



# SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST *SPONSORED* - APRILE 2020

# Un nuovo report mensile

Quanti sono e come evolvono le **collaborazioni e i post nati dalle partnership tra influencer e brand**? Insight rilevante perché capace di darci un'istantanea sull'**utilizzo e l'attivazione** di campagne di influencer marketing in Italia.

Da oggi, grazie alla collaborazione del nostro partner **Talkwalker**, ogni mese rilasceremo questo **report** capace di presentarci i dati riguardo i post Instagram contrassegnati dagli hashtag compliant.

***Volume, interazioni, topic*** di ***post sponsored più performanti*** per comprendere sempre meglio le dinamiche legate ai contenuti sponsorizzati.

**Matteo Pogliani**

*Founder Osservatorio Nazionale Influencer Marketing*



THINK  
OUTSIDE  
THE BOX

# Metodologia

Tutti i dati utilizzati nelle analisi mensili, provengono dalla suite di **Talkwalker**, tool dedicato all'analisi delle conversazioni online e delle social performance di profili di brand o di influencer.

L'analisi è realizzata mediante una mappatura su Instagram delle **keyword di interesse, inerenti agli hashtag da utilizzare nelle collaborazioni tra brand e influencer** (come da **Digital Chart** dello **IAP**).

Di seguito gli hashtag analizzati: **#ad #adv #advertising #sponsored #sponsoredby #giftedby #sponsorizzato #spuppliedby #supplied**

I risultati sono poi "puliti" attraverso l'isolamento e la disambiguazione dei contenuti trovati in fase di analisi.





