

**OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING**

**SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI POST SPONSORED - DICEMBRE 2021**

POWERED BY



Talkwalker

Un 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.

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 ed i **post sponsored più performanti** per comprendere sempre meglio le dinamiche legate ai contenuti sponsorizzati.

Matteo Pogliani

Founder Osservatorio Nazionale Influencer Marketing





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 #gifted #sponsorizzato #suppliedby #supplied**

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



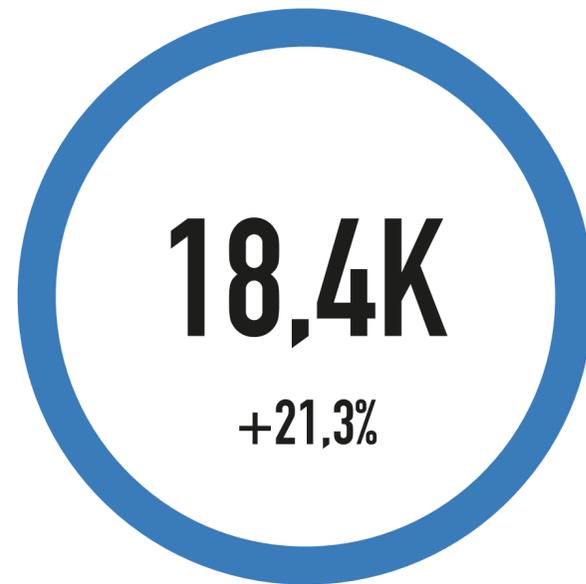


**Post sponsored
quale scenario a Dicembre 2021?**

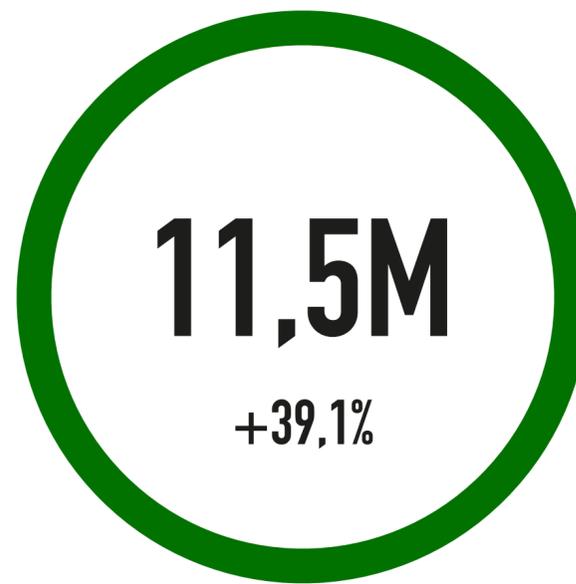


Dicembre

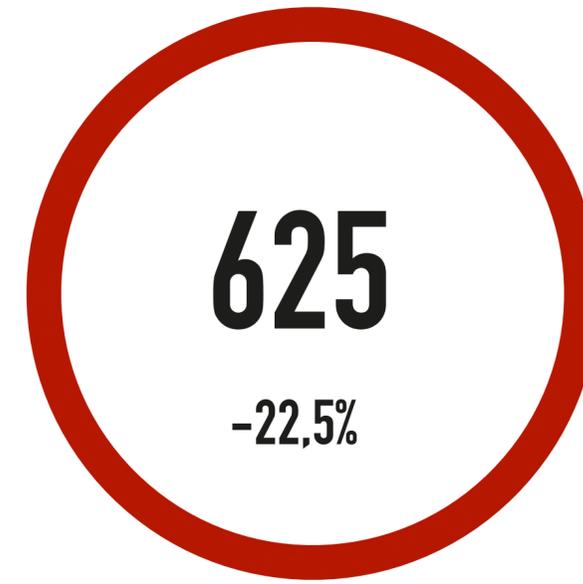
I post nati da collaborazione brand/influencer



