



LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING  
**PRESENTAZIONE N° #5**

# IL MONDO DI INSTAGRAM

16 maggio 2023





# SOMMARIO

#1. INTRO: LA PIATTAFORMA

#2. LA (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

#3. LE OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE. LE STRATEGIE VINCENTI

#4. MONITORARE I RISULTATI

#5. CASE HISTORY DI INTERESSE

**NOTA:** Per le fonti del presente elaborato consultare la presentazione «#8. 2023 - Bibliografia e fonti autorevoli».

# #1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

Instagram è il social network dedicato esclusivamente alle **immagini (fisse o in movimento) più diffuso al mondo** che si basa sulla condivisione di contenuti/emozioni visuali (non di connessioni sociali).

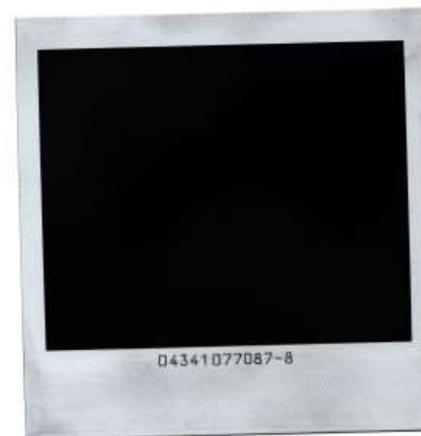
La presenza su questo canale implica la volontà di fare **visual content strategy**.

Instagram rappresenta oggi la piattaforma che più si presta a fare **tendenza tra la generazione Y** (millennials, nati tra il 1980-1995) **e la generazione Z** (teens o post-millennials nati tra 1995-2010) a giocare con la capacità di mettersi in mostra, di essere creativi e di reinventarsi.

# #1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

L'applicazione nasce nel 2010 da un'idea di **Kevin Systrom e Mike Krieger** con il marchio di fabbrica utilizzando solo fotografie in forma quadrata (1:1), in **omaggio alle Polaroid**, con la volontà di **posizionarsi come lo strumento digitale di immagini istantanee**.

IG viene utilizzato, al pieno delle sue funzionalità, **solo da mobile** (smartphone e tablet) proprio per non snaturare l'originalità di questa piattaforma.



# #1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

Il **social network creativo** si basa sulla condivisione di fotografie, immagini e l'etimologia della parola è una combinazione di:

- **Instant** parola che esprime il concetto di istantaneità .
- **Telegram** che suggerisce un significato di importanza nella comunicazione (l'azienda si occupa di comunicazione non di fotografia).



# #1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

Gli utenti appassionati della piattaforma sono chiamati Instagramers o Igers e vanno a formare una vera e propria **Community mondiale** (fondata da Philippe Gonzalez nel gennaio 2011 a Madrid) il cui intento è quello di diffondere la conoscenza e la diffusione di Instagram attraverso il mobile photography anche con **eventi** e **challenge** (Awards per i profili più meritevoli, ma anche Instameet e Instawalk).

Esiste una app chiamata **Instagramers** dove sono presenti, notizie, tutorials, tools e link relativi alla Community.



# #1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

I gruppi nel mondo sono diverse centinaia e in continua crescita. In Italia sono presenti circa 100 Community tra regionali e locali.



# #1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

Scatto del vincitore Ingers dell'anno 2022



# #1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

Nelle Marche abbiamo:

@IgersMarche

@IgersAncona

@IgersMacerata

@IgersPesaroUrbino

@IgersPiceni



igersmarche

Segui già

Messaggio



Post: 3.164

35.000 follower

1.628 profili seguiti

Igers Marche

Community ufficiale network @igersitalia

Scopriamo e raccontiamo la nostra Regione col

@raccontidimarche @elo77anto

Diventa Socio Igersitalia

[www.igersitalia.it/iscriviti-a-igersitalia](http://www.igersitalia.it/iscriviti-a-igersitalia)

Follower: [graphic\\_design\\_unimc](#), [marcheforkids](#), [sibillini\\_smt](#) e altri 45



LongobardExp



VAL MIVOLA



ARTE&MODA



FRITTO MISTO...



Arcevia



IgersXmasParty



Tour Cingoli

POST

REELS

POST IN CUI TI HANNO TAGGATO



# #1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

Community ufficiale network @igersitalia

igersmarche

igersmarche @igersitalia e l'Associazione @longobardinitalia lanciano in partnership #LongobardExperience, una serie di instameet mirati a raccontare, attraverso il web e i social, le tracce dei #Longobardi in #Italia.

Il 6 e 7 maggio, a #MonteSantAngelo, in provincia di #Foggia, va in scena la seconda tappa.

Le due giornate saranno dedicate a un territorio in cui, nel corso dei secoli, Bizantini, Longobardi, Normanni, Svevi, Angioini e Aragonesi hanno lasciato importanti segni del loro passaggio facendone uno scrigno di storia e di monumentale cultura. La Longobard Experience a Monte Sant'Angelo si svolgerà a margine della VI edizione del #FestivalMichael, in un intreccio tra folklore, spiritualità ed enogastronomia.

Seguiteci!

@comunemontesantangelo @infopointmontesantangelo @museotancredi @weareinpuglia @regionepuglia @igerspuglia

Foto di: @paschiuffreda

Piace a igersancona e altri 71  
MAGGIO 3

Aggiungi un commento...

Pubblica

ITALIA LONGOBARDORUM  
igersitalia  
INTECCT  
con il contributo del  
MINISTERO DELLA CULTURA  
L'UOMO E IL TERRITORIO  
Regione Puglia  
Festival Michael

# #1. INTRO: LA PIATTAFORMA INSTAGRAM

The image shows a screenshot of an Instagram post from the account 'igersmarche'. The post features a dark red background with a landscape of rolling hills. The main text reads: 'Vuoi diventare Ambassador dell'enoturismo marchigiano?'. Below this, the 'Marche & Wine' logo is displayed with the tagline 'VIAGGIO AL CENTRO DEL GUSTO'. The Instagram interface shows the post's caption: 'Ultimi giorni per diventare ambassador dell'enoturismo marchigiano!!'. It includes instructions on how to participate: 'Scatta una foto che racconti il tuo amore per il buon cibo, il vino e il nostro territorio.' and 'Posta la foto sul tuo profilo # Aggiungi alla caption #marchewine e @marchewine'. The post also mentions a deadline: 'Hai tempo fino a lunedì 20 marzo! Buona fortuna!' and provides a link for more information: 'https://progetto.marcheandwine.it/'. The post has 72 likes and is dated 'MARZO 14'.

**Vuoi diventare  
Ambassador  
dell'enoturismo  
marchigiano?**

**Marche  
& Wine**  
VIAGGIO AL CENTRO DEL GUSTO

igersmarche Ultimi giorni per diventare ambassador dell'enoturismo marchigiano!!

Come partecipare?

Scatta una foto che racconti il tuo amore per il buon cibo, il vino e il nostro territorio.

Posta la foto sul tuo profilo  
# Aggiungi alla caption #marchewine e @marchewine

Hai tempo fino a lunedì 20 marzo!  
Buona fortuna!

Per maggiori info: <https://progetto.marcheandwine.it/>

#igersmarche #igersancona #igerspu #igersmacerata #igersfermo #igerspiceni #vinomarche

8 sett

alcetto Silli  
8 sett · Mi piace: 1 · Rispondi · Visualizza traduzione

Piace a igers\_macerata e altri 72  
MARZO 14

Aggiungi un commento... Pubblica

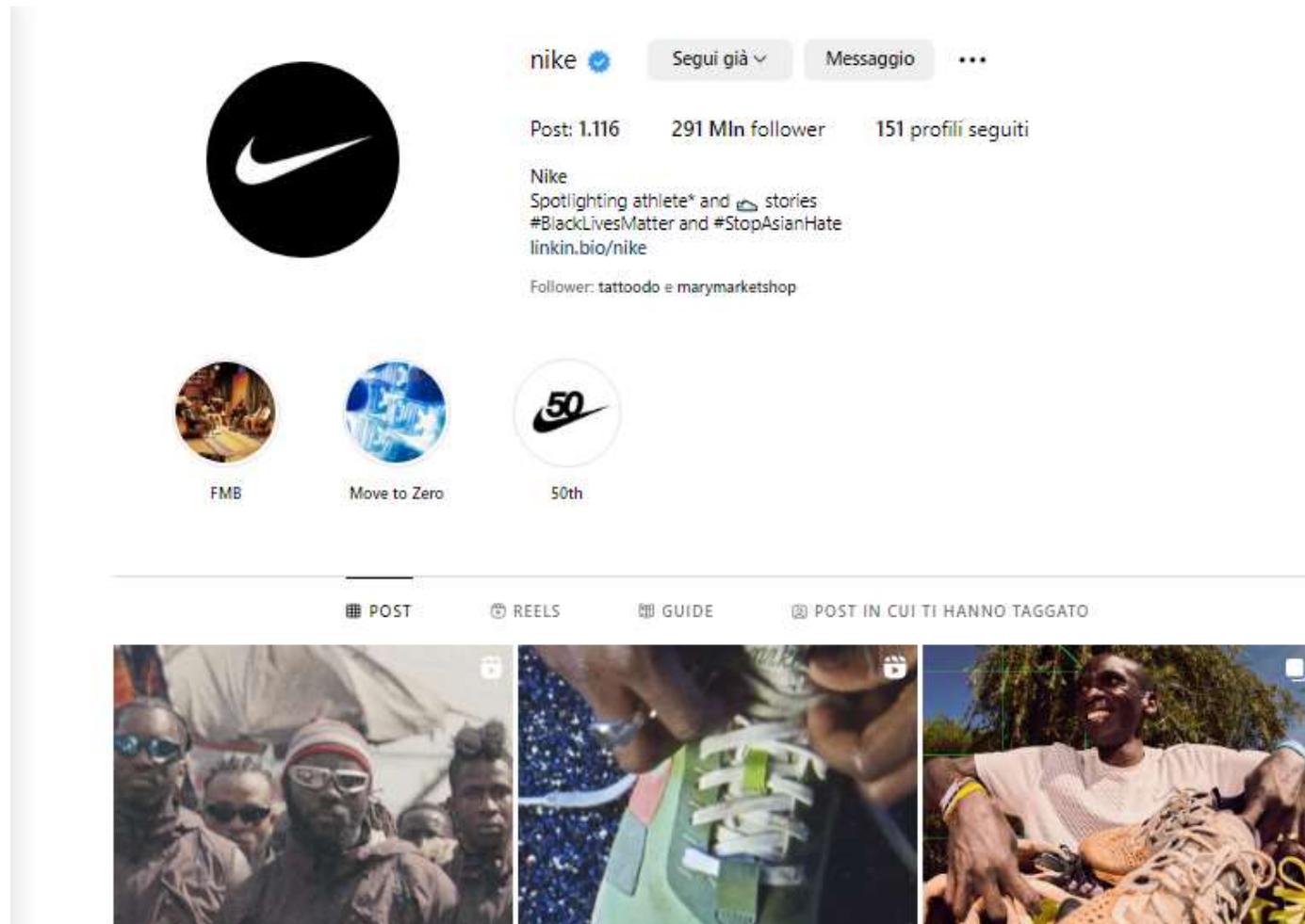
## #2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

### Primi step: la bio

- **Scegliere uno Username:** Nome dell'azienda. Se non si ha un naming è importante scegliere un username semplice e facile da ricordare. Può aiutare inserire nel nome l'attività o la città. Sarebbe opportuno avere un unico nome per tutti i social.
- **Profilo:** pubblico o privato?
- **La foto:** è preferibile mettere il logo o il pittogramma. Se ci sono scritte devono essere visibili.

