



**OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING**

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST SPONSORED INSTAGRAM AGOSTO 2022

POWERED BY



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.



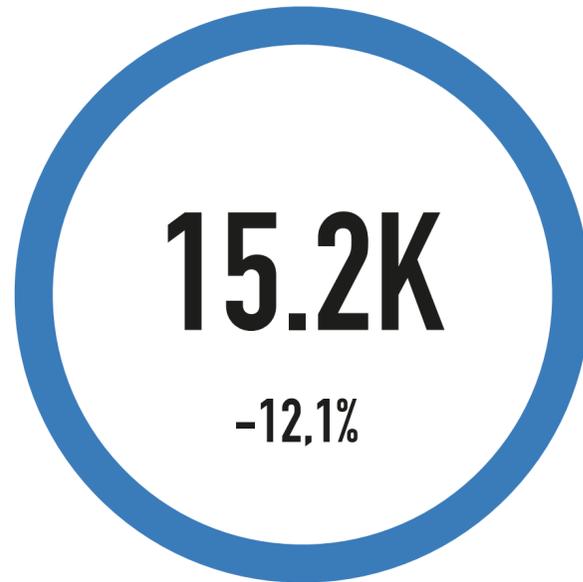
A close-up photograph of a person's hand holding a black smartphone. The hand is positioned in the center-right of the frame, with the index finger pointing towards the screen. The background is dark and filled with out-of-focus, warm-toned bokeh lights in shades of orange, yellow, and red. The overall mood is modern and tech-oriented.