Numero post



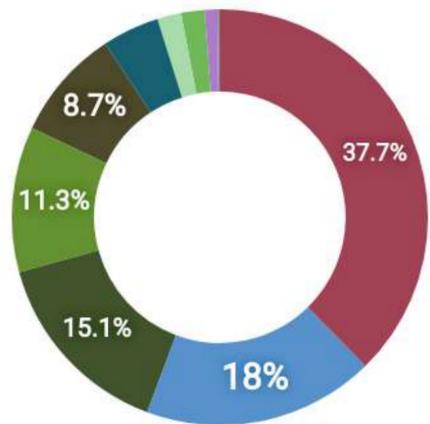
Interazioni generate



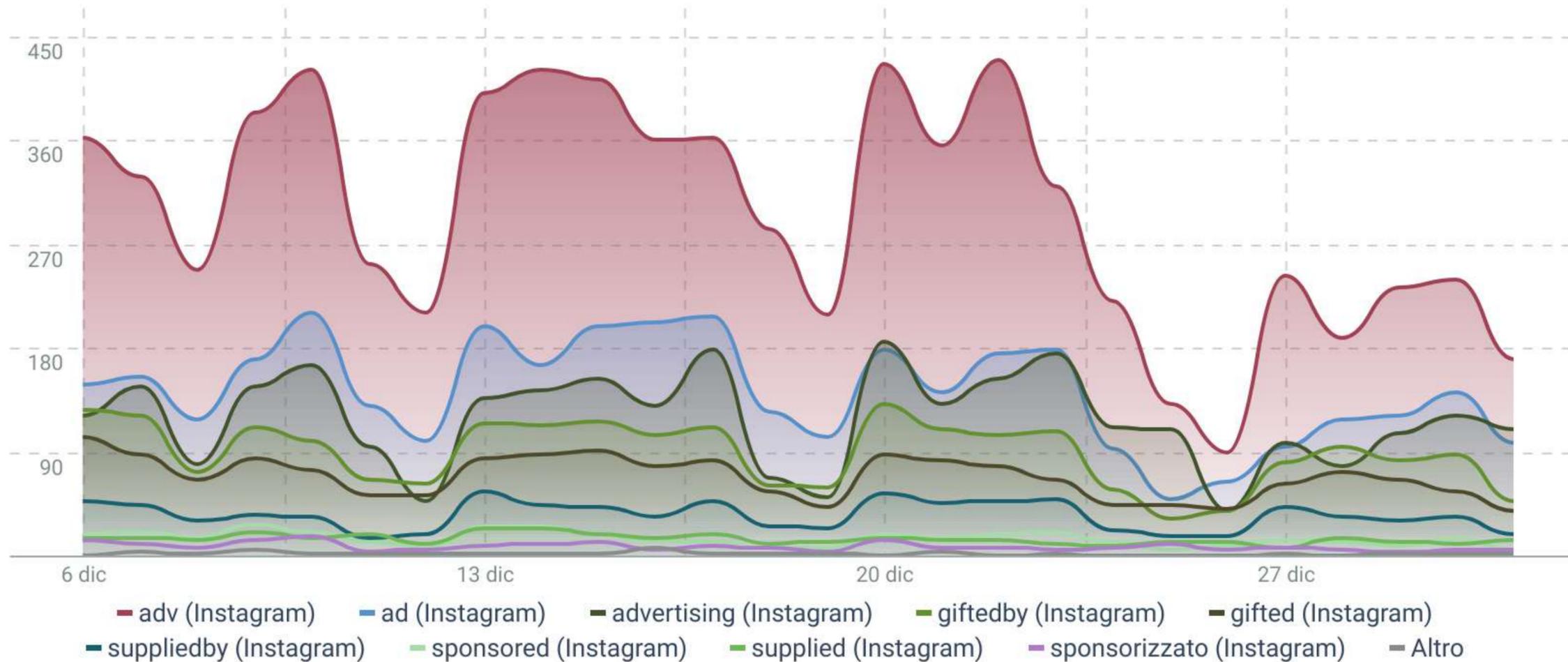
Interazioni per post

Dicembre

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag



- 14% adv (Instagram)
- 11% ad (Instagram)
- 10% advertising (Instagram)
- 7% giftedby (Instagram)
- 6% gifted (Instagram)
- 2% suppliedby (Instagram)
- 12% sponsored (Instagram)
- 37% supplied (Instagram)
- 7% sponsorizzato (Instagram)
- 42% Altro



Dicembre

Gli hashtag compliant più utilizzati

7,8K

Menzioni

-21,2%

#adv

3K

Menzioni

-25%

#advertising

3,6K

Menzioni

-20%

#ad

	6 dic	13 dic	20 dic	27 dic
adv (Instagram)	2.2K	2.5K	2K	1.1K
ad (Instagram)	1K	1.2K	878	574
advertising (Instagram)	803	860	906	512
giftedby (Instagram)	659	682	581	391
gifted (Instagram)	518	520	438	293
suppliedby (Instagram)	223	271	252	158
sponsored (Instagram)	122	107	96	56
supplied (Instagram)	109	123	84	57
sponsorizzato (Instagram)	69	53	54	25
Altro	12	18	4	5