**Post *sponsored*  
quale scenario a Marzo 2020?**

---



**Marzo**

# I post nati da collaborazione brand/influencer

**16.076**

**Numero post**

**7.6M**

**Interazioni generate**

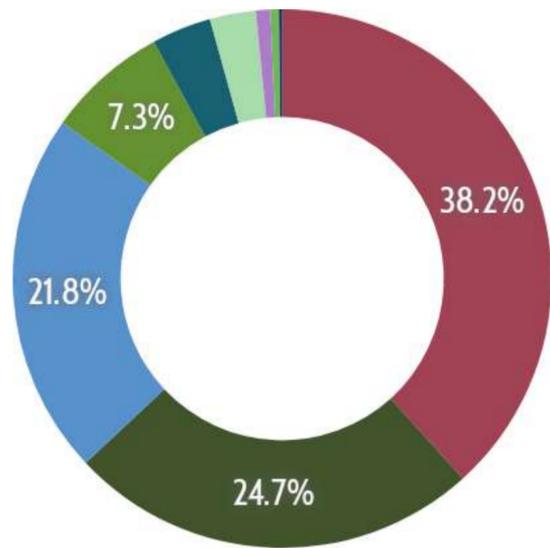
**472,7**

**Interazioni per post**

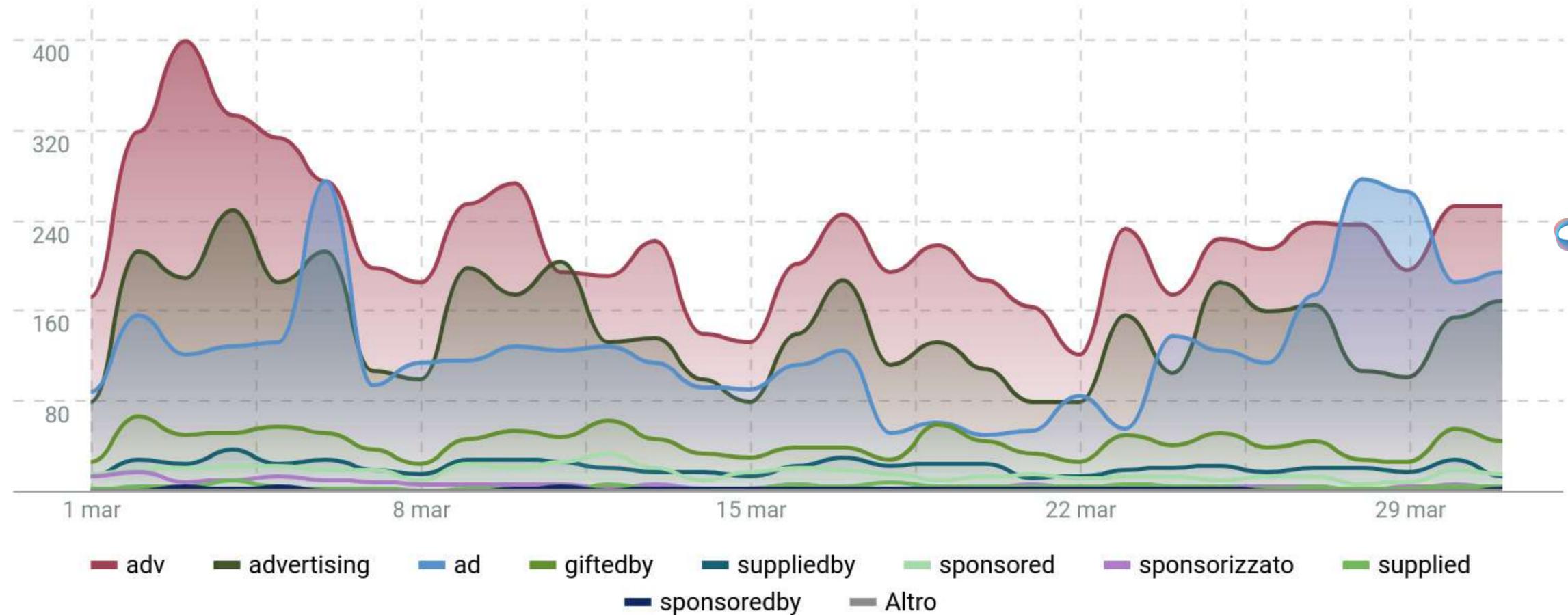


Marzo

# L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag



- adv
- advertising
- ad
- giftedby
- suppliedby
- sponsored
- sponsorizzato
- supplied
- sponsoredby



Marzo

## Gli hashtag compliant più utilizzati

6.930  
Menzioni

#adv

4.472  
Menzioni

#advertising

3.946  
Menzioni

#ad

	24 feb	2 mar	9 mar	16 mar	23 mar	30 mar
adv	172	2K	1.4K	1.3K	1.5K	504
advertising	78	1.2K	1K	833	973	322
ad	88	1K	788	533	1.1K	377
giftedby	25	335	318	265	276	98
suppliedby	13	170	145	145	134	40
sponsored	15	130	147	101	73	34
sponsorizzato	13	70	27	19	17	9
supplied	2	22	12	31	21	7
sponsoredby	0	7	10	11	4	1