**Post sponsored:
quale scenario ad Agosto 2022?**

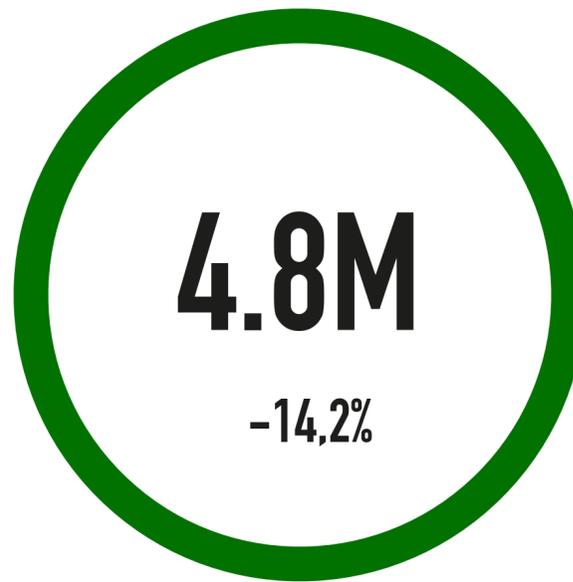


Agosto

I post nati da collaborazione brand/influencer



Numero post



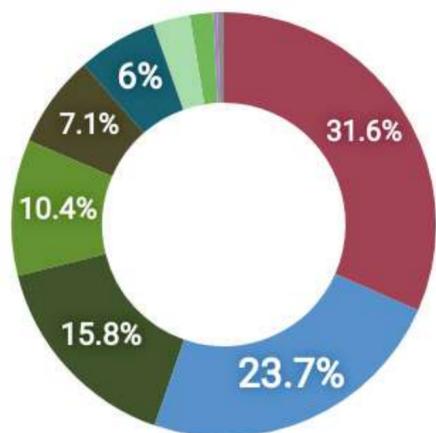
Interazioni generate



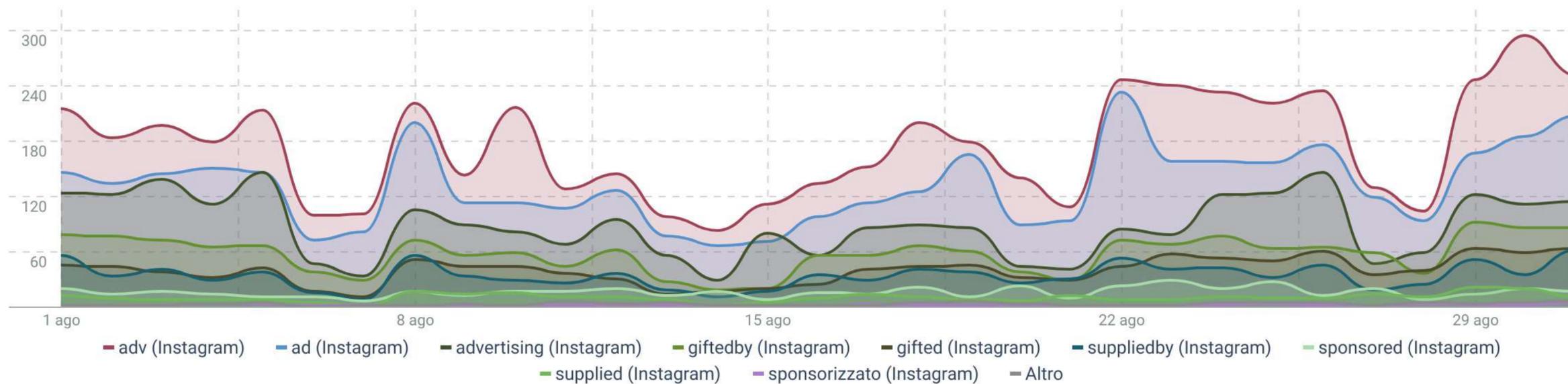
Interazioni per post

Agosto

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag



- 15% adv (Instagram)
- 10% ad (Instagram)
- 12% advertising (Instagram)
- 13% giftedby (Instagram)
- 9% gifted (Instagram)
- 0% suppliedby (Instagram)
- 10% sponsored (Instagram)
- 10% supplied (Instagram)
- 46% sponsorizzato (Instagram)
- 15% Altro



Agosto

Gli hashtag compliant più utilizzati

5.3K

Menzioni
-14,5%

#adv

4K

Menzioni
-11,1%

#ad

2.7K

Menzioni
-10%

#advertising

	1 ago	8 ago	15 ago	22 ago	29 ago
adv (Instagram)	1.2K	1K	1K	1.4K	791
ad (Instagram)	872	799	751	1.1K	558
advertising (Instagram)	718	522	478	657	346
giftedby (Instagram)	422	335	322	437	263
gifted (Instagram)	225	235	234	336	185
suppliedby (Instagram)	216	206	215	254	147
sponsored (Instagram)	90	110	100	137	50
supplied (Instagram)	49	73	65	67	52
sponsorizzato (Instagram)	14	9	9	12	8
Altro	12	19	18	22	14