Dicembre

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

5,4M
Interazioni
-58,1%

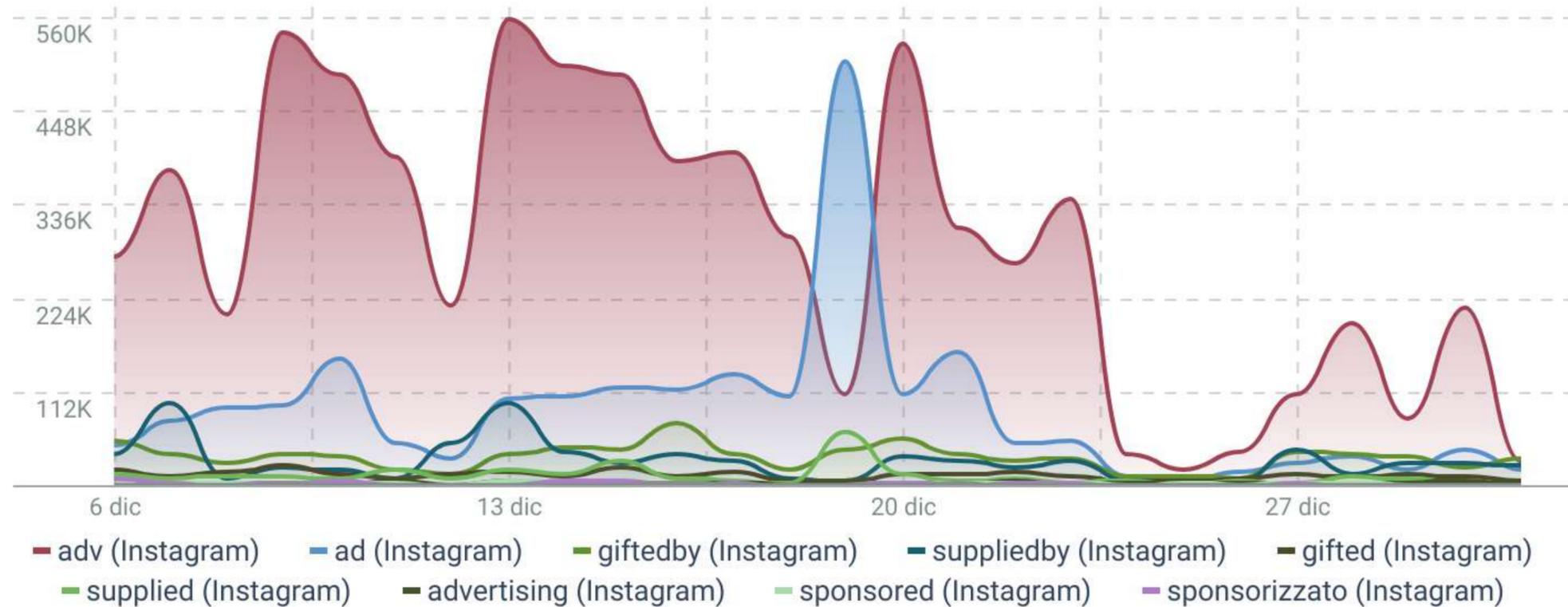
#adv

2,3M
Interazioni
-43,9%

#ad

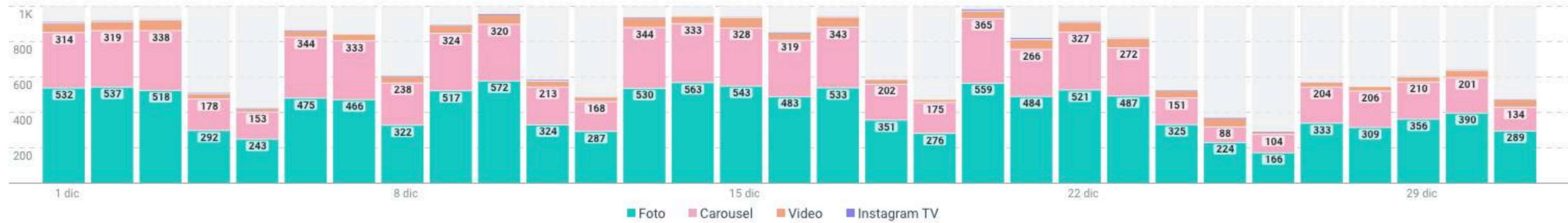
75,8K
Interazioni
-46,4%

#advertising

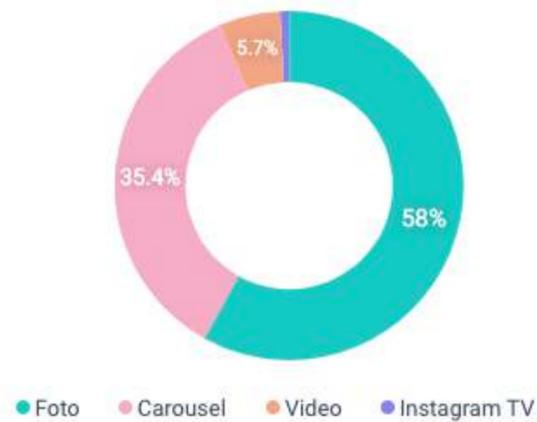


Dicembre

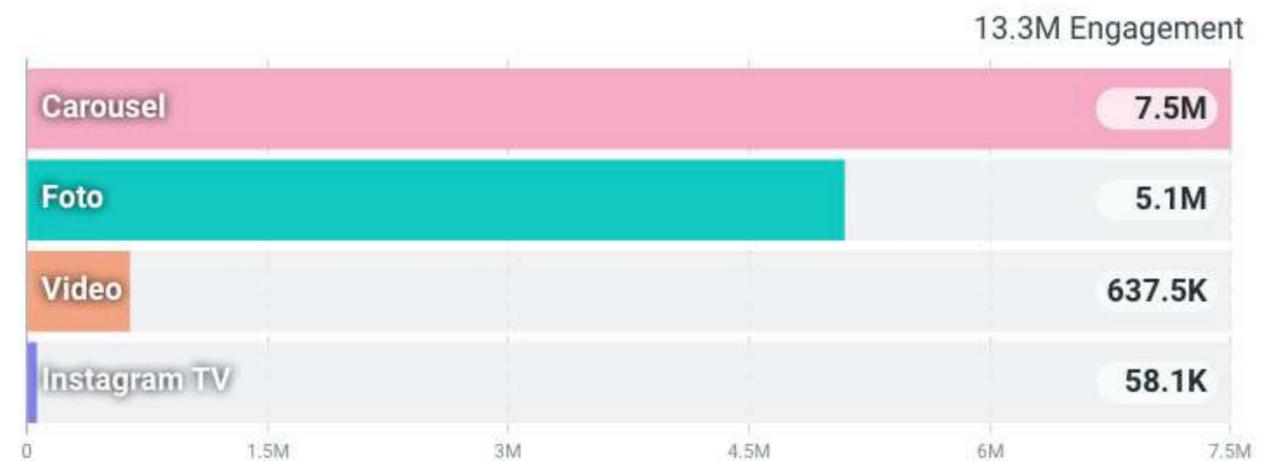
Analisi formati



DISTRIBUZIONE DEI TIPI DI POST



TIPO DI POST CON PIÙ ENGAGEMENT



Calano le attività di IM a Dicembre sia in termini di post realizzati (-21,3%) che, soprattutto di interazioni (-39,1%).

Un crollo rilevante, quello delle interazioni, che potrebbe essere connesso sia a elementi editoriali che a un calo di reach organica.



I contenuti nati da collaborazione tra influencer e brand registrano uno dei numeri più bassi di tutto il 2021, attestandosi sotto a 18,4 mila. Una diminuzione del 21,3%, certamente importante.

Calano ancor più nettamente le interazioni prodotte con un netto -39,1%, figlio senza dubbio di questioni editoriali e qualitative lato contenuti, ma, probabilmente anche di una minor copertura organica dei post stessi e di un minor numero di utenti con possibilità di interagire.

Le immagini restano il formato più utilizzato, seguito dai carousel, contenuti sempre più apprezzati data la loro miglior risposta dal punto di vista dell'engagement.



Talkwalker



I post sponsored con maggiori interazioni



Dicembre

I post sponsored più performanti



chiara ferragni • Segui
Milano

Visualizza le risposte (1)

dedeperrino_@keo_pascolini
andiamo segretaria?

3 sett. Mi piace a 2 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

_iolandagiakovazzi
@silvia_carachino andiamo?

