abidin, 2016a; Marwick, 2015).

Instagram, che spicca tra il novero dei social media, basa il proprio funzionamento sulla componente visiva, l'immagine viene dunque preferita come modalità principale di comunicazione. Come affermato da Frowijn, et al. (2022), infatti, Instagram è un reticolo a base di immagini che favorisce l'interazione sociale e la prestazione estetica: l'immagine diventa strumento di affermazione simbolica e sociale, non più esclusivamente di comunicazione. Questo meccanismo porta gli utenti, e nello specifico gli influencer, alla costruzione di narrazioni personali e di identità curate e accattivanti per chi osserva. Le immagini postate vengono selezionate con estrema attenzione in modo da comunicare emozioni, valori e soprattutto status (Frowijn et al., 2022).

Nel contesto appena descritto, è chiaramente di facile riconoscimento come l'attenzione alla rappresentazione del lusso e dello status sia centrale e rilevante. Ogni storia, post o reel può – e in realtà per le regole del "gioco" dovrebbe – comprendere simboli che indichino benessere, lusso, momenti esclusivi. Come osservato da Bainotti (2024), Instagram si dimostra un ambiente mediale estremamente prolifico alla spettacolarizzazione del consumo; nel quale gli utenti, attraverso feed estetici e raffinati, mettono in scena la propria vita quotidiana falsamente idealizzata, ed è qui che l'ostentazione diventa produttiva.

Dunque, viene a svilupparsi la cosiddetta auto-narrazione performativa del sé: i soggetti non si limitano alla documentazione della propria vita, ma costruiscono una versione potenziata della propria identità (Abidin, 2016a). Il concetto, già ripreso all'interno di questo elaborato, del "mettersi in scena" è fondamentale per comprendere e analizzare la logica comunicativa e ostentativa di Instagram. Il social diventa dunque una vetrina contemporanea dove l'utente cura la propria identità e il proprio stile di vita, lo mostra al prossimo, enfatizza i propri successi, la bellezza, il benessere e la ricchezza.

Al contempo è Instagram stesso, tramite gli algoritmi, a favorire la repentina visibilità delle esposizioni. Gli algoritmi privilegiano contenuti emotivamente coinvolgenti e spettacolari, che vadano a colpire psicologicamente l'utente che li visiona. Come evidenziato da Cotter (2019), gli influencer negoziano continuamente con le regole "algoritmiche" in modo da massimizzare la propria visibilità e influenza, adattando i contenuti e la frequenza di pubblicazione alle aspettative della piattaforma. Gli algoritmi non determinano completamente il comportamento degli utenti, che devono impegnarsi in una sorta di "gioco della visibilità" caratterizzato da strategie di engagement e performance comunicative. Vengono così amplificati i segnali di lusso e consumo eccessivo e si valorizza chi cattura l'attenzione e crea engagement, questo porta alla proliferazione di elementi tipici del consumo vistoso (Bainotti, 2024; Marwick, 2015).

Instagram è quindi definibile come un luogo strategico dove l'immagine pubblica si trasforma in capitale simbolico. L'identità costruita si realizza in tutto ciò che l'utente vuole rappresentare del sé. Il contenuto pubblicato ha come risultato la creazione di un diario visivo utile non solo per attrarre attenzione e validazione ma anche compensi economici (Khamis et al., 2017; Kleppinger, 2015).

Tale diario visivo comporta una narrazione del sé continuativa, che si riconnette ai meccanismi del branding autobiografico (Abidin, 2016b). È quindi nel contesto dove i profili Instagram divengono testimonianze di vita, dei diari per l'appunto, dove si manifesta il fenomeno del self-branding. La narrazione dell'io diviene finalizzata alla capitalizzazione della propria visibilità, come si vedrà successivamente.

È qui che viene a confondersi il confine tra la rappresentazione e la realtà, dove ciò che appare spontaneo è in realtà del tutto pianificato (Frowijn et al., 2022), e dove nascono gli influencer.

2.2 La figura dell'influencer: definizione e funzioni sociali

Gli influencer ad oggi occupano una posizione rilevante nell'ecosistema comunicativo digitale. Tale termine indica individui che, tramite i propri profili social, riescono nell'orientare opinioni, gusti e comportamenti di consumo di un pubblico ben definito. Tutto questo avviene grazie alla capacità consolidata di generare attenzione attorno al proprio profilo. Da un punto di vista sociologico possono essere dunque definiti quali "agenti di influenza" che, tramite la propria presenza sulle piattaforme, esercitano impatto sulle scelte di acquisto, sugli stili di vita e sugli orientamenti culturali (Abidin, 2016a).

Elemento distintivo proprio della carriera dell'influencer è un'attività intensa di visibility labour (Abidin, 2016b) che si realizza nel complesso di azioni atte a mantenere e incrementare la propria visibilità sulla piattaforma social. Questa tipologia di lavoro – la costante cura del feed, la progettazione minuziosa dei contenuti e la gestione delle interazioni con i follower – non dev'essere sottovalutata. I post non sono "istanti rubati" alla quotidianità, nulla è spontaneo, sono contenuti creati e calibrati per veicolare un

preciso messaggio e per favorire il coinvolgimento dei follower. Questo lavoro di creazione e selezione richiede di fatto un lavoro sia di design fotografico (per il feed) sia di narrazione persuasiva; è quindi da definirsi un lavoro creativo e professionale.

Una delle funzioni primarie dell'influencer è dunque quella di creatore di contenuti – è utile sottolineare come tutti gli influencer si considerano anche content creator, ma non tutti i content creator si considerano influencer. Per contenuti vengono dunque intesi post, reel e storie che, come abbiamo detto precedentemente, devono essere studiati e progettati, sempre con una patina di estetica e bellezza, per essere proposti ai follower e suscitare in loro coinvolgimento. Ogni pubblicazione viene attentamente studiata ed ogni elemento narrativo diviene parte di uno storytelling più ampio, quello personale – il self-storytelling – dove l'influencer sembra aprire le porte della sua vita privata ed intima. Per questa ragione il pubblico entra nel vortice del gossip – piuttosto che acquistare i giornali di cronaca rosa si preferisce entrare nella casa della celebrità che racconta la propria vita in modo apparentemente genuino. In realtà le rappresentazioni personali sono orchestrate attentamente, dosando autenticità apparente e contenuti aspirazionali (Frowijn et al., 2022).

Una seconda dimensione riguarda il ruolo commerciale. Il rapporto – stretto – che viene a crearsi tra influencer e follower viene riconosciuto dalle aziende come un canale privilegiato; sono infatti queste ultime che instaurano collaborazioni da quelle di product placement a campagne di sponsorizzazione più strutturate. De Veirman, et al. (2017) hanno evidenziato come, grazie all'effetto della fiducia mediata, i contenuti promossi da influencer generino tassi di engagement e conversione maggiori rispetto a quelli delle strategie pubblicitarie più tradizionali. Grazie alla fiducia mediata, infatti, i follower tendono a considerare attendibili i consigli e le recensioni dell'influencer con cui si sentono più legati e con il quale hanno strutturato un rapporto di fiducia unilaterale. Questo appena descritto è il meccanismo di persuasione indiretta, tale per cui il prodotto, per assumere un valore autentico e poco invasivo, viene inserito nella vita quotidiana dell'influencer – una figura apparentemente ordinaria.

Poiché l'influencer diviene mezzo pubblicitario, egli si configura come imprenditore di sé stesso, responsabile del cosiddetto personal brand. L'influencer di successo, infatti, seleziona con cura e professionalità i settori di nicchia in cui operare, sceglie i marchi con cui collaborare in coerenza con i valori promossi, lancia linee di prodotto co-branding o di merchandising personale; tutte queste azioni sono il mezzo con il quale l'influencer progetta strategicamente il proprio percorso professionale. Le competenze che sorgono sono trasversali, si passa dal marketing digitale alla gestione delle pubbliche relazioni fino a giungere alle capacità imprenditoriali per la gestione di compensi e contratti dei collaboratori. L'approccio descritto trasforma dunque un'attività nata spontaneamente per ostentazione

dell'io, probabilmente per inclinazioni personali e per meccanismi della piattaforma, in una vera e propria carriera professionale, caratterizzata come tutte da obiettivi di crescita.

L'intersezione tra le dimensioni appena descritte – creativa, commerciale e imprenditoriale – genera una costante tensione di bilanciamento tra la spettacolarizzazione del lusso e la necessità di apparire autentici di modo da non perdere la fiducia del pubblico. Frowijn et al. (2022) sottolineano come, nel momento in cui i follower percepiscano un'eccessiva mercificazione della comunicazione a discapito della spontaneità, pur sempre pianificata, emerga il cosiddetto “authenticity gap”, che verrà successivamente approfondito. L'equilibrio nel rapporto tra l'influencer e i follower diviene quindi indiscutibilmente delicato.

2.3 La conspicuousness produttiva (Bainotti, 2024)

Individuato tale quadro contemporaneo, possiamo affermare come il concetto di conspicuousness, originariamente formulato da Veblen nella sua opera *La teoria della classe agiata* (Veblen, 1899), sia stato riformulato e aggiornato in riferimento alla cultura dei social media.

Di particolare rilievo è la proposta di Lucia Bainotti (2024) che ritrova una lettura innovativa del consumo vistoso nell'ecosistema social di Instagram. Bainotti sostiene che l'ostentazione del consumo da parte degli utenti, e nello specifico degli influencer, non ricopra più una funzione esclusivamente simbolica, come affermava Veblen, ma anche produttiva.

In questo studio viene coniato il termine di “conspicuousness produttiva” utile a descrivere una modalità di esposizione strategica del sé. Il consumo diventa una risorsa utile alla costruzione dello status sociale e della reputazione online. Tale nuovo approccio si concretizza nell'idea che la visibilità – ottenuta tramite contenuti ostentativi di viaggi e di abbigliamento di lusso e ambienti raffinati – si traduca per gli influencer in capitale simbolico e potenzialmente economico. L'ostentazione non risiede più in un unico fine ma diviene un mezzo per attrarre follower, attenzione, engagement e collaborazioni commerciali.

Bainotti, delineata tale prospettiva, dimostra come l'attività di consumo e la rappresentazione del sé siano legate ad una logica “circolare” in cui esposizione e consumo si alimentano in modo reciproco. Si consuma per postare e si posta per continuare a consumare. Dunque, l'ostentazione dei beni materiali o esperienziali non è più il punto di arrivo, ma una parte di un ciclo produttivo di visibilità potenzialmente infinito. Da tale osservazione deriva la tesi per la quale la conspicuousness sulle piattaforme social non è una pratica legata a sé stessa – come può essere per determinati soggetti particolarmente ricchi che non ricoprono però ruoli professionali ma che esibiscono esclusivamente il proprio status (Michaelidou et al., 2022) – ma si colloca in un quadro più ampio, quale strumento di generazione di valore.

Dallo studio di Bainotti, tramite l'analisi qualitativa che è stata svolta, emergono tre pratiche distinte ma interconnesse che vanno a definire la logica della c.d. conspicuousness produttiva; queste sono: accumulazione, accesso e circolarità.

Innanzitutto, l'accumulazione non riguarda, come si potrebbe ritenere, esclusivamente il desiderio di possesso, ma assume in realtà una funzione strategica e performativa. Gli oggetti di lusso vengono esibiti all'interno di contenuti atti alla dimostrazione di status, fungendo da marcatori visivi di appartenenza e successo. L'estetica del possesso diviene dunque un linguaggio simbolico in grado di comunicare valori di distinzione e aspirazione.

In modo parallelo, la logica dell'accesso evidenzia come i beni di lusso non siano in realtà acquistati in modo permanente, ma ottenuti tramite prestiti dai brand di lusso stessi, donazioni o noleggi temporanei. Quel che conta non risiede nella proprietà del bene ma nella possibilità di renderlo proprio e sfruttarlo nella comunicazione del proprio percorso visivo e narrativo. Questo consumo effimero si rivela decisamente performativo, in quanto permette a soggetti estranei alle élite di partecipare in modo simbolico alla cultura del lusso. Questo chiaramente porta ad una ridefinizione di appartenenza e di visibilità.

Infine, la circolarità risiede nel meccanismo per il quale gli stessi oggetti e ambienti vengono riutilizzati in più di un contenuto. Tale ricontestualizzazione consente la produzione di più di una singola e univoca narrazione, rendendo l'immagine una risorsa semiotica flessibile e polisemica. Il bene non si esaurisce dunque in un'unica apparizione, ma agisce nel tempo generando attenzione e riconoscimento all'interno delle dinamiche tipiche della cultura digitale.

Lo studio di Bainotti dimostra come il consumo ostentato acquisisca una funzione economico-relazionale, perché capace di creare relazioni, engagement, collaborazioni con brand, visibilità e reputazione. Viene quindi rifiutata la visione vebleniana per la quale il consumo ostentativo è spreco improduttivo. Nel nuovo contesto digitale il consumo non è fine a sé stesso ma diviene un mezzo per la capitalizzazione economica dell'io in quanto soggetti desiderabili, emulabili e visibili.

Un altro elemento che è stato portato alla luce da Bainotti è il fatto secondo il quale la performance di status non richieda esplicitamente il lusso estremo. L'efficacia della conspicuousness produttiva non si manifesta nel costo elevato del bene, ma nella capacità di inserirlo in una narrazione coerente, aspirazionale e desiderabile. Gli influencer si distinguono dunque per come mostrano il bene non solo per ciò che mostrano.

In conclusione, la conspicuousness produttiva di Bainotti è una forma ibrida di consumo, produzione e auto-rappresentazione. Gli oggetti ottenuti, acquistati ed esibiti non sono più esclusivamente degli

indicatori di status ma ingredienti attivi della performance digitale. Il consumo diventa dunque un dispositivo comunicativo e relazionale integrato nei meccanismi dell'attuale cultura visuale.

2.4 L'autenticità "apparente" e il concetto di authenticity gap (Frowijn et al., 2022)

Nel mondo digitale finora delineato – quello degli influencer – uno dei valori più evocati e al contempo controversi è quello dell'autenticità. La convinzione per la quale un soggetto esposto si possa mostrare per "ciò che è" in modo genuino, spontaneo e senza filtri costituisce una delle leve fondamentali sulle quali si fonda il rapporto di fiducia tra influencer e follower. Tale autenticità dichiarata solitamente si rivela una costruzione comunicativa complessa e strategica. Essa si poggia su un delicato equilibrio tra realtà e finzione. Ed è da questa tensione che scaturisce il concetto di "autenticità apparente", ovvero la costruzione intenzionale di una genuinità che si mostra come spontanea, ma che in realtà è costruita e frutto di strategie narrative ben precise.

Frowijn, Harbers e Broersma (2022) evidenziano come l'autenticità, ad oggi, sia un valore altamente commercializzato sul mercato. All'interno del loro contributo al volume *Cultures of Authenticity*, gli autori analizzano come gli influencer di moda e lifestyle costruiscano e comunichino autenticità all'interno dei loro contenuti pubblicati su Instagram. Si manifesta però un paradosso centrale: da un lato, gli influencer utilizzano l'autenticità come un elemento identitario e distintivo, continuamente rimarcato; dall'altro, i contenuti effettivi che producono dimostrano pochissimi segnali concreti di spontaneità reale. Il divario tra ciò che viene affermato e rivendicato, e ciò che viene realmente messo in pratica è definito dagli autori come "authenticity gap".

Tale concetto inquadra quindi lo scarto tra la retorica dell'autenticità – le modalità con le quali gli influencer parlano della loro sincerità, trasparenza e naturalezza – e la sua rappresentazione effettiva a livello mediatico che è spesso invece artificiale, costruita e programmata.

La ricerca, condotta all'interno dello studio su influencer con ampia audience (su Instagram), dimostra che l'autenticità viene messa in scena tramite segnali standardizzati. Ne sono un esempio momenti quotidiani apparentemente casuali, confidenze personali, l'uso strategico del linguaggio emotivo. Tutti questi elementi sono il risultato di un'attenta regia atta a produrre l'effetto di genuinità percepita.

L'autenticità diventa dunque una strategia discorsiva e visuale non più una qualità intrinseca del soggetto. Gli autori evidenziano come il lavoro dell'influencer consista nel selezionare quali frammenti della propria vita rendere pubblici e soprattutto con quale forma e modalità, in modo da massimizzare il coinvolgimento del pubblico. La spontaneità apparente è frutto di editing, post-produzione, prove, accurata selezione delle pubblicazioni e narrazione progettata. Per gli autori, il lavoro che viene svolto è

un lavoro di autenticazione non di essere davvero autentici; è un lavoro di “convincimento” della propria autenticità, che però non è reale.

L'autenticità si trasforma, dunque, in una risorsa strategica da utilizzare nella costruzione del capitale reputazionale, utilissima nel personal branding.

Il rischio risiede chiaramente nel probabile e plausibile scetticismo del pubblico nei confronti delle narrazioni degli influencer di fronte ad un meccanismo reiterato nel tempo. Gli autori osservano però come molti follower siano tolleranti di fronte a tale artificiosità: ciò che conta è che sia dosata e credibile. L'importante non è che l'influencer sia realmente autentico ma che dia l'impressione di esserlo. L'autenticità diventa, dunque, una performance comunicativa, questa funziona nel momento in cui mantiene vivo il senso di intimità e vicinanza con il pubblico, senza in realtà mai rivelarsi davvero.

La riflessione appena riportata si ricollega significativamente alle dinamiche della conspicuousness produttiva descritte da Bainotti. L'influencer da un lato espone il proprio stile di vita per generare valore attraverso l'ostentazione estetica, dall'altro negozia costantemente la propria autenticità per evitare di apparire eccessivamente commerciale o artificioso. È nel bilanciare tale dinamica tra questi due poli opposti – performance e naturalezza – che risiede il successo comunicativo dell'influencer.

Dunque, il concetto di authenticity gap favorisce la comprensione della tensione della comunicazione digitale contemporanea: cioè quella tra ciò che appare autentico e ciò che lo è per davvero. Nell'ambiente finora delineato, dove l'autenticità viene richiesta, attesa ma al contempo costruita, gli influencer devono mantenere costantemente in equilibrio la trasparenza apparente e la costruzione narrativa.

È in questo scenario che la spontaneità diventa paradossalmente una delle espressioni più elaborate della strategia comunicativa attuale.

Capitolo III: Metodologia

Il presente elaborato si realizza nella sua completezza tramite lo svolgimento di un'analisi empirica di tipo qualitativo. Il seguente capitolo descrive il disegno metodologico prescrittivo che sarà applicato nella fase empirica della ricerca. L'obiettivo è quello di dettagliare le scelte epistemologiche, i criteri di selezione dei casi studio, la costruzione della griglia d'analisi, la procedura di raccolta e analisi dei dati e le questioni etiche e i limiti metodologici che caratterizzeranno il presente studio. Quanto qui descritto rispetta il materiale teorico preliminare finora presentato e funge da protocollo operativo da seguire in fase applicativa.

3.1 Scelte epistemologiche: l'approccio qualitativo

La presente ricerca ha intenzione di applicare un approccio qualitativo di matrice interpretativista-costruttivista. Tale decisione metodologica è motivata dalla natura dell'oggetto di studio – le pratiche di rappresentazione del consumo vistoso e le strategie di autenticità degli influencer su Instagram – che richiede di cogliere significati, intenzionalità comunicative e costruzioni simboliche che sono difficilmente riconducibili a mere variabili numeriche (Guba & Lincoln, 1994).

L'approccio qualitativo scelto permette anzitutto di interpretare i significati attribuiti dagli attori-influencer alle loro pratiche comunicative; inoltre permette di analizzare lo scarto tra apparenza e costruzione, come il già citato authenticity gap (Frowijn, et al., 2022), e di individuare le strategie retoriche e semiotiche attraverso cui il consumo viene reso sia performativo che produttivo (Walsham, 1995).

Tale impostazione di ricerca è coerente con il quadro teorico sviluppato nei capitoli precedenti, dove sono state trattate le teorie di Veblen, Bainotti, Frowijn et al, ecc., e con l'obiettivo di ottenere una comprensione approfondita delle dinamiche simboliche e produttive che caratterizzano la presenza degli influencer su Instagram.

A livello di disegno di ricerca, verrà utilizzato il case study multiplo: ogni influencer selezionata andrà a costituire un case study e l'analisi comparata permetterà di individuare pattern ricorrenti o differenze significative (Eisenhardt, 1989; Baxter & Jack, 2008).

La domanda generale che guiderà la ricerca è la seguente: “Come viene rappresentato il consumo vistoso nei contenuti degli influencer e quali nuovi ruoli giocano l'autenticità e la narrazione del sé?”.

Dalla domanda generale sono state successivamente derivate tre domande di ricerca specifiche, ideate in modo tale da risultare immediatamente traducibili in categorie di coding e collegabili al quadro teorico presentato nei capitoli precedenti.

La prima domanda di ricerca riguarda la modalità di ostentazione: “In che modo gli influencer rappresentano segnali di status e consumo vistoso nei singoli contenuti, e quali marker visivi e linguistici ricorrono più frequentemente?”.

La seconda domanda di ricerca riguarda il concetto di conspicuousness produttiva: “In che misura e con quali strategie i contenuti ostentativi sono finalizzati a generare valore economico e di visibilità?”. Ne sono un esempio: collaborazioni, sponsorizzazioni, call-to-action, conversione in prodotti e/o servizi.

La terza, e ultima, domanda di ricerca riguarda l'autenticità e il concetto di authenticity gap: “Qual è il rapporto fra segnali di autenticità dichiarata (narrazioni intime, “dietro le quinte”, linguaggio confidenziale) e indicatori di costruzione strategica (editing, ripetizione dei formati, pianificazione), e come si manifesta l'eventuale authenticity gap nei contenuti analizzati?”.

Concludendo con una breve riflessione in termini epistemologici, l'approccio qualitativo permette di operare un collegamento diretto e perfettamente giustificato tra i livelli teorici individuati e l'evidenza empirica costituita da immagini e testi. In modo da preservare rigore e trasparenza interpretativa, le categorie concettuali derivate dalle domande di ricerca sia principale che secondarie saranno formalizzate all'interno di una griglia d'analisi con definizioni operative e regole decisionali che guideranno la successiva fase di codifica e di analisi tematica (Nowell et al., 2017).

3.2 Criteri di selezione dei casi studio

La selezione dei casi studio seguirà una logica intenzionale finalizzata ad individuare profili pertinenti rispetto al problema di ricerca individuato – ovvero la rappresentazione del consumo vistoso e delle pratiche di autenticità sullo spazio Instagram.

La popolazione di riferimento è costituita da influencer di sesso femminile, di età compresa tra i 25 e i 45 anni (circa)², attive in Italia nei settori di moda, lifestyle e beauty, ambiti nei quali i segnali di status, le pratiche di ostentazione e le dinamiche di branding risultano in particolar modo rilevanti per l'oggetto di studio. La scelta di questi ambiti è stata motivata sia dalla letteratura sia dalla volontà di confrontare pratiche comunicative accomunate da forti elementi estetici.

Saranno privilegiati profili con attività regolare e contenuti che mostrino pratiche di consumo visibile. Verrà inoltre garantito un confronto tra post sponsorizzati e non sponsorizzati.

² Tale requisito si concretizza nella volontà di analizzare profili social di influencer che siano cresciute sulla piattaforma Instagram, le generazioni più recenti – dal 2000 al 2007 – hanno solitamente affermato la loro immagine sul social media Tik Tok.

Il pool iniziale comprenderà 45 profili che dovranno essere validati. Tale validazione sarà effettuata tramite lo strumento esterno *Not Just Analytics*, che permetterà una valutazione sistematica dell'Engagement Rate (ER), della media dei like ai post e dei commenti e dall'andamento della crescita dei follower (*Not Just Analytics*, n.d.). Saranno esclusi profili con Engagement Rate < 1% o con andamenti di incremento – o decremento – anomali che potrebbero essere indicatori di potenziali follower acquistati o inattivi.

Dopo la validazione del campione da 45 profili, la selezione finale avverrà tramite estrazione randomizzata stratificata per fascia di follower, con l'obiettivo di ottenere un totale di 20 profili così distribuiti:

- 5 macro: follower > 1M
- 5 alto meso: follower tra 500k e 1M
- 5 basso meso: follower tra 200k e 500k
- 5 micro: follower < 200k

L'estrazione randomizzata verrà effettuata tramite lo strumento esterno *Random.org* (*Random.org*, n.d.) di modo da garantire assoluta indipendenza. Le estrazioni saranno allegate in appendice. La stratificazione consente di confrontare le pratiche di comunicazione e le forme di ostentazione a diversi livelli di visibilità e di potere simbolico.

3.3 Costruzione della griglia di analisi

Al fine di tradurre i concetti teorici discussi nei capitoli precedenti in indicatori osservabili, è stata costruita una griglia di codifica che guiderà la fase di raccolta e analisi dei dati. La griglia funge da strumento operativo intermedio tra la teoria e l'analisi empirica, permettendo di rendere trasparenti e replicabili le scelte interpretative (Braun & Clarke, 2006; Nowell et al., 2017).

La griglia è articolata in cinque dimensioni principali, ciascuna corrispondente a un asse concettuale identificato nelle domande di ricerca:

Le categorie sono state definite come segue:

- Ostentazione: indicatore di consumo vistoso di Veblen. Comprende la presenza di oggetti costosi, esperienze esclusive, location d'élite, abbigliamento firmato, lifestyle elevato. (Veblen, 1899).
- Self-branding: riconducibile al concetto di conspicuousness produttiva di Bainotti, evidenzia la capitalizzazione dell'immagine personale e commerciale. Include loghi o marchi visibili,

collaborazioni sponsorizzate (#adv) e non (#invitedby, #gift, ecc.), codici sconto, tag ai brand, elementi grafici promozionali. (Bainotti, 2024).

- Autenticità apparente: legata al concetto di authenticity gap di Frowijn et al.. Comprende segnali che costituiscono una spontaneità apparente tramite l'estetica imperfetta, elementi di vita quotidiana o familiare, pose non costruite e indizi quali “sono me stessa”. (Frowijn et al, 2022).
- Narrazione personale: riflette la narrazione del sé. Include rappresentazioni visive di eventi o traguardi personali, simboli emotivi, immagini che rimandano a storie di vita, espressioni di emozioni profonde.
- Interazione con il pubblico: parte integrante della narrazione del sé, intesa come costruzione di intimità e rapporto di vicinanza con la community. Comprende inviti espliciti alla partecipazione, risposte o call-to-action rivolte ai follower.

A ciascuno di questi indicatori – relativo ad ogni specifico post di ogni influencer scelta – sarà attribuito un punteggio secondo la seguente scala:

- 0 = non è presente
- 1 = è presente in minima parte
- 2 = è poco presente
- 3 = è presente ma percepibile solo ad un occhio attento
- 4 = è presente in modo evidente ma non ancora palese
- 5 = è presente in modo palese e riconoscibile per il pubblico

I punteggi attribuiti a ciascun post confluiranno in subtotali per categoria, questi sintetizzeranno l'andamento complessivo di ciascuna dimensione e verranno successivamente sommati in un punteggio complessivo. Tale approccio permette di individuare pattern ricorrenti e differenze significative, mantenendo pur sempre una logica interpretativa qualitativa.

In sintesi, la costruzione della griglia permette di mantenere un forte legame tra teoria e dati, garantendo coerenza metodologica e trasparenza nella fase di codifica, e rappresenta il cuore operativo della ricerca.

Esempio di tabella metodologica:

Coding: Influencer:	Ostentazione	Self-branding	Autenticità apparente	Narrazione personale	Interazione
Tal dei Tali – Post 1	Da 0 a 5	Da 0 a 5	Da 0 a 5	Da 0 a 5	Da 0 a 5
Tal dei Tali – Post 2	Da 0 a 5	Da 0 a 5	Da 0 a 5	Da 0 a 5	Da 0 a 5
Totale	Cumulata ostentazione	Cumulata self- branding	Cumulata autenticità apparente	Cumulata narrazione personale	Cumulata interazione

3.4 Procedura di raccolta e analisi dei dati

L'analisi empirica prevede la raccolta di contenuti – post e reel³ – pubblicati nel semestre di gennaio-giugno 2025. Questa finestra temporale è stata scelta per due principali motivazioni: da un lato permette di analizzare contenuti recenti e dunque rappresentativi delle pratiche comunicative più attuali; dall'altro mantiene la quantità di materiale osservabile entro un limite gestibile per permettere un'elaborazione qualitativa.

Per ognuna delle 20 influencer selezionate dal pool iniziale, verranno raccolti sei post: tre esplicitamente sponsorizzati – etichettati con ADV, paid partnership, gift e simili – e tre non sponsorizzati. La distinzione tra queste due categorie specifiche è fondamentale in quanto permette il confronto tra i contenuti più esplicitamente legati a logiche commerciali e tra quelli che, al contrario, si presentano come spontanei e personali. Seguendo tale approccio sarà possibile osservare differenze eventuali tra i marker individuati precedentemente (ostentazione, self-branding, autenticità apparente, narrazione del sé e interazione con il pubblico).