Agosto

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

976.6K
Interazioni
-18,6%

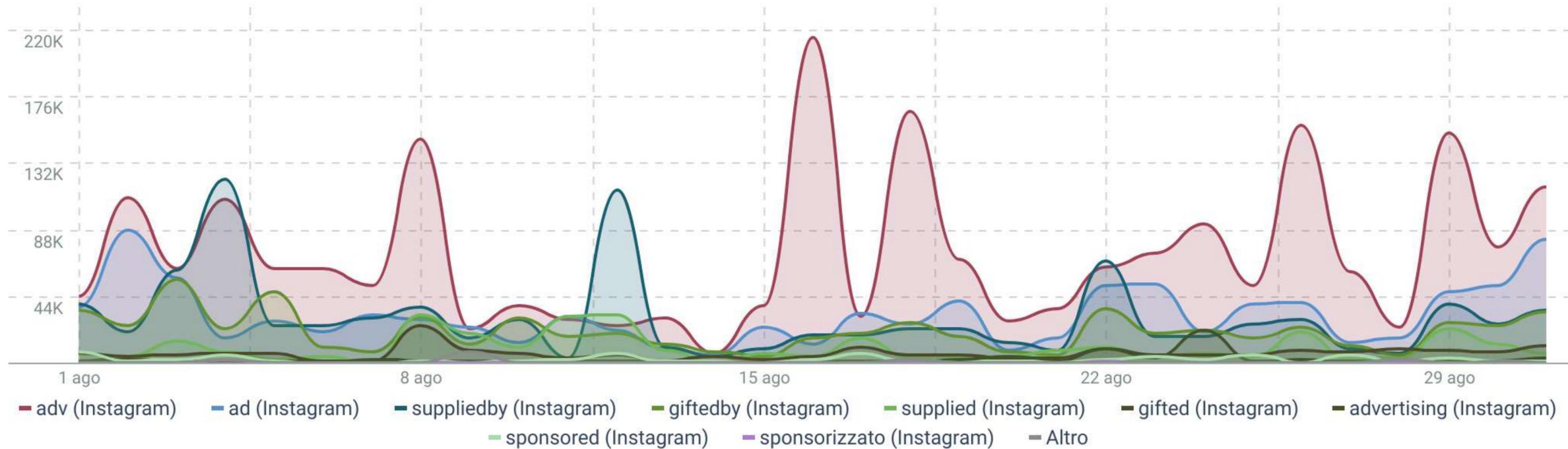
#ad

2.2M
Interazioni
-15,3%

#adv

69.9K
Interazioni
+7,5%

#advertising



Le collabs ad Agosto scendono ancora, attestandosi al minimo “storico” di 15 mila.

Diminuiscono, in linea con il numero di contenuti prodotti, anche le interazioni generate.



Come immaginabile e in linea con i mesi estivi diminuisco ancora le collabs ad Agosto, toccando la **cifra più bassa da inizio anno (15.2 mila)**.

Un numero figlio di un mese, a livello di business, abbastanza silente.

In linea anche **la diminuzione delle interazioni generate**.

A livello di distribuzione **Ferragosto** vede un buon picco e l'inizio di una **progressiva risalita dei contenuti**.





**I post sponsored
con maggiori interazioni**

Agosto

I post sponsored più performanti



chiaraferragni e chiaraferragnibrand Ibiza, Spain

chiaraferragni Exciting news 🥳
La mia nuova collezione con @pigna è disponibile da oggi sul mio sito @chiaraferragnibrand e nelle migliori cartolerie d'Italia 💖 Andate a vedere le stories per vedere tutti i prodotti 🙌
Spero che vi piaccia quanto a me #adv #chiaraferragnixpigna

Exciting news 🥳
My new Chiara Ferragni back to school collection is now available 💖
You can shop it on @chiaraferragnibrand website (link in stories and bio) 🙌
2 sett.

Piace a marths___ e altri 307,504
AGOSTO 16

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

METRICHE

187.1K

N/D

0/10

186K 'Mi piace' di Instagram, 1.1K Commenti



aleksandro • [Segui](#)
Partnership pubblicizzata
La Suite Resort - SPA - Restaur

aleksandro Con il 🍷 in t
@lasuitehotel #supplie
#aleksandro #viral
Elemento modificato - 4 sett.
[Visualizza traduzione](#)

lagrande_lebowski Sei da
bellissimo e hai degli occhi
ipnotici 🙌
4 sett. [Rispondi](#)
[Visualizza le risposte](#)

arcmaengini1 Gran bella fc
veramente eh
4 sett. [Rispondi](#)

Piace a 147,406 persone
AGOSTO 4

Aggiungi un commento...

METRICHE

103.7K

N/D

0/10

103.1K 'Mi piace' di Instagram, 597 Commenti

Agosto

I post sponsored più performanti



greta_ray_official • Segui
Movieland Park

greta_ray_official • Giornata bellissima all'insegna del relax, divertimento e spensieratezza. Grazie di cuore @movieland_officialpage @caneva_officialpage per l'invito!