3 sett. Mi piace a 2 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

👍🗨️📌

👤 Piace a **jacopopaoletti** e altri

11 DICEMBRE 2021

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

METRICHE

🗨️ 243.4K

📍 N/D

📈 0/10

242.5K 'Mi piace' di Instagram, 862 Commenti



elodie • Segui

danielecat91 @gianvitomas4 non farla aspettare. 😊

1 sett. Mi piace: 1
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

f.r.e.n.k.y @antonio curci

1 sett. Mi piace: 1
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

__viots__ @trustnorec ti stava rispondendo

1 sett. Mi piace: 1
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

👍🗨️📌

👤 Piace a **simonepanzeri_** e altri

23 DICEMBRE 2021

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

METRICHE

🗨️ 201.8K

📍 N/D

📈 0/10

201.2K 'Mi piace' di Instagram, 647 Commenti

Dicembre

I post sponsored più performanti



paolaturani • Segui
Milano

rita.raita.makeup Ma che decoITURY
3 sett. Piace a 39 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

paolaturani @stefania.noviello
3 sett. Piace a 3 persone
Rispondi

stefania.noviello Wau
3 sett. Piace a 5 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

Piace a elenapescucci e altri
13 DICEMBRE 2021

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

METRICHE

176.4K

N/D

0/10

175.6K 'Mi piace' di Instagram, 820 Commenti



paolaturani • Segui
Milano

si e femminili anche un un kg in più anzi si è molto più belle

2 sett. Piace a 3 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

paolaturani @otravezcollection
2 sett. Piace a 9 persone
Rispondi

otravezcollection STUPENDA.
2 sett. Piace a 19 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

Piace a sarinarouge e altri
18 DICEMBRE 2021

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

METRICHE

158.3K

N/D

0/10

157.4K 'Mi piace' di Instagram, 845 Commenti

Dicembre

I post sponsored più performanti



Instagram post by dilettaleotta. The image shows a woman in a patterned sweater holding a cup of coffee in front of a Christmas tree. The caption reads: "Inverno milanese starter pack: pigiama caldissimo di @intimissimiuomo + 🍷🍷🍷 #adv #intimissimiuomo". The post has 163 likes and 521 comments.

METRICHE 152.6K N/D 0/10
152.1K 'Mi piace' di Instagram, 521 Commenti



Instagram post by chiaraferragni. The image shows a woman in a red and white patterned sweater holding two beauty products in front of a Christmas tree. The caption reads: "Sono molto fiera che la mia edizione limitata creata con @capellipantene abbia contribuito a supportare l'imprenditorialità femminile attraverso l'iniziativa Forti Insieme 🙌💛 Andate a vedere le mie stories per acquistare gli ultimi pezzi disponibili #adv". The post has 322 likes and 322 comments.

METRICHE 126.2K N/D 0/10
125.8K 'Mi piace' di Instagram, 322 Commenti

Dicembre

I post sponsored più performanti



paolaturani • Segui Bergamo

paolaturani Belli gli eventi con trucco e abiti super... ma tornare da lui e stringerlo tra le braccia lo è ancora di più @falconeriofficial #superiorcashmere #adv

3 sett.

crisinamusacchio 3 sett. Piace a 7 persone Rispondi

cliziaincorvaia 3 sett. Piace a 8 persone Rispondi

Piace a foppapedretti e altri

14 DICEMBRE 2021

METRICHE

112.9K

N/D

0/10

112.7K 'Mi piace' di Instagram, 289 Commenti



paolaturani • Segui Bergamo

paolaturani Da dieci anni con te vivo i momenti più belli, ora ancora più intensi Collezione TIMELESS di @theofficialpandora #ForEveryStory #PandoraTimeless #adv

4 sett.