La selezione dei post avverrà tramite campionamento sistematico; tale metodo permette un'estrazione casuale di elementi presenti in modo sistematico in ogni punto della lista (Mind the Graph, 2025).

La formula utilizzata è la seguente:

³ È importante sottolineare che l'analisi dei post caroselli (post con più di un contenuto pubblicato) si concentrerà sulla prima immagine, la medesima che compare sul feed del profilo.

$$Post\ n = r + (n - 1) * K$$

Con il valore K corrispondente a $K = \frac{N}{n}$ dove N è il totale del campione di riferimento e n è il numero del campione. Al contempo il valore r corrisponde ad una variabile casuale compresa tra 1 e K . Tale unità di riferimento sarà determinata tramite Random.org.

In tal modo il rischio di una scelta soggettiva o orientata verso post specifici viene a ridursi, e si garantisce una maggiore trasparenza nella costruzione del campione di analisi (Baxter & Jack, 2008). Per ogni segmentazione – macro, meso e micro-influencer – sarà previsto un corpus di circa 30 post analizzati, questi saranno distribuiti in modo perfettamente bilanciato tra post sponsorizzati e post non sponsorizzati.

Ottenuta la raccolta dei post, i contenuti saranno inseriti nella griglia di codifica descritta nel paragrafo 3.3 Costruzione della griglia d'analisi. L'analisi verrà svolta interamente ed esclusivamente dal solo ricercatore, che attribuirà un punteggio – da 0 a 5 – a ciascun indicatore della griglia sulla base della legenda evidenziata. I dati ottenuti permetteranno di produrre un quadro comparativo non solo tra i diversi post ma anche tra le diverse tipologie di post pubblicati. I risultati verranno utilizzati a supporto di un'interpretazione qualitativa, non esclusivamente in senso quantitativo, con l'obiettivo di individuare pattern ricorrenti, tendenze comuni e differenze significative.

3.5 Questioni etiche e limiti della ricerca

Nel corso della raccolta e analisi dei contenuti si presentano inevitabilmente questioni etiche che devono essere esplicitate. Nonostante i contenuti pubblicati sulla piattaforma Instagram siano pubblici, è stata adottata la decisione di escludere a priori dall'analisi materiali che ritraggano minori. Tale decisione nasce dall'esigenza di rispettare la tutela di soggetti vulnerabili. L'esclusione comporta una parziale distorsione dei risultati, in quanto sarebbe rilevante analizzare la diffusione di post sponsorizzati che ritraggono minori a fini narrativi e pubblicitari. Nonostante ciò, la rinuncia a questo materiale si configura come una scelta necessaria per garantire l'eticità complessiva della ricerca.

Sul piano metodologico, è opportuno portare ad evidenza alcuni limiti intrinseci della ricerca. Innanzitutto, la codifica dei contenuti sarà effettuata da un unico ricercatore. Questo implica un margine di soggettività nell'attribuzione dei punteggi, nonostante l'uso della griglia d'analisi precedentemente descritta riduca il rischio di interpretazioni arbitrarie.

In secondo luogo, pur adottando procedure di validazione tecnica (come l'analisi tramite Not Just Analytics), il dataset di 45 influencer conserva comunque un margine di soggettività che deriva senza

dubbio dalle scelte del ricercatore; come era già stato accennato, è il problema stesso posto dalla domanda di ricerca principale che presuppone una selezione a priori in base al settore.

In terzo luogo, il campione analizzato, 20 influencer attive in Italia, è volutamente limitato. Tale scelta è dettata dalla necessità di poter svolgere un'analisi approfondita e gestibile, ma non consente di generalizzare le conclusioni a ulteriori contesti culturali o a influencer che agiscono in campi differenti da quello di riferimento.

Alla luce dei punti appena elaborati, è corretto sottolineare che la ricerca sia da intendere come uno studio esplorativo, utile a delineare dinamiche e tendenze ma certamente non a produrre leggi univoche e generali.

In conclusione, un altro vincolo è certamente quello della dimensione temporale. I contenuti considerati appartengono ad un arco di sei mesi. Ma è certamente noto che le pratiche degli influencer, potendo mutare rapidamente, sono fluide e in costante evoluzione. Pertanto, i risultati analizzati fotograferanno un periodo temporale specifico e non rappresenteranno necessariamente comportamenti consolidati nel lungo termine.

La ricerca, pur con i limiti finora evidenziati, conserva la propria validità e coerenza in merito agli obiettivi prefissati. La trasparenza su tali questioni etiche e sulle criticità metodologiche contribuisce ad assicurare serietà e rigore.

Capitolo IV: Analisi empirica dei contenuti

4.1 Presentazione dei casi studio

Il presente capitolo si pone come obiettivo la presentazione sistematica dei risultati dell'analisi empirica condotta sui contenuti delle influencer selezionate, secondo il disegno metodologico delineato nel Capitolo III.

Come già esposto all'interno del precedente capitolo, si è partiti dalla selezione di un campionamento iniziale di 45 influencer attive su Instagram nella sezione di moda e lifestyle. Tale campionamento racchiude influencer di età compresa tra i 25 e i 40 anni⁴, requisito che è stato individuato per scongiurare analisi di profili di influencer troppo mature, che potrebbero essere al di fuori della modalità comunicative più diffuse, e troppo giovani, che invece potrebbero aver costruito la propria immagine sul social media Tiktok, nel quale probabilmente vigono strategie comunicative differenti.

Il campione iniziale è composto, in ordine alfabetico, da: Alessandra Airò, Alessia Colonna, Alice Campello, Alice De Togni, Alice Perrella, Beatrice Marchetti, Beatrice Valli, Carlotta Cocina, Chiar Biasi, Chiara Capitani, Chiara Nasti, Cristina Musacchio, Diletta Amenta, Eleonora Carisi, Eleonora Petrella, Erika Boldin, Flora Dalle Vacche, Gabriela Giovanardi, Gabrielle Caunesil, Giorgia Lucini, Giorgia Salvaggio, Giovanna Gogolino, Giulia Arena, Giulia De Lellis, Giulia Gaudino, Giulia Salemi, Giulia Torelli, Giulia Valentina, Ilaria Scalera, Ludovica Ragazzo, Ludovica Valli, Martina Cabassi, Nicoletta Reggio, Noemi Del Prete, Paola Turani, Rosa Perrotta, Sara Luna Canola, Sophia Salaroli Caniaux, Valentina Cabassi, Valentina Ferragni, Valentina Gogolino, Veronica Fedolfi, Veronica Ferraro, Veronica Franzoni e Veronica Giomini.

Dopo aver individuato il campione iniziale di 45 influencer, sono stati presi ad attenzione alcuni parametri necessari per la legittimazione, individuati tramite Not Just Analytics, quali il tasso di engagement rate superiore ad 1% e un incremento o decremento di follower regolare (Not Just Analytics, n.d.). Entrambi questi requisiti sono necessari per escludere i profili che abbiano un coinvolgimento dell'audience insufficiente e che abbiano acquistato follower tramite il ricorso a bot. Nel primo caso si fa riferimento all'engagement rate, mentre nel secondo è necessario verificare che l'andamento di incremento o decremento dei follower sia irregolare.

A seguito del controllo dei requisiti tramite Not Just Analytics si sono eliminati dal campionamento iniziale nove profili.

⁴ Ne sono un'eccezione Alessandra Airò, nata nel 1984, e Valentina Gogolino, nata nel 2001.

Sono stati esclusi per engagement rate inferiore all'1% i profili delle seguenti influencer: Alice Perella, Chiara Biasi, Erika Boldin, Nicoletta Reggio, Noemi Del Prete e Veronica Giomini.

Al contempo, sono stati esclusi per incremento o decremento di follower irregolare i seguenti profili: Alice Perrella (già esclusa per EG minore di 1%), Beatrice Marchetti, Cristina Musacchio, Erika Boldin (già esclusa per EG minore di 1%), Flora Dalle Vacche, Veronica Giomini (già esclusa per EG minore di 1%).

Sono un'eccezione, nonostante presentino un incremento o decremento di follower irregolare, le seguenti influencer: Carlotta Cocina, Martina Cabassi, Valentina Cabassi e Veronica Franzoni. Le ragioni di tali irregolarità sono da ricercarsi nelle esposizioni mediatiche che le stesse hanno subito nei mesi di luglio-agosto dell'anno corrente. Carlotta Cocina ha ottenuto un incremento di follower irregolare a seguito della pubblicazione di una serie tv dove ha partecipato. Martina e Valentina Cabassi, sorelle tra loro, hanno acquisito un incremento a seguito di una notizia personale. Veronica Franzoni, infine, ha ottenuto visibilità mediatica comparando sui canali social dell'amica Giulia Torelli.

Per la completezza dei dati, si rimanda alla tabella in Appendice A (Tabella A1).

Successivamente alla suddetta scrematura, le influencer rimanenti sono state segmentate nei 4 segmenti individuati nel Capitolo III: macro (con follower maggiori di 1 milione), alto meso (con follower compresi tra 1 milione e 500 mila), basso meso (con follower compresi tra 500 mila e 200 mila) e micro (con follower inferiori a 200 mila).

Sono parte della categoria macro, in ordine alfabetico, le seguenti influencer: Alice Campello, Beatrice Valli, Chiara Nasti, Gabrielle Caunesil, Giulia De Lellis, Giulia, Salemi, Giulia Valentina, Ludovica Valli, Paola Turani, Rosa Perrotta, Valentina Ferragni, Veronica Ferraro.

Sono parte della categoria alto meso, in ordine alfabetico, le seguenti influencer: Diletta Amenta, Eleonora Carisi, Eleonora Petrella, Giorgia Lucini, Giulia Gaudino, Ludovica Ragazzo, Sara Luna Canola, Valentina Cabassi.

Sono parte della categoria basso meso, in ordine alfabetico, le seguenti influencer: Alessia Colonna, Alice De Togni, Carlotta Cocina, Gabriela Giovanardi, Giovanna Goglino, Giulia Arena, Giulia Torelli, Sophia Salaroli Caniaux.

Sono parte della categoria micro, in ordine alfabetico, le seguenti influencer: Alessandra Airò, Chiara Capitani, Giorgia Salvaggio, Ilaria Scalera, Martina Cabassi, Valentina Goglino, Veronica Franzoni.

Ognuno di questi elenchi è stato mescolato casualmente tramite il tool esterno Random.org, per ogni elenco casuale, e quindi per ogni segmento, sono state selezionate le prime 5 influencer, per un totale di 20 profili analizzabili (Random.org, n.d.). Gli screenshot con timestamp di ogni estrazione sono disponibili in Appendice B (Figura B1-B4).

Per il segmento macro sono state estratte in ordine: Veronica Ferraro, Alice Campello, Gabrielle Caunesil, Beatrice Valli e Paola Turani. (Figura B1).

Per il segmento alto meso sono state estratte in ordine: Ludovica Ragazzo, Valentina Cabassi, Eleonora Petrella, Sara Luna Canola e Giulia Gaudino. (Figura B2).

Per il segmento basso meso sono state estratte in ordine: Giulia Torelli, Sophia Salaroli Caniaux, Alessia Colonna, Alice De Togni e Giulia Arena. (Figura B3).

Per il segmento micro sono state estratte in ordine: Ilaria Scalera, Martina Cabassi, Giorgia Salvaggio, Valentina Gogolino e Alessandra Airò. (Figura B4).

Successivamente alla selezione delle 20 influencer, sono stati individuati tramite campionamento casuale sistematico sei post per ogni profilo, tre sponsorizzati (segnalati con adv, gift, invited by, e simili) e tre non sponsorizzati, in modo da poter assicurare un corretto bilanciamento tra i materiali d'analisi. L'url di ogni post è stato riportato all'interno della lista di riferimento (per esempio: url di post adv in lista post adv di Tal dei Tali), in ordine cronologico e numerato. Di seguito segue una tabella esemplificativa.

Ordine cronologico	Link post ADV – Tal dei Tali	Data
1	https://www.instagram.com/p/...	01/01/2025
2	https://www.instagram.com/reel/...	30/06/2025

Per le tabelle complete si rimanda all'Appendice D (Tabelle D1-D40).

Come già esposto nel precedente capitolo la scelta di utilizzare il metodo statistico di campionamento casuale sistematico risiede nel fatto che tale metodo permette un'estrazione casuale di elementi presenti in modo sistematico in ogni punto della lista (Mind the Graph, 2025).

La formula utilizzata è la seguente:

$$Post\ n = r + ((n - 1) * K)$$

Con il valore K corrispondente a $K = \frac{N}{n}$ dove N è il totale del campione di riferimento (nel caso specifico il totale dei post con adv e senza adv⁵) e n è il numero del campione n (nel caso specifico 3 per ogni lista). Al contempo il valore r corrisponde ad una variabile casuale compresa tra 1 e K . Tale variabile è stata calcolata volta per volta tramite il tool random.org. Per gli screenshot con timetable del tool random.org si rimanda all'Appendice C (Figura C1-C18).

Di seguito sarà indicato ogni link selezionato per ogni influencer, con rimando alla figura di riferimento per la variabile casuale del calcolo di campionamento casuale sistematico e alla tabella indicante l'elenco dei post.

Influencer 1 – **Veronica Ferraro**

Per la lista dei post ADV ($N = 52$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 17,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 8$ (Appendice C, Figura C1). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 8, 25 e 43⁶ della lista ordinata (Appendice D, Tabella D1).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DFaaEqsMv1p/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHErd_HM83Y/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DJg5p6xsHyh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 38$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 12,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 6$ (Appendice C, Figura C2). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 6, 19 e 31 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D2).

⁵ Le due tipologie di post sono state separate in due liste differenti in modo da assicurare un bilanciamento perfetto tra post promozionali o meno.

⁶ Ogni risultato con decimale ≥ 5 è stato arrotondato per eccesso.

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DE2Pi7JM51u/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHIDoAPsKNF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DJtzrx_soCy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 2 – **Alice Campello**

Per la lista dei post ADV ($N = 10$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 3,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 3$ (Appendice C, Figura C3). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 3, 6 e 10 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D3).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DEvHvt9OdTk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHG0cYICV4A/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DLKiiNhCI-m/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 44$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 14,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 13$ (Appendice C, Figura C4). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 13, 27 e 42 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D4).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DFIN8hzIcGy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

2. https://www.instagram.com/p/DIO-Tn2ip6Q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DLANzsRCuku/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 3 – **Gabrielle Caunesil**

Per la lista dei post ADV ($N = 34$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 11,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 11$ (Appendice C, Figura C5). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 11, 22 e 34 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D5).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DGvTel7Kc2E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DJtooDBs-RL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DLXn3eeq8km/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 34$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 11,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 6$ (Appendice C, Figura C6). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 6, 17 e 29 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D6).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DGn-Lv9Mlgb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DJMLP_yMxDh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DKtrBg_i2JV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 4 – **Beatrice Valli**

Per la lista dei post ADV ($N = 53$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 17,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 14$ (Appendice C, Figura C7). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 14, 32 e 49 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D7).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DGJInRZIlqq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DJPvJJjsqhJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DLADvc7Iqht/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 56$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 18,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 8$ (Appendice C, Figura C8). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 8, 27 e 45 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D8).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DFbPAFeoDA2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DIKSKvYoBpb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DKRxsjCoI62/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 5 – **Paola Turani**

Per la lista dei post ADV ($N = 28$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 9,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 7$ (Appendice C, Figura C9).

Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 7, 16 e 26 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D9).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DHY9w6joshD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DJmcea-o2Bm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DLAIplNoIpX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 88$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 29,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 21$ (Appendice C, Figura C10). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 21, 50 e 80 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D10).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DGGo3lOgxB5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DIN3YdVIWOP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DK6lkaDo6Ck/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 6 – **Ludovica Ragazzo**

Per la lista dei post ADV ($N = 58$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 19,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 10$ (Appendice C, Figura C11). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 10, 29 e 49 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D11).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DFs88ZAOfJR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DHmDhwfOKW8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DKP_fugs_nM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 35$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 11,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 4$ (Appendice C, Figura C12). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 4, 16 e 27 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D12).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DE8JkEZOq98/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHLt9xeMb53/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DJoo7t0MmqI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 7 – **Valentina Cabassi**

Per la lista dei post ADV ($N = 37$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 12,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 8$ (Appendice C, Figura C13). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 8, 20 e 33 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D13).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DF48nibtTgh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHLWXdCNwiq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

3. https://www.instagram.com/p/DJ_hALaNtLP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 53$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 17,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 3$ (Appendice C, Figura C14). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 3, 21 e 38 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D14).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DE2m8dZtlqd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHf0DmXtFiz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DJL2l5ytoEZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 8 – **Eleonora Petrella**

Per la lista dei post ADV ($N = 15$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 5$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 5$ (Appendice C, Figura C15). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 5, 10 e 15 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D15).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DHlzY3aNaFd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DJ6gWt9thth/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DLhlU76Nwew/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 9$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 3$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 3$ (Appendice C, Figura C16).

I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 3, 6 e 9 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D16).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DHYfbfVN5Lq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DJUkhHaNbK1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DK7fPgAtuGl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 9 – **Sara Luna Canola**

Per la lista dei post ADV ($N = 34$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 11,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 9$ (Appendice C, Figura C17). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 9, 21 e 32 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D17).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DHaaqSJOt6Gm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DJ9YGM2MXPQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DLPTeFnNQaC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 29$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 9,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 7$ (Appendice C, Figura C18). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 7, 17 e 26 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D18).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DFI1jb7uINT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DGN_IIVNX9w/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DKO5Xk-N1Fk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 10 – **Giulia Gaudino**

Per la lista dei post ADV ($N = 57$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 19$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 10$ (Appendice C, Figura C19). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 10, 29 e 48 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D19).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DGAwx5bCTIh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DIjBiUKiCHT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DKe6f0ViHVv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 41$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 13,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 7$ (Appendice C, Figura C20). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 7, 21 e 34 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D20).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DFXmXC1iyiA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHbEyE0CbO0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

3. https://www.instagram.com/p/DJrsw61CYlj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 11 – **Giulia Torelli**

Per la lista dei post ADV ($N = 13$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 4,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 3$ (Appendice C, Figura C21). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 3, 7 e 12 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D21).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DF96TqqNAgW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DHIUsifNhVJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DKb-UQIMpMY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 73$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 24,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 18$ (Appendice C, Figura C22). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 18, 42 e 67 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D22).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DHLYZCPtWtv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DJMq-sGMVFD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DLOtNyrCozz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 12 – **Sophia Salaroli Caniaux**

Per la lista dei post ADV ($N = 36$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 12$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 5$ (Appendice C, Figura C23). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 5, 17 e 29 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D23).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DFYa7TrOzeA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DIBLwewCr5L/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DKT18JQCE2F/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 35$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 11,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 12$ (Appendice C, Figura C24). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 12, 24 e 35 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D24).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DHdptVGCnEi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DJPSUx6INNu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DLfdAOcCjTv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 13 – **Alessia Colonna**

Per la lista dei post ADV ($N = 27$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 9$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 7$ (Appendice C, Figura C25). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 7, 16 e 26 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D25).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DGiQGipIN8T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DH8R5dxIRuB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DK1p5RiobhQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 28$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 9,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 5$ (Appendice C, Figura C26). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 5, 14 e 24 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D26).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DFIbMNC091F/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHRfRkXIwKu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DJWURR6IeE-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 14 – **Alice De Togni**

Per la lista dei post ADV ($N = 31$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 10,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 2$ (Appendice C, Figura C27). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 2, 12 e 23 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D27).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DGdD1HyoY_t/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

2. https://www.instagram.com/p/DIwIXpBIOFs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DKSGVQ5o4KV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 39$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 13$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 3$ (Appendice C, Figura C28). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 3, 16 e 29 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D28).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DFAZ6PSo8ez/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DG29zGcgBzx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DJ4ucnDIIdne/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 15 – **Giulia Arena**

Per la lista dei post ADV ($N = 40$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 13,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 13$ (Appendice C, Figura C29). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 13, 26 e 40 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D29).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DHY7QUTsuHr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DJGhmmQM-I4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DLXs9MAi-a-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 75$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 25$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 9$ (Appendice C, Figura C30). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 9, 34 e 59 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D30).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DE9XVGkv_cl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHiM2EGCc47/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DJkDJG5s39l/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 16 – **Ilaria Scalera**

Per la lista dei post ADV ($N = 4$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 1,33$. In questo caso, poiché 1,33 è arrotondabile ad 1, non è stato estratto il valore casuale tramite Random.org, ma si è direttamente considerato $r = 1$. Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 1, 2 e 4 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D31).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DHYi6VEMwU9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DH_dvuLsrZB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DLfzjkRMZwa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 30$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 10$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 5$ (Appendice C, Figura C31). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 5, 15 e 25 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D32).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DGvv09rSjv1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DG8ptrMsDJN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DIZf_TysVeJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 17 – **Martina Cabassi**

Per la lista dei post ADV ($N = 27$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 9$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 1$ (Appendice C, Figura C32). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 1, 10 e 19 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D33).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DFNOPGENT6S/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHtHe_UNTbl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DI8aCa4NkUi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 31$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 10,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 9$ (Appendice C, Figura C33). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 9, 19 e 27 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D34).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DG5h4TtNIoh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

2. https://www.instagram.com/p/DIveaPaN-1f/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DKcENWAIL_H/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 18 – **Giorgia Salvaggio**

Per la lista dei post ADV ($N = 22$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 7,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 2$ (Appendice C, Figura C34). Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 2, 9 e 17 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D35).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DFaqR3TsJ4B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DHQxVmei41o/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DJtaBQbsepA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 119$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 39,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 28$ (Appendice C, Figura C35). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 28, 68 e 107 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D36).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DFscvwqM2Mm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DIJRY4NiQYr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DKhAhOLMV7B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 19 – **Valentina Gogliano**

Per la lista dei post ADV ($N = 4$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 1,33$. In questo caso, poiché 1,33 è arrotondabile ad 1, non è stato estratto il valore casuale tramite Random.org, ma si è direttamente considerato $r = 1$. Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 1, 2 e 4 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D37).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DF3BhaqIben/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/reel/DGD5a6jIun_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/reel/DHVj0GQowXz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 53$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 17,67$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 9$ (Appendice C, Figura C36). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 9, 27 e 44 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D38).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/reel/DFS_QMXoO7c/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHoViBhIsLf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DK4xxUpIJ9-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Influencer 20 – **Alessandra Airò**

Per la lista dei post ADV ($N = 9$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 3$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 1$ (Appendice C, Figura C37).

Di conseguenza, i post selezionati corrispondono alle posizioni 1, 4 e 7 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D39).

- Post ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DFFTzvJI0qP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHA1VlxAnaK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DKR65ibgFq-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Per la lista dei post NO ADV ($N = 52$), con $n = 3$, l'intervallo di selezione risulta $K = 17,33$. Il valore casuale estratto tramite Random.org è stato $r = 9$ (Appendice C, Figura C38). I post selezionati corrispondono quindi alle posizioni 9, 23 e 44 della lista ordinata (Appendice D, Tabella D40).

- Post NO ADV selezionati:

1. https://www.instagram.com/p/DGgegYKgMFF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
2. https://www.instagram.com/p/DHp64kygyTy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
3. https://www.instagram.com/p/DKZCAZ9gJc6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Di seguito si affronterà sistematicamente l'analisi di ogni coding, di modo da permettere una corretta analisi e discussione dei risultati alla luce delle teorie evidenziate nei primi capitoli. Per la tabella completa di analisi si rimanda all'Appendice E (Tabella E1). Per la tabella con somme, medie e analisi dei risultati si rimanda all'Appendice F (Tabella F1), altresì per il grafico a barre delle medie per dimensione e segmento (Figura F2).

4.2 Ostentazione dello status nei contenuti digitali

L'ostentazione rappresenta una delle dimensioni più importanti fino ad ora individuate per quanto riguarda la comunicazione digitale degli influencer. Questo coding, come già affermato negli scorsi capitoli, si traduce nella messa in scena di elementi distintivi, come abiti firmati, viaggi esclusivi, location di lusso, che fungono da indicatori di capitale sia simbolico che culturale, convertibile successivamente in capitale economico e sociale.

Partendo dall'analisi dei dati numerici, gli influencer della categoria macro ($\approx 3,0/5$) e alto meso ($\approx 3,1/5$) presentano i livelli più elevati di ostentazione, questo avviene coerentemente con la disponibilità di un capitale economico, di visibilità e di relazioni che consente di ricorrere più frequentemente a segni di prestigio. La categoria micro ($\approx 2,4/5$) si colloca in una posizione intermedia, oscilla, infatti, tra pratiche di tipo aspirazionale e registri più quotidiani. Al contrario, la categoria basso meso ($\approx 1,9/5$) presenta un approccio più low-statement e contenuto; questa categoria non rinuncia totalmente alla messa in scena di status, ma tende a valorizzare ulteriori dimensioni, come l'autenticità e la narrazione personale, in modo da consolidare la propria legittimazione.

Le influencer che hanno presentato punteggi più alti di ostentazione sono: Gabrielle Caunesil, appartenente alla categoria macro, con una somma di 29 e una media di $\approx 4,8/5$; Ludovica Ragazzo, appartenente alla categoria alto meso, con una somma di 28 e una media di $\approx 4,7/5$; Alessandra Airò, appartenente alla categoria micro, con una somma di 28 e una media di $\approx 4,7/5$. La tabella completa è consultabile all'Appendice F (Tabella F2).

La distinzione metodologica tra contenuti sponsorizzati (adv) e non sponsorizzati (no adv) contribuisce ad approfondire tale quadro. Nei contenuti sponsorizzati l'ostentazione appare più marcata ($\approx 3,0/5$) rispetto ai contenuti non sponsorizzati ($\approx 2,3/5$). La logica è infatti quella di rafforzare la promozione dei brand tramite la collocazione in un contesto di tipo aspirazionale, che amplifichi il valore simbolico del prodotto. Tale strategia può esser definita come "vetrinizzante", la cornice di lusso funge come leva per la persuasione commerciale. Al contempo, nei contenuti non sponsorizzati, i marker di status tendono ad una riduzione e lasciano spazio a registri più personali: la dimensione aspirazionale non scompare, ma si modula per preservare vicinanza e credibilità.

Tali evidenze suggeriscono l'esistenza di un trade-off sistematico; da un lato, la sponsorizzazione spinge all'enfaticizzazione di status e prestigio, dall'altro i contenuti non sponsorizzati tendono ad attenuare l'ostentazione per valorizzare forme di autenticità e relazione con il seguito. Nel quadro fino ad ora delineato, i segmenti superiori (macro e alto meso) ricorrono con una frequenza maggiore all'ostentazione come strumento di consolidamento in una posizione già precedentemente affermata, al contempo, i

segmenti inferiori (basso meso e micro) tendono a dosarne l'intensità, andando a calibrarla in relazione alla necessità di apparire autentici e di coltivare il rapporto di confidenza con il proprio seguito.

4.3 Strategie di self-branding e conversione in capitale

Il self-branding costituisce un tratto trasversale della comunicazione degli influencer, ogni contenuto, infatti, a prescindere dal segmento di appartenenza, concorre alla costruzione di un'immagine che sia coerente e monetizzabile. La codifica pone in evidenza punteggi relativamente alti in tutti i gruppi, con una tendenza crescente nei segmenti macro ($\approx 3,1/5$) e alto meso ($\approx 3,0/5$) e leggermente inferiore nei segmenti basso meso ($\approx 2,6/5$) e micro ($\approx 2,6/5$). Tale andamento suggerisce come la disponibilità di capitale simbolico e di visibilità possano favorire la possibilità di imporsi come una sorta di “marca personale” già riconosciuta; i livelli inferiori invece alternano contenuti che siano fortemente brandizzati a momenti più autentici e narrativi in modo da rafforzare la legittimazione presso il proprio pubblico.

Le influencer che hanno presentato punteggi più alti di self-branding sono: Alessandra Airò, appartenente alla categoria micro, con una somma di 24 e una media di $\approx 4,0/5$; Gabrielle Caunesil, appartenente alla categoria macro, con una somma di 22 e una media di $\approx 3,7/5$; Ludovica Ragazzo, appartenente alla categoria alto meso, con una somma di 21 e una media di $\approx 3,5/5$. La tabella completa è consultabile all'Appendice F (Tabella F3).

La distinzione tra post sponsorizzati e non sponsorizzati contribuisce a delineare e chiarire il funzionamento delle strategie prese in analisi. Nei contenuti sponsorizzati (adv) i punteggi di self-branding sono decisamente elevati ($\approx 5/5$) confermando la centralità della marcatura commerciale. Nei contenuti non sponsorizzati (no av), invece, il self-branding diminuisce drasticamente ($\approx 0,8/5$) e assume forme più sottili e meno evidenti: la coerenza estetica del profilo, il rimando a determinati stili di vita o la valorizzazione di tratti identitari.

Il quadro che ne emerge è di una conversione differenziale del capitale. Nei segmenti superiori, il self branding esplicito nei post sponsorizzati con storie dalla posizione di mercato e va a moltiplicare le occasioni di monetizzazione; nei contenuti non sponsorizzati, invece, gli influencer possono attenuare il branding e rafforzare la dimensione reputazionale. Nei segmenti più bassi, il self-branding appare più “funzionale”: la sponsorizzazione diviene occasione per accostarsi a marchi di prestigio e accedere alla legittimazione, mentre i post non sponsorizzati vengono utilizzati per non compromettere la percezione di autenticità da parte del pubblico.