Fonte: Talkwalker

Marzo

# Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

4.5M  
Interazioni

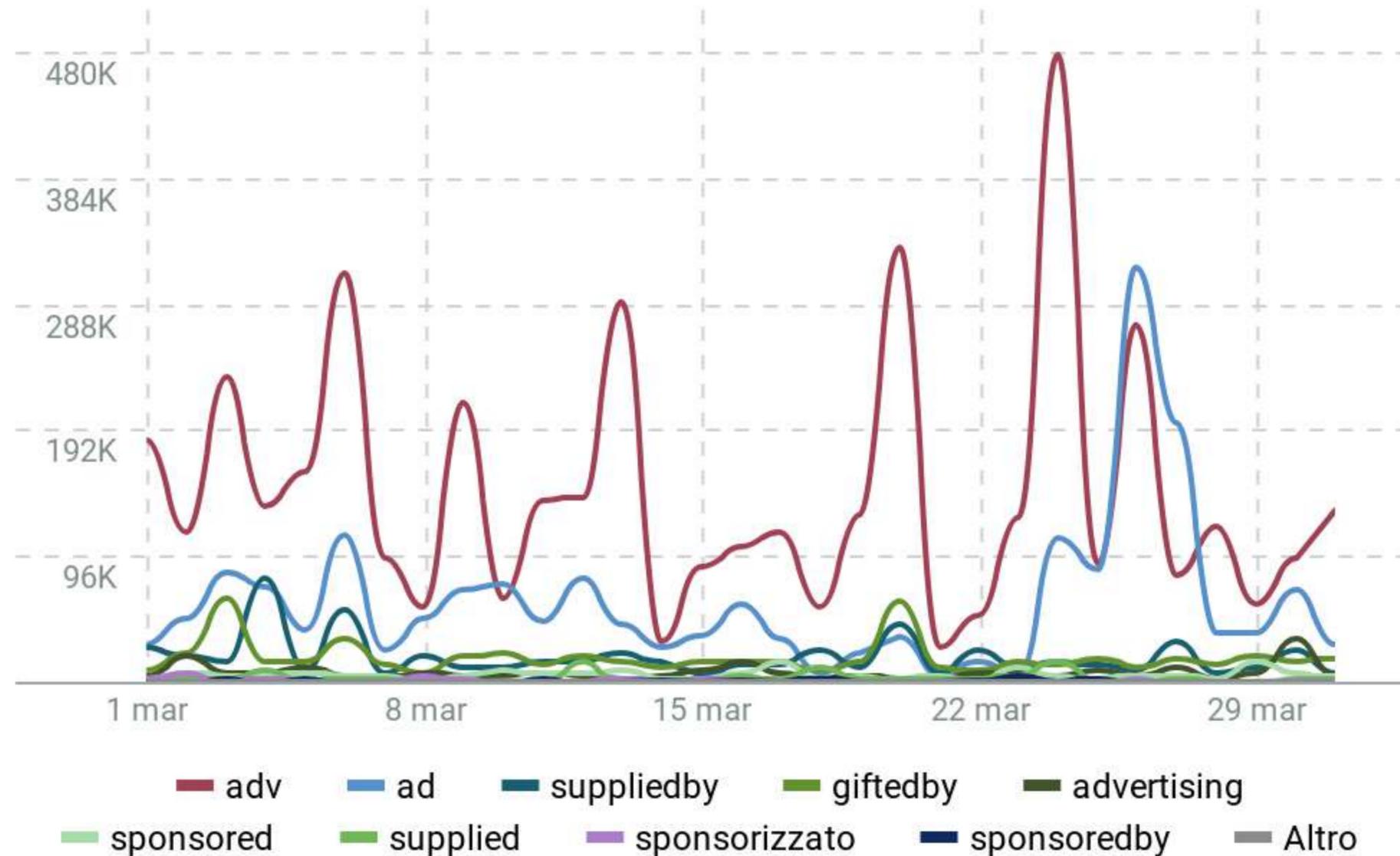
#adv

1.9M  
Interazioni

#ad

219.1K  
Interazioni

#advertising



Fonte: Talkwalker

L'attività sponsored degli Influencer è calata durante la crisi, ma è comunque rimasta “viva” con diverse campagne rilevanti sia per impatto che brand coinvolti



Il monitoraggio e l'utilizzo degli hashtag *sponsored* permette di avere **maggiori dati sulle attività di Influencer marketing** durante questo particolare momento.

Assistiamo dopo la prima settimana di Marzo, in concomitanza con le prime strette sulla mobilità personale, ad un **forte calo delle collaborazioni**, calo che si è mantenuto per le settimane centrali di Marzo.

Le comunicazioni del perdurare de lockdown, la maggiore “abitudine” alla situazione e alcune iniziative di brand hanno portato ad una **risalita nell'ultimo periodo del mese**.

L'alto numero di *sponsored* post registrati, oltre **16 mila**, è eloquente dimostrazione di quanto siano **diffuse le collaborazioni brand-influencer**, coinvolgendo anche realtà e creator di dimensioni ridotte.



Talkwalker



# I post *sponsored* con maggiori interazioni

---

Marzo

# I post sponsored più performanti



**ludovicapagani** • Segui

La palestra mi manca, mi manca allenarmi alla sala pesi... ma nel tempo stesso non voglio perdermi d'animo, lasciarmi andare... possiamo tenerci in forma anche stando a casa.. il segreto è MAI ARRENDERSI, sfruttare tutto ciò che ci circonda e trarne beneficio.. come mi ha insegnato @bulkpowders 🍌 tenete d'occhio le mie stories , oggi ci sarà un super allenamento glutei- schiena - addome!  
#nevergiveup #sport #training #fitness #fitnessgirl #gym #motivation #glutei #ad

1 sett.

Piace a stefanosorrentino e altri 380.056

26 MARZO

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

METRICHE

278.6K  N/D  0/10

276.8K 'Mi piace' di Instagram,  
1.8K Commenti



**chiaraFerragni** • Segui

Milan, Italy

Ferragni girls ❤️ Disney! Finalmente @DisneyPlusit è online in Italia e ci sono tantissimi titoli Disney, Pixar, Marvel, Star Wars e i documentari di National Geographic oltre ai Simpsons! Non vedo l'ora di rivedere un film in compagnia di tutta la mia famiglia, nel frattempo ci coordiniamo a distanza 🍷  
Disney Plus has finally arrived in Italy too! We can finally watch so many Disney, Pixar, Marvel movies and National Geographic's documentaries all in one place, even The Simpsons! Can't wait to have a movie night with my family, in the meantime we are watching the same movies even if we're separated 🍷