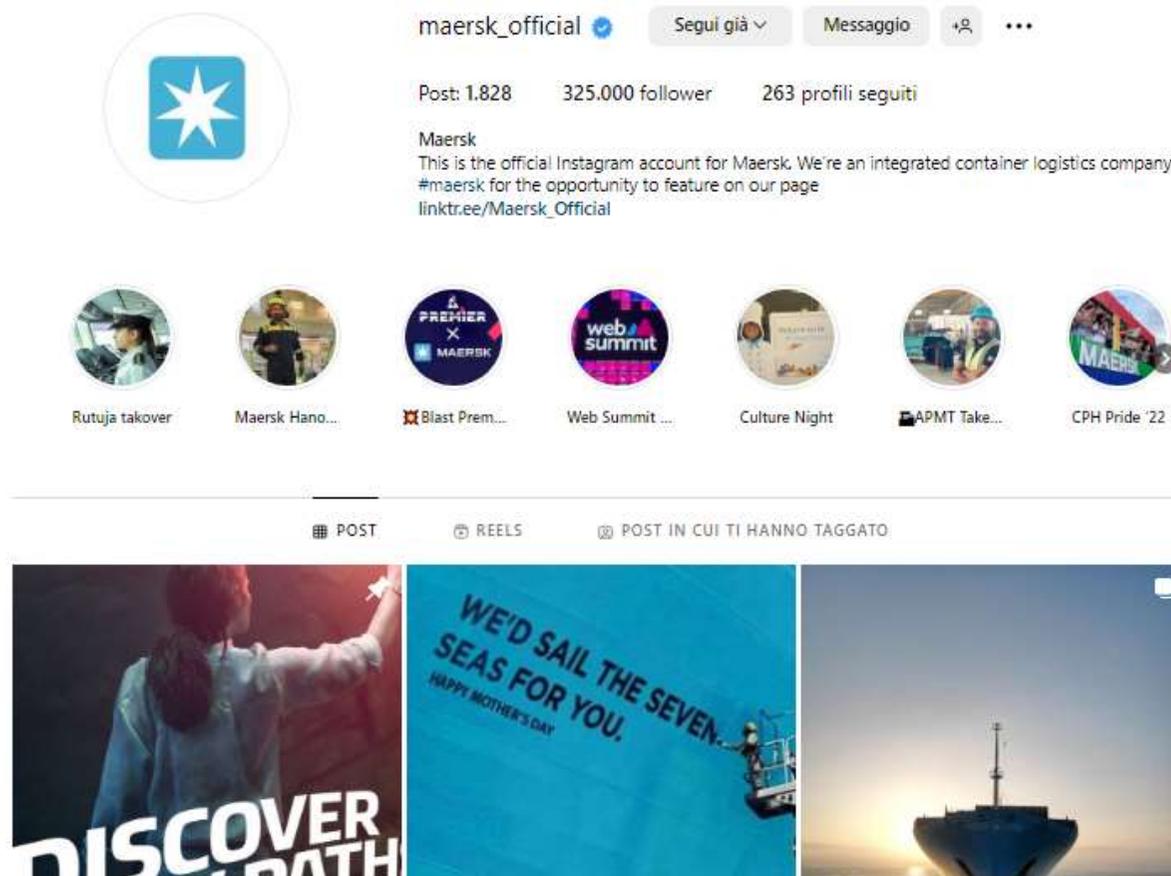
# #2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

## Primi step: la bio



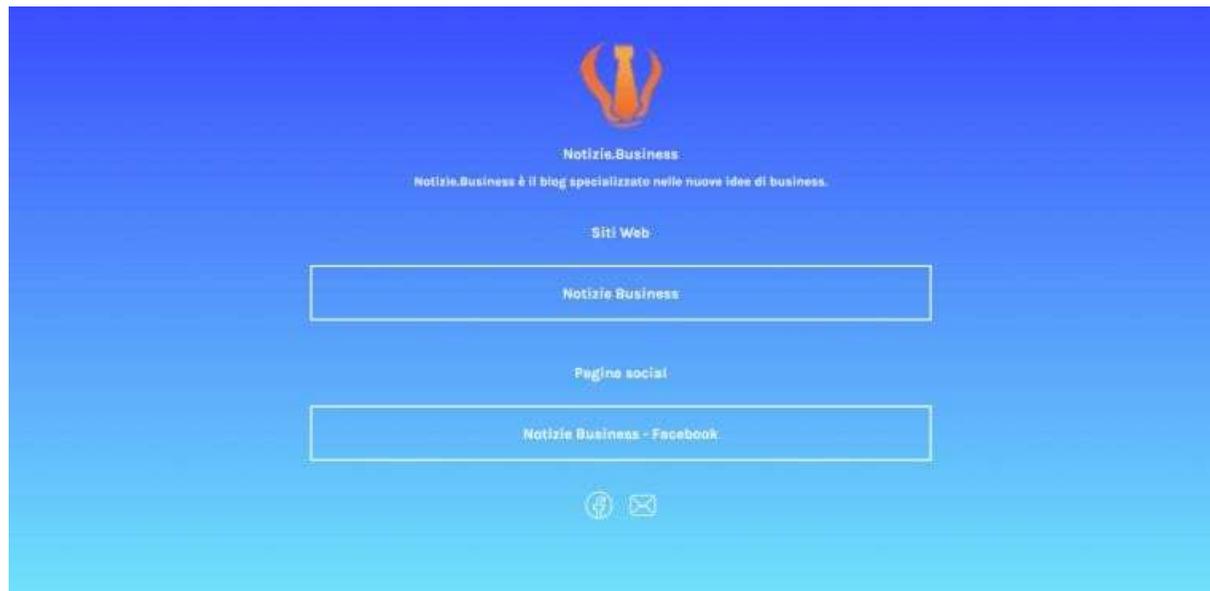
## #2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

- **Presentazione:** si hanno a disposizione 150 caratteri. Si può mettere in evidenza un hashtag e anche comunicare che la pagina è stata pensata come una piattaforma collaborativa.



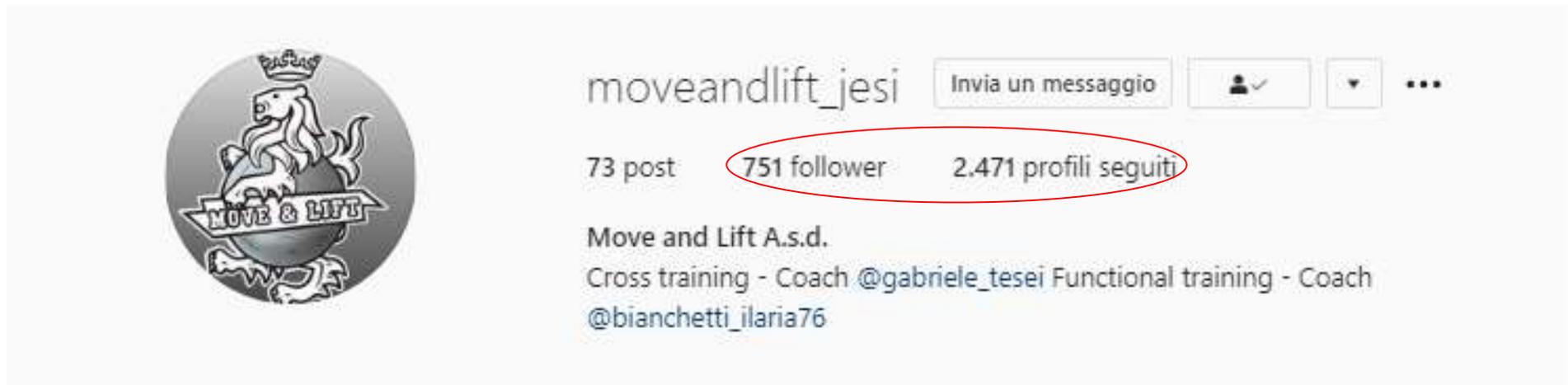
## #2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

- **Inserire un link:** dal mese scorso si è aggiunta la possibilità di aggiungere fino a 5 link cliccabili in bio.
- Un'alternativa è aggiungere una **pagina Linktree** dove si possono raccogliere tutti i link (sito, landing page, blog, e-commerce e pagine social ecc). È disponibile sia la versione free che a pagamento.



## #2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

- **Inserire: e-mail e l'indirizzo** (con il recapito e la mappa)
- **Collegamento ai Social Network**
- **Tra follower e profili seguiti cercate di mantenere una proporzione.** Consiglio di non superare di 2 il rapporto profili seguiti/follower (es. 200 utenti 100 follower).



## #2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

Per quanto riguarda i testi si deve prendere dimestichezza con:

- **La didascalia:** utile per descrivere e creare engagement.
- **Gli hashtag:** sono le parole etichetta che vengono utilizzate per entrare nei flussi di comunicazione e si connotano con il simbolo del cancelletto # attaccato prima della parola. Il corretto utilizzo di queste parole nella didascalia è fondamentale per l'attività di Instagram. Da una ricerca sul tema è emerso che i post con la maggior percentuale di interazione sono quelli con **almeno 11 hashtag** (su un massimo di 30). È comunque importante anteporre ad essi una breve didascalia. **Evitate gli hashtag generici!**

## #2. LA CASE HISTORY UNIMC

Ci sono hashtag che vengono creati principalmente per dare il via a **contest** o a **concorsi a premi** o **per pubblicizzare dei profili di determinati progetti**.