In tale dialettica si riconosce un tema centrale della logica dell'influencer marketing: la professionalizzazione del sé che si declina continuamente secondo il posizionamento e le risorse

disponibili. I contenuti sponsorizzati rappresentano la massima espressione di tale meccanismo, ma la loro efficacia dipende dalla capacità degli influencer di controbilanciarli con contenuti non sponsorizzati di modo da mantenere intatta la credibilità e il legame con il pubblico.

Inoltre, è importante sottolineare come, durante il processo di classificazione dei post in sponsorizzati o non sponsorizzati, è risultato evidente come molte influencer, soprattutto nei segmenti inferiori, non abbiano adottato una marcatura perfettamente trasparente delle collaborazioni commerciali. È per questo motivo che le differenze tra contenuti sponsorizzati o meno sfumano quando si tratta di self-branding.

4.4 Autenticità apparente e narrazione personale

L'autenticità, intesa come strategia discorsiva e performativa, è un elemento chiave nella costruzione del rapporto tra influencer e seguito.

Nei segmenti inferiori, basso meso e micro, i punteggi risultano più alti ($\approx 4,0-3,2/5$), questo conferma una maggiore centralità della narrazione personale come risorsa utile alla legittimazione agli occhi del pubblico. Al contrario, i segmenti macro ($\approx 1,4/5$) e alto meso ($\approx 2,4/5$) dimostrano livelli più bassi. L'autenticità apparente, in questo caso, tende ad essere sacrificata favorendo piuttosto estetiche aspirazionali e di ostentazione. Questo andamento suggerisce che i profili con minore capitale di visibilità si affidino più frequentemente a pratiche di autenticità, mentre quelli con maggiore capitale privilegino coerenza con brand personal e commerciale.

Le influencer che hanno presentato punteggi più alti di autenticità apparente sono: Beatrice Valli, appartenente alla categoria macro, con una somma di 30 e una media di 5/5; Eleonora Petrella, appartenente alla categoria alto meso, con una somma di 25 e una media di $\approx 4,17/5$; Giorgia Salvaggio, appartenente alla categoria micro, con una somma di 25 e una media di $\approx 4,17/5$. La tabella completa è consultabile all'Appendice F (Tabella F4).

La distinzione tra post sponsorizzati e non sponsorizzati accentua ulteriormente il quadro fino ad ora delineato. All'interno dei contenuti sponsorizzati (adv) l'autenticità generalmente risulta attenuata ($\approx 2,3/5$): la necessità di integrare il brand riduce lo spazio dedicato alla spontaneità e al racconto biografico, viene dunque prodotta una comunicazione più prescrittiva e orientata al consumo. Nei post non sponsorizzati, al contrario, l'autenticità aumenta sensibilmente ($\approx 3,9/5$), con una comunicazione più confidenziale e quotidiana.

Al contempo, la dimensione della narrazione personale porta ad una riflessione autonoma. Questa variabile consiste nella messa in scena di frammenti di vita privata, routine, emozioni e riflessioni, che

non coincidono necessariamente con la variabile dell'autenticità apparente ma che aiuta a renderla più credibile. Le medie complessive risultano più basse rispetto all'autenticità apparente; la narrazione personale emerge con forza nei macro dei post non sponsorizzati ($\approx 2,8/5$) e negli alto meso post non sponsorizzati ($\approx 1,5/5$), mentre nei micro e nei basso meso i valori restano molto contenuti (tra lo 0 e lo 0,9). Questo indica che il racconto biografico viene adottato in modo più selettivo. Anche in questo caso la distinzione tra post sponsorizzati e non sponsorizzati è decisiva; nei post non sponsorizzati prevalgono racconti più intimi e spontanei, mentre nei contenuti sponsorizzati la narrazione personale tende ad essere utilizzata per fini promozionali, riducendo la percezione di genuinità.

Le influencer che hanno presentato punteggi più alti di narrazione personale sono: Beatrice Valli, appartenente alla categoria macro, con una somma di 13 e una media di $\approx 2,17/5$; Sara Luna Canola, appartenente alla categoria alto meso, con una somma di 12 e una media di $2/5$; Paola Turani, appartenente alla categoria macro, con una somma di 12 e una media di $2/5$. La tabella completa è consultabile all'Appendice F (Tabella F5).

Importante è sottolineare che queste due variabili non sono totalmente genuine; infatti, entrambe rientrano nella logica della performance autentica, quindi un racconto calibrato che mescola reale e costruito, intimità e strategia comunicativa. Nella categoria macro, proprio a causa della forza della visibilità accumulata, la riduzione di autenticità nei contenuti sponsorizzati non ne compromette la credibilità. Al contrario, nei basso meso e nei micro, l'autenticità e la narrazione personale dei post non sponsorizzati diventano capitali relazionali fondamentali per mantenere il legame con il pubblico.

In conclusione, il quadro fino ad ora delineato pone in evidenza un duplice binario: da un lato, l'autenticità e la narrazione personale si configurano come risorse fondamentali dei segmenti minori, dall'altro come elementi sacrificabili dei segmenti maggiori, in cui la forza accumulata nel self-branding riduce la necessità di dimostrarsi "vicini" ai propri follower.

4.5 Interazione, community e gestione del seguito

La variabile dell'interazione rappresenta un aspetto cruciale nella logica di Instagram, permettendo di trasformare la visibilità in relazione. Tuttavia, tale aspetto, dall'analisi condotta che sarà riportata di seguito, appare mediamente più contenuto rispetto ad altre, assumendo quasi una funzione secondaria.

Gli influencer della categoria micro ottengono punteggi più alti ($\approx 2,6/5$), seguiti dai basso meso ($\approx 2,2/5$), mentre i valori vanno calando negli alto meso ($\approx 1,8/5$) e soprattutto nei macro ($\approx 1,4/5$). Questo conferma che i creator con community più ridotte tendono ad investire maggiormente nella cura delle relazioni, stimolando conversazioni e ricorrendo a formule interattive come domande e sondaggi. Nei

segmenti più elevati, al contrario, l'interazione diretta risulta meno centrale; la massa di follower riduce la possibilità di un coinvolgimento personalizzato, e la funzione comunicativa migra verso registri più unidirezionali e generici.

Le influencer che hanno presentato punteggi più alti di interazione sono: Eleonora Petrella, appartenente alla categoria alto meso, con una somma di 20 e una media di $\approx 3,33/5$; Paola Turani, appartenente alla categoria macro, con una somma di 20 e una media di $\approx 3,33/5$; Giorgia Salvaggio, appartenente alla categoria micro, con una somma di 16 e una media di $\approx 2,67/5$. La tabella completa è consultabile all'Appendice F (Tabella F6).

La distinzione tra post sponsorizzati e non sponsorizzati rafforza tale quadro. Nei contenuti sponsorizzati, i punteggi di interazione sono lievemente inferiori ($\approx 1,7/5$) rispetto ai contenuti non sponsorizzati ($\approx 2,3/5$). La sponsorizzazione rende il contenuto meno orientato al dialogo e al confronto, spostando l'attenzione sul prodotto piuttosto che sulla relazione con il seguito. Al contrario, nei post non sponsorizzati prevalgono formule discorsive più orientate al seguito.

È stato inoltre rilevato che, nonostante non sia stata oggetto di una codifica perfettamente bilanciata – come nel caso dei post sponsorizzati e non sponsorizzati – questo tipo di interazione è risultata più ricorrente nei reel rispetto ai post. La natura dinamica e narrativa del formato video favorisce l'uso e l'inserimento di domande, inviti e stimoli diretti alla partecipazione. Nei post statici, invece, la comunicazione rimane prevalentemente unidirezionale e orientata all'esposizione estetica. Questa breve riflessione conferma come il formato incida sulle possibilità di costruzione della community.

Importante è sottolineare come sia noto che l'interazione non si limiti ai contenuti medializzati analizzati. Molti influencer gestiscono la relazione con il proprio pubblico negli spazi para-testuali – come stories, dirette, messaggi privati ecc. – che non sono stati inclusi, per motivi pratici, all'interno del dataset della presente analisi ma che costituiscono una parte decisamente significativa della dinamica di engagement sulla piattaforma social. Questa riflessione giustifica e spiega i punteggi relativamente contenuti; la gestione del seguito tende ad essere distribuita su vari livelli, il feed si conferma dunque come spazio primario di rappresentazione, piuttosto che di interazione.

4.6 Sintesi dei risultati e prospettive interpretative

L'analisi delle quattro dimensioni considerate – ostentazione, self-branding, autenticità apparente, narrazione personale e interazione – evidenzia la presenza di logiche differenziali che si modificano a seconda dei segmenti di visibilità e della natura dei contenuti, che possano essere sponsorizzati o non sponsorizzati e reel o post. Nei segmenti macro e alto meso, è evidente che prevalgano strategie di

ostentazione e self-branding, con minore attenzione a narrazione e interazione. Nei segmenti basso meso e micro, al contrario, la legittimazione è caratterizzata dall'autenticità.

La variabile adv – no adv è stata cruciale nell'analisi. I contenuti sponsorizzati sono stati contraddistinti da livelli più elevati di ostentazione e self-branding, ma più bassi per quanto riguarda l'autenticità e l'interazione. I contenuti non sponsorizzati, al contempo, fungono da spazi di ricostruzione di credibilità e "vicinanza". Infine, per quanto riguarda i reel, questi mostrano una maggiore propensione all'interazione rispetto ai post, viene quindi a confermarsi l'importanza dei formati nella pianificazione delle pratiche comunicative.

Tali risultati permettono di delineare un quadro decisamente complesso, in cui la comunicazione degli influencer risulta come un processo di delicato equilibrio dinamico; da un lato, il bisogno di professionalizzarsi e monetizzare la propria visibilità attraverso strategie di branding e ostentazione; dall'altro, la necessità di mantenere la fiducia con il proprio seguito tramite l'autenticità.

Il capitolo successivo ha come scopo l'approfondimento delle implicazioni delle dinamiche finora delineate, ponendo un accento sull'osservazione e la lettura delle pratiche alla luce delle teorie delineate nel quadro teorico della presente tesi. In tal modo, sarà possibile l'interpretazione dei dati non più esclusivamente come descrizione empirica di comportamenti comunicativi, ma come parte di un più ampio processo di istituzionalizzazione dell'influencer quale attore sociale ed economico.

Capitolo V: Discussione dei risultati

All'interno del presente capitolo verrà svolta una discussione in merito ai risultati empirici alla luce delle domande di ricerca individuate all'interno della metodologia di ricerca.

5.1 Continuità e trasformazione della teoria di Veblen

Riprendendo ciò che è già stato esposto nel Capitolo III, la prima domanda di ricerca specifica è la seguente: “in che modo gli influencer rappresentano segnale di status e consumo vistoso nei singoli contenuti, e quali marker visivi e linguistici ricorrono più frequentemente?”.

L'analisi dei contenuti ha evidenziato come i marker del consumo vistoso più ricorrenti si collocano lungo tre dimensioni principali.

La prima dimensione è quella degli oggetti di lusso come capi firmati, accessori riconoscibili (borse, gioielli e orologi).

La seconda dimensione è quella delle esperienze esclusive come viaggi in località di lusso, soggiorni in hotel esclusivi e partecipazione ad eventi mondani.

La terza ed ultima dimensione è quella dei contesti e linguaggi aspirazionali come location iconiche, toni enfatici o lessici che richiamino unicità e successo.

Questi marker non compaiono con la medesima intensità in tutti i segmenti. Gli influencer che appartengono alla categoria macro ed alto meso li impiegano con maggiore intensità e frequenza, rendendo l'ostentazione una caratteristica comunicativa. Nei micro, al contrario, i medesimi segni appaiono in modo più limitato e selettivo, intrecciandosi a registri più quotidiani. Nei basso meso, infine, la messa in scena dello status tende ad essere più attenuata, andando a privilegiare ulteriori leve come quella dell'autenticità e della narrazione personale. Un'ulteriore distinzione, quella tra adv e non adv, ha dimostrato differenze nette: nei contenuti sponsorizzati i marker ostentativi risultano più marcati, mentre nei contenuti non sponsorizzati si osserva una riduzione e una ulteriore ibridazione assieme a elementi di spontaneità.

Dal punto di vista teorico, questi dati si collocano in evidente continuità con la teoria di Thorstein Veblen sul consumo vistoso (Veblen, 1899). Così come la classe agiata da lui descritta esibiva beni di lusso, ozio e sprechi per segnalare la propria distinzione, gli influencer dei segmenti più alti, macro e alto meso, utilizzano le pratiche ostentative come leve per consolidare la propria posizione privilegiata e per marcare la distanza dal proprio pubblico. In tal senso, le categorie dei macro e degli alti meso rappresentano una

sorta di classe agiata digitale, in grado di trasformare il consumo ostentativo in un linguaggio visivo quotidiano.

Tuttavia, la diffusione di pratiche ostentative subisce una trasformazione anche nei segmenti minori. Vi sono casi come quello di Alessandra Airò, micro-influencer che presenta punteggi molto alti ($\approx 4,7/5$), dimostrando che l'ostentazione di beni di lusso non è più solamente una prerogativa esclusiva delle élite. Questo suggerisce che l'ostentazione possa fungere da strategia di ricerca di legittimazione da parte di soggetti meno dotati di capitale sia sociale, che economico. Ciò è in linea con la teoria di Pierre Bourdieu per la quale i segni ostentativi divengono capitale simbolico in grado di generare riconoscimento e di colmare la distanza con le classi superiori (Bourdieu, 1979).

Infine, la lettura dei dati consente di evidenziare una netta trasformazione strutturale rispetto alla teoria vebleniana. Seguendo infatti la prospettiva di Bainotti, che porta una riflessione fondamentale in merito alla conspicuousness produttiva, l'ostentazione digitale non è più solamente un segnale di notevole prestigio, ma diviene parte del visibility labour (Abidin, 2016b; Bainotti, 2024). Secondo tale prospettiva i beni e le esperienze che vengono esibite alimentano il ciclo della visibilità che si converte a sua volta in capitale economico, non solo sociale. In questo prospetto si viene a cogliere l'intuizione di Jean Baudrillard, per la quale gli oggetti non valgono di per sé, ma vengono valorizzati quali segni all'interno di un sistema simbolico socialmente condiviso (Baudrillard, 1968).

In conclusione, i dati evidenziati confermano la continuità della teoria vebleniana. I segmenti superiori – macro e alto meso – utilizzano le pratiche ostentative come strumento per distinguersi e consolidare il proprio status sociale. Ma al contempo è importante sottolineare come ne mostrino la trasformazione in chiave digitale. I segmenti inferiori tentano di affermarsi con altre pratiche, ma la tendenza all'emulazione permane. Il gesto per Veblen improduttivo diviene una pratica produttiva, il linguaggio di lusso uno strumento di lavoro e di guadagno. In tal senso, l'ostentazione diviene il fulcro di un'economia della visibilità in cui i segmenti più elevati appaiono come eredi digitali di una classe agiata, mentre i segmenti inferiori reinterpretano ed emulano i loro codici sperando di accedere, anche solo parzialmente, ai medesimi circuiti di riconoscimento.

5.2 il paradosso tra autenticità e ostentazione

Riprendendo quanto già esposto nel terzo capitolo, la terza domanda di ricerca più specifica è la seguente: “Qual è il rapporto fra segnali di autenticità dichiarata (narrazioni intime, “dietro le quinte”, linguaggio confidenziale) e indicatori di costruzione strategica (editing, ripetizione dei formati, pianificazione), e come si manifesta l'eventuale authenticity gap nei contenuti analizzati?”.

L'analisi ha posto l'attenzione su una dinamica di forte polarizzazione. Nei segmenti macro e alto meso, l'autenticità è sostanzialmente del tutto assente, non emergono né forme di autenticità apparente, né tantomeno forme di autenticità genuina. L'identità comunicativa di questi profili è interamente basata sulla coerenza estetica, sul self-branding e sulla logica ostentativa. In tal senso, l'autenticità non rappresenta affatto una risorsa utile da mobilitare, ma una dimensione che risulta sacrificata a favore della costruzione dell'ostentazione e del prestigio.

Al contrario, nei segmenti basso meso e micro, l'autenticità appare molto più diffusa e costituisce una leva comunicativa decisamente cruciale. Nei profili appartenenti a questo segmento si ritrovano frequentemente elementi che, ad un primo sguardo poco attento, sembrano corrispondere a forme reali di autenticità, un tono colloquiale, estetiche meno patinate, riferimenti alla propria vita quotidiana. Tuttavia, un'analisi più attenta rivela che molta di questa autenticità è in realtà riconducibile alle logiche dell'autenticità apparente, ovvero costruita strategicamente in modo da consolidare la fiducia del pubblico. È attraverso lo sguardo critico del ricercatore che si coglie la distanza fra spontaneità dichiarata e costruzione effettiva.

Tale discordanza rilevata dalla ricerca corrisponde a quanto definito da Frowijn et al. (2022) rispetto al concetto del cosiddetto authenticity gap, definito come lo scarto fra l'autenticità dichiarata dall'influencer e quella che è o viene trasmessa realmente. Il data set dimostra come questo gap sia particolarmente visibile nei segmenti inferiori (basso meso e micro), dove l'autenticità apparente è mobilitata come strumento di legittimazione agli occhi del pubblico. Nei segmenti superiori, invece, il gap non si manifesta perché l'autenticità non viene utilizzata: i profili fondano la loro credibilità su altre leve. Vi sono pur sempre delle eccezioni, in questo caso lo sono i profili di Beatrice Valli ed Eleonora Petrella, rispettivamente appartenenti alla categoria macro e alto meso; questi due profili spiccano tra quelli con numeri più alti di somma e media rispetto a questa leva (Appendice F, Tabella F4).

In conclusione, i risultati rispondono alla terza domanda di ricerca mostrando come l'autenticità non sia distribuita uniformemente. Nei segmenti macro e alto meso non compare, né in forma genuina né in forma apparente⁷. Nei segmenti basso meso e micro, invece, è centrale e spesso convincente, pur rivelandosi – ad un'analisi più attenta e scrupolosa – una performance studiata e calibrata. Tale dinamica conferma il paradosso individuato dagli autori: dove l'ostentazione non è sufficiente per la legittimazione del profilo, l'autenticità diviene una risorsa strategica, rimanendo pur sempre intrinsecamente latente ed ambigua.

⁷ Come è stato affermato precedentemente ne sono un'eccezione Beatrice Valli ed Eleonora Petrella che presentano forti numeri di autenticità apparente.

5.3 Implicazioni per la teoria del consumo e per il marketing influencer.

La seconda domanda di ricerca più specifica è la seguente: “In che misura e con quali strategie i contenuti ostentativi sono finalizzati a generare valore economico e di visibilità?”.

L'analisi dei dati ha dimostrato come sia soprattutto tramite contenuti sponsorizzati che si manifesta la relazione tra ostentazione e valorizzazione economica. All'interno di questi contenuti, l'ostentazione è sistematicamente accompagnata da strategie di self-branding e interazione. Nei contenuti sponsorizzati i punteggi di self-branding hanno raggiunto valori pari a $\approx 5/5$, permettendo di confermare come la presenza di sponsorizzazioni sottolinei l'intento di trasformare la visibilità in capitale economico. Al contempo, nei contenuti non sponsorizzati il self-branding si attenua drasticamente, raggiungendo un valore pari allo $\approx 0,8/5$ assumendo forme meno evidenti, volte alla costruzione di un'immagine riconoscibile, ma non direttamente monetizzata.

Tali risultati confermano la tesi di Bainotti (2024) secondo la quale l'ostentazione non è fine a sé stessa, ma parte fondamentale di un ciclo che porta alla monetizzazione della propria immagine. Si parla dunque di conspicuousness produttiva, i beni e le esperienze ostentate secondo le logiche vebleniane non fungono esclusivamente come simboli di prestigio, ma, alimentando la visibilità, si traducono in logiche differenti che portano alla collaborazione con brand, alla sponsorizzazione e, dunque, al consolidamento del brand personale.

Gli influencer trasformano l'ostentazione in materiale lavorativo; le semplici scelte estetiche divengono attività professionali che contribuiscono alla capitalizzazione monetaria della propria immagine. L'ostentazione diviene quindi parte integrante del concetto di visibility labour (Abidin, 2016b).

Tale dinamica conferma la rilevanza del capitale simbolico. L'ostentazione non comunica esclusivamente disponibilità economica, ma legittimazione sociale che conduce al capitale economico.

Queste osservazioni hanno delle implicazioni dirette per quanto riguarda il marketing influencer. Dimostrano, innanzitutto, l'importanza di un bilanciamento strategico del self-branding nei post sponsorizzati e non sponsorizzati. La segmentazione dimostra che i segmenti inferiori investono in forme più sottili e coerenti di self-branding, mentre i segmenti elevati capitalizzano più facilmente.

In conclusione, i dati dimostrano che l'ostentazione rappresenta una leva produttiva, non più solo un elemento legato all'ozio improduttivo come era stato delineato da Veblen (1899). Gli influencer operano dunque all'interno di un mercato della visibilità dove l'ostentazione viene a trasformarsi in capitale.

L'ostentazione ad oggi non è più solo distinzione sociale, ma una forma di lavoro centrale nel marketing digitale.

5.4 Sintesi interpretativa: consumo vistoso, autenticità e narrazione del sé

La domanda di ricerca general che ha guidato tutto il processo di analisi è la seguente: “Come viene rappresentato il consumo vistoso nei contenuti degli influencer e quali nuovi ruoli giocano l'autenticità e la narrazione del sé?”.

Dopo aver delineato i precedenti paragrafi è possibile individuarne una risposta.

Innanzitutto, il consumo vistoso si manifesta sui social tramite dei marker concreti, correttamente individuati nel corso dell'analisi; questi sono più ricorrenti nei segmenti superiori (macro e alto meso). È qui che l'ostentazione diviene parte del linguaggio quotidiano, pienamente in linea con la teoria vebleniana. Nei segmenti inferiori (basso meso e micro), l'ostentazione è utilizzata in modo più selettivo, a volte come strategia di legittimazione, lascia spazio ad altre leve comunicative individuate.

In secondo luogo, l'ostentazione non ha più esclusivamente un valore simbolico ma la sua produttività è evidentemente confermata dallo studio. Seguendo la prospettiva di Bainotti (2024), i dati confermano che i contenuti ostentativi, non sono meramente simbolici, ma producono visibilità, rafforzano il self-branding e convertono opportunità economiche, tutto questo va a tradursi in capitale economico.

Infine, il ruolo dell'autenticità e della narrazione personale appare decisivo. Nei segmenti superiori l'autenticità è quasi assente, mentre nei segmenti inferiori è diffusa, soprattutto in forma di autenticità apparente. Si conferma, dunque, anche il concetto di authenticity gap (Frowijn et al., 2022). La vicinanza al pubblico è apparente, viene utilizzata per generare fiducia e consolidare il rapporto con il proprio seguito. La narrazione personale, che è meno frequente nella tipologia di contenuti analizzata, rafforza la percezione di spontaneità.

Complessivamente, la ricerca svolta dimostra la costante dialettica tra ostentazione e autenticità. Da un lato, il consumo vistoso mantiene la funzione, affidata da Veblen (1899), di distinzione, dall'altro, l'autenticità apparente diviene indispensabile per rafforzare il legame con la community e tradurre la visibilità in capitale economico.

L'equilibrio dinamico tra questi poli costituisce il tratto distintivo della comunicazione contemporanea degli influencer e contribuisce alla definizione del significato del consumo. Questo non è più segno di status, ma diviene strumento di produzione, lavoro e relazione.

Conclusioni

La presente tesi si è proposta di analizzare il ruolo delle influencer all'interno delle dinamiche digitali odierne e i segnali di status e di consumo vistoso. L'obiettivo è stato quello di comprendere come le dinamiche proprie della teoria vebleniana e della distinzione sociale vengano riprodotte dalle suddette figure e successivamente trasformate.

I risultati dell'analisi hanno confermato la persistenza del consumo come un segnale di status, ma al contempo hanno posto l'attenzione sulle nuove modalità di espressione, rese tali dalla natura digitale delle piattaforme social.

Il contributo della presente ricerca si colloca in una duplice prospettiva. Da un lato, conferma le intuizioni della letteratura classica rispetto alla funzione simbolica del consumo. Dall'altro, evidenzia una sostanziale trasformazione secondo la quale gli influencer producono narrazioni identitarie oggetto di aspirazione e di imitazione andando oltre la semplice messa in scena di beni ed esperienze.

Il lavoro presenta naturalmente dei limiti, già evidenziati nell'ultimo paragrafo del Capitolo III; la scelta del campione ristretto e della piattaforma social specifica non consente una generalizzazione dei risultati all'intero ecosistema digitale. Inoltre, l'analisi non ha preso in considerazione la prospettiva degli utenti; questo sarebbe un tassello fondamentale così da comprendere la ricezione e la funzionalità delle strategie.

Questi limiti offrono interessanti prospettive future. L'ampliamento del campo di indagine ad altre piattaforme, come TikTok o YouTube, e l'integrazione di metodologie sia qualitative che quantitative che prendino in considerazione la visione del pubblico sarebbero utili punti di analisi. Verrebbe a crearsi una visione più completa del rapporto tra produzione e consumo dei contenuti sulle piattaforme e del ruolo degli influencer nella società contemporanea.

In conclusione, si può affermare che la ricerca abbia dimostrato come la teoria di Veblen mantenga una forte e pertinente capacità interpretativa, ma debba essere riesaminata alla luce delle dinamiche digitali. Gli influencer ricoprono il ruolo di una nuova élite digitale che rende il consumo non solo ostentativo ma parte integrante di un'economia dell'attenzione, dove il valore sociale ed economico si genera attraverso la continua esposizione e circolazione dei segni di status

Bibliografia

Introduzione:

Elsevier. (n.d.). *Influencer*. In ScienceDirect Topics: Social sciences. Elsevier.

Lipiner, B. (2020, September 16). *What Is Influencer Marketing? An Industry on the Rise*. Babson College.

Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. New York: Macmillan.

Bibliografia I Capitolo:

Autore non indicato. (2009). *Georg Simmel*. In *Dizionario di filosofia*. Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani.

Autore non indicato. (2009). *Jean Baudrillard*. In *Dizionario di filosofia*. Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani.

Autore non indicato. (n.d.). *Pierre Bourdieu*. *Enciclopedia Italiana*. Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani.

Baudrillard, J. (1968). *The system of objects*. Paris: Éditions Denoël.

Berardinelli, A. (n.d.). *Veblen e la critica della classe agiata*. Una Città.

Bourdieu, P. (1972). *Outline of a theory of practice*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bourdieu, P. (1979). *La distinction: Critique sociale du jugement*. Les Éditions de Minuit.

Chaney, D., Lunardo, R., & Mencarelli, R. (2018). Consumption experience: past, present and future. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 21(4), 402–420.

Corchia, L. (2020). La teoria bourdieusiana dell'habitus. *Lo Sguardo*, 31, 99–116.

Corchia, L. (n.d.). Da Bourdieu a Codeluppi: riflessioni su classi sociali, corpo e consumi. *Sociologicamente*.

Frowijn, L., Harbers, F., & Broersma, M. (2022). The authenticity gap: How influencers commodify authenticity on Instagram. In *Cultures of authenticity* (pp. 215–230). Emerald Publishing Limited.

Hirschman, E. C. (1984). Experience seeking: a subjectivist perspective of consumption. *Journal of Business Research*, 12(1), 115–136.

Johnstone, M.-L., & Tan, L. P. (2015). Exploring the gap between consumers' green rhetoric and purchasing behaviour. *Journal of Business Ethics*, 132(2), 311–328.

Lee, J. A., Bright, L. F., & Eastin, M. S. (2021). Fear of missing out and consumer happiness on Instagram: A serial mediation of social media influencer-related activities. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(11), 762–766.

Menczer, F., & Hills, T. (2020). The attention economy. *Scientific American*, 323(6), 54–61.

Perini, R. (2012, 13 settembre). Marketing esperienziale: cos'è marketing dell'esperienza. *Riccardo Perini*.

Ratti, A. M. (1938). Thorstein Bunde Veblen. In *Enciclopedia Italiana* (Vol. 33, p. 105). Istituto dell'Enciclopedia Italiana Treccani.

Simmel, G. (1900). *The philosophy of money*. London: Routledge & Kegan Paul.

The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2025, June 21). *Gilded Age*. Encyclopaedia Britannica.

Triglia, C. (2009). *Sociologia economica. Temi e percorsi contemporanei* (Vol. II). Bologna: Il Mulino.

Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. New York: Macmillan.

Bibliografia II Capitolo:

Abidin, C. (2016a). “Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?": Influencer Selfies as Subversive Frivolity. *Social Media + Society*, 2(2).

Abidin, C. (2016b). *Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram*. *Media International Australia*, 161(1), 86–100.

Bainotti, L. (2024). How conspicuousness becomes productive on social media. *Marketing Theory*, 24(2), 339–356.

Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media & Society*, 21(4), 895–913.

De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). *Marketing through Instagram influencers: The impact of number of followers and product divergence on brand attitude*. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798–828.

Frowijn, L., Harbers, F., & Broersma, M. (2022). The authenticity gap: How influencers commodify authenticity on Instagram. In *Cultures of Authenticity* (pp. 215–230).

Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, “micro-celebrity” and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208.

Kleppinger, C. A. (2015). Personal digital branding as a professional asset in the digital age. *International Journal of Technology and Human Interaction*, 11 (1), 16–29.

Marwick, A. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160.

Michaelidou, N., Christodoulides, G., & Presi, C. (2022). Ultra-high-net-worth individuals: Self-presentation and luxury consumption on Instagram. *European Journal of Marketing*, 56(4), 949–967.

Bibliografia III Capitolo:

Bainotti, L. (2024). How conspicuousness becomes productive on social media. *Marketing Theory*, 24(2), 339–356.

Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544–559.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.

Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532–550.

Frowijn, L., Harbers, F., & Broersma, M. (2022). The authenticity gap: How influencers commodify authenticity on Instagram. In *Cultures of authenticity* (pp. 215–230). Emerald Publishing Limited.

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105–117). Thousand Oaks, CA: Sage.

Mind the Graph. (2025). *Padroneggiare le tecniche di campionamento per ottenere risultati affidabili*.

Not Just Analytics. (n.d.). *Instagram analytics & statistics*.

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1–13.

Random.org. (n.d.). *True random number service*.

Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. New York: Macmillan.

Walsham, G. (1995). Interpretive case studies in IS research: Nature and method. *European Journal of Information Systems*, 4(2), 74–81.

Bibliografia IV Capitolo:

Mind the Graph. (2025). *Padroneggiare le tecniche di campionamento per ottenere risultati affidabili*.

Not Just Analytics. (n.d.). *Instagram analytics & statistics*.

Random.org. (n.d.). *True random number service*.

Bibliografia V Capitolo:

Abidin, C. (2016b). *Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram*. *Media International Australia*, 161(1), 86–100.

Bainotti, M. (2024). *Conspicuousness produttiva: Ostentazione e capitale nell'era digitale*. Milano: FrancoAngeli.

Baudrillard, J. (1968). *The system of objects*. Paris: Éditions Denoël.

Bourdieu, P. (1979). *La distinction: Critique sociale du jugement*. Paris: Les Éditions de Minuit.

Frowijn, L., Harbers, F., & Broersma, M. (2022). The authenticity gap: How influencers commodify authenticity on Instagram. In *Cultures of authenticity* (pp. 215–230). Bingley: Emerald Publishing.
<https://doi.org/10.1108/9781803823199-016>

Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. New York: Macmillan.

Appendice

Appendice A:

Tabella A1

Nome influencer	Età	Numero di followers	Categoria	Engagement rate (ER)	Media Like	Media commenti	Crescita follower	Commento finale
Alessandra Airò	1984	115k	micro	1,34%	1.527	28	Decremento o regolare	Incluso
Alessia Colonna	1992	309k	basso meso	9,02%	27.781	113	Incremento regolare	Incluso
Alice Campello	1995	3,7M	macro	2,26%	83.602	275	Decremento o regolare	Incluso
Alice De Togni	1991	229k	basso meso	1,13%	2.551	34	Decremento o regolare	Incluso
Alice Perrella	1992	147k	micro	0,65%	936	16	Decremento o irregolare	Escluso
Beatrice Marchetti	1996	407k	basso meso	2,90%	11.723	68	Incremento irregolare	Escluso
Beatrice Valli	1995	3,3M	macro	1,62%	53.418	224	Decremento o regolare	Incluso
Carlotta Cucina	1996	473k	basso meso	4,98%	23.439	104	Incremento irregolare	Incluso
Chiara Biasi	1990	4,3M	macro	0,23%	9.811	189	Decremento o regolare	Escluso
Chiara Capitani	1990	162k	micro	1,09%	1.747	17	Decremento o regolare	Incluso
Chiara Nasti	1998	2M	macro	1,81%	37.536	142	Decremento o regolare	Incluso
Cristina Musacchio	1993	1,1M	macro	2,16%	24.687	395	Incremento irregolare	Escluso
Diletta Amenta	1992	675k	alto meso	2,82%	19.386	331	Incremento regolare	Incluso
Eleonora Carisi	1984	703k	alto meso	1,54%	10.703	111	Decremento o regolare	Incluso
Eleonora Petrella	1991	835k	alto meso	2,90%	23.959	319	Decremento o regolare	Incluso
Erika Boldin	1985	705k	alto meso	0,37%	2.533	91	Decremento o irregolare	Escluso
Flora Delle Vacche	1990	444k	basso meso	1,77%	7.743	129	Incremento irregolare	Escluso
Gabriela Giovanardi	1995	261k	basso meso	9,51%	24.027	857	Incremento regolare	Incluso
Gabrielle Caunesil	1990	1,5M	macro	1,40%	20.910	124	Decremento o regolare	Incluso
Giorgia Lucini	1992	675k	alto meso	1,96%	13.040	176	Decremento o regolare	Incluso
Giorgia Salvaggio	1998	103k	micro	5,79%	5.966	31	Incremento regolare	Incluso

Giovanna Goglino	1997	234k	basso meso	4,50%	10.534	42	Incremento regolare	Incluso
Giulia Arena	1994	277k	basso meso	5,31%	14.437	296	Incremento regolare	Incluso
Giulia De Lellis	1996	5,5M	macro	1,98%	110.338	482	Incremento regolare	Incluso
Giulia Gaudino	1989	628k	alto meso	1,03%	6.370	86	Decrement o regolare	Incluso
Giulia Salemi	1993	2,1M	macro	2,30%	49.153	1.291	Incremento regolare	Incluso
Giulia Torelli	1987	244k	basso meso	5,23%	12.774	19	Incremento regolare	Incluso
Giulia Valentina	1990	1M	macro	6,11%	61.018	169	Decrement o regolare	Incluso
Ilaria Scalera	1994	60,8k	micro	2,88%	1.708	44	Incremento regolare	Incluso
Ludovica Ragazzo	1993	650k	alto meso	1,42%	9.231	16	Incremento regolare	Incluso
Ludovica Valli	1997	1,9M	macro	1,02%	19.431	195	Decrement o regolare	Incluso
Martina Cabassi	2000	45,5k	micro	34,03 %	15.480	28	Incremento irregolare	Incluso
Nicoletta Reggio	1985	416k	basso meso	0,14%	579	22	Decrement o regolare	Escluso
Noemi Del Prete	1994	164k	micro	0,64%	1.034	16	Decrement o regolare	Escluso
Paola Turani	1987	2M	macro	2,67%	55.197	513	Decrement o regolare	Incluso
Rosa Perrotta	1989	1,8M	macro	1,67%	31.392	239	Incremento regolare	Incluso
Sara Luna Canola	1993	558k	alto meso	3,70%	20.435	268	Incremento regolare	Incluso
Sophia Salaroli Caniaux	1990	251k	basso meso	1,15%	2.866	35	Decrement o regolare	Incluso
Valentina Cabassi	1996	518k	alto meso	27,71 %	143.546	225	Incremento irregolare	Incluso
Valentina Ferragni	1992	4,4M	macro	1,55%	68.538	416	Decrement o regolare	Incluso
Valentina Goglino	2001	149k	micro	3,05%	4.538	20	Incremento regolare	Incluso
Veronica Fedolfi	1991	238k	basso meso	1,98%	4.589	117	Incremento regolare	Incluso
Veronica Ferraro	1987	1,4M	macro	3,10%	43.517	395	Incremento regolare	Incluso
Veronica Franzoni	1994	41,5k	micro	7,11%	2.943	7	Incremento irregolare	Incluso
Veronica Giomini	1995	296k	basso meso	0,29%	763	99	Decrement o irregolare	Escluso

Appendice B:

Figura B1

The screenshot shows the RANDOM.ORG website interface. At the top, there is a navigation menu with links: Home, Games, Numbers, Lists & More, Drawings, Web Tools, Statistics, Testimonials, Learn More, and Login. The main heading is "RANDOM.ORG" in large, bold, black letters. To the right of the heading is a search bar with the text "Search RANDOM.ORG" and a "Search" button. Below the heading is the tagline "True Random Number Service".

The page title is "List Randomizer". Below it, a message states: "There were 12 items in your list. Here they are in random order:"

1. Veronica Ferraro
2. Alice Campello
3. Gabrielle Caunesil
4. Beatrice Valli
5. Paola Turani
6. Valentina Ferragni
7. Chiara Nasti
8. Giulia Salemi
9. Ludovica Valli
10. Giulia Valentina
11. Rosa Perrotta
12. Giulia De Lellis

Below the list, the IP address "178.147.41.137" and the timestamp "2025-08-22 15:27:35 UTC" are displayed.

A warning message reads: "Don't use this service for giveaways! Use Multi-Round Giveaways instead" with a "More Info" link.

At the bottom, there are two buttons: "Again!" and "Go Back".

The footer contains the copyright notice "© 1998-2025 RANDOM.ORG", social media links for Twitter and Mastodon, and links for "Terms and Conditions" and "About Us".

Figura B2

The screenshot shows the RANDOM.ORG website interface, similar to Figure B1. The navigation menu and main heading are the same. The page title is "List Randomizer".

A message states: "There were 8 items in your list. Here they are in random order:"

1. Ludovica Ragazzo
2. Valentina Cabassi
3. Eleonora Petrella
4. Sara Luna Canola
5. Giulia Gaudino
6. Giorgia Lucini
7. Eleonora Carisi
8. Diletta Amenta

Below the list, the IP address "178.147.41.137" and the timestamp "2025-08-22 15:28:40 UTC" are displayed.

A warning message reads: "Don't use this service for giveaways! Use Multi-Round Giveaways instead" with a "More Info" link.

At the bottom, there are two buttons: "Again!" and "Go Back".

The footer contains the copyright notice "© 1998-2025 RANDOM.ORG", social media links for Twitter and Mastodon, and links for "Terms and Conditions" and "About Us".

Figura B3

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

List Randomizer

There were 8 items in your list. Here they are in random order:

1. Giulia Torelli
2. Sophia Salaroli Caniaux
3. Alessia Colonna
4. Alice De Togni
5. Giulia Arena
6. Giovanna Gogolino
7. Gabriela Giovanardi
8. Carlotta Cocina

IP: 178.147.41.137
Timestamp: 2025-08-22 15:29:51 UTC

Don't use this service for giveaways! Use [Multi-Round Giveaways](#) instead

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura B4

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

List Randomizer

There were 7 items in your list. Here they are in random order:

1. Ilaria Scalera
2. Martina Cabassi
3. Giorgia Salvaggio
4. Valentina Gogolino
5. Alessandra Airò
6. Veronica Franzoni
7. Chiara Capitani

IP: 178.147.41.137
Timestamp: 2025-08-22 15:30:12 UTC

Don't use this service for giveaways! Use [Multi-Round Giveaways](#) instead

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Appendice C

Figura C1

The screenshot shows the RANDOM.ORG website interface. At the top, there is a navigation menu with links: Home, Games, Numbers, Lists & More, Drawings, Web Tools, Statistics, Testimonials, Learn More, and Login. The main heading is "RANDOM.ORG" in large, bold, black letters. To the right of the heading is a search bar with the placeholder text "Search RANDOM.ORG" and a "Search" button. Below the heading is the tagline "True Random Number Service". The main content area is titled "Random Integer Generator" in blue. Below this, it says "Here are your random numbers:" followed by the number "8". The timestamp is "2025-09-01 12:23:52 UTC". At the bottom of the content area are two buttons: "Again!" and "Go Back". The footer contains copyright information: "© 1998-2025 RANDOM.ORG", social media links for "Follow us: Twitter | Mastodon", and links for "Terms and Conditions" and "About Us".

Figura C2

The screenshot shows the RANDOM.ORG website interface. At the top, there is a navigation menu with links: Home, Games, Numbers, Lists & More, Drawings, Web Tools, Statistics, Testimonials, Learn More, and Login. The main heading is "RANDOM.ORG" in large, bold, black letters. To the right of the heading is a search bar with the placeholder text "Search RANDOM.ORG" and a "Search" button. Below the heading is the tagline "True Random Number Service". The main content area is titled "Random Integer Generator" in blue. Below this, it says "Here are your random numbers:" followed by the number "6". The timestamp is "2025-09-01 12:25:19 UTC". At the bottom of the content area are two buttons: "Again!" and "Go Back". The footer contains copyright information: "© 1998-2025 RANDOM.ORG", social media links for "Follow us: Twitter | Mastodon", and links for "Terms and Conditions" and "About Us".

Figura C3

The screenshot shows the RANDOM.ORG website interface. At the top, there is a navigation menu with links: Home, Games, Numbers, Lists & More, Drawings, Web Tools, Statistics, Testimonials, Learn More, and Login. The main heading is "RANDOM.ORG" in large, bold, black letters. To the right of the heading is a search bar with the placeholder text "Search RANDOM.ORG" and a "Search" button. Below the heading is the tagline "True Random Number Service". The main content area is titled "Random Integer Generator" in blue. Below this, it says "Here are your random numbers:" followed by the number "3". The timestamp is "2025-09-01 12:33:44 UTC". At the bottom of the content area are two buttons: "Again!" and "Go Back". The footer contains copyright information: "© 1998-2025 RANDOM.ORG", social media links for "Follow us: Twitter | Mastodon", and links for "Terms and Conditions" and "About Us".

Figura C4

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

13

Timestamp: 2025-09-01 12:34:37 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C5

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

11

Timestamp: 2025-09-01 14:43:02 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C6

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

6

Timestamp: 2025-09-01 14:43:18 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C7

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

14

Timestamp: 2025-09-01 15:39:09 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C8

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

8

Timestamp: 2025-09-01 15:40:11 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C9

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

7

Timestamp: 2025-09-06 13:47:08 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C10

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

21

Timestamp: 2025-09-06 13:48:28 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C11

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

10

Timestamp: 2025-09-08 08:46:25 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C12

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

4

Timestamp: 2025-09-08 08:47:01 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C13

Home Games Numbers Lists & More Drawings Web Tools Statistics Testimonials Learn More Login

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG Search

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

8

Timestamp: 2025-09-09 08:12:16 UTC

[Again!](#) [Go Back](#)

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C14

Home Games Numbers Lists & More Drawings Web Tools Statistics Testimonials Learn More Login

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG Search

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

3

Timestamp: 2025-09-09 08:13:20 UTC

[Again!](#) [Go Back](#)

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C15

Home Games Numbers Lists & More Drawings Web Tools Statistics Testimonials Learn More Login

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG Search

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

5

Timestamp: 2025-09-09 08:20:21 UTC

[Again!](#) [Go Back](#)

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C16

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

3

Timestamp: 2025-09-09 08:21:20 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C17

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

9

Timestamp: 2025-09-09 12:28:28 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C18

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

7

Timestamp: 2025-09-09 12:29:32 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C19

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

10

Timestamp: 2025-09-09 13:24:59 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C20

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

7

Timestamp: 2025-09-09 13:26:50 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C21

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

3

Timestamp: 2025-09-10 10:17:18 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C22

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

18

Timestamp: 2025-09-10 10:18:17 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C23

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

5

Timestamp: 2025-09-09 14:00:55 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C24

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

12

Timestamp: 2025-09-09 14:01:59 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C25

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

7

Timestamp: 2025-09-09 14:17:54 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C26

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

5

Timestamp: 2025-09-09 14:19:16 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C27

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

2

Timestamp: 2025-09-09 14:37:58 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C28

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

3

Timestamp: 2025-09-09 14:39:10 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C29

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

13

Timestamp: 2025-09-10 07:12:44 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C30

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

9

Timestamp: 2025-09-10 07:15:46 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C31

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

5

Timestamp: 2025-08-30 08:09:07 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C32

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

1

Timestamp: 2025-09-10 07:29:57 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C33

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

9

Timestamp: 2025-09-10 07:31:36 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C34

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

2

Timestamp: 2025-09-10 08:31:57 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C35

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

28

Timestamp: 2025-09-10 08:33:45 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C36

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

9

Timestamp: 2025-09-10 09:53:32 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C37

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

3

Timestamp: 2025-09-10 10:02:51 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Figura C38

[Home](#) [Games](#) [Numbers](#) [Lists & More](#) [Drawings](#) [Web Tools](#) [Statistics](#) [Testimonials](#) [Learn More](#) [Login](#)

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG

True Random Number Service

Advisory: Historical results for the Third-Party Draw Service are currently unavailable. We are working on bringing them back.

Random Integer Generator

Here are your random numbers:

9

Timestamp: 2025-09-10 10:03:52 UTC

© 1998-2025 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Mastodon](#)
[Terms and Conditions](#)
[About Us](#)

Appendice D:

Tabella D1 – Veronica Ferraro ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DEaFoIEMtM2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DEiCRMnssks/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DErrLhLMfIp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/01/25
4	https://www.instagram.com/reel/DFIeI5KsuZA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DFNkxwYsTSj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DFTRqpVMPvD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DFVs-J7s9oE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/01/25
8	https://www.instagram.com/p/DFaaEqsMv1p/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/01/25
9	https://www.instagram.com/p/DFa9b47M6Fg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/01/25
10	https://www.instagram.com/p/DFpfvxXsPFP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/02/25
11	https://www.instagram.com/p/DFupIqQsD6Q/?utm_source=ig_web_copy_link	06/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DGAhk4ws1at/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/02/25
13	https://www.instagram.com/p/DGeNG6FMA8E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/02/25
14	https://www.instagram.com/p/DGjS54VsgLz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/02/25
15	https://www.instagram.com/p/DGk6RIUslu1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/02/25
16	https://www.instagram.com/p/DGlvnErsaL6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/02/25
17	https://www.instagram.com/p/DGnmCPJsBm3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25
18	https://www.instagram.com/p/DGpmFiSs_gz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/03/25
19	https://www.instagram.com/p/DGqH83nML2A/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DGsvuIisbLe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/03/25
21	https://www.instagram.com/p/DGs82WIMyIp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/03/25
22	https://www.instagram.com/p/DG07RpSs58Q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/03/25

23	https://www.instagram.com/p/DG3i7vLMk-f/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/03 /25
24	https://www.instagram.com/reel/DHEhATVMaAZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/03 /25
25	https://www.instagram.com/p/DHErd_HM83Y/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/03 /25
26	https://www.instagram.com/p/DHArS2HsOdk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/03 /25
27	https://www.instagram.com/p/DHbrUKfssnu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/03 /25
28	https://www.instagram.com/p/DHdcwbUstr7g/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	21/03 /25
29	https://www.instagram.com/reel/DHvcHWjsg1k/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/03 /25
30	https://www.instagram.com/p/DH1Q8vBMS2H/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	30/03 /25
31	https://www.instagram.com/reel/DH8Xmzys_wm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	02/04 /25
32	https://www.instagram.com/p/DIBxbdLoNh2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/04 /25
33	https://www.instagram.com/p/DICHITPsALO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/04 /25
34	https://www.instagram.com/p/DIEX3bysUYt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/04 /25
35	https://www.instagram.com/p/DIKBMp1MGKj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/04 /25
36	https://www.instagram.com/p/DILnNq1sWVn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	08/04 /25
37	https://www.instagram.com/reel/DIRh0wgMfX8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/04 /25
38	https://www.instagram.com/p/DIS7vJCstO-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/04 /25
39	https://www.instagram.com/p/DIjXRfbsYK8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/04 /25
40	https://www.instagram.com/reel/DI01s3msx58/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	24/04 /25
41	https://www.instagram.com/p/DJL5FTAMBct/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/05 /35
42	https://www.instagram.com/p/DJZAsy5MI71/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	08/05 /25
43	https://www.instagram.com/p/DJg5p6xsHyh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/05 /25
44	https://www.instagram.com/p/DKB9LsBsUPZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	24/05 /25
45	https://www.instagram.com/p/DKPveHbMzy3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	29/05 /25
46	https://www.instagram.com/p/DKU-844Md-c/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	31/05 /25
47	https://www.instagram.com/p/DKeQTxbMnEr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/06 /25

48	https://www.instagram.com/reel/DKkNGZJtuoP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/06/25
49	https://www.instagram.com/p/DKwdrbTMaD9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/06/25
50	https://www.instagram.com/p/DK9OFOYMyfU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/06/25
51	https://www.instagram.com/p/DLCyTuBNvlx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/06/25
52	https://www.instagram.com/p/DLINOEitzG8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/06/25

Tabella D2 – Veronica Ferraro NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DESDWh8Mz3A/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DEVZhKOss9Z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DEe2ve_MEAE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DEpMTEXshKH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DExnForsaVc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DE2Pi7JM51u/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DE7Xty2s1w3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/01/25
8	https://www.instagram.com/p/DFKo_h_sXL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/01/25
9	https://www.instagram.com/p/DFYFhV2MZMs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/01/25
10	https://www.instagram.com/p/DFkPvWSs5Ah/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/02/25
11	https://www.instagram.com/p/DGDViGNMN4Z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DGIz9NBsPQR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/02/25
13	https://www.instagram.com/p/DGK-ZXOsXe9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/02/25
14	https://www.instagram.com/p/DGVI9xgsDT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/02/25
15	https://www.instagram.com/p/DG5LtVvMfK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/03/25
16	https://www.instagram.com/p/DG-chNZMsh0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/03/25
17	https://www.instagram.com/p/DHJnPrYsPEY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/03/25

18	https://www.instagram.com/p/DHVyPjnMbzc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/03/25
19	https://www.instagram.com/p/DHIDoAPsKNF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DHwLC2yMkVE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/03/25
21	https://www.instagram.com/p/DIHDTBYsdNR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/04/25
22	https://www.instagram.com/p/DITfjeYsaXc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/04/25
23	https://www.instagram.com/p/DIq5kCjMarK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/04/25
24	https://www.instagram.com/p/DIvrfa1sP1_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/04/25
25	https://www.instagram.com/p/DI_8qMMsbBp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/04/25
26	https://www.instagram.com/p/DJRK6I6sONp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/05/25
27	https://www.instagram.com/p/DJUuSLAeMIQW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/05/25
28	https://www.instagram.com/p/DJd5fjbMTxY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/05/25
29	https://www.instagram.com/p/DJfAmOisUYy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/05/25
30	https://www.instagram.com/reel/DJmaHPPMoek/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/05/25
31	https://www.instagram.com/p/DJtzrx_soCy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/05/25
32	https://www.instagram.com/p/DJ90A8osT'Z1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/05/25
33	https://www.instagram.com/p/DKEguXBsSIu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/05/25
34	https://www.instagram.com/p/DKj4XzKMVl3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/06/25
35	https://www.instagram.com/p/DK7Q6leNrQ9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/06/25
36	https://www.instagram.com/p/DLQH6mtrOr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/06/25
37	https://www.instagram.com/p/DLX139BMims/?utm_source=ig_web_copy_link	26/06/25
38	https://www.instagram.com/p/DLfm298sn1H/?utm_source=ig_web_copy_link	29/06/25

Tabella D3 – Alice Campello ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DEcBIVSiQcx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/01/25

2	https://www.instagram.com/p/DEhePK0iXjE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DEvHvt9OdTk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DFKvGYiWsg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DGnPC0_CBPj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DHG0cYICV4A/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/03/25
7	https://www.instagram.com/p/DICOa8ly0Rg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/04/25
8	https://www.instagram.com/p/DJZOvY0i1jN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/05/25
9	https://www.instagram.com/p/DJ9qY7hRCCW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/05/25
10	https://www.instagram.com/p/DLKiiNhCI-m/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/06/25

Tabella D4 – Alice Campello NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DEXRMp1ysa6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DEdD_SRC_aq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DEID5fmuURG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DEnQKrLiPaP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DEnkRiCOpIe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DE0lKVjiUqI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DFVP4Eni37J/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/01/25
8	https://www.instagram.com/p/DFXhRYHCbhv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/01/25
9	https://www.instagram.com/reel/DFYf0nquPcQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/01/25
10	https://www.instagram.com/p/DFagaWuiLfS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/01/25
11	https://www.instagram.com/p/DFh5S_NCepI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DFikFmPiTmR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/02/25
13	https://www.instagram.com/p/DFln8hzIcGy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/02/25
14	https://www.instagram.com/p/DF8gYO6On0J/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/02/25

15	https://www.instagram.com/p/DGL1AtXi5Yg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/02/25
16	https://www.instagram.com/p/DG2lgzpiWy6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/03/25
17	https://www.instagram.com/p/DG2pZxQiwX6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/03/25
18	https://www.instagram.com/p/DG5gPbCCeeR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/03/25
19	https://www.instagram.com/p/DG8w54qCn34/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	08/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DHEth3YierD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/03/25
21	https://www.instagram.com/p/DHOvxcwCJQT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	15/03/25
22	https://www.instagram.com/p/DHTQemFCrso/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/03/25
23	https://www.instagram.com/p/DHgj0mbiAhp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	22/03/25
24	https://www.instagram.com/p/DHoSYoACU3z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	25/03/25
25	https://www.instagram.com/p/DH_rcxyiOaE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/04/25
26	https://www.instagram.com/p/DIEP1U6oLIN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/04/25
27	https://www.instagram.com/p/DIO-Tn2ip6Q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	09/04/25
28	https://www.instagram.com/p/DIUS4n6iF7p/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/04/25
29	https://www.instagram.com/p/DIZbiCHi3_n/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/04/25
30	https://www.instagram.com/p/DI6JkkHizec/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	26/04/25
31	https://www.instagram.com/p/DJFK2lNipBB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	30/04/25
32	https://www.instagram.com/p/DJXX9WtiO0K/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/05/25
33	https://www.instagram.com/p/DJkICOkCWKc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	12/05/25
34	https://www.instagram.com/p/DJl8gOoCC2O/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/05/25
35	https://www.instagram.com/reel/DKDJCCHRnlD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	24/05/25
36	https://www.instagram.com/p/DKM3RsJidLG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/05/25
37	https://www.instagram.com/p/DKRtvDXiZw-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	30/05/25
38	https://www.instagram.com/p/DKXg-ezi3-6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	01/06/25
39	https://www.instagram.com/p/DKee0zrioxP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/06/25

40	https://www.instagram.com/p/DKj020HiXXH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/06/25
41	https://www.instagram.com/p/DK1xplACsaA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/06/25
42	https://www.instagram.com/p/DLANzsRCuku/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/06/25
43	https://www.instagram.com/p/DLMzi5iinYH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/06/25
44	https://www.instagram.com/p/DLM129YCiNr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/06/25

Tabella D5 – Gabrielle Caunesil ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DFkxM0QMdBR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/02/25
2	https://www.instagram.com/reel/DFnSh3cCykC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/02/25
3	https://www.instagram.com/reel/DFnSh3cCykC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/02/25
4	https://www.instagram.com/p/DGGYRnGs0nH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/02/25
5	https://www.instagram.com/p/DGdUAy3sIFD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/02/25
6	https://www.instagram.com/p/DGkkq0YMxwP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/02/25
7	https://www.instagram.com/p/DGnmdYHs7eB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25
8	https://www.instagram.com/p/DGnqf5YMv2E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25
9	https://www.instagram.com/p/DGsuYy-MYRZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/03/25
10	https://www.instagram.com/p/DGs_KAUspG_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/03/25
11	https://www.instagram.com/p/DGvTel7Kc2E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/03/25
12	https://www.instagram.com/p/DG3aJO2soqf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/03/25
13	https://www.instagram.com/reel/DHbZQ0ts0Op/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/03/25
14	https://www.instagram.com/p/DHq6nx6slsD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/03/25
15	https://www.instagram.com/p/DHv_7Y9Mzsd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/03/25
16	https://www.instagram.com/reel/DH8rKELMr4v/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/04/25
17	https://www.instagram.com/p/DIOQPvNMWCH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/04/25

18	https://www.instagram.com/p/DI1mPJNo7l5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	24/04/25
19	https://www.instagram.com/p/DJbHKdDtHua/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	09/05/25
20	https://www.instagram.com/reel/DJb4FPeIXWT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	09/05/25
21	https://www.instagram.com/reel/DJjllbMLBi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	10/05/25
22	https://www.instagram.com/p/DJtooDbs-RL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	16/05/25
23	https://www.instagram.com/p/DJwPU2NMHpy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	17/05/25
24	https://www.instagram.com/reel/DJwCDm4MftX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	18/05/25
25	https://www.instagram.com/p/DJ1iXBgMCw_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	19/05/25
26	https://www.instagram.com/reel/DJ6kx_BM4I2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	21/05/25
27	https://www.instagram.com/p/DJ_xp0dstDO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	23/05/25
28	https://www.instagram.com/p/DKbtpiEMdWz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	03/06/25
29	https://www.instagram.com/p/DKeUZ8RMMTq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	04/06/25
30	https://www.instagram.com/p/DKjt7oVKfOi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	06/06/25
31	https://www.instagram.com/p/DKzWx-MKZvt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	12/06/25
32	https://www.instagram.com/p/DLHnwzlsOw0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	20/06/25
33	https://www.instagram.com/p/DLKuzKFqSi7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	21/06/25
34	https://www.instagram.com/p/DLXn3eeq8km/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	26/06/25