Piace a letortedimichy e altri 325.737

24 MARZO

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

METRICHE

257.5K  N/D  0/10

256.9K 'Mi piace' di Instagram,  
598 Commenti

Marzo

# I post sponsored più performanti



Instagram post by **la\_mainoo** (verified, followed). The image shows a woman with long, dark, wavy hair wearing a white lace top. The caption reads: "Ciao ragazzi! Durante questi giorni a casa sto sperimentando nuovi look e make up...vi ricordate tutti quei prodotti che ho ricevuto qualche giorno fa da parte di @benefitcosmeticsitaly? Li ho usati per realizzare questo make up...cosa ne pensate? Vi piace? Sopracciglia: #3dbrowtones #preciselymybrowpencil Occhi: #rollerliner #badgalbang Viso: #hellohappy #hoola #boiing #california #dr.feelgood #tickle #adv". The post is from 1 week ago and has 253,364 likes and 1 comment.

METRICHE

190.4K

N/D

0/10

189.3K 'Mi piace' di Instagram,  
1.1K Commenti



Instagram post by **marta.losito** (verified, followed, Milan, Italy). The image shows a woman in a patterned two-piece outfit posing outdoors. The caption reads: "Ciao amori, @Subdued ha messo in palio la possibilità di vincere una videochiamata con me :) mi potrete chiedere tutto quello che volete. Per partecipare: 1. segui @subdued 2. tagga la tua bf con cui vuoi fare la videochiamata con me Subdued annuncerà sul suo profilo le vincitrici il 20 Marzo durante il mio Q&A #subdued #adv". The post is from 3 weeks ago and has 233,949 likes and 12,800 comments.

METRICHE

186.5K

N/D

0/10

173.7K 'Mi piace' di Instagram,  
12.8K Commenti

Marzo

# I post sponsored più performanti



METRICHE

148.6K

N/D

0/10

147.7K 'Mi piace' di Instagram,  
814 Commenti



METRICHE

148.6K

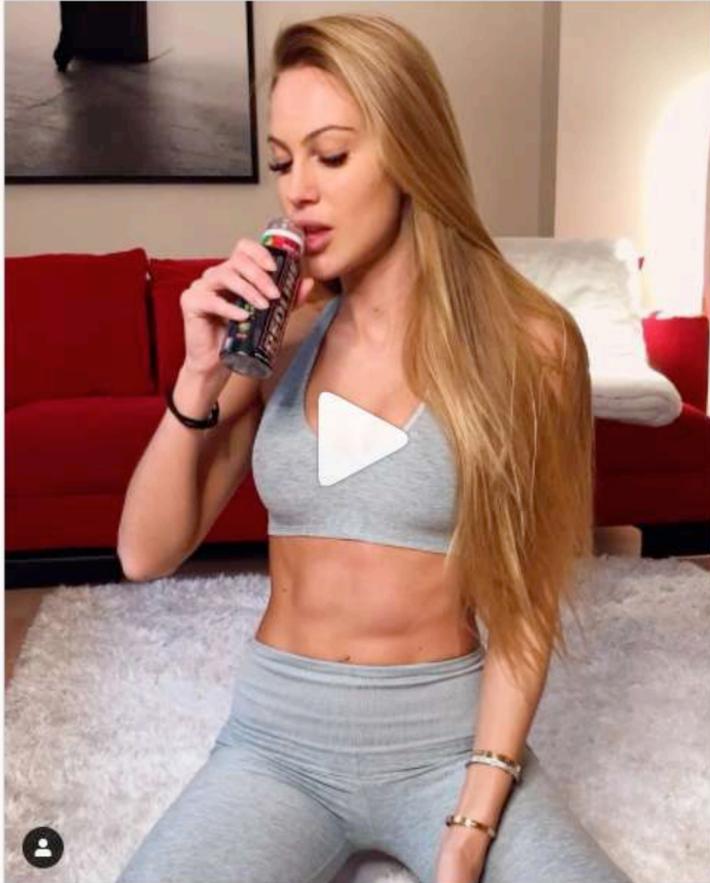
N/D

0/10

147.7K 'Mi piace' di Instagram,  
814 Commenti

Marzo

# I post sponsored più performanti



**taylor\_mega** • Segui  
Milan, Italy

**taylor\_mega** • 4 semplici esercizi da poter fare in quarantena per mantenersi tonici con @redline\_energy  
Follow the inventor of Redline: @bangenergy.ceo #Redline #EnergyDrink #BangEnergy #adv

2 sett.

amellyfo cosa farai se mi incontrassi?🤔🤔🤔

2 sett. Piace a 11 persone  
Rispondi

Visualizza le risposte (16)