Un esempio di contest creativo è quello realizzato da UniMC lanciato, a supporto della campagna pubblicitaria di Ateneo del 2014, l'hashtag [#insiemenelfuturo](#)



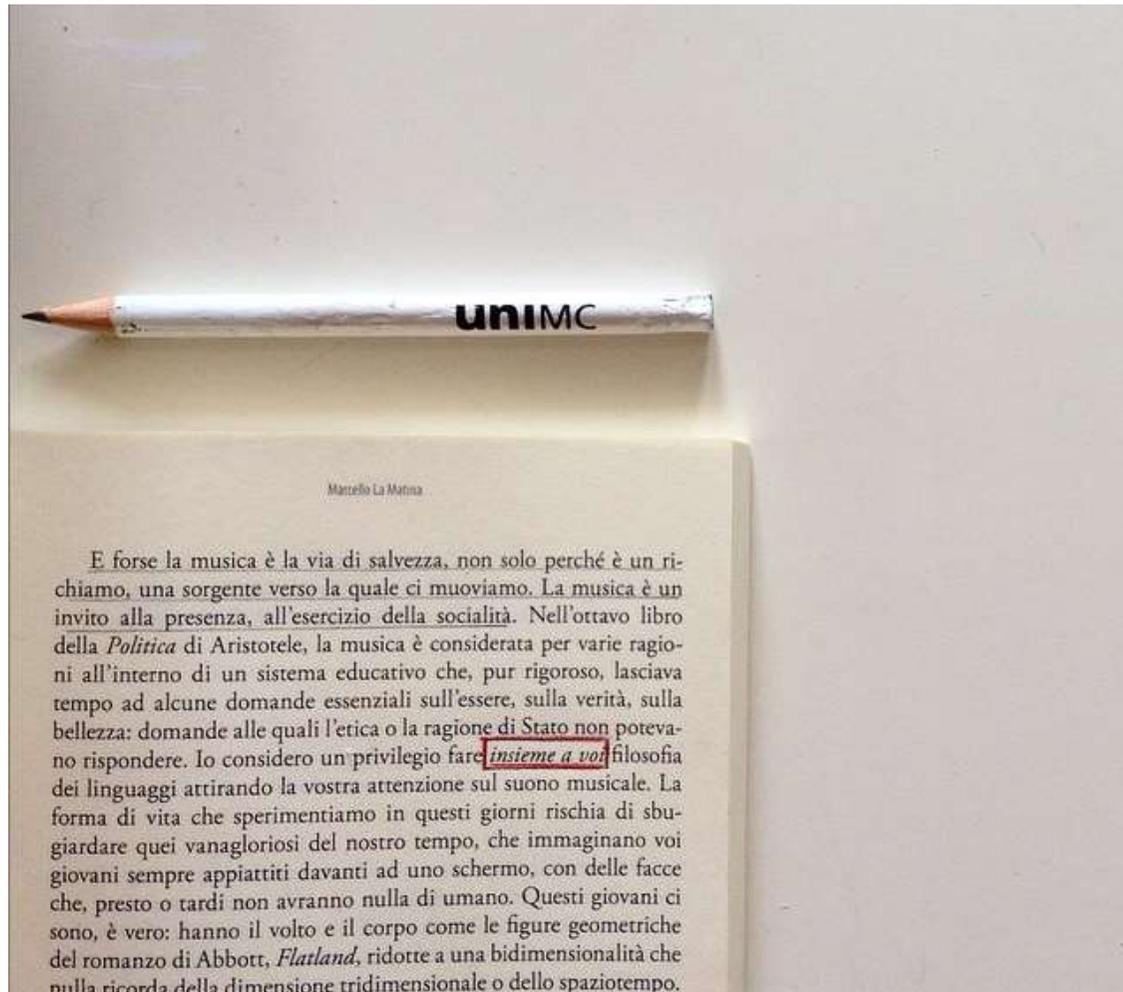
-  1. Follow @unimc
-  2. Scatta una foto sulla tua idea di futuro
-  3. Tagga #insiemenelfuturo #unimc
-  4. Puoi vincere uno zaino unimc!

## #2. LA CASE HISTORY UNIMC



## #2. LA CASE HISTORY UNIMC

Prima classificata contest creativo [#insiemenelfuturo](#)



## #2. LA CASE HISTORY UNIMC

Seconda classificata contest creativo [#insiemenelfuturo](#)



**bitchimmarianna** [SEGUI](#)

Piace a 20 persone 7 sett.

**bitchimmarianna** Assemblare non é mai facile. Ci vogliono le idee, ci vuole del tempo, ci vogliono gli sforzi. Che si tratti di un articolo di giornale, che si tratti di un matrimonio, assemblare non é mai facile. Due obiettivi agli estremi ma uniti da un collante: la passione. Perché l' [@unimc](#) ci ha insegnato a lottare per i nostri sogni, ci ha insegnato a piangere ed a faticare e tutto questo lo facciamo insieme. Fisicamente anche distanti, Ma saremo sempre [#insiemenelfuturo](#) Ti voglio bene amica mia [#Dentrolanotizia](#) [#weddingplanner](#) [#journalism](#) [#unimcinsegna](#) [#passione](#) [#Contest](#) [#dreamin](#)

## #2. LA CASE HISTORY UNIMC

Terzo classificato contest creativo [#insiemenelfuturo](#)



paolomonina

SEGUI GIÀ

Piace a fraarienzo, maudilathur, 8 sett.  
luciadambrosi, stefaniagiacomucci,  
ki.buby, ppapakristo, signa\_grigio  
e neroli\_p\_

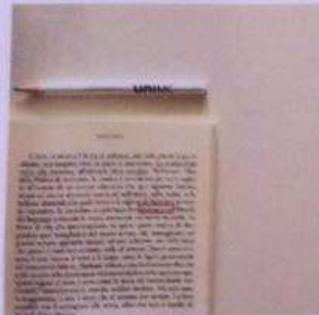
paolomonina [#insiemenelfuturo](#)

## #2. LA CASE HISTORY UNIMC



### Contest Instagram #insiemenelfuturo #unimc

/ 13 FINALISTI



#### **PRIMO Classificato**

**Foto** MARTINA TYNA ROMANO

**Motivazione** Per l'originalità del soggetto, l'attinenza al tema proposto e per le scelte compositive essenziali ma al tempo stesso suggestive, che ci richiamano ad un'idea di costruzione del futuro fatta di impegno, studio e adesione ad un progetto formativo.



#### **SECONDO Classificato**

**Foto** MARIANNA KALONDA  
OKASSAKA

/ ROBERTA CIAVARELLA

**Motivazione** Per l'originalità della composizione, per il senso del work in progress che questa trasmette, per la freschezza del tono di comunicazione che ci rimanda ad un futuro aperto e carico di speranze.



#### **TERZO Classificato**

**Foto** PAOLO MONINA

**Motivazione** Per la scelta del soggetto, che richiama il passato con la Lettera 22, oggetto di design e parte della nostra storia, ma guarda al futuro come un foglio di carta bianca da scrivere, per la raffinatezza delle scelte compositive, di luce e colore.

## #2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

Altra funzione del social sono i **tag**: ovvero identificare qualcuno in un post, foto o in un aggiornamento di stato. Su Instagram questa funzione si attiva inserendo il simbolo della @ seguito dal nickname del profilo da taggare.

L'uso dei tag è utile per **creare interazione** tra gli utenti della Community: se si vuole attirare l'attenzione di qualcuno in quanto la persona taggata riceverà una notifica che lo avviserà di esser stato citato in un commento su Instagram.

Instagram offre inoltre la possibilità di **geo-localizzare** i contenuti della piattaforma, raggruppando le foto in base al posto in cui sono state scattate.

## #2. IG (MINI)GUIDA ALL'UTILIZZO

Per tutti gli account aziendali (collegati ad una fan page di Facebook) è disponibile la funzione **Shoppable Post** che permette di Taggare i prodotti di un post e collegarli al Catalogo di Facebook visualizzando il cartellino con il prezzo al fine di fare e-commerce.



## #3. IG: LE OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE

Instagram è un terreno ancora poco battuto dalle aziende italiane soprattutto in settori che potrebbero trarne un enorme vantaggio come il **turismo, l'ospitalità, l'arredamento, l'abbigliamento, ma anche l'informazione.**

Domande da porsi:

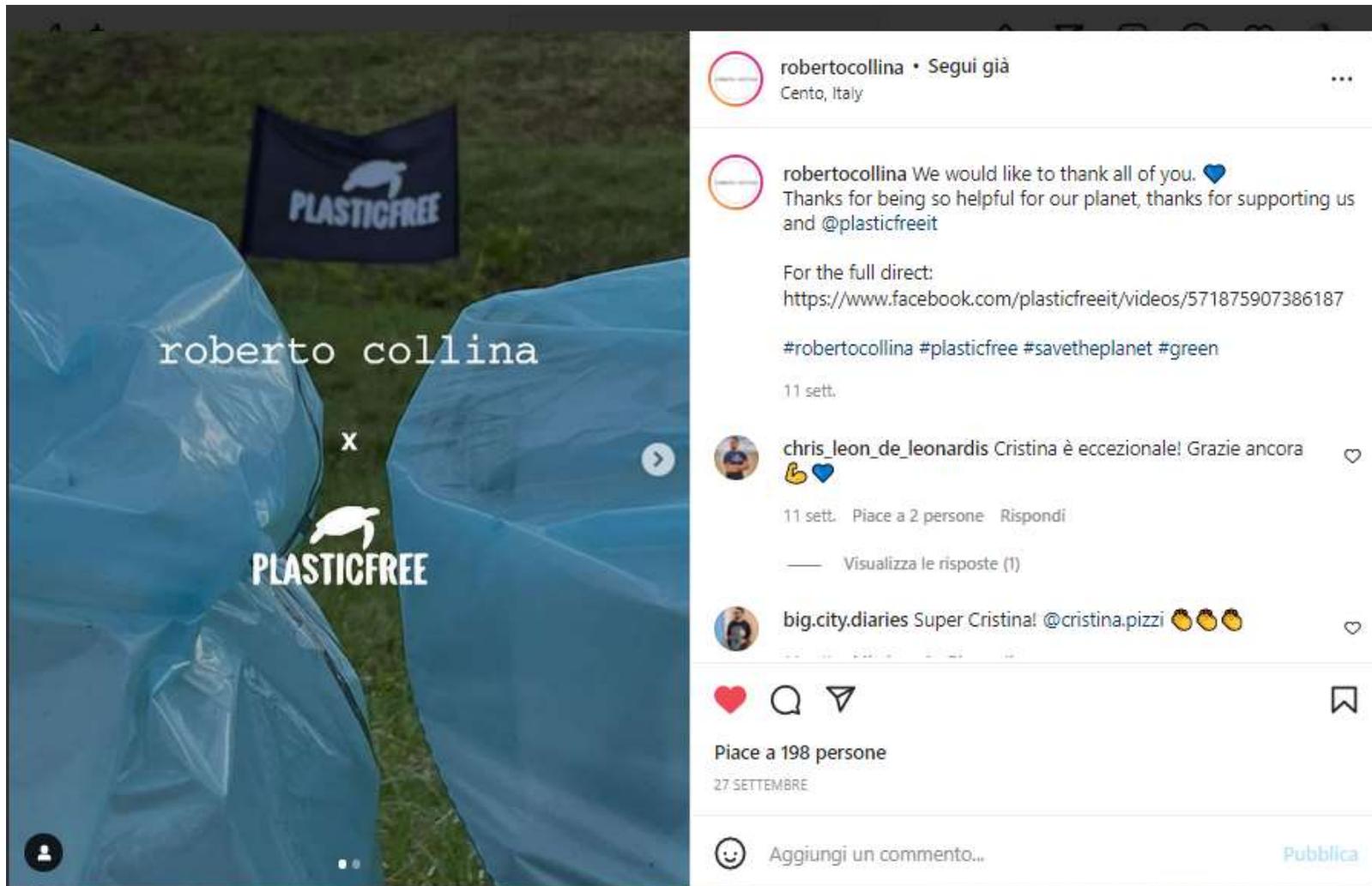
- **Instagram è coerente con la vostra strategia di comunicazione?**
- **Il vostro target è su Instagram?**
- **I vostri competitor sono su Instagram?**
- **Avete le risorse giuste (di tempo, economiche e umane)?**

## #3. IG: LE OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE

Quali possono essere gli obiettivi di questa piattaforma:

- **Aumentare la conoscenza del brand**
- **Migliorare il rapporto con i clienti**
- **Mostrare il lato creativo dell'azienda**
- **Vendere i propri prodotti**
- **Aumentare il traffico sul sito**
- **Attivare delle collaborazioni (influencer)**
- **Sostenere campagne di sensibilizzazione**
- ...