Tabella D6 – Gabrielle Caunesil NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DFk7T_-sKkP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	02/02/25
2	https://www.instagram.com/p/DFxLP5Jsvx1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	07/02/25
3	https://www.instagram.com/p/DGD4Z1PM9i7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	14/02/25
4	https://www.instagram.com/reel/DGImV33sCGq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	16/02/25
5	https://www.instagram.com/reel/DGkqTD8ocsQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	27/02/25

6	https://www.instagram.com/p/DGn-Lv9Mlgb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25
7	https://www.instagram.com/reel/DGnEAptMJ_1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25
8	https://www.instagram.com/p/DGqhdOxMsUf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/03/25
9	https://www.instagram.com/p/DG0zOEIsHSR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/03/25
10	https://www.instagram.com/p/DG7uK1-MNqb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/03/25
11	https://www.instagram.com/p/DG-ZJR0syqT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/03/25
12	https://www.instagram.com/p/DHEAYAUqs41/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/03/25
13	https://www.instagram.com/p/DIEFJdoqrIY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/04/25
14	https://www.instagram.com/reel/DIllysgcc6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/04/25
15	https://www.instagram.com/p/DIoU21IKMin/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/04/25
16	https://www.instagram.com/p/DI3fst9sD3I/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/04/25
17	https://www.instagram.com/reel/DJMLP_yMxDh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/05/25
18	https://www.instagram.com/reel/DJWdHy_sgUl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/05/25
19	https://www.instagram.com/reel/DJg-dP3s-Da/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/05/25
20	https://www.instagram.com/reel/DJoxT'sSMrh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/05/25
21	https://www.instagram.com/p/DJwKsxpM7hY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/05/25
22	https://www.instagram.com/p/DKT6KgqMiaC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/05/25
23	https://www.instagram.com/p/DKeyIigK99B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/06/25
24	https://www.instagram.com/p/DKhMpcJKOVn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/06/25
25	https://www.instagram.com/p/DKj72QJq58a/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/06/25
26	https://www.instagram.com/p/DKmVCL0qZuF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/06/25
27	https://www.instagram.com/p/DKpkst0MMJJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/06/25
28	https://www.instagram.com/p/DKrc_Yho6r5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/06/25
29	https://www.instagram.com/reel/DLAZuTOImlx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/06/25
30	https://www.instagram.com/p/DLRyxnMne0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/06/25

31	https://www.instagram.com/p/DLU2LT7q9tK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/06/25
32	https://www.instagram.com/p/DLcTYUIsc5a/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/06/25
33	https://www.instagram.com/p/DLcTYUIsc5a/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/06/25

Tabella D7 – Beatrice Valli ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DEh6FfLIns5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DExGk8Wowl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DE5P-UGoTme/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/01/25
4	https://www.instagram.com/reel/DFAr-5xIrfC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/01/25
5	https://www.instagram.com/reel/DFIbT2gIZfe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DFdmDTUIquQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DFnvc-CACoI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/02/25
8	https://www.instagram.com/reel/DFqPLCIIcws/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/02/25
9	https://www.instagram.com/reel/DFsz8LNo6u9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/02/25
10	https://www.instagram.com/reel/DFvj2MKoUMH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/02/25
11	https://www.instagram.com/reel/DFx7sEcIPmI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DF57O7JNcyl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/02/25
13	https://www.instagram.com/reel/DGF7NPYonNN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/02/25
14	https://www.instagram.com/p/DGJInRZllqq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/02/25
15	https://www.instagram.com/reel/DGME_OrIp94/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/02/25
16	https://www.instagram.com/p/DGgWihtoQGY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/02/25
17	https://www.instagram.com/p/DGn4LmAIvkC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25
18	https://www.instagram.com/p/DGtlxg5oNb2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/03/25
19	https://www.instagram.com/reel/DGvg-xaokHq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/03/25

20	https://www.instagram.com/reel/DGyCSymM1GG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/03/25
21	https://www.instagram.com/reel/DHBhZ6aIbAj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/03/25
22	https://www.instagram.com/reel/DHrCJgdMntl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/03/25
23	https://www.instagram.com/reel/DHvyEVVozJu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/03/25
24	https://www.instagram.com/reel/DH3FDOBobhV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/03/25
25	https://www.instagram.com/reel/DH82AeGoBOK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/04/25
26	https://www.instagram.com/p/DIMbnFfMrc6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/04/25
27	https://www.instagram.com/reel/DIOfCTvokMQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/04/25
28	https://www.instagram.com/reel/DIQ5KAZI0Xl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/04/25
29	https://www.instagram.com/reel/DIRtoTaI33g/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/04/25
30	https://www.instagram.com/reel/DIyKpH8sR_1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/04/25
31	https://www.instagram.com/reel/DI_1Gu-Mx5O/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/04/25
32	https://www.instagram.com/reel/DJPvJjjsqhJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/05/25
33	https://www.instagram.com/reel/DJR08skol1i/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/05/25
34	https://www.instagram.com/reel/DJb4rGmsaz0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/05/25
35	https://www.instagram.com/reel/DJl3c5ts-ud/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/05/25
36	https://www.instagram.com/reel/DJrNQ7tMHiz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/05/25
37	https://www.instagram.com/reel/DJv7aedseEu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/05/25
38	https://www.instagram.com/reel/DJygaWIs23O/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/05/25
39	https://www.instagram.com/reel/DJ2QjjsQlz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/05/25
40	https://www.instagram.com/reel/DKCMkBqI-fS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/05/25
41	https://www.instagram.com/reel/DKEdd_oBpj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/05/25
42	https://www.instagram.com/reel/DKG416WodRU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/05/25
43	https://www.instagram.com/p/DKJvXlEoje3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/05/25
44	https://www.instagram.com/reel/DKKg0IkIff/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/05/25

45	https://www.instagram.com/reel/DKNqKy-IZo2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	29/05/25
46	https://www.instagram.com/reel/DKhALDfoSPc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/06/25
47	https://www.instagram.com/reel/DKxacAgoUgr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/06/25
48	https://www.instagram.com/reel/DKzZ0JYoaw3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	12/06/25
49	https://www.instagram.com/p/DLADvc7Iqht/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/06/25
50	https://www.instagram.com/reel/DLFRVKHI-1V/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/06/25
51	https://www.instagram.com/p/DLNCIKMocBd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	22/06/25
52	https://www.instagram.com/reel/DLR0ulgoziz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	24/06/25
53	https://www.instagram.com/reel/DLZmm84IEvj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/06/25

Tabella D8 – Beatrice Valli NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DEXnj6poMzx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DEa5eCToOga/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/01/25
3	https://www.instagram.com/reel/DEpyB79IO0l/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/01/25
4	https://www.instagram.com/reel/DE428XcoqwY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	16/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DFM-4G4Iiml/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	24/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DFV3lBoor0i/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DFYZ-BMoDHN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/01/25
8	https://www.instagram.com/p/DFbPAFeoDA2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	30/01/25
9	https://www.instagram.com/p/DFIj0jTIsR0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/02/25
10	https://www.instagram.com/reel/DFsbZCpIEVk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/02/25
11	https://www.instagram.com/p/DF_ayMQoYv6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DGERzC3opmH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	14/02/25
13	https://www.instagram.com/p/DGIxMPXopRq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	16/02/25

14	https://www.instagram.com/p/DGLPrMQIM-F/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/02/25
15	https://www.instagram.com/p/DGYSZmZoBvF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	22/02/25
16	https://www.instagram.com/p/DGIXNSEok21/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/02/25
17	https://www.instagram.com/p/DGGoaYsuo1f_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/02/25
18	https://www.instagram.com/p/DGsRvE2IHoi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	02/03/25
19	https://www.instagram.com/p/DG1UILZIZ3-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/03/25
20	https://www.instagram.com/reel/DHLFDdQIvBn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	14/03/25
21	https://www.instagram.com/reel/DHWHB1zo1UL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	18/03/25
22	https://www.instagram.com/p/DHY_JHTMTPc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/03/25
23	https://www.instagram.com/p/DHjwou0oH9b/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	23/03/25
24	https://www.instagram.com/reel/DHmGuRJsEQf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	24/03/25
25	https://www.instagram.com/reel/DHt5iwPs-Xn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/03/25
26	https://www.instagram.com/reel/DIHJY2LIXaJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/04/25
27	https://www.instagram.com/reel/DIKSKvYoBpb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/04/25
28	https://www.instagram.com/p/DId4g1fo8cR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	15/04/25
29	https://www.instagram.com/reel/DIpCSQ-Mk9V/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/04/25
30	https://www.instagram.com/p/DJEtTydM1xO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	30/04/25
31	https://www.instagram.com/reel/DJM0JmhMygc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/05/25
32	https://www.instagram.com/reel/DJbgCIbM4UC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	09/05/25
33	https://www.instagram.com/p/DJoWSM8M-ox/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	14/05/25
34	https://www.instagram.com/reel/DJr3adNISv4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	15/05/25
35	https://www.instagram.com/p/DJtqXS9oEDd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	16/05/25
36	https://www.instagram.com/p/DJuQ51UMNAX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	16/05/25
37	https://www.instagram.com/p/DJwsVBxMBb9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/05/25
38	https://www.instagram.com/reel/DJ1zWi2Mh12/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/05/25

39	https://www.instagram.com/reel/DJ3pqlPtqgl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/05/25
40	https://www.instagram.com/reel/DJ9Ff96tAUM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/05/25
41	https://www.instagram.com/p/DKCz0gVI2mY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/05/25
42	https://www.instagram.com/p/DKIHOn9o9XB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/05/25
43	https://www.instagram.com/reel/DKMCSotTID-l/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/05/25
44	https://www.instagram.com/reel/DKQMMG3oAlx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/05/25
45	https://www.instagram.com/reel/DKRxsjCoI62/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/05/25
46	https://www.instagram.com/p/DKT8-z6oSNp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/05/25
47	https://www.instagram.com/p/DKaMvxQImRa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/06/25
48	https://www.instagram.com/p/DKcrG69IGip/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/06/25
49	https://www.instagram.com/p/DKfnyi-oOTD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/06/25
50	https://www.instagram.com/p/DKo_1kPoFEC/?utm_source=ig_web_copy_link	08/06/25
51	https://www.instagram.com/reel/DKsfl_AI1Bq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/06/25
52	https://www.instagram.com/reel/DLF9RrIhTcM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/06/25
53	https://www.instagram.com/p/DLIsx3iof4l/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/06/25
54	https://www.instagram.com/p/DLVU48mINJ_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/06/25
55	https://www.instagram.com/reel/DLW5NmPIm-J/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/06/25
56	https://www.instagram.com/p/DLchIBTI7fC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/06/25

Tabella D9 – Paola Turani ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DFJAYstIthy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DFNhh-4iIFWi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/01/25
3	https://www.instagram.com/reel/DGECmQNIJ66/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/02/25
4	https://www.instagram.com/reel/DGX5136IByS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/02/05
5	https://www.instagram.com/p/DGm9jU9TPPJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25

6	https://www.instagram.com/reel/DGvIZDDI0se/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/03/25
7	https://www.instagram.com/reel/DHY9w6joshD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/03/25
8	https://www.instagram.com/reel/DH3mp-sIv3E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	31/03/25
9	https://www.instagram.com/reel/DH-1evrIctS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/04/25
10	https://www.instagram.com/reel/DIJwsKaox0m/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/04/25
11	https://www.instagram.com/reel/DIRnc9SIxfv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/04/25
12	https://www.instagram.com/reel/DIURvnfoQG9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/04/25
13	https://www.instagram.com/p/DJEen9BuJpu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	30/04/25
14	https://www.instagram.com/reel/DJWRvwbIe7Z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/05/25
15	https://www.instagram.com/reel/DJYia9-IDFS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	08/05/25
16	https://www.instagram.com/reel/DJmcea-o2Bm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/05/25
17	https://www.instagram.com/p/DJopVQtiJ8-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	14/05/25
18	https://www.instagram.com/reel/DJt7_2FIkF8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	16/05/25
19	https://www.instagram.com/reel/DJ12i-yIS6k/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/05/25
20	https://www.instagram.com/reel/DJ3wxXhoViQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/05/25
21	https://www.instagram.com/reel/DJ7W4x4oW-a/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	21/05/25
22	https://www.instagram.com/reel/DJ_0xSwIyIQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	23/05/25
23	https://www.instagram.com/p/DKbuRFno6yY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/06/25
24	https://www.instagram.com/reel/DKjn8jZIoVI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/06/25
25	https://www.instagram.com/reel/DKt5phlo5qe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/06/25
26	https://www.instagram.com/reel/DLAIplNoIpX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/06/25
27	https://www.instagram.com/reel/DLIbGfUowxq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/06/25
28	https://www.instagram.com/reel/DLPZIM1IGse/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	23/06/25

Tabella D10 – Paola Turani NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
--------------------	-------------	------

1	https://www.instagram.com/p/DESLX3Yo-F0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	01/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DEX9AWrowLv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/01/25
3	https://www.instagram.com/reel/DEfWC2Hoinf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DEnf6BEIGKY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	09/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DEsWYC6I_1D/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DEvPX3UIVMQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	12/01/25
7	https://www.instagram.com/reel/DE-kf0DozoS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	18/01/25
8	https://www.instagram.com/reel/DFLfrSCoNDX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	23/01/25
9	https://www.instagram.com/reel/DFS9JP7IqRq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	26/01/25
10	https://www.instagram.com/reel/DFVmqQro3e1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/01/25
11	https://www.instagram.com/p/DFYUYj9o4nJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/01/25
12	https://www.instagram.com/p/DFbFhb9IKE5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	29/01/25
13	https://www.instagram.com/reel/DFhzvFHIct/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	01/02/25
14	https://www.instagram.com/reel/DFnt8AQo57s/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/02/25
15	https://www.instagram.com/reel/DFqVcACoJY-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/02/25
16	https://www.instagram.com/reel/DFu2qKsMmnl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/02/25
17	https://www.instagram.com/p/DFx6LVEIDmv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/02/25
18	https://www.instagram.com/reel/DFzoRoDo3Rb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	08/02/25
19	https://www.instagram.com/p/DF-xAy-IAAQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	12/02/25
20	https://www.instagram.com/p/DGBa4GUISIz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/02/25
21	https://www.instagram.com/reel/DGGo3lOgxB5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	14/02/25
22	https://www.instagram.com/reel/DGOKXOyICSt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	18/02/25
23	https://www.instagram.com/p/DGTbgzIoN72/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/02/25
24	https://www.instagram.com/reel/DGWGLxllc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	21/02/25
25	https://www.instagram.com/reel/DGFpW25Txny/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	25/02/25

26	https://www.instagram.com/reel/DGhq83OTMrx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/02/25
27	https://www.instagram.com/p/DGiuodbjUhY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/02/25
28	https://www.instagram.com/p/DG1CVx5zV_t/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/02/25
29	https://www.instagram.com/reel/DGp4WeqIYTE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/03/25
30	https://www.instagram.com/reel/DGsZmmWIalW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/03/25
31	https://www.instagram.com/reel/DGyXeYnt6kF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/03/25
32	https://www.instagram.com/p/DG22rOPq5lu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/03/25
33	https://www.instagram.com/reel/DG5vIUloFM-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/03/25
34	https://www.instagram.com/reel/DG8eVEBoS6-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/03/25
35	https://www.instagram.com/p/DG-cudmIDmA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/03/25
36	https://www.instagram.com/p/DHAuV63tQZs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/03/25
37	https://www.instagram.com/reel/DHJX1NXIXSN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/03/25
38	https://www.instagram.com/reel/DHTxsLuoPCs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/03/25
39	https://www.instagram.com/reel/DHc_1FmoEdh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/03/25
40	https://www.instagram.com/p/DHeL54GINrg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/03/25
41	https://www.instagram.com/p/DHgbFatIwVs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/03/25
42	https://www.instagram.com/p/DHq9Wqgoa3X/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/03/25
43	https://www.instagram.com/p/DH2r6KzIUhz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/03/25
44	https://www.instagram.com/p/DH5kGy6orlv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/04/25
45	https://www.instagram.com/p/DH6o7ZyIu21/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/04/25
46	https://www.instagram.com/reel/DH8Or-boZ66/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/04/25
47	https://www.instagram.com/p/DIB-hFDoJjE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/04/25
48	https://www.instagram.com/reel/DID0tEHIa7T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/04/25
49	https://www.instagram.com/p/DIHYGZuo0Fv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/04/25
50	https://www.instagram.com/reel/DIN3YdVIWOP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/04/25

51	https://www.instagram.com/reel/DIZSv6WoFcQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/04/25
52	https://www.instagram.com/reel/DIbqZi6oD2q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/04/25
53	https://www.instagram.com/p/DIduuU0IoZX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/04/25
54	https://www.instagram.com/reel/DIEi3sOIScH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/04/25
55	https://www.instagram.com/reel/DIHc56coqvT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/04/25
56	https://www.instagram.com/reel/DIi3DXMI_AJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/04/25
57	https://www.instagram.com/p/DImRa4HPgKA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/04/25
58	https://www.instagram.com/p/DIrdnZivrCd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/04/25
59	https://www.instagram.com/p/DIuI4TkvyQp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/04/25
60	https://www.instagram.com/p/DIzCqiLP62V/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/04/25
61	https://www.instagram.com/reel/DI6Z3X8TVV0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/04/25
62	https://www.instagram.com/p/DI9NBrHuGRI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/04/25
63	https://www.instagram.com/reel/DJCmpS2vWwm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/04/25
64	https://www.instagram.com/p/DJHIODITb8X/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/05/25
65	https://www.instagram.com/reel/DJjf8H7OSdl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/05/25
66	https://www.instagram.com/p/DJKnVjEvv9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/05/25
67	https://www.instagram.com/reel/DJOjPKGI5zr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/05/25
68	https://www.instagram.com/reel/DJbDLVSIF-J/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/05/25
69	https://www.instagram.com/reel/DJcbCSSITpw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/05/25
70	https://www.instagram.com/p/DJe79ovIof2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/05/25
71	https://www.instagram.com/p/DJgyVLQI-3T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/05/25
72	https://www.instagram.com/p/DJrHOotINGX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/05/25
73	https://www.instagram.com/p/DJzpgkroE8b/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/05/25
74	https://www.instagram.com/p/DKOiV4vI3be/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/05/25
75	https://www.instagram.com/reel/DKfV0SjoANK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/06/25

76	https://www.instagram.com/reel/DKypUXUoiYs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/06/25
77	https://www.instagram.com/p/DKz7z60Ipq8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/06/25
78	https://www.instagram.com/p/DK2UpjvosNe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/06/25
79	https://www.instagram.com/reel/DK3-RpEoeOR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/06/25
80	https://www.instagram.com/p/DK6lkaDo6Ck/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/06/25
81	https://www.instagram.com/p/DK-TL2Noh2j/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/06/25
82	https://www.instagram.com/p/DLDUblKIUHU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/06/25
83	https://www.instagram.com/reel/DLE-CPToZXp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/06/25
84	https://www.instagram.com/p/DLK9uBQoiAp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/06/25
85	https://www.instagram.com/p/DLNh0VKI68E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/06/25
86	https://www.instagram.com/p/DLR5IQYoJ2a/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/06/25
87	https://www.instagram.com/reel/DLZuNciN67d/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/06/25
88	https://www.instagram.com/reel/DLcPCsYoBoE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/06/25

Tabella D11 – Ludovica Ragazzo ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DFBWki8ON2-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DFN7hkBOIQf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DFTaWiMunuQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/01/25
4	https://www.instagram.com/reel/DFV1gvMt2ZB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DFXoIHztIzp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DFYVrNhOupZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DFdbceHOfe_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/01/25
8	https://www.instagram.com/p/DFfVhgcs814/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/01/25
9	https://www.instagram.com/p/DFqH6IFM4Q5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/02/25
10	https://www.instagram.com/p/DFs88ZAOfJR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/02/25

11	https://www.instagram.com/p/DF_HINEuK9b/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	12/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DGBVYOTMcrO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/02/25
13	https://www.instagram.com/p/DGLkdR_M6J2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/02/25
14	https://www.instagram.com/p/DGnHOz6shtD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/02/25
15	https://www.instagram.com/reel/DGqzv3NO5Vq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	01/03/25
16	https://www.instagram.com/p/DGs2O0DMRZR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	02/03/25
17	https://www.instagram.com/p/DGthnE7OFIF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	02/03/25
18	https://www.instagram.com/p/DGwFUMTuYhQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/03/25
19	https://www.instagram.com/reel/DG0KAU2MLiB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DG3sAjnuFQx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/03/25
21	https://www.instagram.com/p/DG_RmHKMU3M/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	09/03/25
22	https://www.instagram.com/p/DHDWIQU-SMq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/03/25
23	https://www.instagram.com/p/DHDx9tlMBZ7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/03/25
24	https://www.instagram.com/reel/DHG3pXYMUO1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	12/03/25
25	https://www.instagram.com/reel/DHbKMozMwAj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/03/25
26	https://www.instagram.com/p/DHb5pQoMzHl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/03/25
27	https://www.instagram.com/p/DHf94jJs0XD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	22/03/25
28	https://www.instagram.com/reel/DHiurZxMP-R/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	23/03/25
29	https://www.instagram.com/reel/DHmDhwfOKW8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	24/03/25
30	https://www.instagram.com/reel/DHrOAOTOGnS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	26/03/25
31	https://www.instagram.com/reel/DHvodoBsIgg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/03/25
32	https://www.instagram.com/reel/DH38_ObM71K/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	31/03/25
33	https://www.instagram.com/reel/DIBfHaNM1C4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/04/25
34	https://www.instagram.com/p/DIMssbmuhSS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	08/04/25
35	https://www.instagram.com/reel/DIPTsGEuhwu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	09/04/25

36	https://www.instagram.com/p/DIRIs71sLI7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/04/25
37	https://www.instagram.com/p/DITrxjnMss7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/04/25
38	https://www.instagram.com/reel/DIV3Bf6s_8a/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	12/04/25
39	https://www.instagram.com/p/DIbZOU1sldI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	14/04/25
40	https://www.instagram.com/reel/DIyjuZcI8YE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	23/04/25
41	https://www.instagram.com/p/DI64rWpsv4s/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	26/04/25
42	https://www.instagram.com/p/DJKHvPctJIU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	02/05/25
43	https://www.instagram.com/p/DJSAMirsigp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/05/25
44	https://www.instagram.com/reel/DJblaHSsvls/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	09/05/25
45	https://www.instagram.com/reel/DJ4viMOMtpS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/05/25
46	https://www.instagram.com/p/DJ9QgHxM_B1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	22/05/25
47	https://www.instagram.com/reel/DKJpMAjsysT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/05/25
48	https://www.instagram.com/reel/DKMr7H5Mxlt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/05/25
49	https://www.instagram.com/p/DKP_fugs_nM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	29/05/25
50	https://www.instagram.com/reel/DKzvVxEo5cD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	12/06/25
51	https://www.instagram.com/reel/DK1qIq3sFu-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/06/25
52	https://www.instagram.com/p/DK-Jwb7MfB-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	16/06/25
53	https://www.instagram.com/p/DLC7JpGo78M/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	18/06/25
54	https://www.instagram.com/reel/DLE0-lKs8wY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/06/25
55	https://www.instagram.com/p/DLK7BBeosoe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	21/06/25
56	https://www.instagram.com/p/DLNxPUYss3K/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	22/06/25
57	https://www.instagram.com/p/DLPzknMIv0P/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	23/06/25
58	https://www.instagram.com/reel/DLakdokssur/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/06/25

Tabella D12 – Ludovica Ragazzo NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
--------------------	-------------	------

1	https://www.instagram.com/p/DESo3z8MWHU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	01/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DEarpVJtPl-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	04/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DExzg5zuTSf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	13/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DE8JkEZOq98/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	17/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DFabNApMU31/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	29/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DFIHlASuDSD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	02/02/25
7	https://www.instagram.com/p/DF3R0HMuc1-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	09/02/25
8	https://www.instagram.com/p/DF5yY-Oucy1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	10/02/25
9	https://www.instagram.com/p/DGOFyHVMUWJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	18/02/25
10	https://www.instagram.com/reel/DGY8dytuH9R/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	22/02/25
11	https://www.instagram.com/p/DGgd79KObbR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	25/02/25
12	https://www.instagram.com/reel/DGi_IuzOEyZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	26/02/25
13	https://www.instagram.com/reel/DGni3gLMqoN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	28/02/25
14	https://www.instagram.com/p/DGyyNVgsB-c/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	05/03/25
15	https://www.instagram.com/reel/DG6LpSJsHY1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	07/03/25
16	https://www.instagram.com/p/DHLt9xeMb53/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	14/03/25
17	https://www.instagram.com/p/DHN6bWasu1h/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	15/03/25
18	https://www.instagram.com/p/DHUHYxWOhHb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	17/03/25
19	https://www.instagram.com/reel/DHdzeq6skh4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	21/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DHyVbz-sFEX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	29/03/25
21	https://www.instagram.com/p/DH-_6BdsGaO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	03/04/25
22	https://www.instagram.com/p/DIHcauFu6VE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	06/04/25
23	https://www.instagram.com/reel/DIKKCljuugN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	07/04/25
24	https://www.instagram.com/p/DIwqayeOGC2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	22/04/25
25	https://www.instagram.com/p/DJCgVIttC4q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	29/04/25

26	https://www.instagram.com/p/DJUaezOMdLX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/05/25
27	https://www.instagram.com/p/DJoo7t0MmqI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/05/25
28	https://www.instagram.com/p/DKCBjroMUg5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/05/25
29	https://www.instagram.com/p/DKFqRkSMI--/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/05/25
30	https://www.instagram.com/reel/DKNSHc8splf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/05/25
31	https://www.instagram.com/p/DKWwbwps6LZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/06/25
32	https://www.instagram.com/p/DKjp7jwMp0c/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/06/25
33	https://www.instagram.com/reel/DLHmIKCsVX_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/06/25
34	https://www.instagram.com/p/DLVRwIcsv4e/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/06/25
35	https://www.instagram.com/p/DLh9coHSwVa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/06/25

Tabella D13 – Valentina Cabassi ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DEmlQtnt0X0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DExin6PtXUP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/01/25
3	https://www.instagram.com/reel/DE4mKhitRrK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/01/25
4	https://www.instagram.com/reel/DFXgFu3NdyQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DFh33q0NKfE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/02/25
6	https://www.instagram.com/p/DFpYc31NLN3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/02/25
7	https://www.instagram.com/reel/DFqGvJNNn0E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/02/25
8	https://www.instagram.com/reel/DF48nibtTgh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/02/25
9	https://www.instagram.com/p/DGISkpANyUN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/02/25
10	https://www.instagram.com/p/DGNv9U_NCMV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/02/25
11	https://www.instagram.com/p/DGVxg0_NinN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/02/25
12	https://www.instagram.com/reel/DGdABdSNLgf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/02/25
13	https://www.instagram.com/p/DGgaAqWtf1o/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/02/25

14	https://www.instagram.com/p/DGIlvZJtLyL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	26/02/25
15	https://www.instagram.com/p/DGIbCiytBJW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/02/25
16	https://www.instagram.com/p/DGm_e0dNxmh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/02/25
17	https://www.instagram.com/p/DGqViSLN2IX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	01/03/25
18	https://www.instagram.com/reel/DG2wvTftxRv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/03/25
19	https://www.instagram.com/reel/DHBh83SNvsB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DHLWXdCNwiq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	14/03/25
21	https://www.instagram.com/reel/DHS6ZSbNizE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/03/25
22	https://www.instagram.com/reel/DHd3RNhNyiF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	21/03/25
23	https://www.instagram.com/p/DHs84GpNaFp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/03/25
24	https://www.instagram.com/p/DH83vSkNi3Y/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	02/04/25
25	https://www.instagram.com/reel/DIBZxXmNoOT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/04/25
26	https://www.instagram.com/reel/DIMQVfYNBeb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	08/04/25
27	https://www.instagram.com/p/DIQsZ8ItHjy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/04/25
28	https://www.instagram.com/reel/DIbGxNoNFw-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	14/04/25
29	https://www.instagram.com/reel/DI_uofgthN5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/04/25
30	https://www.instagram.com/p/DJo9FcKiCsp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	14/05/25
31	https://www.instagram.com/p/DJtxhrt3mx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	16/05/25
32	https://www.instagram.com/reel/DJ1SwvWNxr0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/05/25
33	https://www.instagram.com/p/DJ_hALaNtLP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	23/05/25
34	https://www.instagram.com/reel/DKb6PeSN1AR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/06/25
35	https://www.instagram.com/reel/DKt1pJwTYTM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/06/25
36	https://www.instagram.com/p/DK1NRCoNrlS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/06/25
37	https://www.instagram.com/reel/DLfqh8wtIjL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/06/25