Visualizzazioni: 1.152.335  
20 MARZO

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

METRICHE

108.4K

N/D

0/10

107.3K 'Mi piace' di Instagram, 1K Comment



**emis\_killa** • Segui

**emis\_killa** • Io sto a casa, e voi come state trascorrendo il vostro tempo? Io mi concedo qualche sgarro e preparo il live di #mtvmusicfanexperience e @wackosoriginal #adv

2 sett.

ilguastaa Ascolto le tue canzoni tutto il tempo

2 sett. Piace a 6 persone  
Rispondi

vanessatedesco98 lo ti adoro

Piace a samuele\_toresani e altri 122.412

20 MARZO

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

METRICHE

103.2K

N/D

0/10

102.9K 'Mi piace' di Instagram,  
352 Commenti

Marzo

# I post sponsored più performanti



METRICHE

92.9K

N/D

0/10

91.9K 'Mi piace' di Instagram, 1K Commenti



METRICHE

89.2K

N/D

0/10

87.4K 'Mi piace' di Instagram,  
1.8K Commenti



# Analisi dei contenuti



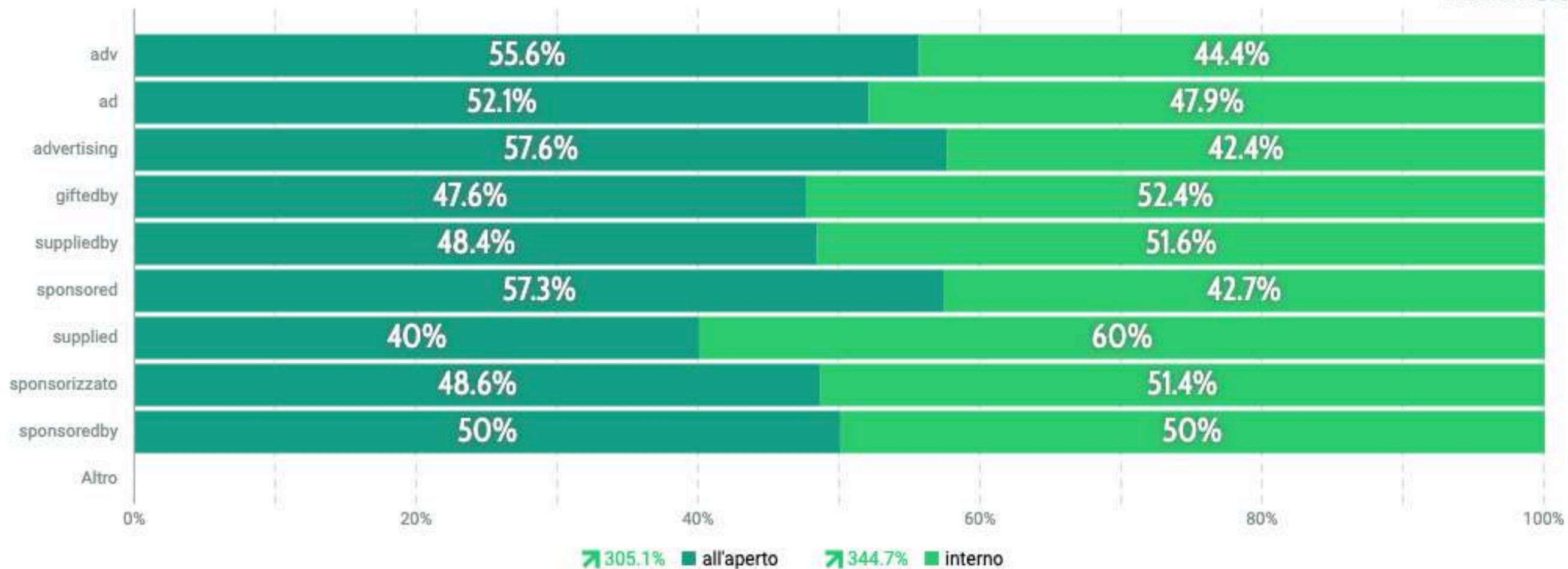


Marzo