# #3. IG: LE OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE



## #3. IG: LE OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE

Siamo soliti pensare ad Instagram come a un social dove pubblicare e interagire con contenuti piuttosto frivoli, ma i brand che si affidano all'app fotografica più famosa al mondo sono in costante crescita.

**La miglior pubblicità è quella fatta dalle persone e dal passaparola** e Instagram in questa chiave di lettura è il social più adatto.

## #3. LE STRATEGIE VINCENTI

1. Instagram non è un archivio fotografico dei prodotti o dei servizi ma un luogo dove si condividono emozioni e si raccontano storie.

Instagram per le aziende è la piattaforma ideale per un **racconto fotografico e visivo della propria identità (logo, colori, forme, font)**, dei propri valori, del proprio messaggio.

Per fare ciò non basta semplicemente scattare e pubblicare tutto ciò che sembra carino ma bisogna **trovare il proprio mood**, uno stile fotografico peculiare e riconoscibile.

## #3. LE STRATEGIE VINCENTI

**2. Dopo aver capito che tipo di contenuti pubblicare può essere molto utile fare delle ricerche mirate per individuare e seguire persone che hanno i vostri stessi interessi.**

Basta digitare le parole chiave (in italiano e inglese) che delimitano il vostro campo di interesse per scoprire centinaia di possibili soggetti interessati alle vostre foto.

Se ad esempio la vostra passione è fotografare paesaggi potete partire cercando: landscape, landscapephotography, travel, instatravel, paesaggi...

## #3. LE STRATEGIE VINCENTI

**3. Oltre a seguire le persone che hanno i vostri stessi interessi è importante iniziare a mettere like sulle loro foto e lasciare commenti.** Queste azioni verranno notificate al destinatario che potrebbe avere la curiosità di visitare il vostro profilo e decidere di seguirvi.

Inoltre, per costruire attorno a se una community è fondamentale rispondere, magari con un semplice mi piace o un grazie, a coloro che avranno la bontà di lasciare un commento sulle vostre creazioni.

**Partecipare agli instameet e instawalk** (ovvero meeting con gli amanti del social in tutte le parti del mondo).

## #3. LE STRATEGIE VINCENTI

### 4. Quando si pubblica una foto o un video è prassi comune accompagnarli con una descrizione e con hashtag

In media 10-20 hashtag servono ad ottenere una maggiore visibilità e da arrivare alle persone che non ci seguono ancora. Infatti gli utenti di IG sono soliti fare ricerche per parole chiave e hashtag proprio per portare a galla nuovi contenuti.

Il consiglio è di usare un set di hashtag prettamente descrittivi (come ad esempio #tramonto #mare) insieme ad hashtag di community esistenti (#igersitalia #instagramitalia #destinazionemarche #exploringmarche...).

È in arrivo una sezione dedicata in cui trovare gli audio e gli hashtag in trend al momento.

## #3. LE STRATEGIE VINCENTI

Sulla piattaforma si assiste a uno spostamento verso la **comunicazione basata su testo**



# #3. LE STRATEGIE VINCENTI



veronicagenti • 2 g



## Il Metodo A.S.A.D. nel copy

<b>Attira</b>	Voglia di un pranzo rapido, gustoso e super salutare? Vieni da HealtyMoky!
<b>Spiega</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>🥗 Gustose insalatone &amp; primi piatti proteici</li><li>🍅 Ingredienti a KM0 e prodotti locali</li><li>💡 Menu a partire da 10€ (eh sì, caffè incluso!)</li><li>👤 Ampia sala con aria condizionata e WI-FI</li></ul>
<b>Attiva</b>	★★★★★ "L'insalata crunchy con il tonno scottato era davvero strepitosa, i camerieri simpaticissimi e (non scontato!) i servizi molto puliti. 5 stelle, tornerò presto!" Ilaria R. - TripAdvisor
<b>Dirigi</b>	Che aspetti? Scrivici subito per sfogliare il menu in anteprima e prenotare il tuo tavolo 📞

 veronicagenti • • • • • veronicagenti.com

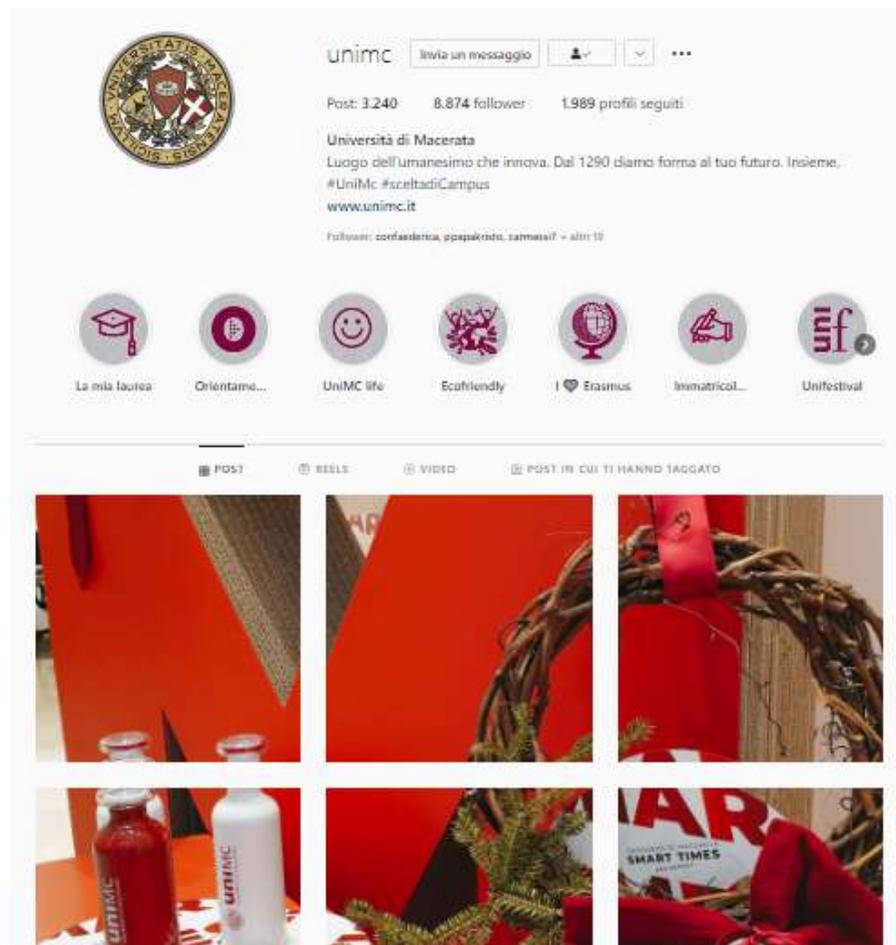
## #3. LE STRATEGIE VINCENTI

**5. Se un contenuto vi sembra banale è possibile valorizzarlo aggiungendo frasi o effetti fotografici.**

A tal fine si possono usare app esterne o le app di instagram come ad esempio **Layout** che serve a creare un mosaico di foto diverse o **Boomerang** che permette di realizzare video semplicemente tenendo premuto il tasto di scatto per qualche minuto. L'azione catturata andrà in loop per cui il video finale risulterà insolito e divertente.

# #3. LE STRATEGIE VINCENTI

Esistono anche App esterne che permettono di personalizzare il profilo

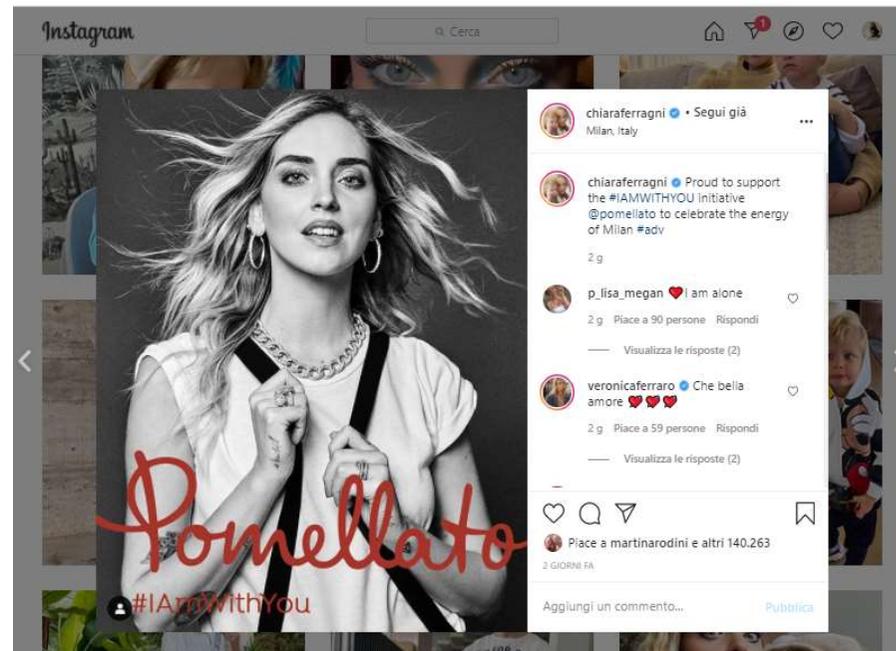


## #3. LE STRATEGIE VINCENTI

**6. L'importanza di scegliere Influencer coerenti:** fashion blogger, food blogger, travel blogger.

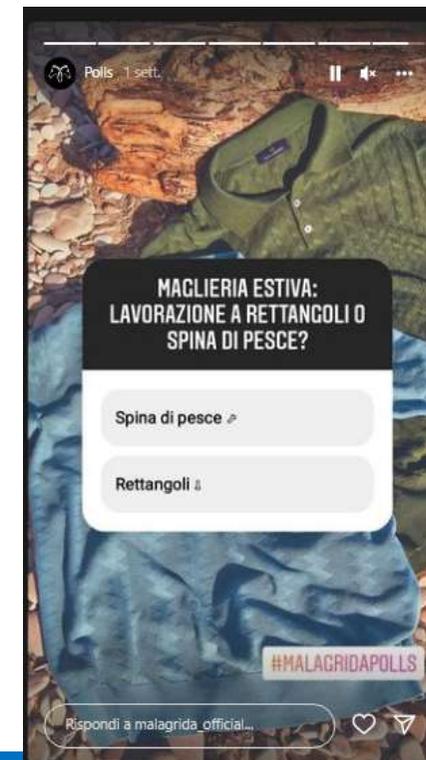
Pomellato celebra Milano con #IAMWITHYOU. Il progetto, lanciato alla Milano Fashion Week mostra scatti delle persone che l'hanno supportata in questi mesi difficili.