#suppliedby #movieland #movielandpark #canevawaterpark #gretaray #gretarayofficial #gretagiussani #fun #summer #parcodivertimenti #funnymoments

3 sett.

elite_sophie Stunner 🍷❤️
3 sett. Piace a 2 persone
Rispondi

Piace a 74,790 persone
AGOSTO 12

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

METRICHE

64K

N/D

0/10

63.3K 'Mi piace' di Instagram, 684 Commenti



belenrodriguezreal • Segui gi ..

belenrodriguezreal • Born to be wild, always! @nuii_icecream_global mi ha chiesto se mi sentissi più wild o urban e non potevo che rispondere wild! Da sempre quello che mi contraddistingue è la mia natura impetuosa e inaspettata, come inaspettato è il gusto del nuovo Nuii ai pistacchi dell'Anatolia, pazzesco! #NUII #NUIIICECREAMADVENTURE #adv

4 sett.

bentleerichard23 Wonderful 🍷
4 sett. Piace a 301 persone
Rispondi Visualizza traduzione

Piace a gildakoralflora e altri 138,209
AGOSTO 4

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

METRICHE

61.4K

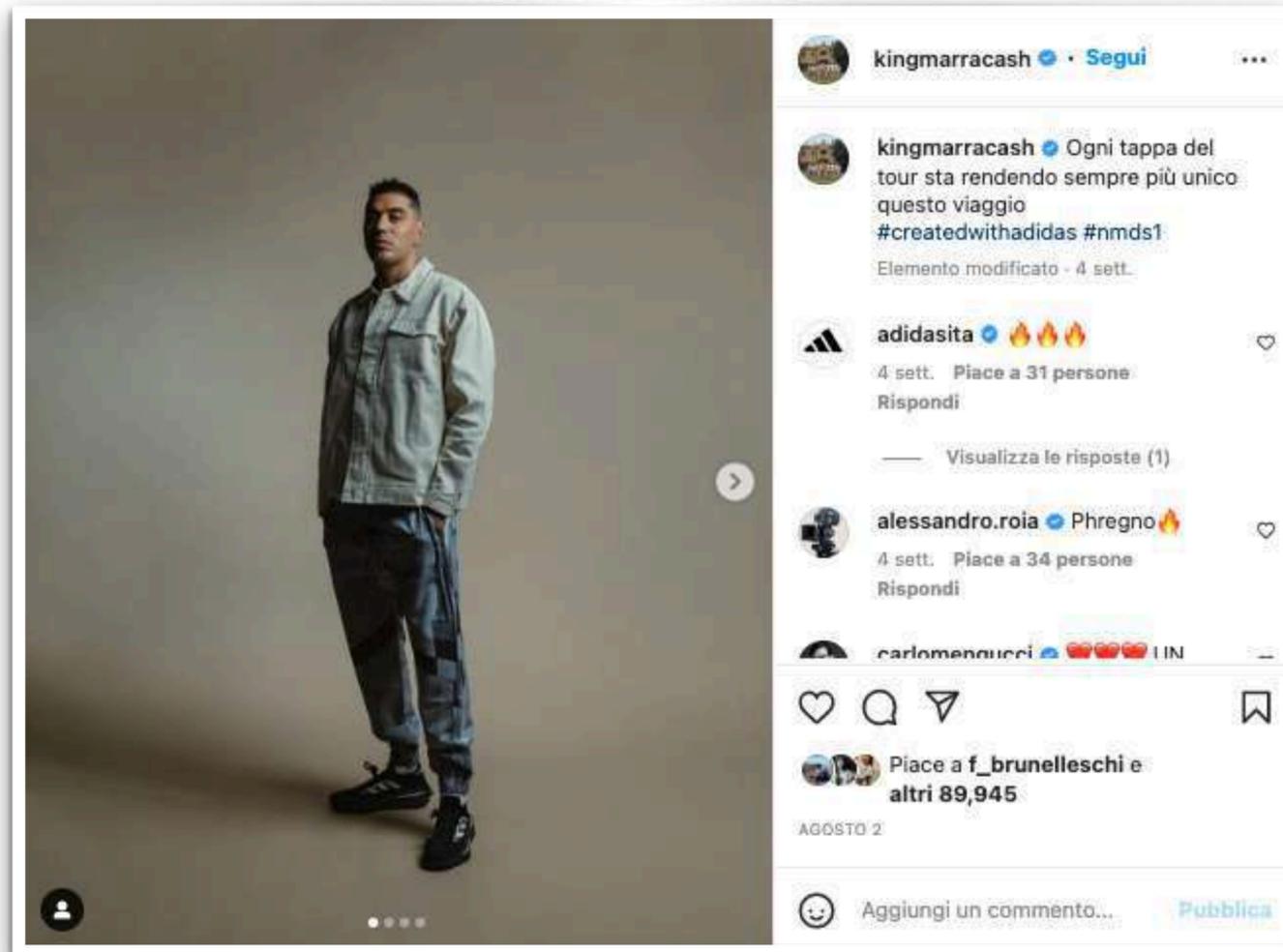
N/D

0/10

61.3K 'Mi piace' di Instagram, 178 Commenti

Agosto

I post sponsored più performanti



METRICHE

55.9K

N/D

0/10

55.7K 'Mi piace' di Instagram, 194 Commenti