# Analisi immagini

## SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO

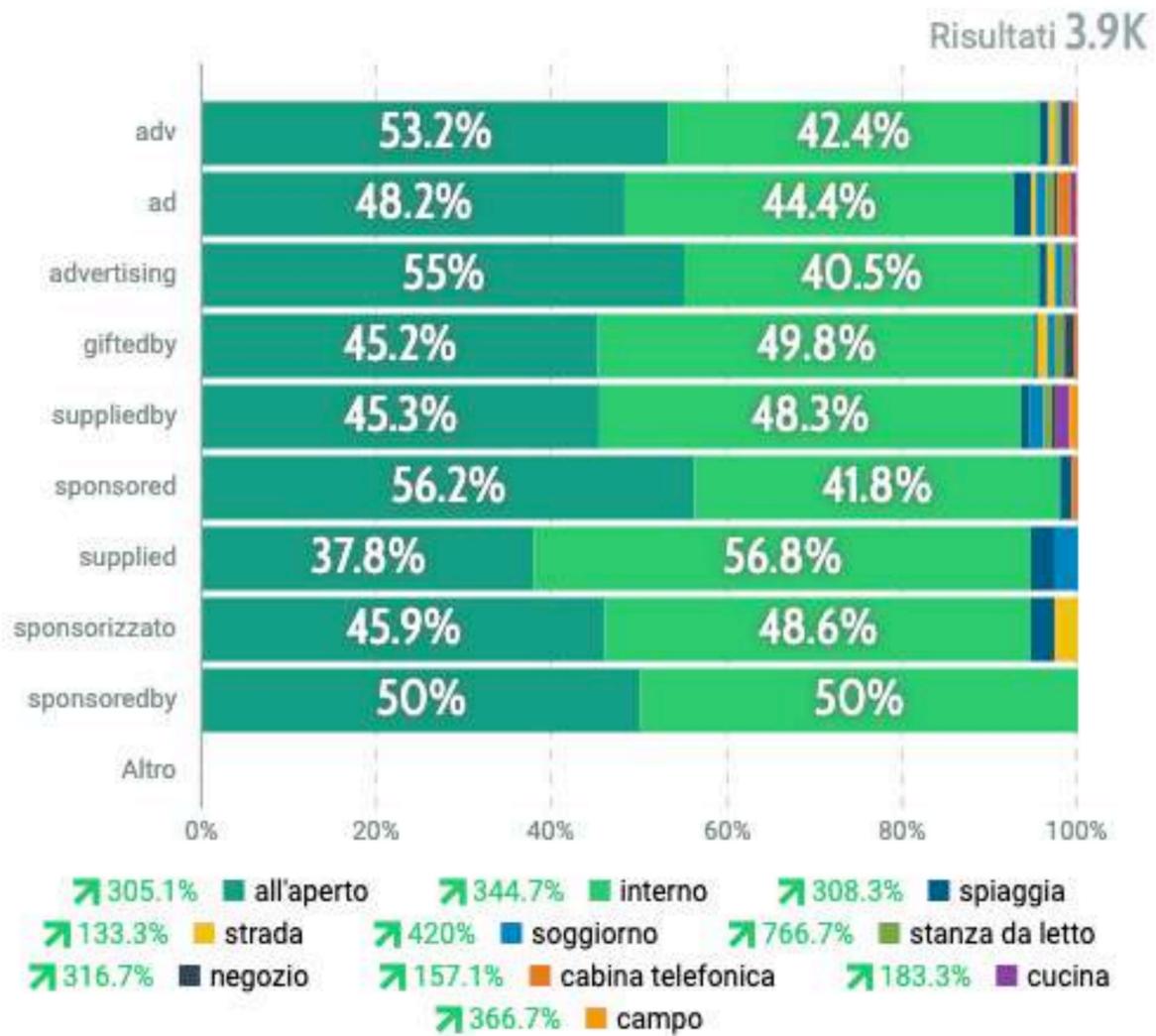
Risultati 3.6K



Marzo

# Analisi immagini

## TOP SCENE



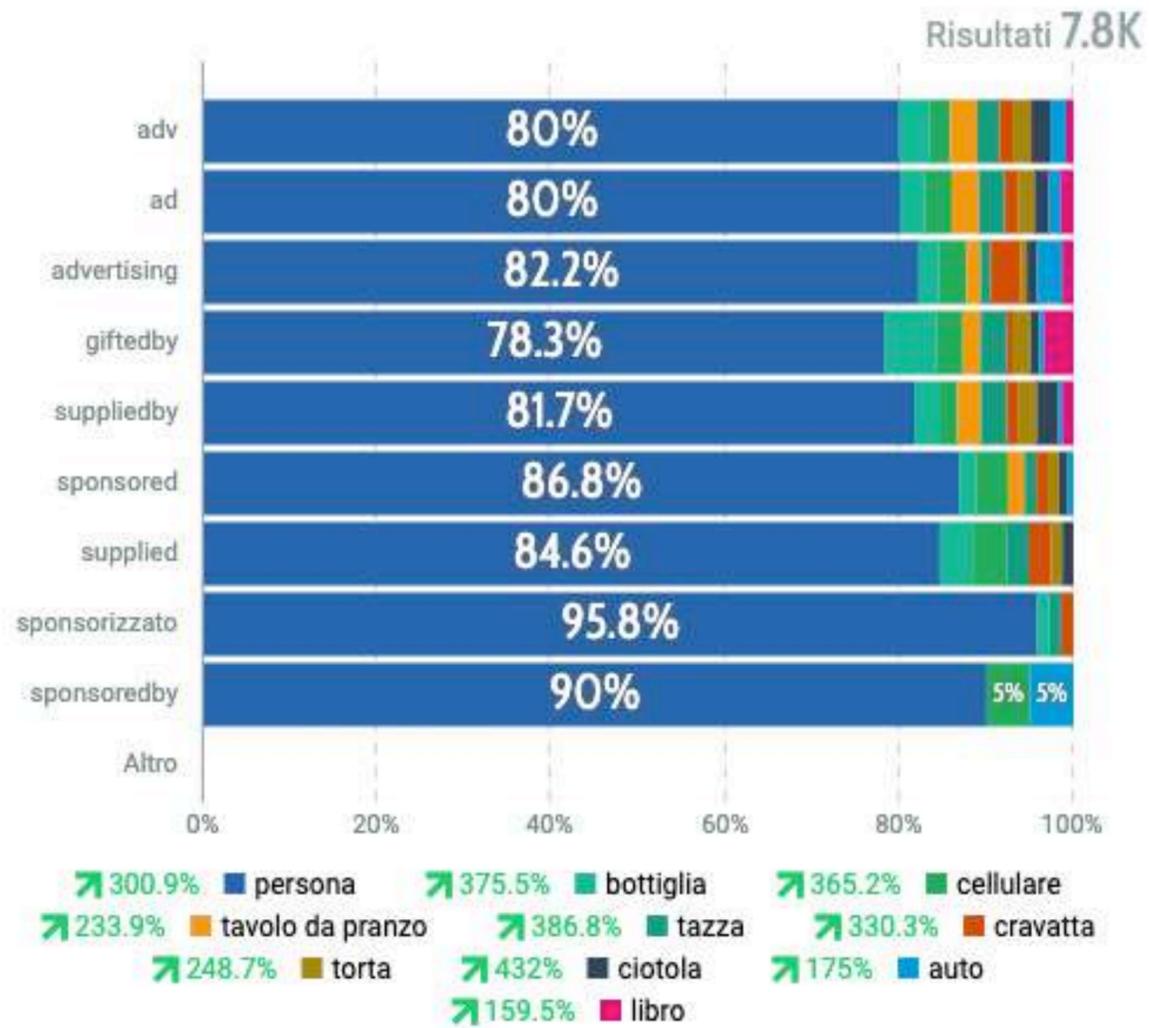
## I MESSAGGI PIÙ COINVOLGENTI - SCENE



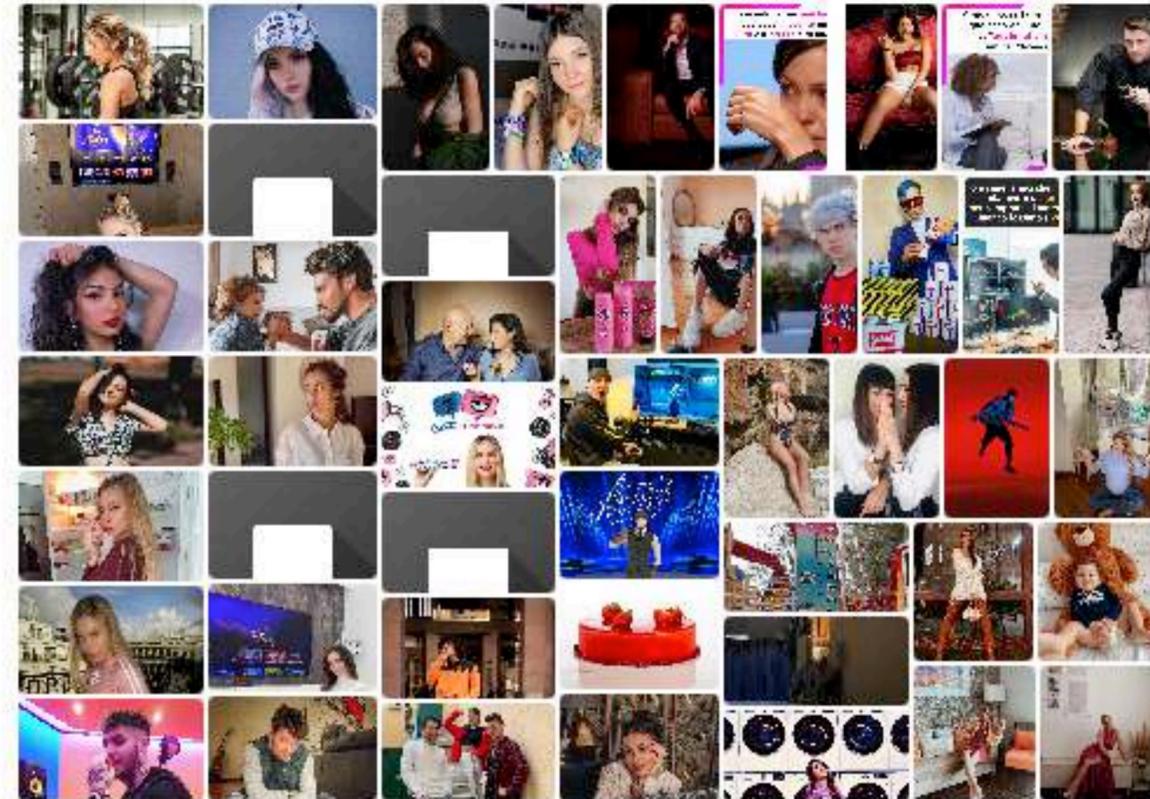
Marzo

# Analisi immagini

## TOP OGGETTI



## I MESSAGGI PIÙ COINVOLGENTI - OGGETTI



//  
Le collaborazioni si sono “adattate”, cercando di integrare tematiche e Tone of Voice della quarantena.



Molti dei band e degli Influencer che hanno continuato le collaborazioni le hanno **adattate al contesto e al nuovo scenario**, declinandole o connettendole al tema del restare a casa. La forte presenza di **#IoRestoACasa** va letta in questo senso.

Tra le campagne più “diffuse” troviamo **Vodafone** con **#VodafoneHappyBlack**, lanciata nella parte finale del mese (663 post). Comprensibile visto che la rete, rispetto ad altre tipologie di prodotti o servizi, ha assunto un ruolo ancora più rilevante in questo isolamento forzato.