[https://www.instagram.com/tv/CFmfXwsgbGG/?utm\\_source=ig\\_embed](https://www.instagram.com/tv/CFmfXwsgbGG/?utm_source=ig_embed)



# #3. LE STRATEGIE VINCENTI

**7. Nel nostro calendario editoriale dobbiamo pianificare almeno il 50% di stories.** Si possono poi creare delle gallerie tematiche (storie in evidenza). I sondaggi e i quiz sono un modo per coinvolgere attivamente i follower.



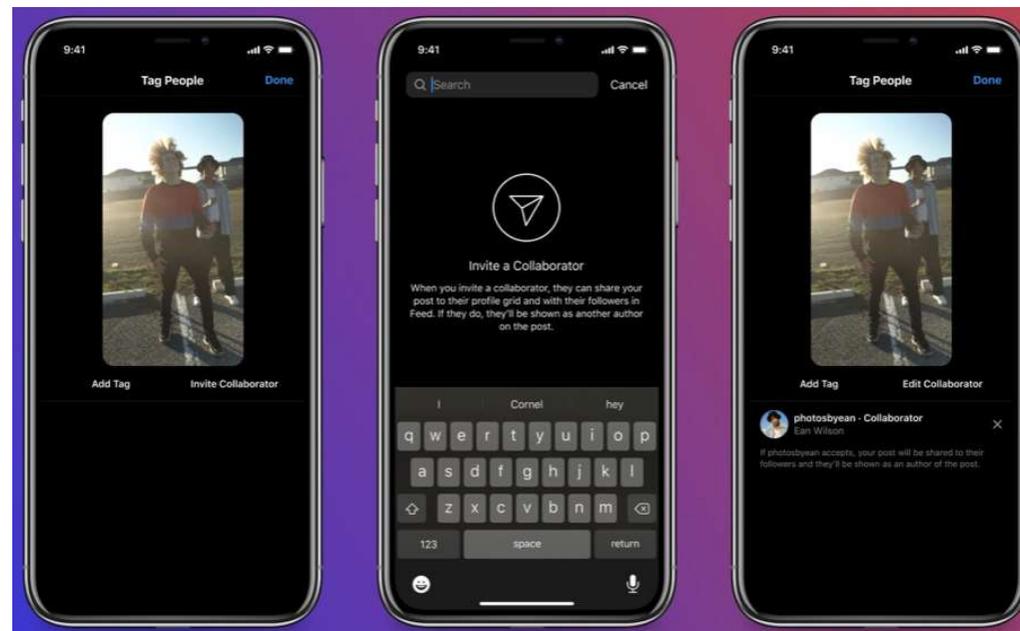
## #3. LE STRATEGIE VINCENTI

**7. Link Sticker.** Si possono aggiungere link nelle Storie. Cade il limite di 10.000 follower.



## #3. LE STRATEGIE VINCENTI

**8. Implementare la nuova funzione Collabs.** Permette da un account di collaborare con un altro. Il post porterà i nomi di entrambi e sarà visibile nei rispettivi profili. L'audience raggiunta sarà quella di entrambi, quindi le possibilità di visibilità aumentano enormemente.



## #4. MONITORARE I RISULTATI

Con l'introduzione di Instagram Insight (Dashboard per professionisti) monitorare i risultati è diventato molto **più semplice**.

Nella schermata iniziale mostra un campo di scorrimento con la panoramica generale che racconta:

- Gli account raggiunti,
- Le interazioni con i contenuti
- Il numero totale di follower

Per poter accedere agli Insight occorre avere un account business.

## #4. MONITORARE I RISULTATI

**Esistono strumenti aggiuntivi per la gestione di Instagram che** permettono di ottenere statistiche più dettagliate su seguaci, interazioni e consigli sugli orari migliori per pubblicare.

Sono a pagamento ma concedono un mese di prova gratuito.

## #4. MONITORARE I RISULTATI

**ICONOSQUARE** permette di individuare gli influencer e di pianificare i post

Top Influencers   Last day   Last 7 days   Last 30 days

INFLUENCER	COUNTRY	CATEGORIES	FOLLOWERS	ER 	MEDIA POSTED
1  danbilzerian	United States	Lifestyle	16.3M (=)	1.84% (669)	1.0k (578)
2  zachking	United States	Entertainment	12.5M (=)	8.21% (33)	717 (780)
3  hudabeauty	United Arab Emirates	Cosmetics	12.3M (=)	0.78% (1085)	8.8k (13)
4  futbolsport	United States	Soccer Repost	11.5M (=)	2.15% (565)	3.8k (70)
5  makegirtz	-	Cosmetics Fashion	10.3M (=)	0.41% (1204)	4.5k (50)

# #4. MONITORARE I RISULTATI

**SOCIALRANK** tool che fornisce statistiche dettagliate e permette di confrontare i follower con i competitor

The screenshot displays the SocialRank Twitter Intel interface. At the top, there's a navigation bar with 'Twitter Intel' and various utility icons. Below it, a control panel includes a sort dropdown set to 'Most Followed', filter and list options, and a 'Compare Reports, Lists, and Folders' dropdown. A 'Show Summary' button is also present. The main content area shows a list of top followed accounts, with Barack Obama (@BarackObama) at the top. To the right of the list, a detailed profile card for Barack Obama is shown, including his bio, website, and follower/following/tweet counts. Below the profile card, a table of key performance indicators (KPIs) is displayed.

Metric	Value
Avg RTs / Tweet	43,263.3
Avg Likes / Tweet	276,857.6
Engagement Rate	0.27% @
Account Age	13 yrs
Profanity	Light @

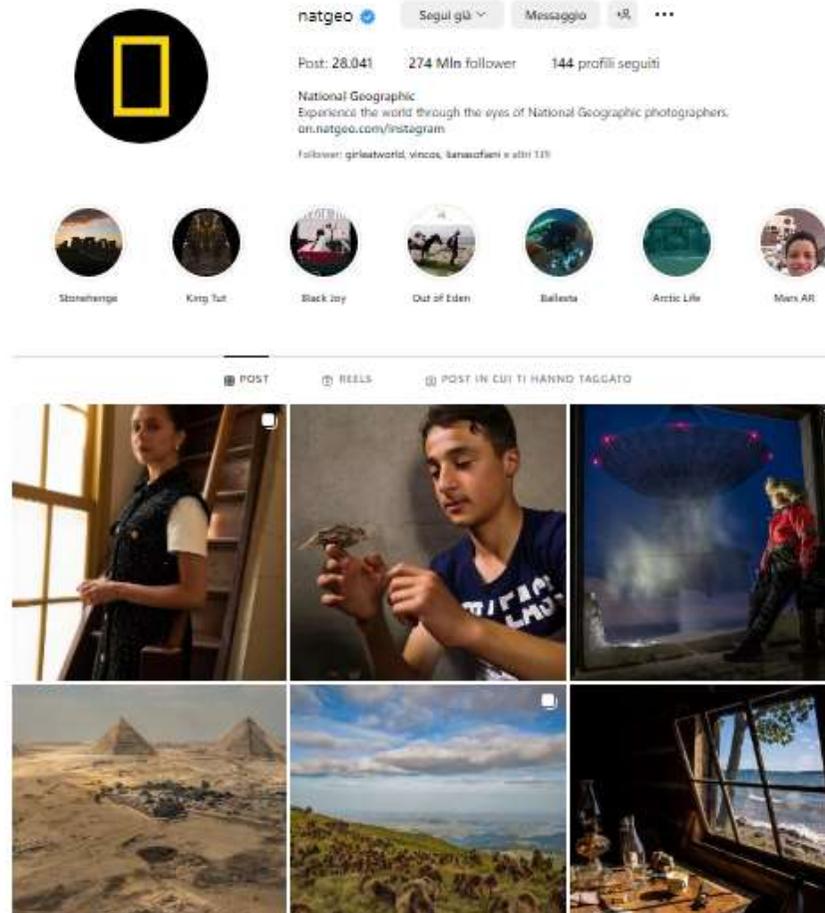
## #4. MONITORARE I RISULTATI

**BLOGMETER** in grado di fornire un'analisi in tempo reale del sentiment



# #5. CASE HISTORIES

L'account IG più seguito in assoluto non appartenente ad una celebrità del mondo dello spettacolo è **National Geographic**.



## #5. CASE HISTORIES

L'innovazione del profilo è che è utilizzato in modo collettivo da più fotografi.



# #5. CASE HISTORIES

The image shows a screenshot of the Instagram profile for Murad Osmann. At the top, the name 'muradosmann' is displayed with a verified badge, followed by 'Segui' (Follow), 'Messaggio' (Message), and a share icon. The profile statistics show 'Post: 704', '3,4 Mln follower', and '1.352 profili seguiti'. The bio identifies him as 'MURAD OSMANN', a 'Creator digitale', and lists his work: '@followmeto @followmeto.app', 'Film Producer @hypefilm', and 'influencer of the year'. It also mentions 'Top 3 Travel Influencer by Forbes' and 'Osmann@hypepro.ru'. The location is 'Dubai' and a link is provided: 'lensa.onelink.me/tfG1/598c8qv5'. Below the bio, it says 'Follower: girleatworld, redbull, chazetaphotos e altri 54'. A row of seven circular icons represents different content categories: 'FollowMeTo ...', 'Daddy knows', 'Tour Dagستان', 'Wedding', 'India', 'Tour Jordan', and 'Charity: water'. Below this is a navigation bar with 'POST', 'REELS', and 'POST IN CUI TI HANNO TAGGATO'. The main content area displays a grid of six travel photographs: a woman in a white sari walking towards the Taj Mahal at sunset; a woman in a gold dress standing in front of the Great Pyramids and Sphinx; a woman in a colorful, multi-layered dress with confetti falling around her; a woman in an orange dress looking out over a valley; a woman in a black dress sitting by a pool at sunset; and a woman in a grey dress sitting in a car.

## #5. CASE HISTORIES



**muradosmann** • Segui  
Moscow, Russia

**muradosmann** #followmeto  
**Travel bloggers on quarantine at home :)**  
Officials around the world say that "Social distancing" is the key to slowing the spread of the Coronavirus. You shouldn't panic, but taking some precautionary steps is a good decision. - Avoid situations where there are crowds. - Get your food delivered. - Wash your hands and use hand sanitizer. - Minimize the use of paper money - While staying at home you can do many things: read the books you always wanted to but didn't have time, imagine the places you can go while staring at your washing machine & practicing yoga.