paolaturani @giuliagaudio 4 sett. Piace a 11 persone Rispondi

giuliagaudio 4 sett. Piace a 19 persone Rispondi

Piace a matilde.mercati e altri

7 DICEMBRE 2021

METRICHE

112.4K

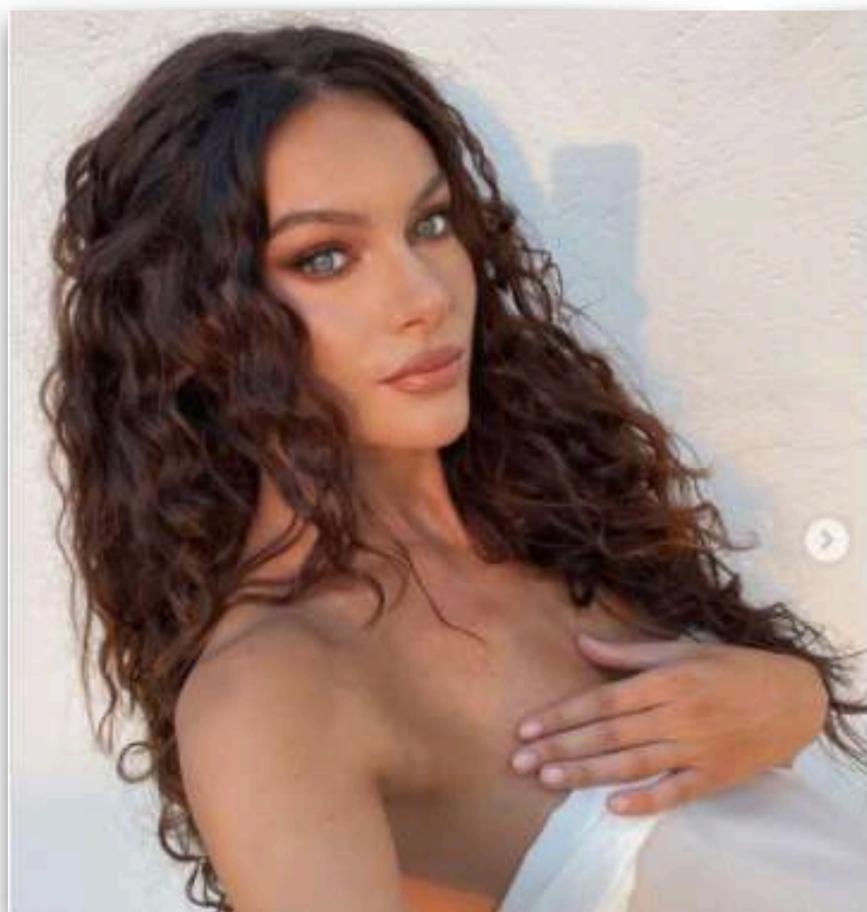
N/D

0/10

112.3K 'Mi piace' di Instagram, 121 Commenti

Dicembre

I post sponsored più performanti



paolaturani • Segui

paolaturani Dal caschetto super liscio al mosso raccolto, dal riccio definito alle onde morbide, fino ad ora.. una lunghezza mai raggiunta prima! 😍 In questi anni di continui cambi look @Kerastase_official è sempre stata al mio fianco nella cura dei miei capelli rendendoli passo dopo passo sempre più belli. Devo dire che non sono mai stata soddisfatta della mia chioma come in questo momento! ❤️ #kerastase.it #kerastasegenesis #adv

2 sett.

rossellamigliaccio_ Che bella

Piace a evelyniap83 e altri

METRICHE

98.8K

N/D

0/10

98.5K 'Mi piace' di Instagram, 336 Commenti



paolaturani • Segui

paolaturani Ebbene sì, lo ammetto, dopo 2 giorni trasmessa in tv e costretta a guardarla perchè tuo marito la adora... Total look influenced by "EMILY IN PARIS" 🤔👩🏻 @calzedonia #FeelGoodInCalzedonia #adv

1 sett.

paolaturani @raffaellameo ahah esatto

1 sett. Piace a 24 persone
Rispondi

Piace a n_n.nenegram e altri

28 DICEMBRE 2021

METRICHE

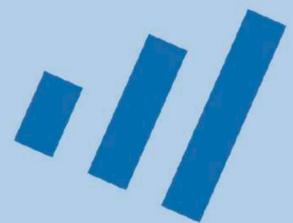
97.6K

N/D

0/10

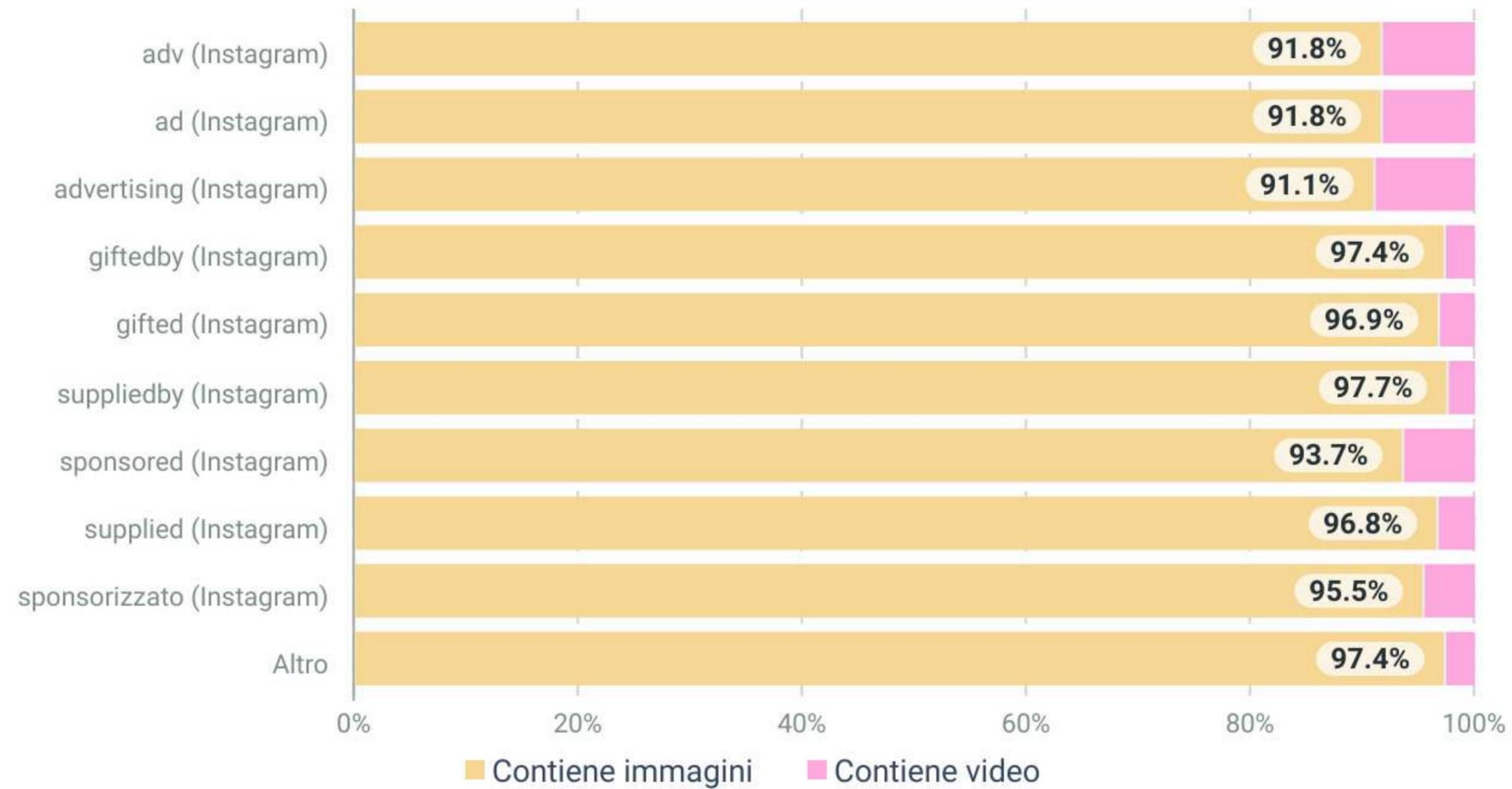
97.3K 'Mi piace' di Instagram, 281 Commenti