METRICHE

42.6K

N/D

0/10

42.4K 'Mi piace' di Instagram, 162 Commenti

Agosto

I post sponsored più performanti



METRICHE

42.2K

N/D

0/10

42.1K 'Mi piace' di Instagram, 108 Commenti



METRICHE

37.5K

N/D

0/10

36.9K 'Mi piace' di Instagram, 686 Commenti

Agosto

I post sponsored più performanti



iosonoariete • Segui
Partnership pubblicizzata

iosonoariete Ieri a Gallipoli con @rayban ! ci vediamo il 12 agosto a piazza del popolo ad Ascoli Piceno ❤️ #youareon #adv

Elemento modificato · 3 sett.

fratellicosentino 3 sett. Piace a 2 persone
Rispondi

👍 🗨️ 📌

Piace a nicolopuccini e altri 51,922

AGOSTO 7

😊 Aggiungi un commento... **Pubblica**

METRICHE **35.6K** 📉 N/D 📈 0/10

35K 'Mi piace' di Instagram, 628 Commenti



emanueleferrari • Segui
Audio originale

emanueleferrari Casa Emi makeover parte 1: IL MIO UFFICETTO 🏡
A me piace un sacco, pieno di ricordi e colore ovviamente 🍷🍷🍷🍷🍷🍷
In occasione dell'IKEA Festival, @ikeaitalia mi ha lanciato una challenge, personalizzare la KALLAX! Posso dire? Penso la miglior KALLAX mai vista 😁 soprattutto per l'angolo caramelle e l'angolo Bis 🍷 vi piace? #IKEAFestival #ADV

1 sett.