👍 🗨️ 📍 📌

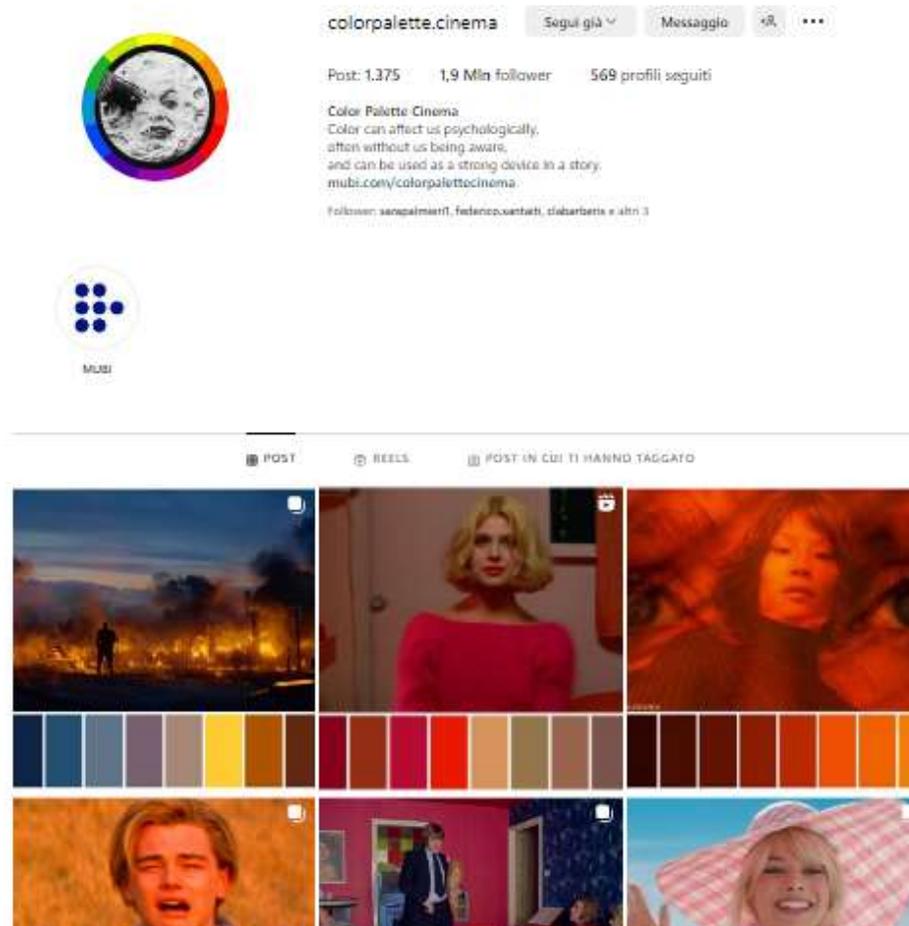
👤 Piace a dylan.schwartz e altri 217.358

17 MARZO

Aggiungi un commento... Pubblica

# #5. CASE HISTORIES

**Color palette Cinema** Key frame di film uniti a palette per raccontare il potere dei colori in una storia



# #5. CASE HISTORIES



colorpalette.cinema • Segui già ...

colorpalette.cinema :  
"The Truman Show" (1998).  
•Directed by Peter Weir  
•Cinematography: Peter Biziou  
•Production Design: Dennis Gassner  
•Costume Design: Marilyn Matthews  
•Colorist: Michael Healey  
•Color Timer: Mike Milliken

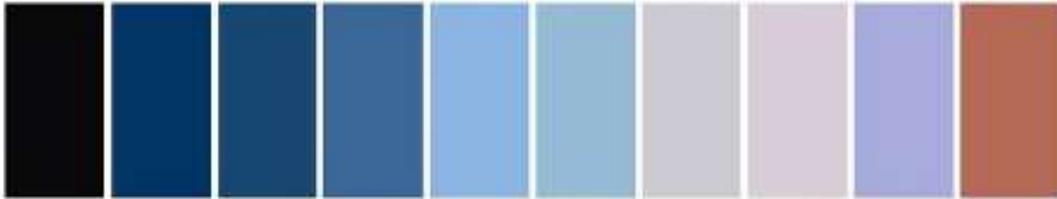
6 sett.

👍 🗨️ 📍 📌

👤 Piace a tim\_stipan e altri 70.263

8 OTTOBRE

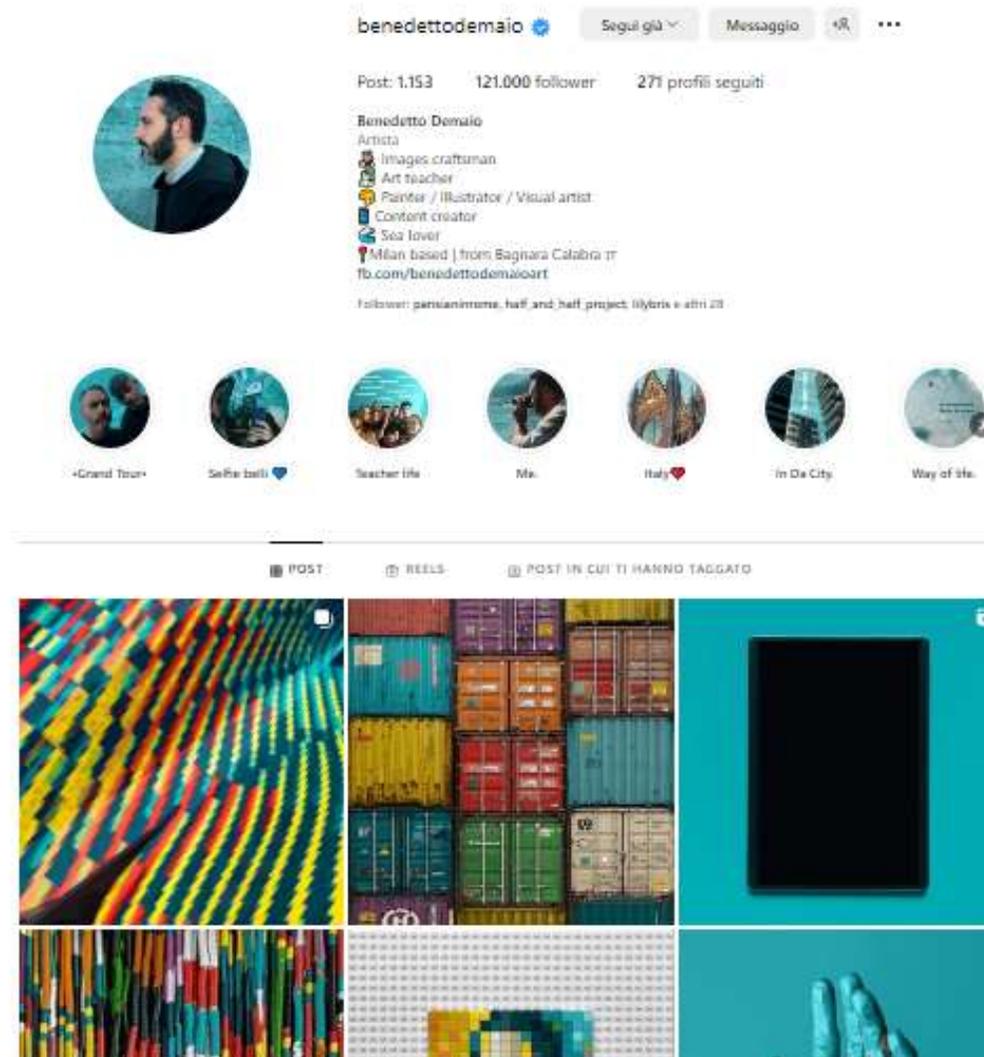
Aggiungi un commento... [Pubblica](#)



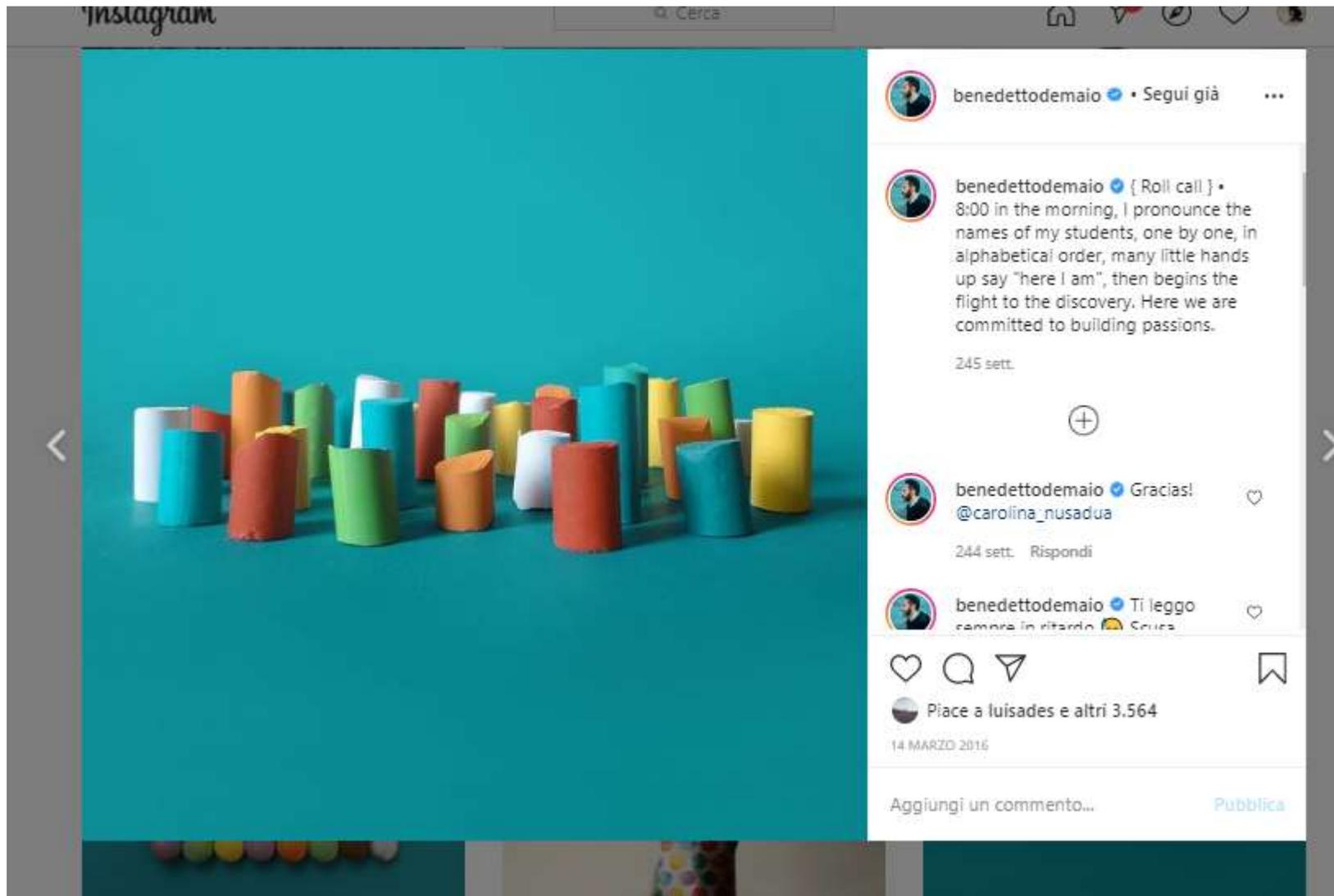
The image shows a still from the movie 'The Truman Show' where a man is walking up a set of stairs that appear to be floating in the sky. Below the image is a color palette with ten swatches: black, dark blue, medium blue, light blue, very light blue, grey, light purple, medium purple, and brown.