Tabella D14 – Valentina Cabassi NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DEfbT-2tA0I/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DEpl7j-NfbB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/01/05
3	https://www.instagram.com/p/DE2m8dZtlqd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	25/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DFGBGxStuem/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	21/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DFICHp2t3I3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	22/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DFNtpjBNBhk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	24/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DFazIhQtaM5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	29/01/25
8	https://www.instagram.com/p/DFsjivGNIqq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/02/25
9	https://www.instagram.com/reel/DFvOlw-tHI1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/02/25
10	https://www.instagram.com/p/DFxHPPZNP30/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/02/25
11	https://www.instagram.com/reel/DFz8G9MtH2P/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	08/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DF-s14_NfYd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	12/02/25
13	https://www.instagram.com/reel/DGLk59VNOfv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/02/25
14	https://www.instagram.com/p/DGbBVbVNquB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	23/02/25
15	https://www.instagram.com/p/DGsR5HdtleJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	02/03/25
16	https://www.instagram.com/p/DG07g8GtWcE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/03/25
17	https://www.instagram.com/p/DG5Y_DhN6pI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/03/25
18	https://www.instagram.com/p/DG-XzsnNKe_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	09/03/25
19	https://www.instagram.com/p/DHJU3AQNUch/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DHY6cmINMg5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/03/25
21	https://www.instagram.com/p/DHf0DmXtFiz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	22/03/25
22	https://www.instagram.com/p/DHwFN5SNNaA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/03/25
23	https://www.instagram.com/p/DH3LcSMtKdv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	31/03/25

24	https://www.instagram.com/p/DH_bBVwtNgK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	03/04/25
25	https://www.instagram.com/p/DID6s7jtIay/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	05/04/25
26	https://www.instagram.com/p/DITjwtuNk4B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	11/04/25
27	https://www.instagram.com/p/DIecyuENe5P/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	15/04/25
28	https://www.instagram.com/p/DImA8uVNI0U/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	18/04/25
29	https://www.instagram.com/reel/DIn1e9ktG8p/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	19/04/25
30	https://www.instagram.com/p/DItHmI6iHoM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	21/04/25
31	https://www.instagram.com/p/DIvtGdlt_rQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	22/04/25
32	https://www.instagram.com/p/DIyLUoBtuzW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	23/04/25
33	https://www.instagram.com/p/DI1oq33tCAn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	24/04/25
34	https://www.instagram.com/p/DI6YYvICqi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	26/04/25
35	https://www.instagram.com/p/DI8libytju8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	27/04/25
36	https://www.instagram.com/p/DJBpHM4tbc5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	29/04/25
37	https://www.instagram.com/reel/DJHemg1NksZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	01/05/25
38	https://www.instagram.com/p/DJL2l5ytoEZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	03/05/25
39	https://www.instagram.com/reel/DJXL7EdtRqf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	07/05/25
40	https://www.instagram.com/p/DJd4PhZtKMh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	10/05/25
41	https://www.instagram.com/p/DJjq4xjt1mW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	12/05/25
42	https://www.instagram.com/p/DJycupptQLI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	18/05/25
43	https://www.instagram.com/p/DJ8yE94NRmM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	22/05/25
44	https://www.instagram.com/p/DKMfl2otDDu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	28/05/25
45	https://www.instagram.com/p/DKZwtEwCesy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	02/06/25
46	https://www.instagram.com/p/DKefvmlND3r/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	04/06/25
47	https://www.instagram.com/p/DKmlt0ttXcG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	07/06/25
48	https://www.instagram.com/p/DKrvq6ZtPO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	09/06/25

49	https://www.instagram.com/reel/DKztnKXtQVj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/06/25
50	https://www.instagram.com/p/DK6vVXCNYfw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/06/25
51	https://www.instagram.com/p/DLHmgG5NepA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/06/25
52	https://www.instagram.com/p/DLNf6ZtNuoU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/06/25
53	https://www.instagram.com/p/DLSi-dANmnM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/06/25

Tabella D15 – Eleonora Petrella ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DEiH2ijNExt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DGFsTH0tYrN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/02/25
3	https://www.instagram.com/reel/DGS7j9Rt7kO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/02/25
4	https://www.instagram.com/reel/DGdJwXDtZo3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/02/25
5	https://www.instagram.com/reel/DHlzY3aNaFd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/03/25
6	https://www.instagram.com/reel/DHs-k4ftmK0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/03/25
7	https://www.instagram.com/p/DIO3nyONcMd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/04/25
8	https://www.instagram.com/reel/DIv51nnNUAc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/04/25
9	https://www.instagram.com/reel/DJ1XcJWtZuA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/05/25
10	https://www.instagram.com/reel/DJ6gWt9thth/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/05/25
11	https://www.instagram.com/reel/DKJ-KVGN9BL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/05/25
12	https://www.instagram.com/reel/DKNCUS-oWHg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/05/25
13	https://www.instagram.com/reel/DLPhcknta45/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/06/25
14	https://www.instagram.com/reel/DLZxZQWN5Kg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/06/25
15	https://www.instagram.com/reel/DLhIU76Nwew/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/06/25

Tabella D16 – Eleonora Petrella NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data

1	https://www.instagram.com/reel/DEzx14AtfIq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DHB7TfbWtHAY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/03/25
3	https://www.instagram.com/reel/DHYfbfVN5Lq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/03/25
4	https://www.instagram.com/reel/DIJNq4QtD7L/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/04/25
5	https://www.instagram.com/reel/DId2g2-txG4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/04/25
6	https://www.instagram.com/reel/DJUkhHaNbK1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/05/25
7	https://www.instagram.com/reel/DKh4Rj4tpw5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/06/25
8	https://www.instagram.com/reel/DKt-7G0tPo2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/06/25
9	https://www.instagram.com/p/DK7fPgAtuGl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/06/25

Tabella D17 – Sara Luna Canola ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DFIJYIBND_n/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DFfzke4NRT'h/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DGEIEEnDORy6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/02/25
4	https://www.instagram.com/reel/DGU6FnetOtu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/02/25
5	https://www.instagram.com/reel/DGkdwyut8n2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/02/25
6	https://www.instagram.com/reel/DGn4qiUtuZB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25
7	https://www.instagram.com/reel/DG5Uu'tLN-Bk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/03/25
8	https://www.instagram.com/reel/DHI1xPktz7v/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/03/25
9	https://www.instagram.com/reel/DHaqSJ0t6Gm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/03/25
10	https://www.instagram.com/reel/DHdaHPfNx54/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/03/25
11	https://www.instagram.com/reel/DHk8vd1NfZi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/03/25
12	https://www.instagram.com/p/DHwPWhoNda6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/03/25
13	https://www.instagram.com/reel/DILcIjGNqIZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/04/25
14	https://www.instagram.com/reel/DITPoaPtyzL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/04/25

15	https://www.instagram.com/reel/DIdk5w6t8l2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/04/25
16	https://www.instagram.com/reel/DIgSrXGt6Vl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/04/25
17	https://www.instagram.com/reel/DJJI0xztUtB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/05/25
18	https://www.instagram.com/reel/DJWOIG2N_qi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/05/25
19	https://www.instagram.com/p/DJbUkufNI4-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/05/25
20	https://www.instagram.com/reel/DJtLbVftWFM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/05/25
21	https://www.instagram.com/reel/DJ9YGM2MXPQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/05/25
22	https://www.instagram.com/reel/DKAYzgzXNYaA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/05/25
23	https://www.instagram.com/p/DJ_OdB2NQFD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/05/25
24	https://www.instagram.com/reel/DKB5EmiNXCQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/05/25
25	https://www.instagram.com/reel/DKSE05HMZq6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/05/25
26	https://www.instagram.com/reel/DKTMfSzs5ko/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/05/25
27	https://www.instagram.com/reel/DKewA8yNSNB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/06/25
28	https://www.instagram.com/reel/DKmu6TEt_uT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/06/25
29	https://www.instagram.com/p/DKrRp1htKjn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/06/25
30	https://www.instagram.com/reel/DKzwbBHtt7U/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/06/25
31	https://www.instagram.com/reel/DLCGnSbtkvY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/06/25
32	https://www.instagram.com/reel/DLPTEFnNQaC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/06/25
33	https://www.instagram.com/reel/DLadLxANMoS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/06/25
34	https://www.instagram.com/reel/DLb6ct_tzZ5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/06/25

Tabella D18 – Sara Luna Canola NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DESYpz4trb-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DEpbeF_tKQn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DE5exZlObm1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/01/25

4	https://www.instagram.com/p/DE9wS-RNgsx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	18/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DFDs_fEOxG-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	20/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DFGOED0O2E7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	21/01/25
7	https://www.instagram.com/reel/DFI1jb7uINT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	22/01/25
8	https://www.instagram.com/p/DFKw5EIte-U/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	23/01/25
9	https://www.instagram.com/reel/DFPuAGkun9T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	25/01/25
10	https://www.instagram.com/reel/DFdUBQetJFv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	30/01/25
11	https://www.instagram.com/reel/DFkWzOjO4Jj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	02/02/25
12	https://www.instagram.com/reel/DFsnq0-Nbv0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	05/02/25
13	https://www.instagram.com/reel/DF4_a63NKME/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	10/02/25
14	https://www.instagram.com/reel/DGAcAiaNJPq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	13/02/25
15	https://www.instagram.com/p/DGDkhuatZvI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	14/02/25
16	https://www.instagram.com/reel/DGEBWIHshNc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	14/02/25
17	https://www.instagram.com/reel/DGN_IIvNX9w/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	18/02/25
18	https://www.instagram.com/reel/DHT8hGEum4i/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	17/03/25
19	https://www.instagram.com/reel/DHrFY7otf2w/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	26/03/25
20	https://www.instagram.com/reel/DHt34V5NiqC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	27/03/25
21	https://www.instagram.com/reel/DH2t6kEtACr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	31/03/25
22	https://www.instagram.com/reel/DH_XhPbNRy8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	03/04/25
23	https://www.instagram.com/reel/DIO3YEJtKfi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	09/04/25
24	https://www.instagram.com/reel/DJPK_wStMOx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	04/05/25
25	https://www.instagram.com/reel/DKL54LCMRCG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	28/05/25
26	https://www.instagram.com/reel/DKO5Xk-N1Fk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	29/05/25
27	https://www.instagram.com/reel/DKaDeATNLGd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	02/06/25
28	https://www.instagram.com/p/DKxgnO9t9si/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	11/06/25

29	https://www.instagram.com/reel/DLKow3wtdJO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	21/06/25
----	---	----------

Tabella D19 – Giulia Gaudino ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DEcsK8_CcrY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	05/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DEjzWv4NT76/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	08/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DFKLIv9iJup/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	23/01/25
4	https://www.instagram.com/reel/DFPnHoUi9OE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	25/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DFSQBYviMmN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	26/01/25
6	https://www.instagram.com/reel/DFUxW0OCUAr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	27/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DFpcjDMCSNS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	04/02/25
8	https://www.instagram.com/p/DFr4lF4N9uK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	05/02/25
9	https://www.instagram.com/p/DF5uy0ciT0-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	10/02/25
10	https://www.instagram.com/p/DGAwx5bCTIh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	13/02/25
11	https://www.instagram.com/p/DGiz0fbCNjv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	26/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DGp1MBeCV3t/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	01/03/25
13	https://www.instagram.com/reel/DG0ToRRCy-G/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	05/03/25
14	https://www.instagram.com/reel/DHA0y0bi1JW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	10/03/25
15	https://www.instagram.com/reel/DHDXTiuCCAy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	11/03/25
16	https://www.instagram.com/p/DHGRT8-iwx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	12/03/25
17	https://www.instagram.com/reel/DHVVcdFi2Kr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	18/03/25
18	https://www.instagram.com/reel/DHqOfnNf1Z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	26/03/25
19	https://www.instagram.com/p/DHsZ722iwRJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	27/03/25
20	https://www.instagram.com/reel/DIBAEjZiD4o/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	04/04/25
21	https://www.instagram.com/reel/DIMKvaHCbnN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	08/04/25
22	https://www.instagram.com/p/DIN8ovDCVzo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	09/04/25

23	https://www.instagram.com/reel/DIQhe_tC5gS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	10/04/25
24	https://www.instagram.com/p/DIT1NDZiD7w/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	11/04/25
25	https://www.instagram.com/p/DIV4BVeIE0N/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	12/04/25
26	https://www.instagram.com/reel/DIYWNE0itGu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	13/04/25
27	https://www.instagram.com/p/DIdZ4gLi2eV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	15/04/25
28	https://www.instagram.com/p/DIf_5w-CjNa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	16/04/25
29	https://www.instagram.com/reel/DIjBiUKiCHT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	17/04/25
30	https://www.instagram.com/p/DIt7vNOCVxf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	21/04/25
31	https://www.instagram.com/reel/DIvyq3mC8_t/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	22/04/25
32	https://www.instagram.com/reel/DI6LfLoi8-2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	26/04/25
33	https://www.instagram.com/p/DJG3pRPzKen/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	01/05/25
34	https://www.instagram.com/p/DJOPFnETxjz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	04/05/25
35	https://www.instagram.com/reel/DJQ0XnLzenm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	05/05/25
36	https://www.instagram.com/reel/DJT8VHnCZDK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	06/05/25
37	https://www.instagram.com/p/DJVuGqHCf0x/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	07/05/25
38	https://www.instagram.com/reel/DJWQyrdiwbh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	07/05/25
39	https://www.instagram.com/p/DJZhUj4CXZd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	08/05/25
40	https://www.instagram.com/reel/DJtZLxmCrDg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	16/05/25
41	https://www.instagram.com/reel/DJv9bH3iR9H/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	17/05/25
42	https://www.instagram.com/reel/DJ89V2wiVwj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	22/05/25
43	https://www.instagram.com/reel/DKB_gA3C8pc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	24/05/25
44	https://www.instagram.com/reel/DKJ0x1riaSA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	27/05/25
45	https://www.instagram.com/p/DKNVS63ioy0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	28/05/25
46	https://www.instagram.com/reel/DKPAzhRCsMj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	29/05/25
47	https://www.instagram.com/reel/DKSLuawCBGN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	30/05/25

48	https://www.instagram.com/reel/DKe6f0ViHVa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/06/25
49	https://www.instagram.com/p/DKluQa2CfZL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/06/25
50	https://www.instagram.com/reel/DKrF8guiB8t/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/06/25
51	https://www.instagram.com/p/DKwYYaPC-dJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/06/25
52	https://www.instagram.com/p/DK19wnMiCdG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/06/25
53	https://www.instagram.com/reel/DLCVLnNipDr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/06/25
54	https://www.instagram.com/p/DLIGKJ8C9Lh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/06/25
55	https://www.instagram.com/reel/DLP9k3TCK44/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/06/25
56	https://www.instagram.com/p/DLZXV8BCKBR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/06/25
57	https://www.instagram.com/reel/DLeoLxGCKmK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/06/25

Tabella D20 – Giulia Gaudino NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DER9oVKidqL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DEFzCNWC9Qf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DEiFCWpN0wi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DE3AuLRiqv4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/01/25
5	https://www.instagram.com/reel/DE5qf_NirSr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/01/25
6	https://www.instagram.com/reel/DFNlnlYimYo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DFXmXC1iyiA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/01/25
8	https://www.instagram.com/p/DFfykw_CX6g/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/01/25
9	https://www.instagram.com/p/DFka9gDC6X3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/02/25
10	https://www.instagram.com/reel/DGDyIeVC66T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/02/25
11	https://www.instagram.com/p/DGI8ckwiuF1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DGNefk9idhh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/02/25
13	https://www.instagram.com/p/DGTNO7BizJo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/02/25

14	https://www.instagram.com/reel/DGVg3m1Cufy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/02/25
15	https://www.instagram.com/p/DGahuxOiNsD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/02/25
16	https://www.instagram.com/p/DGksh4biRp5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/02/25
17	https://www.instagram.com/p/DGnzZoQCRdz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25
18	https://www.instagram.com/p/DGsOorMCcnf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/03/25
19	https://www.instagram.com/p/DGvmIzwicWz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DG-7yHTCjn0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/03/25
21	https://www.instagram.com/p/DHbEyE0CbO0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/03/25
22	https://www.instagram.com/reel/DHdTn4PC2_b/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/03/25
23	https://www.instagram.com/reel/DHIIx1Zi-Fq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/03/25
24	https://www.instagram.com/p/DH82d4WiIVm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/04/25
25	https://www.instagram.com/p/DIb0orzCdiv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/04/25
26	https://www.instagram.com/p/DIoLrqxiZFY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/04/25
27	https://www.instagram.com/p/DIrjyL7C6wP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/04/25
28	https://www.instagram.com/reel/DIy1Pw2ijtB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/04/25
29	https://www.instagram.com/p/DI3kPwfCOIE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/04/25
30	https://www.instagram.com/reel/DJJJ3vT'Tw8s/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/05/25
31	https://www.instagram.com/p/DJLlHxFzAN9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/05/25
32	https://www.instagram.com/p/DJbVsjlC-7u/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/05/25
33	https://www.instagram.com/p/DJkH_0PC5gV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/05/25
34	https://www.instagram.com/p/DJrsw61CYlj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/05/25
35	https://www.instagram.com/p/DKXGIANC7xE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/06/25
36	https://www.instagram.com/p/DKhfXMICixA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/06/25
37	https://www.instagram.com/p/DKkO5DHslhv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/06/25
38	https://www.instagram.com/p/DKzKK59NZ8S/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/06/25

39	https://www.instagram.com/reel/DK67ZDpicWC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/06/25
40	https://www.instagram.com/p/DLS9SszCR-X/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/06/25
41	https://www.instagram.com/p/DLVV9-YCGr6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/06/25

Tabella D21 – Giulia Torelli ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DEfmwkitQ7W/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DEzG7ZhNCjm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/01/25
3	https://www.instagram.com/reel/DF96TqqNAgW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/02/25
4	https://www.instagram.com/p/DGVh-uGNcaX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/02/25
5	https://www.instagram.com/reel/DG6rfLStc6l/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/03/25
6	https://www.instagram.com/reel/DHDwPoqNWuI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/03/25
7	https://www.instagram.com/reel/DHIUsifNhVJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/03/25
8	https://www.instagram.com/p/DIG5ZKKtDQc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/04/25
9	https://www.instagram.com/reel/DIRhVY1t2MU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/04/25
10	https://www.instagram.com/reel/DIITmcdNqQV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/04/25
11	https://www.instagram.com/reel/DKHa6M4shRR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/05/25
12	https://www.instagram.com/reel/DKb-UQIMpMY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/06/25
13	https://www.instagram.com/reel/DLExfvio5Lc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/06/25

Tabella D22 – Giulia Torelli NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DESvouBtohu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DEpfbBjtofx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/01/25
3	https://www.instagram.com/reel/DE2AXVFNFtB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/01/25

4	https://www.instagram.com/reel/DFFoUJItCqm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/01/25
5	https://www.instagram.com/reel/DFIFFoVN4Ib/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/01/25
6	https://www.instagram.com/reel/DFKPVbbtos9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/01/25
7	https://www.instagram.com/reel/DFznU0ctQyR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/02/25
8	https://www.instagram.com/reel/DF8psXDzO3p/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/02/25
9	https://www.instagram.com/reel/DGf78oQNvxk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/02/25
10	https://www.instagram.com/p/DGiBWK3tyhp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/02/25
11	https://www.instagram.com/p/DGk3YWUN5nt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DGnIrF1ND25/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25
13	https://www.instagram.com/p/DGqB5lrtWoQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/03/25
14	https://www.instagram.com/p/DGvbdeYtfoL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/03/25
15	https://www.instagram.com/reel/DGyKyTAssnc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/03/25
16	https://www.instagram.com/reel/DHBx4GvtZ7k/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/03/25
17	https://www.instagram.com/reel/DHEDSGJt9Xk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/03/25
18	https://www.instagram.com/p/DHLYZCPtWtv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/03/25
19	https://www.instagram.com/reel/DHWU66fCYRb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DHbftc6NGMA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/03/25
21	https://www.instagram.com/reel/DHn6xHxNAeo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/03/25
22	https://www.instagram.com/reel/DHp4wrzNxBN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/03/25
23	https://www.instagram.com/p/DHtLWPnNTHR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/03/25
24	https://www.instagram.com/p/DHyFzkTtDJO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/03/25
25	https://www.instagram.com/p/DH0eSuhNrpp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/03/25
26	https://www.instagram.com/p/DH31eZMtEmO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/03/25
27	https://www.instagram.com/p/DH52o78NHsT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/04/25
28	https://www.instagram.com/reel/DH6ZkCqN1CE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/04/25

29	https://www.instagram.com/reel/DH718LdMFt6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/04/25
30	https://www.instagram.com/reel/DILejv4tLgM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/04/25
31	https://www.instagram.com/p/DITiEW6N4rD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/04/25
32	https://www.instagram.com/reel/DIUAudQNw_s/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/04/25
33	https://www.instagram.com/reel/DIbRG6BNdZ-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/04/25
34	https://www.instagram.com/reel/DId7VMYNzE4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/04/25
35	https://www.instagram.com/reel/DIGACY_h5hU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/04/25
36	https://www.instagram.com/p/DIiv8uvN1F6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/04/25
37	https://www.instagram.com/reel/DIiyaKFCZiq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/04/25
38	https://www.instagram.com/reel/DIwY547tgoo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/04/25
39	https://www.instagram.com/reel/DJCDmBfNz7n/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/04/25
40	https://www.instagram.com/reel/DJD8Hg0ieIA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/04/25
41	https://www.instagram.com/p/DJHdQtMwQP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/05/25
42	https://www.instagram.com/p/DJMqsGMVFD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/05/25
43	https://www.instagram.com/p/DJRTaBOMx9Y/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/05/25
44	https://www.instagram.com/reel/DJUYO-GsQhB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/05/25
45	https://www.instagram.com/reel/DJWErT8NAIA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/05/25
46	https://www.instagram.com/p/DJZYmHUM1VC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/05/25
47	https://www.instagram.com/p/DJeqWqmM4qz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/05/25
48	https://www.instagram.com/p/DJhlHxPNAoH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/05/25
49	https://www.instagram.com/reel/DJmYSxBNSNn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/05/25
50	https://www.instagram.com/reel/DJn_PU0tjjM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/05/25
51	https://www.instagram.com/p/DJq9GbICW8w/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/05/25
52	https://www.instagram.com/reel/DJ4gkmBCYQW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/05/25
53	https://www.instagram.com/p/DJ6jWHLiNrk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/05/25

54	https://www.instagram.com/p/DJ_CHbUssy4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	23/05/25
55	https://www.instagram.com/reel/DKKbaF8tQ3E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	27/05/25
56	https://www.instagram.com/reel/DKcgziGsSec/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	03/06/25
57	https://www.instagram.com/p/DKfvL0CtERo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	04/06/25
58	https://www.instagram.com/p/DKhcSngNM1R/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	05/06/25
59	https://www.instagram.com/p/DKnQeOktfZh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	07/06/25
60	https://www.instagram.com/p/DKo2sGlt_0F/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	08/06/25
61	https://www.instagram.com/p/DKuEckDtW9J/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	10/06/25
62	https://www.instagram.com/reel/DKufFuZtwup/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	10/06/25
63	https://www.instagram.com/reel/DK2SojAN-yP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	13/06/25
64	https://www.instagram.com/p/DK_s5V3NEiM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	17/06/25
65	https://www.instagram.com/reel/DLAgnu3Nf0W/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	16/06/25
66	https://www.instagram.com/p/DLIQ669NetD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	20/06/25
67	https://www.instagram.com/p/DLOtNyrCozz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	23/06/25
68	https://www.instagram.com/p/DLR61OBNU_P/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	24/06/25
69	https://www.instagram.com/reel/DLSi1G8NenV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	14/06/25
70	https://www.instagram.com/p/DLVE_NENSMK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	25/06/25
71	https://www.instagram.com/p/DLZacnwNRIN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	27/06/25
72	https://www.instagram.com/p/DLfbq9Ytk13/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	29/06/25
73	https://www.instagram.com/p/DLhcQZWtU0s/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	30/06/25

Tabella D23 – Sophia Salaroli Caniaux ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DFBCYQGOISb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	19/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DFDqrKquBVf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	20/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DFGMBv4IugI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	21/01/25

4	https://www.instagram.com/p/DFHrFOdiAW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	22/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DFYa7TrOzeA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	28/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DFXjILxox0e/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	28/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DFaRsTeioA5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	29/01/25
8	https://www.instagram.com/reel/DGC30WQszkc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	14/02/25
9	https://www.instagram.com/p/DGLEgEUiwAJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	17/02/25
10	https://www.instagram.com/reel/DGQwqoyCotw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	19/02/25
11	https://www.instagram.com/p/DGx22L_ijqQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	04/03/25
12	https://www.instagram.com/p/DG0z5nfiggg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	05/03/25
13	https://www.instagram.com/p/DHEiNgXujAV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	11/03/25
14	https://www.instagram.com/p/DHYau4eif-8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	19/03/25
15	https://www.instagram.com/p/DHglw_uCIxt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	22/03/25
16	https://www.instagram.com/p/DHoefW5CsuP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	25/03/25
17	https://www.instagram.com/p/DIBLwewCr5L/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	04/04/25
18	https://www.instagram.com/p/DIikdQrCER_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	07/04/25
19	https://www.instagram.com/reel/DIRmFdQCREL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	10/04/25
20	https://www.instagram.com/p/DIwgXr6CKIa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	22/04/25
21	https://www.instagram.com/p/DJEcUdPo0Wj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	30/04/25
22	https://www.instagram.com/p/DJKBoTTCi5e/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	02/05/25
23	https://www.instagram.com/reel/DJMD4gQCAff/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	03/05/25
24	https://www.instagram.com/p/DJUfPPiC9al/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	06/05/25
25	https://www.instagram.com/p/DJ9DI-NiP9T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	22/05/25
26	https://www.instagram.com/reel/DKCUhejCUyP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	24/05/25
27	https://www.instagram.com/reel/DKHylQysWoY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	26/05/25
28	https://www.instagram.com/p/DKR0LqgCVtK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==	30/05/25

29	https://www.instagram.com/p/DKT18JQCE2F/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/05/25
30	https://www.instagram.com/p/DKkmJFjA3gs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/06/25
31	https://www.instagram.com/p/DKrmAU7IL02/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/06/25
32	https://www.instagram.com/p/DKxK6_eCAq5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/06/25
33	https://www.instagram.com/reel/DLCzWI6CC8d/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/06/25
34	https://www.instagram.com/p/DLH2AIuC1ad/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/06/25
35	https://www.instagram.com/p/DLNOLjoiFUF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/06/25
36	https://www.instagram.com/p/DLW9wIvC_nZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/06/25

Tabella D24 – Sophia Salaroli Caniaux NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DEcFwOtoe_u/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DEelJshIlxu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DEulC12iFwF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DExUboximMP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DGYdzMhCV3-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/02/25
6	https://www.instagram.com/p/DGi6pwAOk5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/02/25
7	https://www.instagram.com/p/DGnNypqi-OD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25
8	https://www.instagram.com/p/DGpjj5i4IZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/03/25
9	https://www.instagram.com/p/DGqOoB2CoFz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/03/25
10	https://www.instagram.com/p/DG5SqKlCWld/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/03/25
11	https://www.instagram.com/p/DHD8sJVCrFq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/03/25
12	https://www.instagram.com/p/DHdptVGCnEi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/03/25
13	https://www.instagram.com/p/DHi8gPuCayu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/03/25
14	https://www.instagram.com/reel/DHqXfzhiDNs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/03/25
15	https://www.instagram.com/p/DHtMsm8CAj6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/03/25

16	https://www.instagram.com/p/DH3RlmHiHuV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/03/25
17	https://www.instagram.com/p/DH50mQaiU2p/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/04/25
18	https://www.instagram.com/p/DH9Rcf3uo-Z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/04/25
19	https://www.instagram.com/p/DILezbhs6oI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/04/25
20	https://www.instagram.com/reel/DIYp8Y0AWQy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/04/25
21	https://www.instagram.com/p/DIx8BLViXUp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/04/25
22	https://www.instagram.com/p/DI0lxlCi3K/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/04/25
23	https://www.instagram.com/p/DI6SQA4Iyii/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/04/25
24	https://www.instagram.com/p/DJPSUx6INNu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/05/25
25	https://www.instagram.com/p/DJcjAzaOaf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/05/25
26	https://www.instagram.com/p/DJm3tenOyXt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/05/25
27	https://www.instagram.com/reel/DJ1eE07iyf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/05/25
28	https://www.instagram.com/reel/DJ_WA_MieDZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/05/25
29	https://www.instagram.com/p/DKCQa62iSsV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/05/25
30	https://www.instagram.com/p/DKE7ibuiYzY/?utm_source=ig_web_copy_link	25/05/25
31	https://www.instagram.com/p/DKb8sZ9C0yi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/06/25
32	https://www.instagram.com/p/DKuvqozi_gL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/06/25
33	https://www.instagram.com/p/DK_fqqZCEwO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/06/25
34	https://www.instagram.com/reel/DLJ_MMYiBGq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/06/25
35	https://www.instagram.com/reel/DLfdAOcJTv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/06/25

Tabella D25 – Alessia Colonna ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DFaJ2Iro0n4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DFdc0IYoFMq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/01/25
3	https://www.instagram.com/reel/DFfVPwLoY_5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/01/25