dilettesecco La amooo 🍷 1 sett. Piace a 92 persone

👍 🗨️ 📌

Piace a vittorialachi_3 e altri 49,817

7 GIORNI FA

😊 Aggiungi un commento... **Pubblica**

METRICHE **35.6K** 📉 N/D 📈 0/10

35.5K 'Mi piace' di Instagram, 179 Commenti

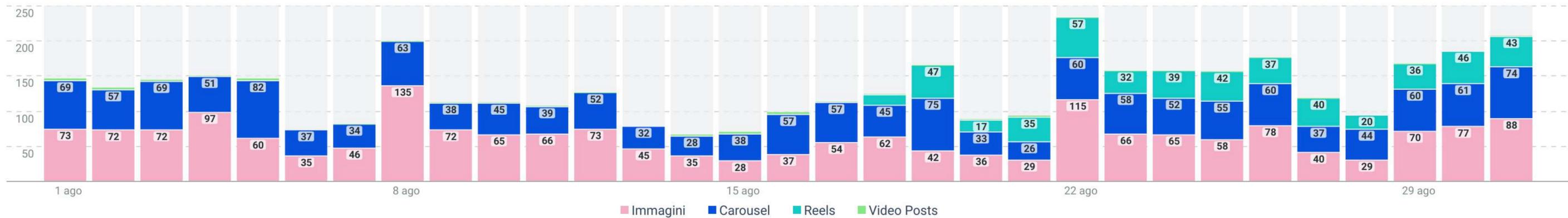
Analisi dei contenuti



Agosto

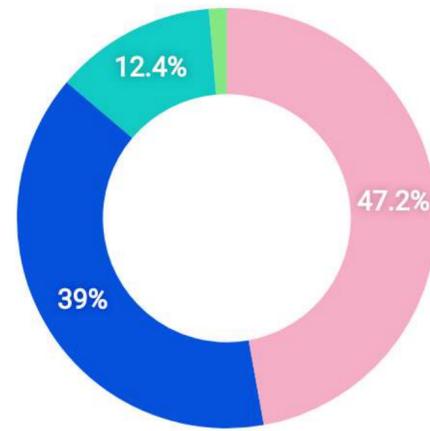
Tipologia formati e performance

ATTIVITÀ



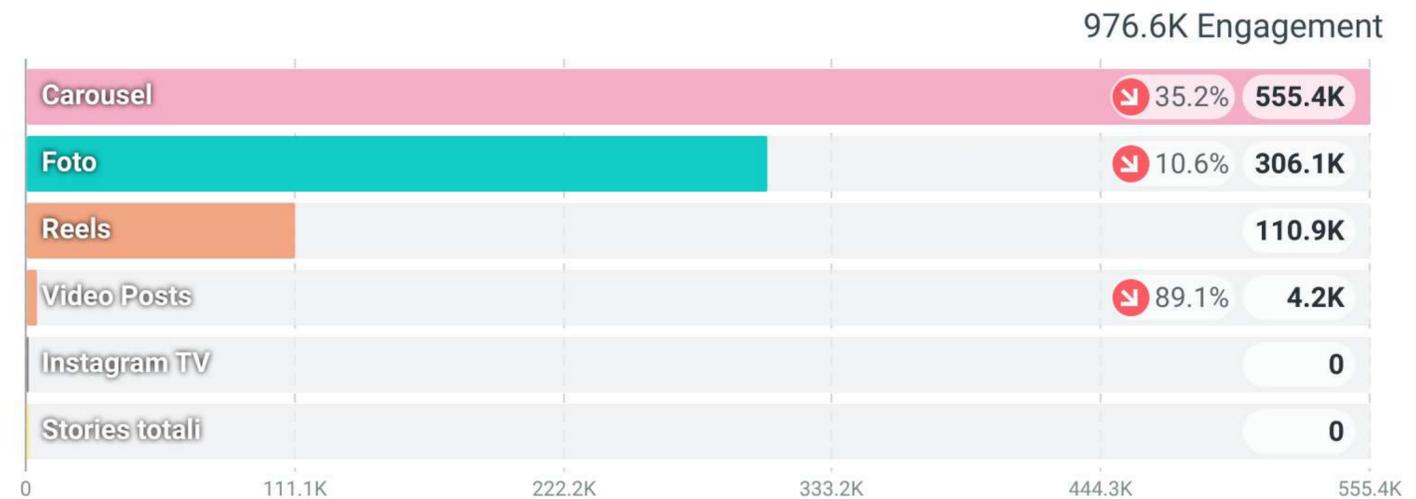
Talkwalker

DISTRIBUZIONE DEI TIPI DI POST