Analisi dei contenuti



Dicembre

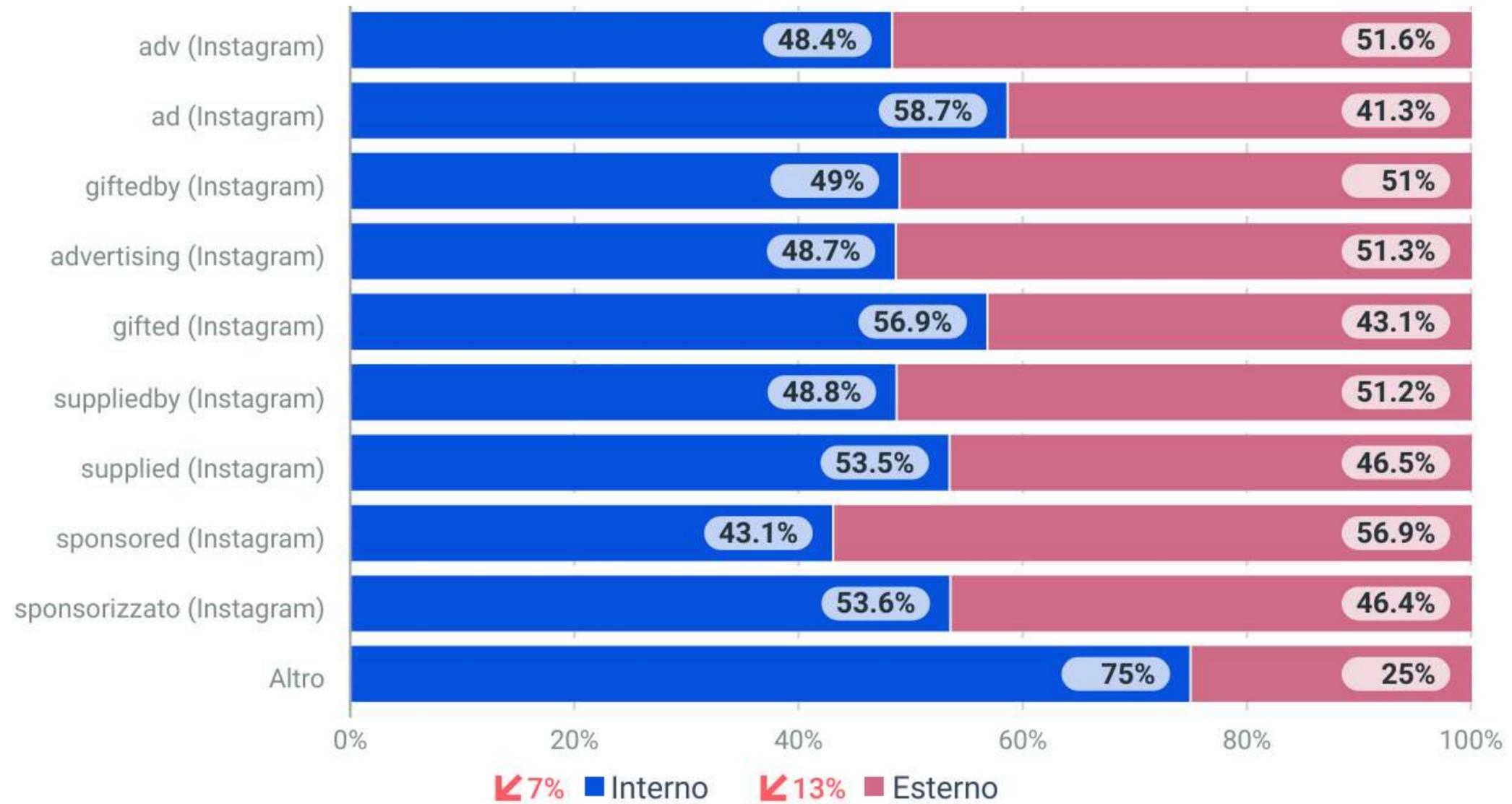
Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