4	https://www.instagram.com/reel/DFpKmKqoyf_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/02/25
5	https://www.instagram.com/reel/DFs5MZ2I6T3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/02/25
6	https://www.instagram.com/reel/DF58FqqIOAB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/02/25
7	https://www.instagram.com/p/DGiQGipIN8T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/02/25
8	https://www.instagram.com/reel/DGIXiDUo_Gx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/02/25
9	https://www.instagram.com/reel/DGyYehwoH3n/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/03/25
10	https://www.instagram.com/reel/DG3aHfHit9y/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/03/25
11	https://www.instagram.com/reel/DG6FfKyIJ8K/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/03/25
12	https://www.instagram.com/reel/DHERM-EohM_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/03/25
13	https://www.instagram.com/reel/DHIIngnOIHSx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/03/25
14	https://www.instagram.com/reel/DHZFcNHoTdz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/03/25
15	https://www.instagram.com/reel/DH8R5dxIRuB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/04/25
16	https://www.instagram.com/reel/DID__EZIqBG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/04/25
17	https://www.instagram.com/reel/DIJqO0zI5gE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/04/25
18	https://www.instagram.com/reel/DJR2MyiI2oh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/05/25
19	https://www.instagram.com/p/DJrlKGGQoIVQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/05/25
20	https://www.instagram.com/reel/DJ4g0FuoCiO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/05/25
21	https://www.instagram.com/reel/DKMZSG6IaVs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/05/25
22	https://www.instagram.com/reel/DKPG9rGIHlk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/05/25
23	https://www.instagram.com/reel/DKjpt7ThIA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/06/25
24	https://www.instagram.com/reel/DKt1OiJoL3L/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/06/25
25	https://www.instagram.com/reel/DK1p5RiobhQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/06/25
26	https://www.instagram.com/reel/DLU1AqjoIgM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/06/25
27	https://www.instagram.com/reel/DLX2dwyIjjw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/06/25

Tabella D26 – Alessia Colonna NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DE4qs6oIAQ_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DFD3aaEok29/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/01/25
3	https://www.instagram.com/reel/DFGOGcpI6ha/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DFN7hzPohXF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DF1bMNC091F/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/02/25
6	https://www.instagram.com/reel/DFnI_aLoKIh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/02/25
7	https://www.instagram.com/reel/DGAzwFioBMi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/02/25
8	https://www.instagram.com/reel/DGGXGZdo7RR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/02/25
9	https://www.instagram.com/reel/DGIbbQcINaW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/02/25
10	https://www.instagram.com/reel/DGL8jISIDqJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/02/25
11	https://www.instagram.com/reel/DG07nP6o_1w/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/03/25
12	https://www.instagram.com/reel/DHBG1X0IXb5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/03/25
13	https://www.instagram.com/reel/DHLXH-noGFO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/03/25
14	https://www.instagram.com/p/DHRfRkXIwKu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/03/25
15	https://www.instagram.com/reel/DHtowqro8mk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/03/25
16	https://www.instagram.com/p/DH_ovoZIzSs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/04/25
17	https://www.instagram.com/reel/DILpEGSogcP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/04/25
18	https://www.instagram.com/reel/DIMnMj1IKW4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/04/25
19	https://www.instagram.com/reel/DIRfBCbI41z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/04/25
20	https://www.instagram.com/p/DIUUpGwIO1m/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/04/25
21	https://www.instagram.com/p/DIcEIUwoIl2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/04/25
22	https://www.instagram.com/reel/DIVxJNNIx8Z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/04/25
23	https://www.instagram.com/reel/DI6fNDroKZJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/04/25
24	https://www.instagram.com/reel/DJWURR6IeE-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/05/25

25	https://www.instagram.com/reel/DJkJfVkovsz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/05/25
26	https://www.instagram.com/p/DJzhoRcovdg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/05/25
27	https://www.instagram.com/p/DKsTeiAIQo7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/06/25
28	https://www.instagram.com/p/DK6rplQoWA7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/06/25

Tabella D27 – Alice De Togni ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DE4Q9heIr21/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DGdD1HyoY_t/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/02/25
3	https://www.instagram.com/reel/DG75dzdseIG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/03/25
4	https://www.instagram.com/reel/DHlEPSFs7YT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/03/25
5	https://www.instagram.com/reel/DH3yfKdo3oq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/03/25
6	https://www.instagram.com/p/DH387p0MJ4K/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/03/25
7	https://www.instagram.com/p/DH9HyVVI6oC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/04/25
8	https://www.instagram.com/p/DIduKxwof3R/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/04/25
9	https://www.instagram.com/reel/DIhCsCXIHcp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/04/25
10	https://www.instagram.com/p/DIIUPy8oz7Q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/04/25
11	https://www.instagram.com/reel/DInudJQoorm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/04/25
12	https://www.instagram.com/p/DIwlXpBIoFs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/04/25
13	https://www.instagram.com/p/DIzMPt7IcT4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/04/25
14	https://www.instagram.com/reel/DI09rZnIKbY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/04/25
15	https://www.instagram.com/reel/DJCmeROoViZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/04/25
16	https://www.instagram.com/reel/DJd5ol-Loes/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/05/25
17	https://www.instagram.com/p/DJjzs83ou69/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/05/25
18	https://www.instagram.com/reel/DJlwDnyopO3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/05/25
19	https://www.instagram.com/p/DJry9GXInM_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/05/25

20	https://www.instagram.com/p/DJ6ZyfxoUDy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/05/25
21	https://www.instagram.com/p/DJ7PoKoo7W8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/05/25
22	https://www.instagram.com/reel/DKKm2NmIFtZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/05/25
23	https://www.instagram.com/p/DKSGVQ5o4KV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/05/25
24	https://www.instagram.com/reel/DKVGPRzoVln/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/05/25
25	https://www.instagram.com/reel/DKb-laeIhV7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/06/25
26	https://www.instagram.com/p/DKfb4T6IOps/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/06/25
27	https://www.instagram.com/p/DKpWvi7TN_5t/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/06/25
28	https://www.instagram.com/reel/DKrGhGzIMqs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/06/25
29	https://www.instagram.com/p/DLEvzd1I66W/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/06/25
30	https://www.instagram.com/p/DLSkcGkIap1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/06/25
31	https://www.instagram.com/reel/DLiFUa-opDp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/06/25

Tabella D28 – Alice De Togni NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DEYcmVHos3T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DEdKhdJIyg4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DFAZ6PSo8ez/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DFKsYz1oYko/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/01/25
5	https://www.instagram.com/reel/DFXqz5kIfS5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DFe_KEIoE9F/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DFqiUVeoyxg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/02/25
8	https://www.instagram.com/p/DFsOvAIoZiE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/02/25
9	https://www.instagram.com/p/DFu1K9GIGtS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/02/25
10	https://www.instagram.com/p/DGP0jqIIwgi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/02/25
11	https://www.instagram.com/reel/DGRASzEIobN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/02/25

12	https://www.instagram.com/p/DGbbyzFIPok/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	23/02/25
13	https://www.instagram.com/p/DGsixXmIN35/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	02/03/25
14	https://www.instagram.com/reel/DGv0gzbo9km/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	03/03/25
15	https://www.instagram.com/p/DG0UyqwIPW-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	05/03/25
16	https://www.instagram.com/p/DG29zGcgBzx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	06/03/25
17	https://www.instagram.com/p/DG5RN4TId3D/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	07/03/25
18	https://www.instagram.com/p/DHVv6U3oCEw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	18/03/25
19	https://www.instagram.com/reel/DHa_x9hoQJZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	20/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DHx_FsilZty/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	29/03/25
21	https://www.instagram.com/p/DIDosQxISIE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	05/04/25
22	https://www.instagram.com/p/DIRtjaYol9Q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	10/04/25
23	https://www.instagram.com/p/DIbIX8gI1nm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	14/04/25
24	https://www.instagram.com/p/DJUvoNZod81/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	06/05/25
25	https://www.instagram.com/p/DJWNzOoo5aM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	07/05/25
26	https://www.instagram.com/reel/DJtunj8s81_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	16/05/25
27	https://www.instagram.com/p/DJzccpCINDU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	18/05/25
28	https://www.instagram.com/p/DJ2Mwp-oXKj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	19/05/25
29	https://www.instagram.com/p/DJ4ucnDIidne/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	20/05/25
30	https://www.instagram.com/p/DKHeQeRoN74/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	26/05/25
31	https://www.instagram.com/p/DKMkXdyoVy_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	28/05/25
32	https://www.instagram.com/p/DKP6_G9oJv1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	29/05/25
33	https://www.instagram.com/p/DKu1DCaI2mo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	10/05/25
34	https://www.instagram.com/reel/DKt8p0zoX69/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	10/06/25
35	https://www.instagram.com/reel/DKxcm1_IXuC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	11/06/25
36	https://www.instagram.com/reel/DK6uLSiohT1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	15/06/25

37	https://www.instagram.com/p/DLCN-7dILCV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	18/06/25
38	https://www.instagram.com/p/DLKEKgro0t2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	21/06/25
39	https://www.instagram.com/reel/DLSM-xmokwe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	24/06/25

Tabella D29 – Giulia Arena ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DE1fjessgDc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	15/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DFPfcXKs7FV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	25/01/25
3	https://www.instagram.com/reel/DFawEF5MShd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	29/01/25
4	https://www.instagram.com/reel/DFpl-GGsYYE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/02/25
5	https://www.instagram.com/reel/DFzaKbqsZFj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	08/02/25
6	https://www.instagram.com/p/DF3NHH9M7WZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	09/02/25
7	https://www.instagram.com/p/DGAWDHqM0gW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/02/25
8	https://www.instagram.com/p/DGFjkcliLxe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	15/02/25
9	https://www.instagram.com/reel/DG21lbRsc9C/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/03/25
10	https://www.instagram.com/reel/DG7kuqaMHCK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	08/03/25
11	https://www.instagram.com/reel/DHI5rU7iyU_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/03/25
12	https://www.instagram.com/reel/DHVyik7ifk5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	18/03/25
13	https://www.instagram.com/p/DHY7QUtSuHr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/03/25
14	https://www.instagram.com/p/DHbjT3IKeRr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/03/25
15	https://www.instagram.com/p/DHbwGi9shZm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/03/25
16	https://www.instagram.com/p/DHs1Tjjil2L/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/03/25
17	https://www.instagram.com/p/DHk4h0msbOJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	24/03/25
18	https://www.instagram.com/p/DHxn3fRCqqb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	29/03/25
19	https://www.instagram.com/reel/DIA41dXCrs8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/04/25
20	https://www.instagram.com/p/DIOStZhsBc8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	09/04/25

21	https://www.instagram.com/reel/DIQ3tINsnjL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/04/25
22	https://www.instagram.com/p/DIbyHmEK8Lg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	14/04/25
23	https://www.instagram.com/reel/DIfw9GBs9IM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	16/04/25
24	https://www.instagram.com/reel/DI1eyUhiSwo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	24/04/25
25	https://www.instagram.com/reel/DJBQht5M0TL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	29/04/25
26	https://www.instagram.com/p/DJGhmmQM-I4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	01/05/25
27	https://www.instagram.com/reel/DJJVhL9sl2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	02/05/25
28	https://www.instagram.com/reel/DJbF0IisjwL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	09/05/25
29	https://www.instagram.com/p/DJv-nnwMM3S/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/05/25
30	https://www.instagram.com/p/DJ38mtFsQdk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/05/25
31	https://www.instagram.com/reel/DKjE-l9MlIA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/06/25
32	https://www.instagram.com/reel/DKlrsKqi3gt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/06/25
33	https://www.instagram.com/p/DKxFxfjalY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/06/25
34	https://www.instagram.com/reel/DK2NuqgCJ4z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/06/25
35	https://www.instagram.com/reel/DK98UJqi8os/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	16/06/25
36	https://www.instagram.com/reel/DLAhRyMce3u/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	17/06/25
37	https://www.instagram.com/reel/DLJyuxsCShF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	21/06/25
38	https://www.instagram.com/p/DLNcLm5CL7w/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	22/06/25
39	https://www.instagram.com/reel/DLQEGYbixh6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	23/06/25
40	https://www.instagram.com/reel/DLXs9MAi-a/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	26/06/25

Tabella D30 – Giulia Arena NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DEb4NJUCUZ5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DEfkXrMs0rY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/01/25

3	https://www.instagram.com/p/DEmj2d_s6gd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	09/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DEoswBYs4t8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	10/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DErU9JZSfzQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	11/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DEt-OBusfd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	12/01/25
7	https://www.instagram.com/p/DExjLqnMo9G/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	13/01/25
8	https://www.instagram.com/p/DE5P6GSSwLi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	16/01/25
9	https://www.instagram.com/reel/DE9XVGkv_cl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	18/01/25
10	https://www.instagram.com/p/DFA44q9sCXz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	19/01/25
11	https://www.instagram.com/p/DFDI5iUMBRZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	20/01/25
12	https://www.instagram.com/p/DFGHN8Vs4o3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	21/01/25
13	https://www.instagram.com/p/DFhdBWBickH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	01/02/25
14	https://www.instagram.com/p/DFIE4nqMprt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	02/01/25
15	https://www.instagram.com/p/DFvdGAEM5Qc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	06/02/25
16	https://www.instagram.com/p/DFw11P5Mlnp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	07/02/25
17	https://www.instagram.com/p/DGDVq32M8-O/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	14/02/25
18	https://www.instagram.com/p/DGL2Z_-s0FJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	17/02/25
19	https://www.instagram.com/p/DGOUUPMsMtt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	18/02/25
20	https://www.instagram.com/p/DGV514-sjGh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	21/02/25
21	https://www.instagram.com/p/DGbK52Jsvk5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	23/02/25
22	https://www.instagram.com/p/DGdy8WgstwU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	24/02/25
23	https://www.instagram.com/p/DGkS3gmiEs-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	27/02/25
24	https://www.instagram.com/reel/DGnBkDvs0Se/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	28/02/25
25	https://www.instagram.com/p/DGoWFSKsm8J/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	28/02/25
26	https://www.instagram.com/p/DGpg-ddCmpp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	01/03/25
27	https://www.instagram.com/p/DGtNKdzMgeH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	02/03/25

28	https://www.instagram.com/p/DGvwuO4sjI9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	03/03/25
29	https://www.instagram.com/p/DHB04qkMXay/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	10/03/25
30	https://www.instagram.com/p/DHETXlMMLaD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	11/03/25
31	https://www.instagram.com/p/DHNmaxciaQQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	15/03/25
32	https://www.instagram.com/p/DHQLxKOiLU1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	16/03/25
33	https://www.instagram.com/p/DHfn_uCCTql/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	22/03/25
34	https://www.instagram.com/p/DHiM2EGCc47/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	23/03/25
35	https://www.instagram.com/p/DH0a1_Gseim/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	30/03/25
36	https://www.instagram.com/p/DH1aGVdMqX4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	30/03/25
37	https://www.instagram.com/p/DH6TiYZij26/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	01/04/25
38	https://www.instagram.com/p/DIDsr1is61w/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	05/04/25
39	https://www.instagram.com/p/DIHNZPkPeg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	06/04/25
40	https://www.instagram.com/p/DIVTVsivBQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	12/04/25
41	https://www.instagram.com/p/DIYKllqiazJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	13/04/25
42	https://www.instagram.com/p/DIZTWA1CX7q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	13/04/25
43	https://www.instagram.com/p/DIecFo2MiTx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	15/04/25
44	https://www.instagram.com/p/DIIlRy_7Ms_1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	18/04/25
45	https://www.instagram.com/p/DIqbYOcsO7d/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	20/04/25
46	https://www.instagram.com/reel/DIsqGgQijP3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	21/04/25
47	https://www.instagram.com/p/DIuAZL4MU2j/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	21/04/25
48	https://www.instagram.com/p/DIvLgFJsgNP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	22/04/25
49	https://www.instagram.com/p/DI4WM11sPCH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	25/04/25
50	https://www.instagram.com/p/DI63CCRsv7l/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	26/04/25
51	https://www.instagram.com/reel/DI8U4x3MJC2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	27/04/25
52	https://www.instagram.com/p/DJEXEZeMyn0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	30/04/25

53	https://www.instagram.com/p/DJMRMS3sfmA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/05/25
54	https://www.instagram.com/reel/DJOPXQ9sfA1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/05/25
55	https://www.instagram.com/p/DJR0guSMSsA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/05/25
56	https://www.instagram.com/p/DJTSD43MKLS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/05/25
57	https://www.instagram.com/p/DJVxipmMI-9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/05/25
58	https://www.instagram.com/p/DJgOjj0CpIr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/05/25
59	https://www.instagram.com/p/DJkDJG5s39l/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/05/25
60	https://www.instagram.com/p/DJtAzOPsNYD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/05/25
61	https://www.instagram.com/p/DJ7CUqMMkz2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/05/25
62	https://www.instagram.com/reel/DKBr1NXshWP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/05/25
63	https://www.instagram.com/p/DKfZhueM4XQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/05/25
64	https://www.instagram.com/p/DKNI81eMIai/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/05/25
65	https://www.instagram.com/p/DKRxYl-sdA5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/05/25
66	https://www.instagram.com/p/DKTqgUW3bu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/05/25
67	https://www.instagram.com/p/DKZxh91Mqyr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/06/25
68	https://www.instagram.com/p/DKfJDuyCS8z/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/06/25
69	https://www.instagram.com/p/DKoQ5tEsYoc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/06/25
70	https://www.instagram.com/p/DKtYvqIinZG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/06/25
71	https://www.instagram.com/p/DKz3a0AMPCQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/06/25
72	https://www.instagram.com/reel/DK6bw1UCIi6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/06/25
73	https://www.instagram.com/p/DLDNSTNirpp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/06/25
74	https://www.instagram.com/p/DLVNycilKI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/06/25
75	https://www.instagram.com/p/DLej3YRsE8h/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/06/25

Tabella D31 – Ilaria Scalera ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
--------------------	----------	------

1	https://www.instagram.com/p/DHYi6VEMwU9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/03/25
2	https://www.instagram.com/p/DH_dvuLsrZB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/04/25
3	https://www.instagram.com/reel/DJEesYxsN0V/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	30/04/25
4	https://www.instagram.com/reel/DLfzjkRMZwa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	29/06/25

Tabella D32 – Ilaria Scalera NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DER0i5ssm6j/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	01/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DFJFnqVM841/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	22/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DFllxSPMRtT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/02/25
4	https://www.instagram.com/p/DGBeLm1sKNb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/02/25
5	https://www.instagram.com/p/DGvv09rSjv1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/03/35
6	https://www.instagram.com/p/DGySm-thCIW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/03/25
7	https://www.instagram.com/p/DGynMjzzUuk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/03/25
8	https://www.instagram.com/p/DG0QNRVytjS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/03/25
9	https://www.instagram.com/p/DG0kWT-y-ZA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	05/03/25
10	https://www.instagram.com/p/DG2roRTyaBu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/03/25
11	https://www.instagram.com/p/DG3I7UbyqnD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/03/25
12	https://www.instagram.com/p/DG3TzJzygRZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/03/25
13	https://www.instagram.com/p/DG5UM6xSC-V/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/03/25
14	https://www.instagram.com/p/DG524EXywGh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	07/03/25
15	https://www.instagram.com/p/DG8ptrMsDJN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	08/03/25
16	https://www.instagram.com/p/DHCE4HbsjL9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/03/25
17	https://www.instagram.com/p/DHDwRvgs6r9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/03/25
18	https://www.instagram.com/p/DHG3KvOMpTt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	12/03/25

19	https://www.instagram.com/p/DHQ5Fj-s3_I/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DHUImZoMSJj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/03/25
21	https://www.instagram.com/p/DHYVUrKMOxO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/03/25
22	https://www.instagram.com/p/DIHBwYFs2Pu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/04/25
23	https://www.instagram.com/p/DIKLVveMTOK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/04/25
24	https://www.instagram.com/p/DIMgZ9bs3lK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/04/25
25	https://www.instagram.com/p/DIZf_TysVeJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/04/25
26	https://www.instagram.com/p/DJrHyS3sX8B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/05/25
27	https://www.instagram.com/p/DJ6x4bVsP96/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/05/25
28	https://www.instagram.com/p/DLAHCdbMhDN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/06/25
29	https://www.instagram.com/p/DLW12prs7GF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/06/25
30	https://www.instagram.com/p/DLcOTRAMCye/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/06/25

Tabella D33 – Martina Cabassi ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DFNOPGENt6S/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DFaDkfGNSEh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DFnsP19Nd9n/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/02/25
4	https://www.instagram.com/p/DFxKgEStrwu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/02/25
5	https://www.instagram.com/p/DF7mHCEtWRW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/02/25
6	https://www.instagram.com/reel/DGVZI5Wtv5_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/02/25
7	https://www.instagram.com/p/DGqTgfFNHje/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/03/25
8	https://www.instagram.com/reel/DHJiDmntsvh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/03/25
9	https://www.instagram.com/p/DHQxUE_tZBT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/03/25
10	https://www.instagram.com/p/DHtHe_UNTbI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/03/25
11	https://www.instagram.com/reel/DH3s1Hlt2eU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/03/25

12	https://www.instagram.com/reel/DIJBHROt6up/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/04 /25
13	https://www.instagram.com/p/DIMPhP1N8fv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/04 /25
14	https://www.instagram.com/reel/DIWATSCtYai/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/04 /25
15	https://www.instagram.com/p/DIbkPoINfCW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/04 /25
16	https://www.instagram.com/reel/DIeDms6Nj9S/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/04 /25
17	https://www.instagram.com/reel/DIlgk48Lu5_Y/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/04 /25
18	https://www.instagram.com/p/DIjKByHNdp7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/04 /25
19	https://www.instagram.com/reel/DI8aCa4NkUi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/04 /25
20	https://www.instagram.com/reel/DJEna7fIsAs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/04 /25
21	https://www.instagram.com/reel/DJT6LY-N7vr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/05 /25
22	https://www.instagram.com/reel/DJZNxxsoEDf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/05 /25
23	https://www.instagram.com/p/DJy3u18Nqw2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/05 /25
24	https://www.instagram.com/reel/DLAT5oit_EO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/06 /25
25	https://www.instagram.com/reel/DLSkxdkLUe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/06 /25
26	https://www.instagram.com/p/DLczY0_tO4T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/06 /25
27	https://www.instagram.com/p/DLiBaCFNAhf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/06 /25

Tabella D34 – Martina Cabassi NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DEiFPxpNXl3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/01/ 25
2	https://www.instagram.com/p/DEze-BytyxU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/01/ 25
3	https://www.instagram.com/p/DFDOR_atk-J/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/01/ 25
4	https://www.instagram.com/p/DFYSFv5Nj26/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/01/ 25
5	https://www.instagram.com/p/DFsIgrBNQAQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/02/ 25
6	https://www.instagram.com/p/DGIXLLZNufQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/02/ 25
7	https://www.instagram.com/p/DGa9N6_NeuA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/02/ 25

8	https://www.instagram.com/p/DG0M7U2NA4t/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/03/25
9	https://www.instagram.com/p/DG5h4TtNIoh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/03/25
10	https://www.instagram.com/p/DG_fwANcy5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/03/25
11	https://www.instagram.com/p/DHGn9DmtSgD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/03/25
12	https://www.instagram.com/p/DHYLPUDtvkq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/03/25
13	https://www.instagram.com/p/DHeBMZNN3L3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/03/25
14	https://www.instagram.com/p/DHoZHNjtZoU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/03/25
15	https://www.instagram.com/p/DH_gWhQt0EF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/04/25
16	https://www.instagram.com/p/DIGyBXcMK31/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/04/25
17	https://www.instagram.com/p/DIZIHAjtEfS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/04/25
18	https://www.instagram.com/p/DIrMdECNubA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/04/25
19	https://www.instagram.com/p/DIveaPaN-1f/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/04/25
20	https://www.instagram.com/p/DI1poEaNNwX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/04/25
21	https://www.instagram.com/p/DJBvZ9RNSji/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/04/25
22	https://www.instagram.com/p/DJPGg2WI2B5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/05/25
23	https://www.instagram.com/p/DJhIeFxiCQ7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/05/25
24	https://www.instagram.com/p/DJo9FkioViT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/05/25
25	https://www.instagram.com/p/DJ158xSo1BC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/05/25
26	https://www.instagram.com/p/DKE5QAEoUKg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/05/25
27	https://www.instagram.com/p/DKcENWAIL_H/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/06/25
28	https://www.instagram.com/p/DKzCI0xN8sZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/06/25
29	https://www.instagram.com/reel/DKztnKXtQVj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/06/25
30	https://www.instagram.com/p/DK4iCmrtUzG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/06/25
31	https://www.instagram.com/p/DLH1n29tJGt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/06/25

Tabella D35 – Giorgia Salvaggio ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DFDQYZwM-bB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DFaqR3TsJ4B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DGBZZ3AMquu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/02/25
4	https://www.instagram.com/reel/DGQVREaslSO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/02/25
5	https://www.instagram.com/reel/DGVhW3_scZg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/02/25
6	https://www.instagram.com/reel/DGYLHP-sjI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/02/25
7	https://www.instagram.com/reel/DGkzWXmM4Si/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/02/25
8	https://www.instagram.com/reel/DHGF90-MPaw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/03/25
9	https://www.instagram.com/reel/DHQxVmei41o/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/03/25
10	https://www.instagram.com/reel/DH3KtksiuPN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/03/25
11	https://www.instagram.com/reel/DILsUF2MTyo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/04/25
12	https://www.instagram.com/reel/DITg54ts32v/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/04/25
13	https://www.instagram.com/reel/DIgpWC_MHKs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/04/25
14	https://www.instagram.com/reel/DIy9rXcioH3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/04/25
15	https://www.instagram.com/reel/DJRuICrMKxQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/05/25
16	https://www.instagram.com/p/DJjHSGdslE6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/05/25
17	https://www.instagram.com/p/DJtaBQbsepA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/05/25
18	https://www.instagram.com/reel/DJ6Xfr6sGPE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/05/25
19	https://www.instagram.com/reel/DJ9BhJ-MLIL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/05/25
20	https://www.instagram.com/reel/DKrfTeWsbQF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/06/25
21	https://www.instagram.com/reel/DKxAOyKCHp2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/06/25
22	https://www.instagram.com/reel/DLe1Kv-scWb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/06/25

Tabella D36 – Giorgia Salvaggio NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DEScrJ7MgnU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DEUwSeNsdoe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/01/25
3	https://www.instagram.com/reel/DEXff4zMnG8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DEaCraPskUb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/01/25
5	https://www.instagram.com/reel/DEckclfsCQs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/01/25
6	https://www.instagram.com/reel/DEflticsmIU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/01/25
7	https://www.instagram.com/reel/DEhoAhLsCSO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/01/25
8	https://www.instagram.com/reel/DEj9uhwM2Xi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/01/25
9	https://www.instagram.com/reel/DEmvPyQM_WK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/01/25
10	https://www.instagram.com/reel/DEpw-vLM9iW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/01/25
11	https://www.instagram.com/reel/DEsWEQ-MJEP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/01/25
12	https://www.instagram.com/reel/DEzpmH6MWWF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/01/25
13	https://www.instagram.com/reel/DE2LmXJMPXq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/01/25
14	https://www.instagram.com/reel/DE46xYwsRij/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/01/25
15	https://www.instagram.com/reel/DE7UPnSsDLj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/01/25
16	https://www.instagram.com/reel/DFAjwRbMbK1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/01/02
17	https://www.instagram.com/reel/DFf2Md-MWfu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/01/25
18	https://www.instagram.com/reel/DFIOzQaMGor/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/01/25
19	https://www.instagram.com/reel/DFLnYZms4YF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/01/25
20	https://www.instagram.com/reel/DFNR11tsGwP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/01/25
21	https://www.instagram.com/reel/DFQY84dsAiy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/01/25
22	https://www.instagram.com/reel/DFTOHmaskCm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/01/25
23	https://www.instagram.com/reel/DFXhgSUMGJg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/01/25
24	https://www.instagram.com/reel/DFfiLC5sPTi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/01/25