# #5. CASE HISTORIES

Benedetto Demaio: un colore per raccontarsi

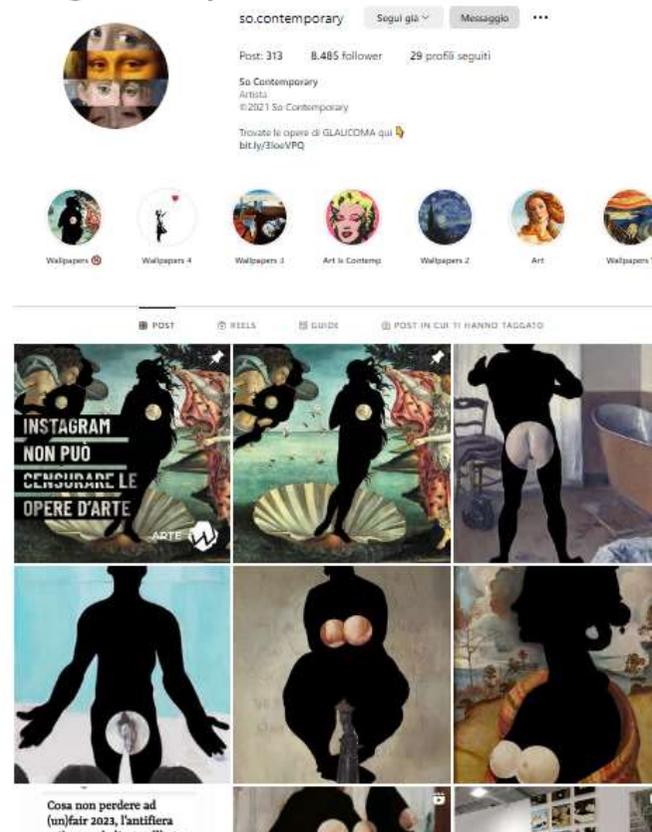


# #5. CASE HISTORIES



# #5. CASE HISTORIES

**Art0rin** progetto di un ex-studente dell'Accademia Albertina di Torino che grazie al fotoritocco fonde arte del passato e vita contemporanea (oggi diventato **so contemporary** un progetto di ironia e attivismo digitale).



# #5. CASE HISTORIES



 so.contemporary • Segui già ...

 so.contemporary "Gioconda"  
Leonardo da Vinci  
#ArTorin #torino #turin  
🔥 Ultimo post di @art0rin 🔥  
46 sett.

 neopassiflorine Mi mancherai ♡  
46 sett. Piace a 2 persone Rispondi  
— Visualizza le risposte (2)

 manlio\_70 Peccato! ♡  
46 sett. Piace a 2 persone Rispondi  
— Visualizza le risposte (1)

 claudiacivitelli 😊👍❤️ ♡  
46 sett. Mi piace: 1 Rispondi  
— Visualizza le risposte (1)

♡ 💬 📌 🔖

Piace a 993 persone  
20 GENNAIO

😊 Aggiungi un commento... Pubblica

# #5. CASE HISTORIES

The screenshot shows the Instagram profile for 'half\_and\_half\_project'. The profile picture is a red circle with the text 'Half and Half' in white. The bio includes the name 'HalfandHalf', the tagline 'Parallel lines meet together in our minds', and contact information: '#halfandhalfproject', 'halfandhalfinstaproject@gmail.com', and 'Projected by @ilsoltopaglora'. It also lists a website 'facebook.com/halfandhalfproject' and a location 'follower: marche\_travel'. Below the bio are two tabs: 'POST' and 'POST IN CUI TI HANNO TAGGATO'. A grid of six images is displayed, featuring various scenes: a person underwater, a kitchen interior, a perspective view of a building facade, a coastline with waves, a red door, and a beach scene.

# #5. CASE HISTORIES

The screenshot shows the Instagram profile for 'picame'. The profile picture is a circular logo with the word 'PICAME' in white on a black background. The bio reads: 'Picame Rivista Your daily dose of inspiration, since 2008 For featuring request DM us! Curated by @fargo.studio picamemag.com'. The profile has 9,502 posts, 464,000 followers, and 1,191 profiles followed. Below the bio are five circular icons for 'From You', 'Q&A', 'Messages', 'Alerts', and 'Activity'. The main content area shows a grid of six artistic illustrations: a landscape with green hills and yellow flowers; a woman in a blue coat standing on a beach with mountains in the background; a woman with long blue hair submerged in blue water; a lighthouse on a pier with a person sitting on a bench; a view through a window of a colorful city street; and a person in a black shirt hugging another person.

# #5. CASE HISTORIES

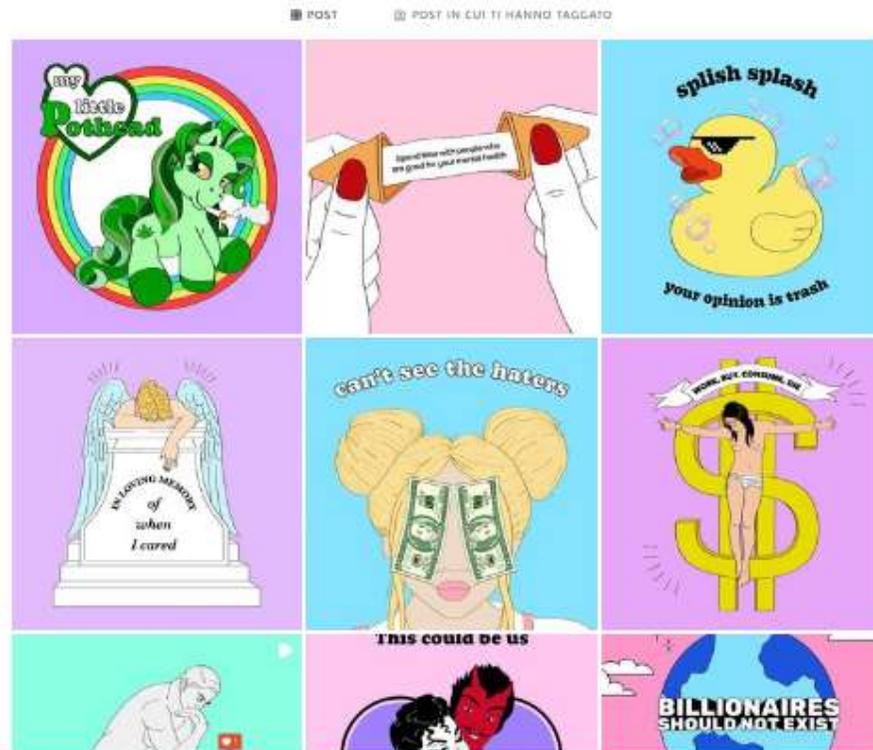


zahersara Segui già Messaggio + ...

Post: 139   46.300 follower   200 profili seguiti

Sara Zaher  
Artista  
📍 NYC  
✉ info@sarazaher.com  
🌐 www.sarazaher.com/shop

Happy Place   LOUPE   SHOP   NEON   ADOBE MAX   WALLPAPER   DJAIC



## #5. CASE HISTORIES



# #5. CASE HISTORIES

soiotommaso   Segui già   Messaggio   48   ...

Post: 862   25.600 follower   1.634 profili seguiti

Tommaso Bisagni

Artista  
Vorrei essere capace di disegnare i T-rex.  
Piacenza, Italy  
@innotommasobisagni  
Per collaborazioni o commissioni  
DM o email: t.bisagni@gmail.com

Follower: mariamarketshop • subelchiavone

POST   POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

# #5. CASE HISTORIES

The screenshot shows the Instagram profile for 'minillustrazioni\_linz'. The profile picture is a circular logo with a stylized flower. The bio includes the name 'Linz', the name 'Paola', and the description 'Messaggi positivi', 'Illustrazioni e ricami'. It also lists the location 'Calabria' and a website 'coverpersonalizzate.it/collections/minillustrazioni\_linz'. Below the bio are seven category icons: 'tattoo', 'cover', 'tote', 'libri', 'regali Natale', 'dediche', and 'agende'. The main content area shows a grid of posts, including a book cover with a green circular element, a portrait of a woman, a book cover with a pink flower, and three illustrations: a bottle with a flower, a character on a globe, and a night scene with a crescent moon and waves.

minillustrazioni\_linz Segui già Messaggio +R ...

Post: 1.580 113.000 follower 1.588 profili seguiti

Linz 🇮🇹  
Paola  
Messaggi positivi 🌟  
Illustrazioni e ricami.  
📍 Calabria  
[coverpersonalizzate.it/collections/minillustrazioni\\_linz](https://coverpersonalizzate.it/collections/minillustrazioni_linz)  
Follower: immaformisano92, vickyxobourne, leoschevano e altri 1

tattoo cover tote libri regali Natale dediche agende

POST BEELS POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

ACQUEDOTTI  
minillustrazioni.linz

NON QUERTIAMO MAI SOLO UNA TUA LUCE

Juce  
minillustrazioni.linz

# #5. CASE HISTORIES

The screenshot shows the Instagram profile for 'lilybris', which is the account of artist Cecilia Roda. The profile includes a circular profile picture of her, a bio identifying her as an artist, and a grid of her posts. The posts feature various illustrations and text, such as 'Per me la felicità è...', 'Ci sono cose che puoi controllare...', and 'Oggi voglio dirti...'. The profile statistics show 6,799 posts, 127,000 followers, and 2,171 profiles followed.

**lilybris** Segui già Messaggio

Post: 6.799 · 127.000 follower · 2.171 profili seguiti

**Cecilia Roda - Lilybris**  
Artista  
Farte concretizza i sogni • pieces of my (he)art • collab with @iodonna\_it • shop on @spritziviva • #lilybris it • Scopri il mio mondo qui [linktr.ee/LilybrisCeciliaRoda](https://linktr.ee/LilybrisCeciliaRoda)  
Follower: ig\_italia • spaghettpolitics

#ceclab1 Omni Tour Coto Lamore 1 lilyXpritz #ceclab2 Pizi

POST REELS POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

Per me la felicità è... 2.107

Ci sono cose che puoi controllare...

Oggi voglio dirti...

Per me la felicità è... STATE TUTTI MOLTO CALMI.