Dicembre

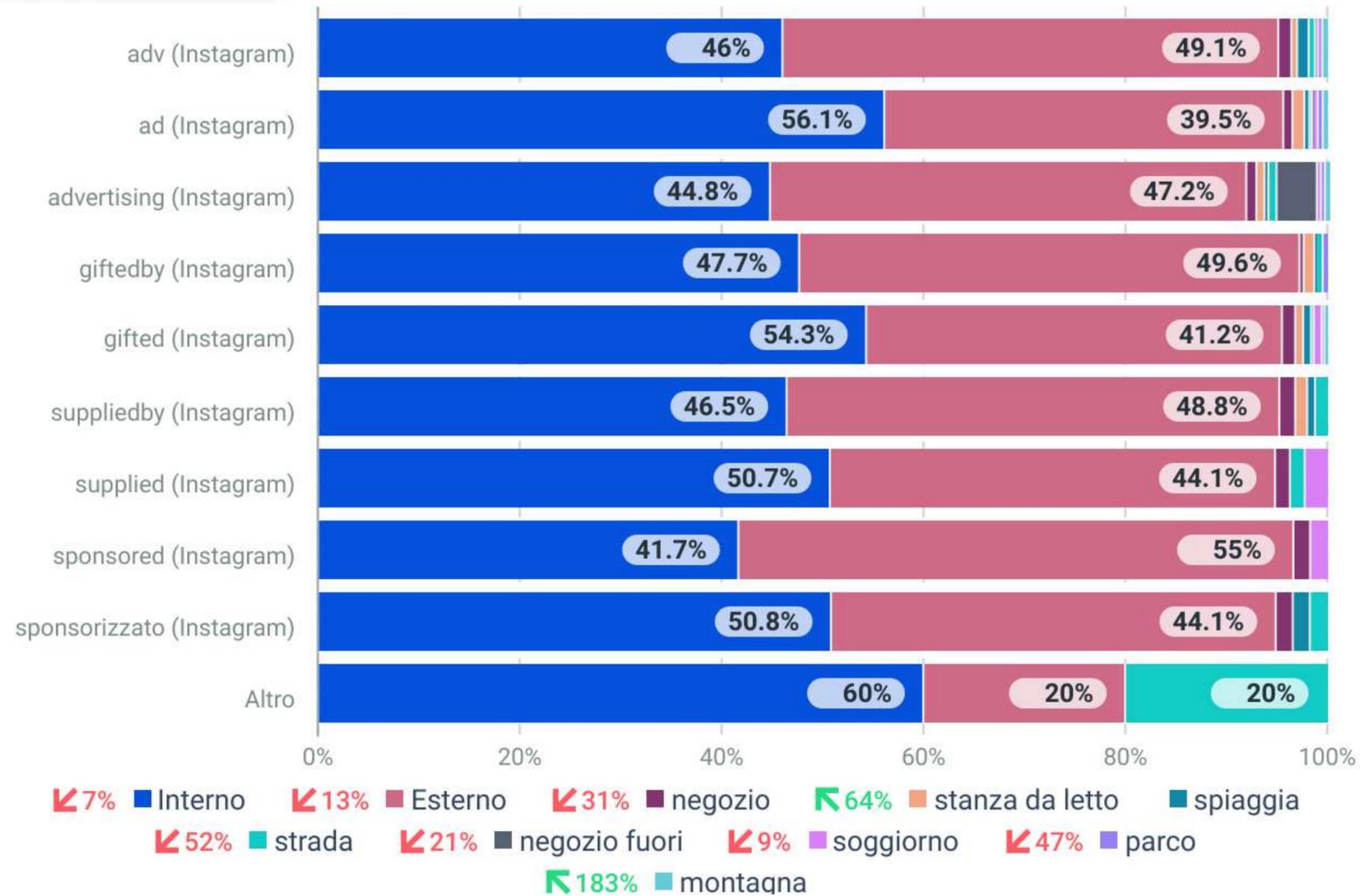
Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

Dicembre

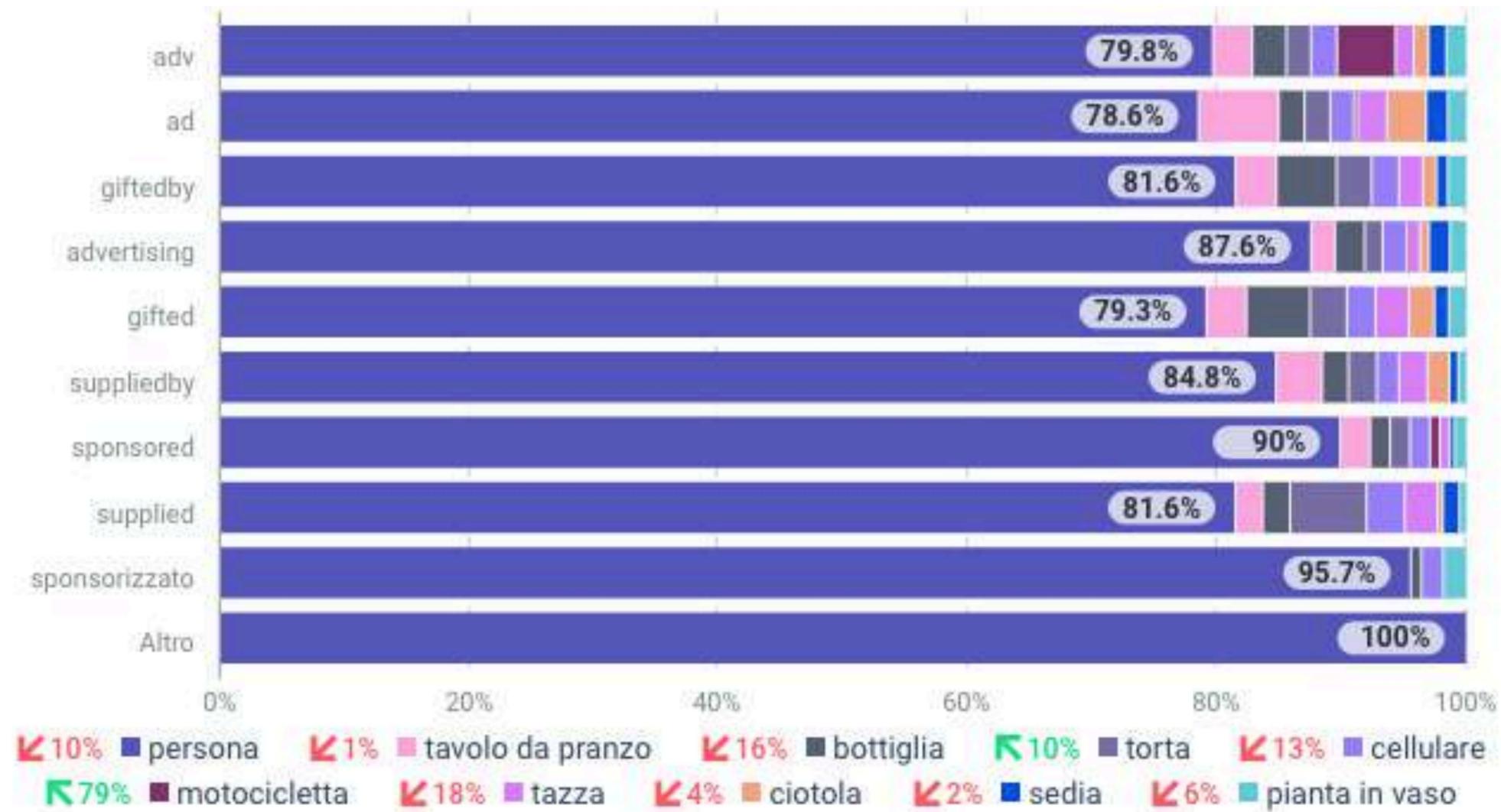
Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

Dicembre

Analisi immagini



Un mese ancora molto femminile per i contenuti maggiormente performanti. Paola Turani presente con ben 6 contenuti nella top 10.