25	https://www.instagram.com/reel/DFkrzrUMUYt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/02/25
26	https://www.instagram.com/reel/DFm_fhus9y3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/02/25
27	https://www.instagram.com/reel/DFplUiOMSEx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/02/25
28	https://www.instagram.com/reel/DFscvwqM2Mm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/02/25
29	https://www.instagram.com/reel/DFu6EStsUK0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/02/25
30	https://www.instagram.com/reel/DFxcdw7MGo4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/02/25
31	https://www.instagram.com/reel/DF2bU71MXiT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/02/25
32	https://www.instagram.com/reel/DF82yexCqaw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/02/25
33	https://www.instagram.com/p/DGDSZYDsHTL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/02/25
34	https://www.instagram.com/reel/DGEXyZgMFcu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/02/25
35	https://www.instagram.com/p/DGGh-OEMrkG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/02/25
36	https://www.instagram.com/reel/DGJNgM_sPU4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/02/25
37	https://www.instagram.com/reel/DGNwm7kCwEW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/02/25
38	https://www.instagram.com/reel/DGS9CPusej3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/02/25
39	https://www.instagram.com/reel/DGbCj5GC0HN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/02/25
40	https://www.instagram.com/reel/DGfjSlfsj2n/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/02/25
41	https://www.instagram.com/p/DGnWk3psdQL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/02/25
42	https://www.instagram.com/reel/DGqPme_CDxs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/03/25
43	https://www.instagram.com/reel/DGspapfsPVR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/03/25
44	https://www.instagram.com/p/DGvozCwMfpc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/03/25
45	https://www.instagram.com/reel/DG0x3Hai2y1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/03/25
46	https://www.instagram.com/reel/DG3qeXtsj9J/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/03/25
47	https://www.instagram.com/reel/DG7_H6mM9h3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/03/25
48	https://www.instagram.com/reel/DG-yIR1iHJ6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/03/25
49	https://www.instagram.com/reel/DHBiEz8iDLm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/03/25

50	https://www.instagram.com/reel/DHDvJGuCTeZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/03/25
51	https://www.instagram.com/reel/DHI-tjwiLDj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/03/25
52	https://www.instagram.com/reel/DHL2PYiiOiG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/03/25
53	https://www.instagram.com/p/DHOTp2vCa0D/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/03/25
54	https://www.instagram.com/reel/DHTVNi0CAKk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/03/25
55	https://www.instagram.com/reel/DHYdX5iC3-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/03/25
56	https://www.instagram.com/p/DHa7cWjClN4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/03/25
57	https://www.instagram.com/reel/DHdtmuWC5VK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/03/25
58	https://www.instagram.com/reel/DHglPliNdK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/03/25
59	https://www.instagram.com/reel/DHjT9B6sIgy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/03/25
60	https://www.instagram.com/reel/DHIBxtosa4_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/03/25
61	https://www.instagram.com/reel/DHn04FACO32/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/03/25
62	https://www.instagram.com/reel/DHqiPFxioxH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/03/25
63	https://www.instagram.com/p/DHtZ8-GCUkF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/03/25
64	https://www.instagram.com/reel/DHyQDPFiDQh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/03/25
65	https://www.instagram.com/reel/DH1VlqBMJcb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/03/25
66	https://www.instagram.com/reel/DH8aeHkMCJz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/04/25
67	https://www.instagram.com/reel/DH_sNIUMNZ_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/04/25
68	https://www.instagram.com/reel/DIJRY4NiQYr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/04/25
69	https://www.instagram.com/reel/DIO2Ftkie6Y/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/04/25
70	https://www.instagram.com/reel/DIQ5-QksqFE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/04/25
71	https://www.instagram.com/reel/DIWRLUaiC-E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/04/25
72	https://www.instagram.com/reel/DIZQf9kMjnO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/04/25
73	https://www.instagram.com/p/DIbnWuniE7E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/04/25
74	https://www.instagram.com/reel/DIdmbxIMyKL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/04/25

75	https://www.instagram.com/reel/DIi7l94i0B7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/04/25
76	https://www.instagram.com/reel/DIlnk5eCdo_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/04/25
77	https://www.instagram.com/reel/DIoT4rEicTB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/04/25
78	https://www.instagram.com/reel/DItQSgGCE8o/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/04/25
79	https://www.instagram.com/reel/DIwSlKmCgky/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/04/25
80	https://www.instagram.com/reel/DI1N4_2iAmv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/04/25
81	https://www.instagram.com/p/DI9xjJfMZel/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/04/25
82	https://www.instagram.com/reel/DI_DhNuI3Hs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/04/25
83	https://www.instagram.com/reel/DJB4_-fMzgT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/04/25
84	https://www.instagram.com/reel/DJFNq5QsVA_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/04/25
85	https://www.instagram.com/reel/DJGytFqM0iR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/05/25
86	https://www.instagram.com/p/DJJ11cPMQ1O/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/05/25
87	https://www.instagram.com/reel/DJL9mbiMm_G/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/05/25
88	https://www.instagram.com/reel/DJPcxjBsgNu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/05/25
89	https://www.instagram.com/reel/DJTvxWLSHCR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/05/25
90	https://www.instagram.com/reel/DJWiD7hMVIV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/05/25
91	https://www.instagram.com/reel/DJZdb5AsGGI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/05/25
92	https://www.instagram.com/reel/DJlv4iqsMXT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/05/25
93	https://www.instagram.com/reel/DJozH40MmAP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/05/25
94	https://www.instagram.com/reel/DJrPwGzsrWp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/05/25
95	https://www.instagram.com/reel/DJyy4Q7MyGl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/05/25
96	https://www.instagram.com/reel/DJ1VrjaMzKx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/05/25
97	https://www.instagram.com/reel/DJ4JcFzMNnc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/05/25
98	https://www.instagram.com/reel/DJ_cUF0s3Bw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/05/25
99	https://www.instagram.com/reel/DKHWCEGMC5u/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/05/25

100	https://www.instagram.com/reel/DKMQLzws9DZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	28/05/25
101	https://www.instagram.com/reel/DKPA98ZMgQI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29/05/25
102	https://www.instagram.com/reel/DKRiy7dM25O/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/05/25
103	https://www.instagram.com/reel/DKVJ_uhsLzr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/05/25
104	https://www.instagram.com/p/DKZmLw8sMsB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/06/25
105	https://www.instagram.com/reel/DKcRRXRsbBA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/06/25
106	https://www.instagram.com/reel/DKesjoECtnP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/06/25
107	https://www.instagram.com/reel/DKKhAhOLMV7B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/06/25
108	https://www.instagram.com/reel/DKkYMBTi81J/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/06/25
109	https://www.instagram.com/p/DKpFfv1Ch4P/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/06/25
110	https://www.instagram.com/reel/DKuGZuxCkPz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/06/25
111	https://www.instagram.com/reel/DKzXE3nizTw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/06/25
112	https://www.instagram.com/reel/DK4eBfTixyY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/06/25
113	https://www.instagram.com/reel/DK_2xTwsq5-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/06/25
114	https://www.instagram.com/reel/DLCy9O1CONt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/06/25
115	https://www.instagram.com/reel/DLFJgl3CDVh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/06/25
116	https://www.instagram.com/reel/DLISrpLCicU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/06/25
117	https://www.instagram.com/reel/DLNIMeCimhp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/06/25
118	https://www.instagram.com/reel/DLZvFcpC7IC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/06/25
119	https://www.instagram.com/reel/DLhgaFziOeo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/06/25

Tabella D37 – Valentina Gogolino ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/reel/DF3BhaqIben/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/02/25
2	https://www.instagram.com/reel/DGD5a6jIun_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/02/25
3	https://www.instagram.com/p/DHEYjwIIP5R/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/03/25

4	https://www.instagram.com/reel/DHVj0GQowXz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/03/25
---	---	----------

Tabella D38 – Valentina Gogolino NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DESp0NqI7uc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DEVHzARoOOH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DEXti99oe30/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/01/25
4	https://www.instagram.com/reel/DEaVKc5oxtd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/01/25
5	https://www.instagram.com/p/DEc5v0qIcxt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DEfec5Ao6QX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	06/01/25
7	https://www.instagram.com/reel/DFGKc8Johgo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/01/25
8	https://www.instagram.com/p/DFLPM_eoIDW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/01/25
9	https://www.instagram.com/reel/DFS_QMXoO7c/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/01/25
10	https://www.instagram.com/p/DFh7IBoo3lm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/02/25
11	https://www.instagram.com/p/DFIAgmrof5T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DFqQoKZIMoy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/02/25
13	https://www.instagram.com/p/DFx7VuzIXsJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	07/02/25
14	https://www.instagram.com/reel/DF0d4gCoTSA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/02/25
15	https://www.instagram.com/reel/DF-1xNpI3TD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	12/02/25
16	https://www.instagram.com/p/DGBZiWkI6J3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	13/02/25
17	https://www.instagram.com/reel/DGGemL_IbxE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/02/25
18	https://www.instagram.com/reel/DGLtT_VoGWR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/02/25
19	https://www.instagram.com/p/DGTblNqoEPQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/02/25
20	https://www.instagram.com/reel/DGgSHtzoY6p/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/02/25
21	https://www.instagram.com/p/DGi9xMII9RF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/02/25

22	https://www.instagram.com/reel/DGya6kBorq6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/03/25
23	https://www.instagram.com/p/DG03JnmoOmK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/03/25
24	https://www.instagram.com/reel/DHBzCCPoolH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/03/25
25	https://www.instagram.com/reel/DHMA0cxIbm8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/03/25
26	https://www.instagram.com/reel/DHbhEnpI8Ir/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/03/25
27	https://www.instagram.com/p/DHoViBhIsLf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/03/25
28	https://www.instagram.com/reel/DHq-1xeIeyT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	26/03/25
29	https://www.instagram.com/p/DH3x1WdIxc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	31/03/25
30	https://www.instagram.com/reel/DIgv43IiS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/04/25
31	https://www.instagram.com/p/DIjebkoO_B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/04/25
32	https://www.instagram.com/reel/DIt0GhzIC6p/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/04/25
33	https://www.instagram.com/reel/DJHfbd8Isor/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/05/25
34	https://www.instagram.com/p/DJMqYkGoyPW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/05/25
35	https://www.instagram.com/reel/DJPPcQXIBGy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/05/25
36	https://www.instagram.com/p/DJwsOsKIg_T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/05/25
37	https://www.instagram.com/reel/DJ13ItoobeL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	19/05/25
38	https://www.instagram.com/reel/DKKiMZDopfA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	27/05/25
39	https://www.instagram.com/p/DKXaPNsoO7q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	01/06/25
40	https://www.instagram.com/p/DKaCtNEIwcc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/06/25
41	https://www.instagram.com/reel/DKcmcEpIEwZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	03/06/25
42	https://www.instagram.com/p/DKfGbHPoqFi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	04/06/25
43	https://www.instagram.com/p/DKr7gNoomPR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	09/06/25
44	https://www.instagram.com/p/DK4xxUpIJ9-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	14/06/25
45	https://www.instagram.com/reel/DK7bNlYHqv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	15/06/25
46	https://www.instagram.com/reel/DLAj4KIIP1-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	17/06/25

47	https://www.instagram.com/p/DLDJAUaoW3Q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/06/25
48	https://www.instagram.com/p/DLIQRmVIDtf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/06/25
49	https://www.instagram.com/p/DLNkKnioEN2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	22/06/25
50	https://www.instagram.com/p/DLP9ZoZIoJj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	23/06/25
51	https://www.instagram.com/reel/DLSfau7I3Tl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	24/06/25
52	https://www.instagram.com/p/DLVTedZIIqI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	25/06/25
53	https://www.instagram.com/reel/DLiCMRkID-R/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/06/25

Tabella D39 – Alessandra Airò ADV

Ordine Cronologico	Post ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DFFTzvJI0qP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	21/01/25
2	https://www.instagram.com/reel/DGT'ZH_bocEW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/02/25
3	https://www.instagram.com/p/DGs4Pc8gyLE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/03/25
4	https://www.instagram.com/p/DHA1VlxAnaK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	10/03/25
5	https://www.instagram.com/reel/DHRYfzDAxaX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	16/03/25
6	https://www.instagram.com/p/DJJrzEcgKvi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/05/25
7	https://www.instagram.com/p/DKR65ibgFq-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	30/05/25
8	https://www.instagram.com/p/DKhQTeTAeub/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	05/06/25
9	https://www.instagram.com/p/DKo1cTGM-9o/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	08/06/25

Tabella D40 – Alessandra Airò NO ADV

Ordine Cronologico	Post NO ADV	Data
1	https://www.instagram.com/p/DEU7y82IKv0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	02/01/25
2	https://www.instagram.com/p/DErtq9NIp21/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	11/01/25
3	https://www.instagram.com/p/DE9kHghomJB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	18/01/25
4	https://www.instagram.com/p/DFDY9MUoAFR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	20/01/25

5	https://www.instagram.com/p/DFcuhBOgnOj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	30/01/25
6	https://www.instagram.com/p/DFh7t1LgAod/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	01/02/25
7	https://www.instagram.com/p/DGQe8vvgULE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	19/02/25
8	https://www.instagram.com/p/DGTMszbAIIIf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/02/25
9	https://www.instagram.com/p/DGgegYKgmFF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	25/02/25
10	https://www.instagram.com/p/DGi3BM7gViN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	26/02/25
11	https://www.instagram.com/p/DGk1ZQiQsb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/02/25
12	https://www.instagram.com/p/DGldkpPg_t/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	27/02/25
13	https://www.instagram.com/p/DGnOK-kgNb0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/02/25
14	https://www.instagram.com/p/DGpuG5lgFl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	01/03/25
15	https://www.instagram.com/p/DGvMcqRAkkH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/03/25
16	https://www.instagram.com/p/DG-z8wWAqF_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	09/03/25
17	https://www.instagram.com/p/DHBKv9yg0CF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	10/03/25
18	https://www.instagram.com/p/DHDtBWjArHq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	11/03/25
19	https://www.instagram.com/p/DHGUSnyAvhd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	12/03/25
20	https://www.instagram.com/p/DHJBagKga-y/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	13/03/25
21	https://www.instagram.com/p/DHLf2yNgwCg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	14/03/25
22	https://www.instagram.com/p/DHbLmdsgNjz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	20/03/25
23	https://www.instagram.com/p/DHp64kygyTy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	26/03/25
24	https://www.instagram.com/p/DHwAUm0g_Ml/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	28/03/25
25	https://www.instagram.com/p/DHyztp3AgRU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	29/03/25
26	https://www.instagram.com/p/DH_Gd0-g0A8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	03/04/25
27	https://www.instagram.com/p/DIBNjHEgkee/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	04/04/25
28	https://www.instagram.com/p/DIGItYLABZQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/04/25
29	https://www.instagram.com/p/DIHGcA8ASft/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	06/04/25

30	https://www.instagram.com/p/DIL9tGDAQdG/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	08/04/25
31	https://www.instagram.com/p/DIRD9wGAnci/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	10/04/25
32	https://www.instagram.com/p/DIgv1AqgScA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	16/04/25
33	https://www.instagram.com/p/DI9KPCNg5oW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	27/04/25
34	https://www.instagram.com/p/DJErle4AhF8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	30/04/25
35	https://www.instagram.com/p/DJHH6G2AS0v/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	01/05/25
36	https://www.instagram.com/p/DJjsUXLAIv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	12/05/25
37	https://www.instagram.com/p/DJl5VmIAmss/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	13/05/25
38	https://www.instagram.com/p/DJrl9Mzgttm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	15/05/25
39	https://www.instagram.com/p/DJ4RywdA0gD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	20/05/25
40	https://www.instagram.com/p/DJ9nlqwgJra/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	22/05/25
41	https://www.instagram.com/p/DKU1nGJA3I7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	31/05/25
42	https://www.instagram.com/p/DKWXJzVgyq4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	01/06/25
43	https://www.instagram.com/p/DKXFzKzAiH2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	01/06/25
44	https://www.instagram.com/p/DKZCAZ9gJc6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	02/06/25
45	https://www.instagram.com/p/DKfCe70gPAq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	04/06/25
46	https://www.instagram.com/p/DKjYug7ARaC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	06/06/25
47	https://www.instagram.com/p/DKxArJFgFOM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	11/06/25
48	https://www.instagram.com/p/DK9fzQHgNvS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	16/06/25
49	https://www.instagram.com/p/DLCuPVKgchh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	18/06/25
50	https://www.instagram.com/p/DLXJHqXgjXs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	26/06/25
51	https://www.instagram.com/p/DLZxyv3AGSp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	27/06/25
52	https://www.instagram.com/p/DLhaKoJgMdL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFfZA==	30/06/25

Appendice E:

Tabella E1

Influencer	Post	Codice				
Veronica Ferraro		Oste ntazi one	Self - bra ndi ng	Aute ntici tà appa rent e	Narr azio ne pers onal e	Inter azio ne con il pub blico
https://www.instagram.com/p/DFaaEqsMv1p/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 1	5	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DHErd_HM83Y/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 2	5	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DJg5p6xsHyh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 3	5	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DE2Pi7JM51u/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 4	3	0	4	1	0
https://www.instagram.com/p/DHIDoAPsKNF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 5	0	0	5	5	0
https://www.instagram.com/p/DJtzrx_soCy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 6	4	4	4	0	0
	Totale	22	19	13	6	0
Alice Campello						
https://www.instagram.com/p/DEvHvt9OdTk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 1	2	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DHG0cYICV4A/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 2	0	5	3	1	0
https://www.instagram.com/p/DLKiiNhCI-m/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 3	3	5	2	0	0
https://www.instagram.com/p/DFIN8hzIcGy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 4	3	3	5	0	0
https://www.instagram.com/p/DIO-Tn2ip6Q/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 5	0	0	5	5	0
https://www.instagram.com/p/DLANzsRCuku/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 6	5	0	2	5	0

	Totale	13	18	17	11	0
Gabrielle Caunesil						
https://www.instagram.com/p/DGvTel7Kc2E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 1	5	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DJtooDBs-RL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 2	4	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DLXn3eeq8km/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 3	5	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DGn-Lv9Mlgb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 4	5	3	0	0	0
https://www.instagram.com/reel/DJMLP_yMxDh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 5	5	1	5	4	0
https://www.instagram.com/p/DKrc_Yho6r5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 6	5	3	0	5	0
	Totale	29	22	5	9	0
Beatrice Valli						
https://www.instagram.com/p/DGJInRZIlqq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 1	0	5	5	0	0
https://www.instagram.com/reel/DJPvJjsqhJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 2	0	5	5	3	0
https://www.instagram.com/p/DLADvc7Iqht/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 3	5	5	5	0	0
https://www.instagram.com/p/DFbPAFeoDA2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 4	3	0	5	0	0
https://www.instagram.com/reel/DIKSKvYoBpb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 5	0	0	5	5	0
https://www.instagram.com/reel/DKRxsjCoI62/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 6	5	0	5	5	0
	Totale	13	15	30	13	0
Paola Turani						
https://www.instagram.com/reel/DHY9w6joshD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 1	0	5	0	5	5
https://www.instagram.com/reel/DJmcea-o2Bm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZAZA==	Post 2	5	5	0	0	0

https://www.instagram.com/reel/DLAIplNoIpX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 3	4	5	0	0	5
https://www.instagram.com/reel/DGGo3lOgxB5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 4	0	0	5	5	5
https://www.instagram.com/reel/DIN3YdVIWOP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 5	0	5	5	2	5
https://www.instagram.com/p/DK6lkaDo6Ck/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 6	5	0	0	0	0
	Totale	14	20	10	12	20
Ludovica Ragazzo						
https://www.instagram.com/p/DFs88ZAOjJR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 1	5	5	0	0	0
https://www.instagram.com/reel/DHmDhwhfOKW8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 2	5	5	3	0	3
https://www.instagram.com/p/DKP_fugs_nM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 3	5	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DE8JkEZOq98/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 4	5	3	3	0	0
https://www.instagram.com/p/DHLt9xeMb53/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 5	5	0	5	0	0
https://www.instagram.com/p/DJoo7t0MmqI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 6	3	3	5	5	0
	Totale	28	21	16	5	3
Valentina Cabassi						
https://www.instagram.com/reel/DF48nibtTgh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 1	4	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DHLWXdCNwiiq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 2	4	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DJ_hALaNtLP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 3	4	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DE2m8dZtlqd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 4	0	0	5	0	0
https://www.instagram.com/p/DHf0DmXtFiz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 5	0	0	5	0	0

https://www.instagram.com/p/DJL2l5ytoEZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 6	0	0	5	0	0
	Totale	12	15	15	0	0
Eleonora Petrella						
https://www.instagram.com/reel/DHlzY3aNaFd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 1	3	5	5	0	0
https://www.instagram.com/reel/DJ6gWt9thth/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 2	3	5	5	0	5
https://www.instagram.com/reel/DLhlU76Nwew/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 3	0	5	5	0	5
https://www.instagram.com/reel/DHYfbfVN5Lq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 4	0	0	5	0	5
https://www.instagram.com/reel/DJUkhHaNbK1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 5	0	0	5	0	5
https://www.instagram.com/p/DK7fPgAtuGl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 6	3	0	0	5	0
	Totale	9	15	25	5	20
Sara Luna Canola						
https://www.instagram.com/reel/DHqSJOt6Gm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 1	5	5	5	5	0
https://www.instagram.com/reel/DJ9YGM2MXPQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 2	3	5	5	2	5
https://www.instagram.com/reel/DLPTEfnNQaC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 3	5	5	5	0	0
https://www.instagram.com/reel/DFI1jb7uINT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 4	2	0	0	5	0
https://www.instagram.com/reel/DGN_IIvNX9w/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 5	3	0	5	0	0
https://www.instagram.com/reel/DKO5Xk-N1Fk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 6	3	0	5	0	0
	Totale	21	15	25	12	5
Giulia Gaudino						
https://www.instagram.com/p/DGAwx5bCTIh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Post 1	5	5	0	0	0

https://www.instagram.com/reel/DIjBiUKiCHT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 2	5	5	5	0	0
https://www.instagram.com/reel/DKe6f0ViHVv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 3	5	5	5	0	0
https://www.instagram.com/p/DFXmXC1iyiA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 4	0	3	5	5	5
https://www.instagram.com/p/DHbEyE0CbO0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 5	5	0	5	3	0
https://www.instagram.com/p/DJrsw61CYlj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 6	3	0	3	0	0
	Totale	23	18	23	8	5
Giulia Torelli						
https://www.instagram.com/reel/DF96TqqNAgW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 1	0	5	5	0	0
https://www.instagram.com/reel/DHIUsifNhVJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 2	0	5	4	0	5
https://www.instagram.com/reel/DKb-UQlMpMY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 3	2	5	3	0	0
https://www.instagram.com/p/DHLYZCptWtv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 4	0	0	2	0	0
https://www.instagram.com/p/DJMq-sGMVFD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 5	0	0	5	0	0
https://www.instagram.com/p/DLOtNyrCozz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 6	2	0	5	0	0
	Totale	4	15	24	0	5
Sohia Salaroli Caniaux						
https://www.instagram.com/p/DFYa7TrOzeA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 1	5	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DIBLwewCr5L/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 2	4	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DKT18JQCE2F/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 3	5	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DHdptVGCnEi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 4	0	0	5	5	0

https://www.instagram.com/p/DJPSUx6INNu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 5	0	0	5	0	0
https://www.instagram.com/reel/DLfdAOcCjTv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 6	5	2	5	0	0
	Totale	19	17	15	5	0
Alessia Colonna						
https://www.instagram.com/p/DGiQGipIN8T/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 1	2	5	3	0	0
https://www.instagram.com/reel/DH8R5dxIRuB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 2	0	5	5	0	5
https://www.instagram.com/reel/DK1p5RiobhQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 3	0	5	3	0	0
https://www.instagram.com/p/DFIbMNC091F/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 4	0	0	5	0	0
https://www.instagram.com/p/DHRfRkXIwKu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 5	5	0	2	0	0
https://www.instagram.com/reel/DJWURR6IeE-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 6	0	0	5	3	0
	Totale	7	15	23	3	5
Alice De Togni						
https://www.instagram.com/reel/DGdD1HyoY_t/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 1	0	5	5	0	3
https://www.instagram.com/p/DIwlXpBIoFs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 2	3	5	2	0	0
https://www.instagram.com/p/DKSGVQ5o4KV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 3	4	5	2	0	0
https://www.instagram.com/p/DFAZ6PS08ez/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 4	3	0	3	0	0
https://www.instagram.com/p/DG29zGcgBzx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 5	3	3	2	0	0
https://www.instagram.com/p/DJ4ucnDIidne/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 6	3	0	4	0	3
	Totale	16	18	18	0	6
Giulia Arena						

https://www.instagram.com/p/DHY7QUtSuHr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 1	4	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DJGhmmQM-I4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 2	4	5	0	0	0
https://www.instagram.com/reel/DLXs9MAi-a-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 3	3	5	4	0	0
https://www.instagram.com/reel/DE9XVGkv_cl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 4	3	0	3	5	0
https://www.instagram.com/p/DHiM2EGCc47/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 5	0	0	5	0	0
https://www.instagram.com/p/DJkDJG5s39l/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 6	4	0	3	0	0
	Totale	18	15	15	5	0
Ilaria Scalerà						
https://www.instagram.com/p/DHYi6VEMwU9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 1	4	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DH_dvuLsrZB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 2	5	5	2	0	0
https://www.instagram.com/reel/DLfzjkRMZwa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 3	3	5	3	0	0
https://www.instagram.com/p/DGvv09rSjv1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 4	5	0	3	0	0
https://www.instagram.com/p/DG8ptrMsDJN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 5	5	0	5	0	0
https://www.instagram.com/p/DIZf_TysVeJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 6	0	0	5	0	0
	Totale	22	15	18	0	0
Martina Cabassi						
https://www.instagram.com/p/DFNOPGENT6S/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 1	2	5	2	1	0
https://www.instagram.com/p/DHtHe_UNTbl/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 2	4	5	2	0	0
https://www.instagram.com/reel/DI8aCa4NkUi/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	Post 3	0	5	5	0	0

https://www.instagram.com/p/DG5h4TtNIoh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 4	0	0	3	0	0
https://www.instagram.com/p/DIveaPaN-1f/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 5	3	0	5	0	0
https://www.instagram.com/p/DKcENWAIL_H/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 6	0	0	3	0	0
	Totale	9	15	20	1	0
Giorgia Salvaggio						
https://www.instagram.com/reel/DFaqR3TsJ4B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 1	0	5	5	0	0
https://www.instagram.com/reel/DHQxVmei41o/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 2	0	5	5	0	3
https://www.instagram.com/p/DJtaBQbsepA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 3	2	5	0	0	0
https://www.instagram.com/reel/DFscvwqM2Mm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 4	0	3	5	0	5
https://www.instagram.com/reel/DIJRY4NiQYr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 5	2	0	5	0	5
https://www.instagram.com/reel/DKhAhOLMV7B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 6	0	0	5	0	3
	Totale	4	18	25	0	16
Valentina Gogolino						
https://www.instagram.com/reel/DF3BhaqIben/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 1	0	5	4	5	2
https://www.instagram.com/reel/DGD5a6jIun_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 2	0	5	5	0	0
https://www.instagram.com/reel/DHVj0GQowXz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 3	0	5	5	0	0
https://www.instagram.com/reel/DFS_QMXoO7c/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 4	0	0	5	0	0
https://www.instagram.com/p/DHoViBhIsLf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 5	5	0	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DK4xxUpIJ9-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 6	4	0	5	0	0
	Totale	9	15	24	5	2

Alessandra Airò						
https://www.instagram.com/p/DFftzvJI0qP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 1	5	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DHA1VlxAnaK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 2	5	5	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DKR65ibgFq-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 3	5	4	0	0	0
https://www.instagram.com/p/DGgegYKgMFF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 4	5	5	0	5	0
https://www.instagram.com/p/DHp64kygyTy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 5	5	5	4	0	0
https://www.instagram.com/p/DKZCAZ9gJc6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Post 6	3	0	5	0	0
	Totale	28	24	9	5	0

Appendice F

Tabella F1

Segmento	Ostentazione	Self-branding	Autenticità apparente	Narrazione personale	Interazione
Macro	3,033333333	3,133333333	2,5	1,7	0,666666667
Alto meso	3,1	2,8	3,466666667	1	1,1
Basso meso	1,875	2,625	3,333333333	0,333333333	0,666666667
Micro	2,4	2,9	3,2	0,366666667	0,6

Tabella F2

Influencer	Somma Ostentazione	Media Ostentazione	N post
Gabrielle Caunesil	29	4,833333333	6
Alessandra Airò	28	4,666666667	6
Ludovica Ragazzo	28	4,666666667	6
Giulia Gaudino	23	3,833333333	6
Ilaria Scalera	22	3,666666667	6

Tabella F3

Influencer	Somma Self-branding	Media Self-branding	N post
Alessandra Airò	24	4	6
Gabrielle Caunesil	22	3,666666667	6
Ludovica Ragazzo	21	3,5	6
Paola Turani	20	3,333333333	6
Veronica Ferraro	19	3,166666667	6

Tabella F4

Influencer	Somma Autenticità apparente	Media Autenticità apparente	N post
Beatrice Valli	30	5	6
Eleonora Petrella	25	4,166667	6
Giorgia Salvaggio	25	4,166667	6
Sara Luna Canola	25	4,166667	6
Giulia Torelli	24	4	6

Tabella F5

Influencer	Somma Narrazione personale	Media Narrazione personale	N post
Beatrice Valli	13	2,166667	6
Sara Luna Canola	12	2	6
Paola Turani	12	2	6
Alice Campello	11	1,833333	6
Gabrielle Caunesil	9	1,5	6

Tabella F6

Influencer	Somma Interazione	Media Interazione	N post
Eleonora Petrella	20	3,333333	6
Paola Turani	20	3,333333	6
Giorgia Salvaggio	16	2,666667	6
Alice De Togni	6	1	6
Giulia Torelli	5	0,833333	6

Figura F2