Presente anche la catena **Naima** con **#NaimaLovers** (344) e **#NaimaLoggers** (343 post), anche se la quasi totalità dei post è uscita durante la prima settimana del mese per poi andare, vista l'escalation della crisi e soprattutto la chiusura dei negozi del brand, a cessare.





# Key Insight



# Conclusioni

L'andamento della crisi legata al Coronavirus e la successiva quarantena hanno influito in modo rilevante sull'attività sponsored degli Influencer. Il **netto calo** registrato dopo la prima settimana di Marzo ne è eloquente dimostrazione.

La diminuzione delle pubblicazioni sponsored non ha però influito sulle interazioni prodotte da tale tipologia di post. Queste sono **andate anzi a crescere** nel periodo del lockdown. Alcuni dei post sponsored con il maggior engagement sono stati pubblicati durante il periodo a casa.

Interessante la presenza tra gli hashtag connessi a quelli compliant di **#IoRestoACasa**, l'hashtag utilizzato come simbolo per la comunicazione di questa quarantena forzata. Un hashtag spesso connesso a temi valoriali, ma che in questo caso è messo in relazioni con finalità di business.

Tra queste sicuramente la campagna con la presenza più netta è **#VodafoneHappyBlack** di Vodafone con **663 post pubblicati**.



# Chi siamo

L'Osservatorio nasce con l'obiettivo di **informare e fare divulgazione** sui temi legati all'**Influencer Marketing**, proponendo best practice e dati sulla situazione del mercato italiano.

Una realtà di supporto a tutti gli stakeholder di settore, aperta e partecipativa.

*È possibile fare richiesta di adesione su [www.onim.it](http://www.onim.it)*



## FOUNDER



## PARTNER

---



## PARTNER TECNOLOGICI

---



## PARTNER ISTITUZIONALI

---



## ASSOCIATI

---



# CONTATTI

---

OSSERVATORIO  
NAZIONALE  
INFLUENCER  
MARKETING

INFO@ONIM.IT | WWW.ONIM.IT



Tutti i contenuti del presente report sono distribuiti sotto la licenza  
"Attribuzione Condividi allo stesso modo 3.0 Italia (CC BY-SA 3.0 IT)"