Netta la predominanza di contenuti connessi al settore fashion.



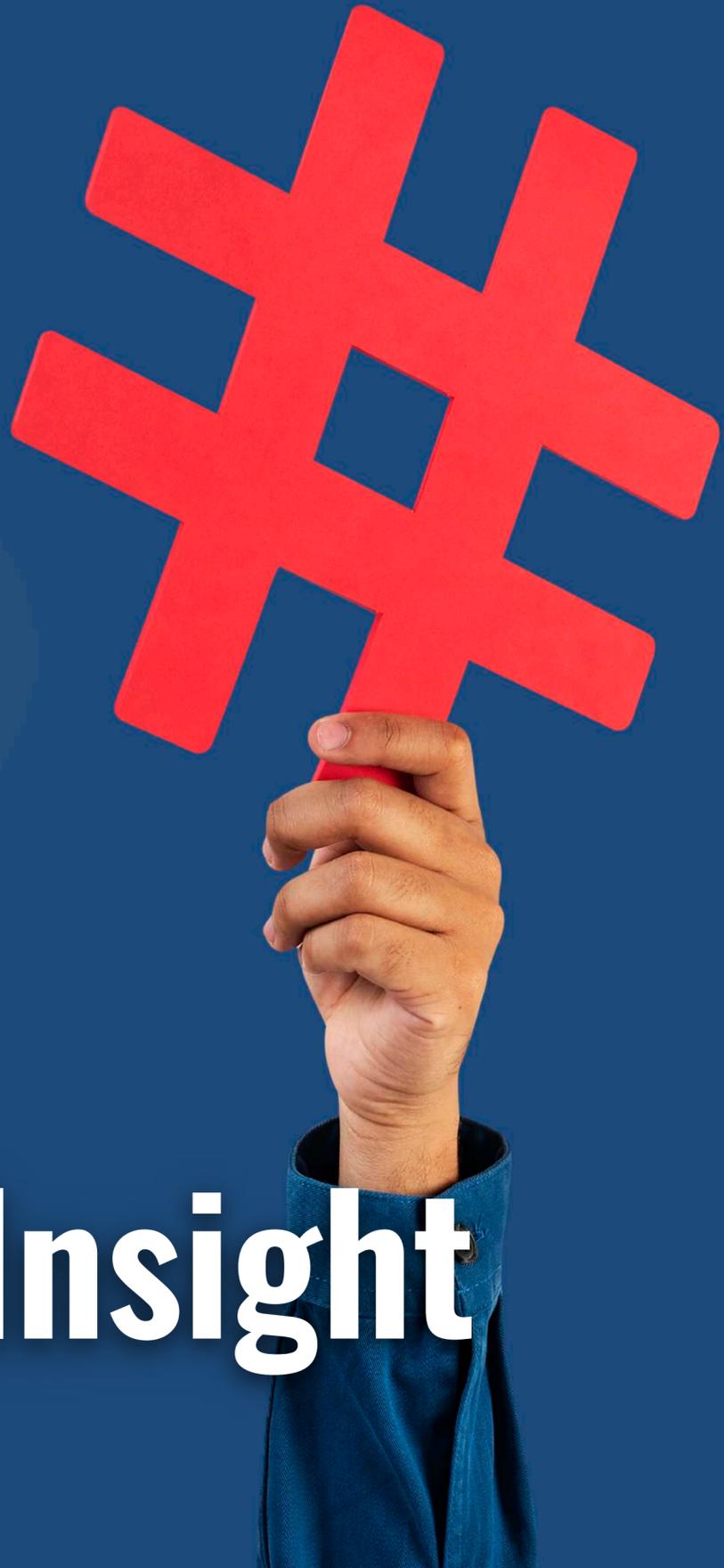
A livello di topic, i post sponsored registrano una sostanziale vicinanza ai temi “classici”, con l’inserimento, lato emoji, di elementi connessi al **Natale** e alle **Festività**.

Emergono diversi topic/keywords del mondo **beauty**, a dimostrare l’impatto di questo settore nelle attività di IM.

I contenuti vedono per lo più **location interne** e una forte presenza di figure umane negli stessi, elemento sempre più caratterizzante.



Paola Turani risulta la creator più “performante” del mese con ben **6 contenuti nella top 10**, per lo più connessi a brand del **settore moda**.



Key Insight



Conclusioni

Le attività tra influencer e brand **segnano un calo netto a Dicembre**, relativo sia alle minori attività di brand delle festività, sia per possibili diminuzioni della visibilità organica dei post.

Ancor giù netto il **calo delle interazioni generate con un eloquente -39,1%**.

Le **immagini** restano la tipologia di formato più utilizzate, seguite dai **carousel**. Quest'ultima tipologia di contenuti si conferma però quella più performante lato engagement.

Alle tematiche classiche si affiancano **elementi natalizi** e, soprattutto, topic vicini al settore **beauty**.

Tra i top creator forte la presenza di **Paola Turani** con ben 6 contenuti nella top 10, tutti relativi a brand del fashion.



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



FOUNDER



PARTNER



PARTNER TECNOLOGICI



ASSOCIATI



PARTNER ISTITUZIONALI



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)”