# #5. CASE HISTORIES

**diaridibrodo** Segui Messaggio

Post: 710    101.000 follower    2.620 profili seguiti

**Diari di Brodo** she/her  
Artista  
Sono il brodo che bevi quando stai male. Inutile ma piacevole 🍲  
By @martinafippella  
Collab mail o DM  
Doing business w/ @weareyounik  
SHOP e LIBRO [linktr.ee/diariidibrodo](https://linktr.ee/diariidibrodo)  
follower: [cena\\_una\\_bolla](#), [lilyaria](#), [solotommaso](#) e altri 5

[Codeignweek](#) [Disegnatori](#) [Segni NIP](#) [Purmanie](#) [Seyfiddighe...](#) [Illustrazione](#) [Cover](#)

POST    REELS    GUIDE    POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

- IT'S GONNA BE MAY
- BOOTY
- CORSO di LEADERSHIP SBAGLIATO by DIARI di BRODO
- OROSCHIFO A CASO
- CEGA PER ALCOVA, COSTI LINDA CHE È IMPOSSIBILE VEDERNE LA FINE, INTERAMENTE SOTTO IL SOLE, PIACEVOLE SE TI MANCA L'ESTATE, RINFORZA I LEGAMI (INTERPERSONALI), MALINCINICO RITORNO ALLA GIOVENTÙ PERCHÉ RICERCA GARDALANI, SENZ'ALTRO DISCIPLINATA
- LA PRIMAIA REALIZZAZIONE, PER IL REALIZZAZIONE, PER IL REALIZZAZIONE, PER IL REALIZZAZIONE, PER IL REALIZZAZIONE

# #5. CASE HISTORIES

The screenshot shows the Instagram profile for 'zeroimpegno'. The profile picture is a circular logo with the text 'ZERO IMPEGNO' and a small character. The bio identifies the user as an artist named Chiara Arianna, provides contact information (email: zeroimpegno21@gmail.com), and lists their website (psicograficeditore.com/shop/libri/zero-impugno). It also shows 158 posts, 79,600 followers, and 130 profiles followed. Below the bio are five category icons: Shop, Libricino, Cover, Disegnini, and Storie. The main content area displays a grid of six posts, each a satirical illustration:

- POST 1:** A green background with a white card titled 'I MIO TALENTI:' containing a list: 1. DORMIRE, 2. RINUNCIARE, 3. PROCRASTINARE, 4. DORMIRE.
- POST 2:** A purple background with a suitcase titled 'COSA METTERE IN VALIGIA:'. Inside the suitcase are items labeled 'MEDICINE', 'DIGITALI', and 'BUONE INTENZIONI'.
- POST 3:** A brown background with a jar of Nutella titled 'QUANDO TI CHIEDONO COSA CE' E RISPONDI "NIENTE:".
- POST 4:** A blue background titled 'LA MIA GIORNATA:'. It shows icons for 'CHE FATE' (a donut), 'CHE SONNO' (a bed), and 'CHE ANSIA' (a brain).
- POST 5:** A pink background titled 'HO BISOGNO DI TE' (IN PSICOLOGIA). It features a box of 'RObilas 20 mg'.
- POST 6:** An orange background with a Kinder Surprise egg titled 'SAGITTARIO'.

# #5. CASE HISTORIES



coseneilibri

Segui già

Messaggio

+R ...

Post: 82 45.400 follower 281 profili seguiti

Cose nei libri

Archivio serio di cose trovate nei libri usati. Cose perse, dimenticate o abbandonate. 1 cosa su 3 fa piangere.

Progetto di @giorgiademuro

Followers: alafortuna, hlyora, petrucciaster e altri 2



Esatto libri



ScaffaleCDS



Angela Carter



Martini



Geronimo S



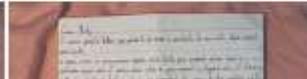
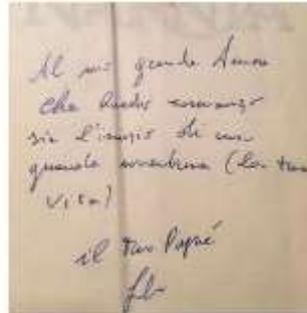
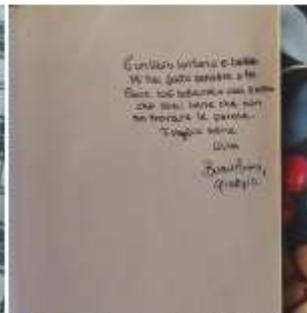
Machado



Ada o Ardore

POST

POST IN CUI TI HANNO TAGGATO



# #5. CASE HISTORIES

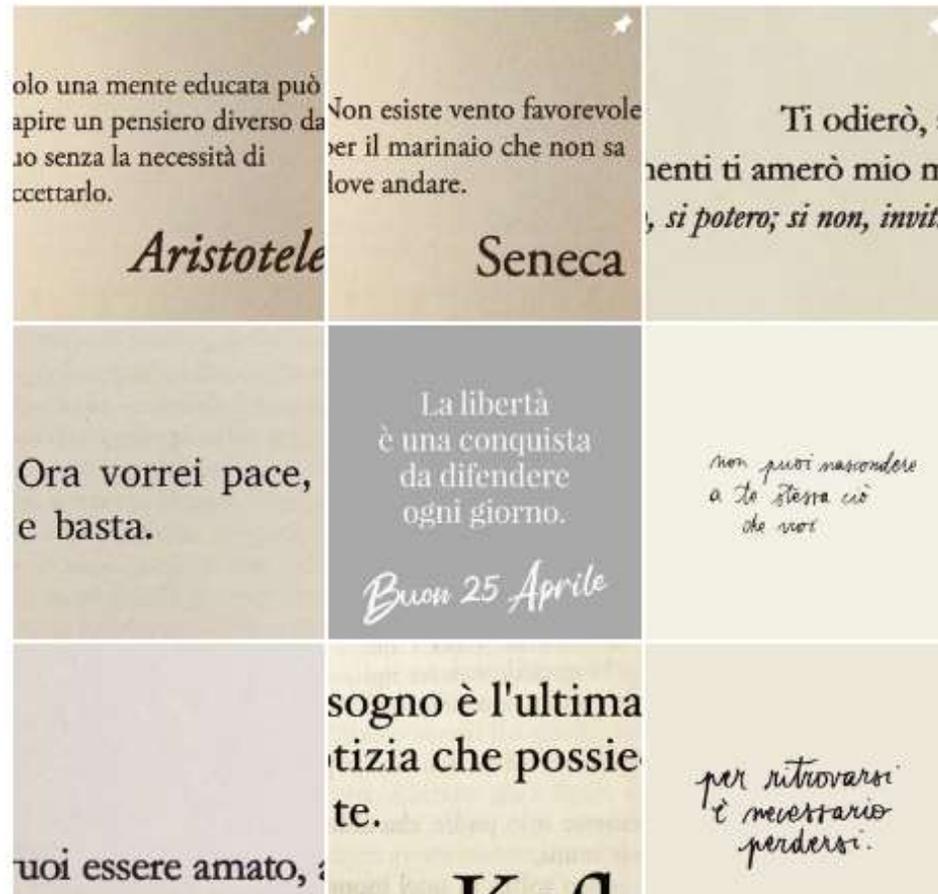


\_citazioni\_afOrismi\_ Segui Messaggio

Post: 79 · 4.992 follower · 1.218 profili seguiti

Citazioni e aforismi  
Citazioni  
Aforismi  
Nuove frasi ogni giorno 📅 📅 📅  
Suggerisci frasi in DM 📩 📩 📩

POST POST IN CUI TI HANNO TAGGATO



# #5. CASE HISTORIES

The screenshot displays the Instagram profile for 'scritte\_sul\_muro'. The profile picture is a circular logo with the text 'SCRITTE SUL MURO' inside. The bio includes the text 'Scritte sul muro', 'Ogni giorno nuovi post', 'Attiva le notifiche!', and 'Per pubblicità a pagamento: DIRECT'. The profile has 543 posts, 105,000 followers, and 92 profiles followed. Below the profile information, there are navigation tabs for 'POST', 'REELS', and 'POST IN CUI TI HANNO TAGGATO'. The main content area shows a grid of nine images, each featuring a different piece of handwritten graffiti or street art. The graffiti includes phrases like 'TU SEI LA COSA + BELLA CHE ABIA MAI ! VISTO!', 'SEI COME TUTTI DEL RESTO NON AVEVO DUBBI', 'NON LASCIARE MAI CHE QUALCUNO SIA TROPPO IMPORTANTE NELLA TUA VITA', 'EXIT BLOCCA QUANDO TE LA SENTI', 'PER ME SEI ANCHE LA PIU BELLA', 'NON ODIATE', and 'SCOPIAMO POI TI SPIEGO'.

# #5. CASE HISTORIES

The screenshot displays the Instagram profile for 'scritte\_sul\_muro'. The profile picture is a circular logo with the text 'SCRITTE SUL MURO' inside. The bio includes the text 'Scritte sul muro', 'Ogni giorno nuovi post', 'Attiva le notifiche!', and 'Per pubblicità a pagamento: DIRECT'. The profile has 543 posts, 105,000 followers, and 92 profiles followed. Below the profile information, there are navigation tabs for 'POST', 'REELS', and 'POST IN CUI TI HANNO TAGGATO'. The main content area shows a grid of nine images, each featuring a different piece of handwritten graffiti or street art. The graffiti includes phrases like 'TU SEI LA COSA + BELLA CHE ABIA MAI ! VISTO!', 'SEI COME TUTTI DEL RESTO NON AVEVO DUBBI', 'NON LASCIARE MAI CHE QUALCUNO SIA TROPPO IMPORTANTE NELLA TUA VITA', 'EXIT BLOCCA QUANDO TE LA SENTI', 'PER ME SEI ANCHE LA PIU BELLA', 'NON ODIATE', and 'SCOPIAMO POI TI SPIEGO'.

# #5. CASE HISTORIES

The screenshot shows the Instagram profile for 'instaface\_unimc'. The profile picture is a circular collage of many small faces. The bio reads: 'instaface unimc', 'Una pagina per celebrare gli studenti Unimc. Mettici la faccia!', 'Seguici', 'Scatta una foto con #instaface\_unimc', and 'Macerata, Marche'. It lists 43 posts, 111 followers, and 176 profiles followed. Below the bio are navigation tabs for 'POST' and 'POST IN CUI TI HANNO TAGGATO'. The main content area displays a grid of six photos, each featuring a student holding a sign with the hashtag #instaface\_unimc. The photos are from users 'jule\_candle', 'francescaariento', '\_leonora95\_', and 'francescaariento'.

# #5. CASE HISTORIES



# #5. CASE HISTORIES

The image shows the Instagram profile for 'poivorrei'. The profile picture is a red circle with the word 'poivorrei' in white. The bio includes the text: 'poivorrei® è ciò che non vogliamo più dare per scontato. Novità: Agenda 2022 con penna. Scrivi il tuo #poivorrei cliccando qui linktr.ee/poivorrei'. Below the bio are seven category icons: Flashback, Playlist, #tucomeli, Fiori, CARD, Making, and Dilemmi vita. The main feed shows six posts, each featuring a different 'poivorrei' card with various messages and designs.

**poivorrei** Segui

Post: 404 · 470mila follower · 18 profili seguiti

**poivorrei**  
poivorrei® è ciò che non vogliamo più dare per scontato.  
Novità: Agenda 2022 con penna  
Scrivi il tuo #poivorrei cliccando qui [linktr.ee/poivorrei](https://linktr.ee/poivorrei)

Followed by: wll\_ita, saraamadame, immaformisano02 · altri 4

Flashback Playlist #tucomeli Fiori CARD Making Dilemmi vita

POST GUIDE REELS VIDEO POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

poivorrei una gioia.

poivorrei essere pagata per non fare nulla.

poivorrei qualcuno che sa sfoltire i pensieri.

poivorrei il bacio della buonanotte.

poivorrei trovare la metà della mia mela.

#grazie