21% Immagini 17% Carousel 67% Reels 67% Video Posts

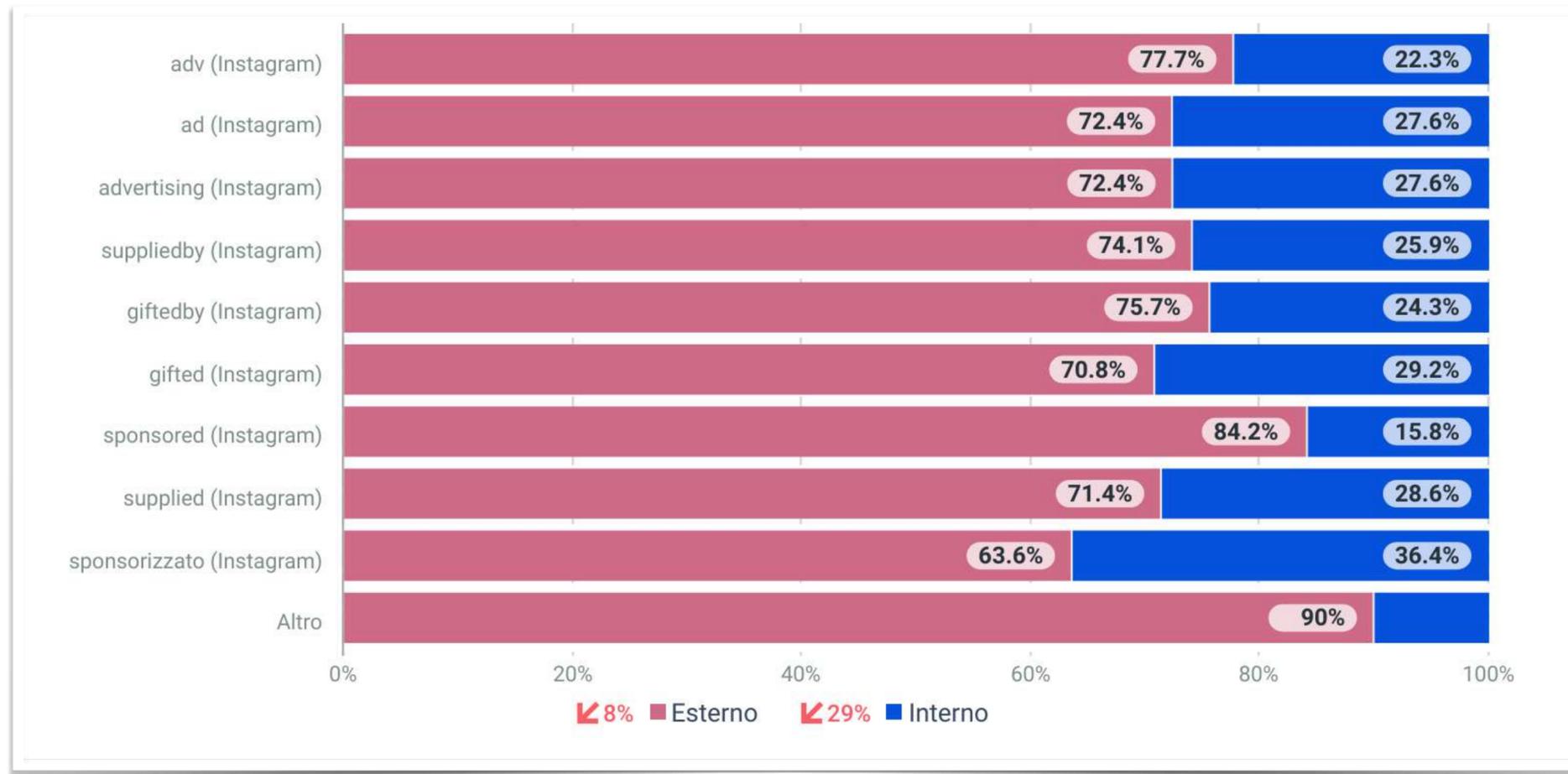
TIPO DI POST CON PIÙ ENGAGEMENT



Fonte: Talkwalker

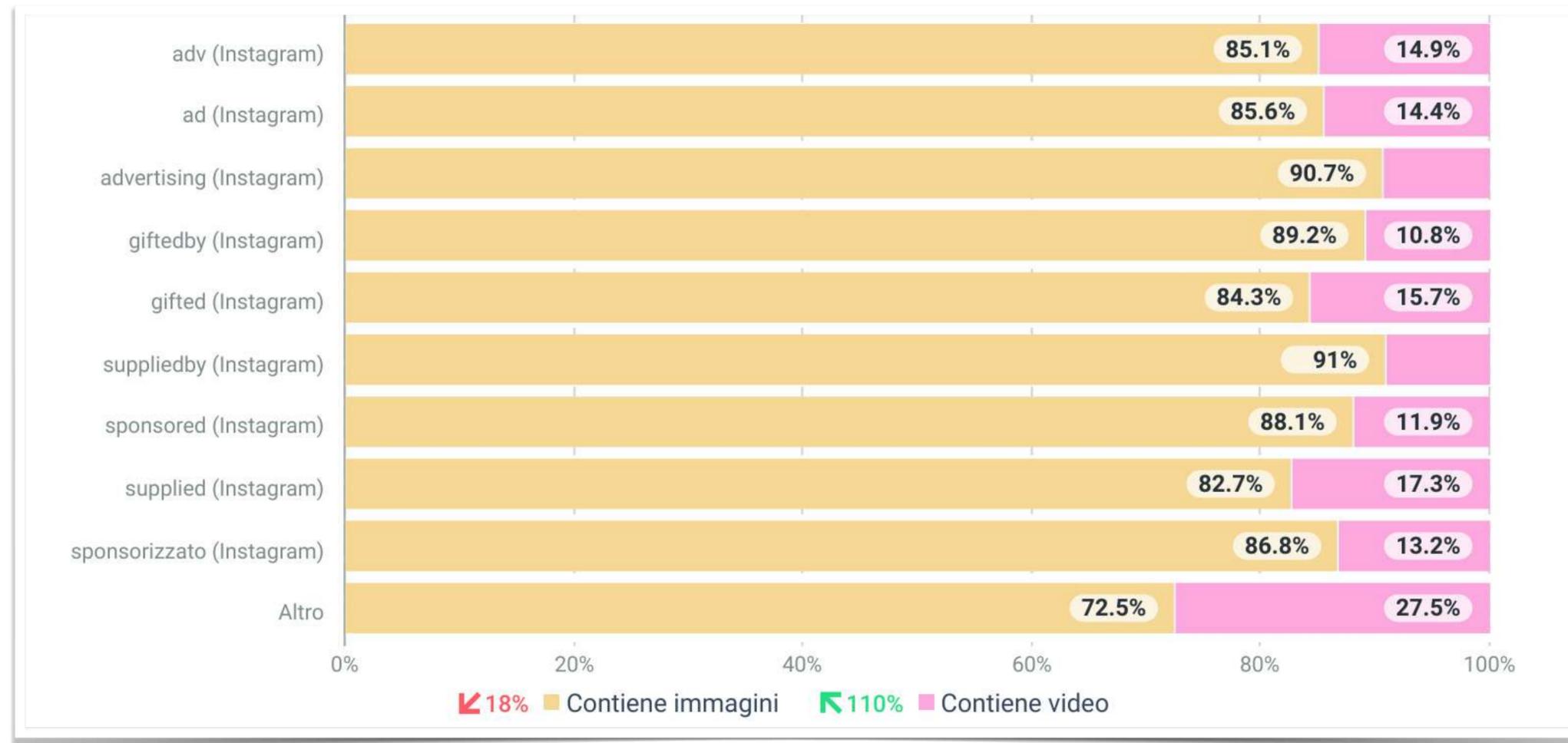
Agosto

Analisi immagini



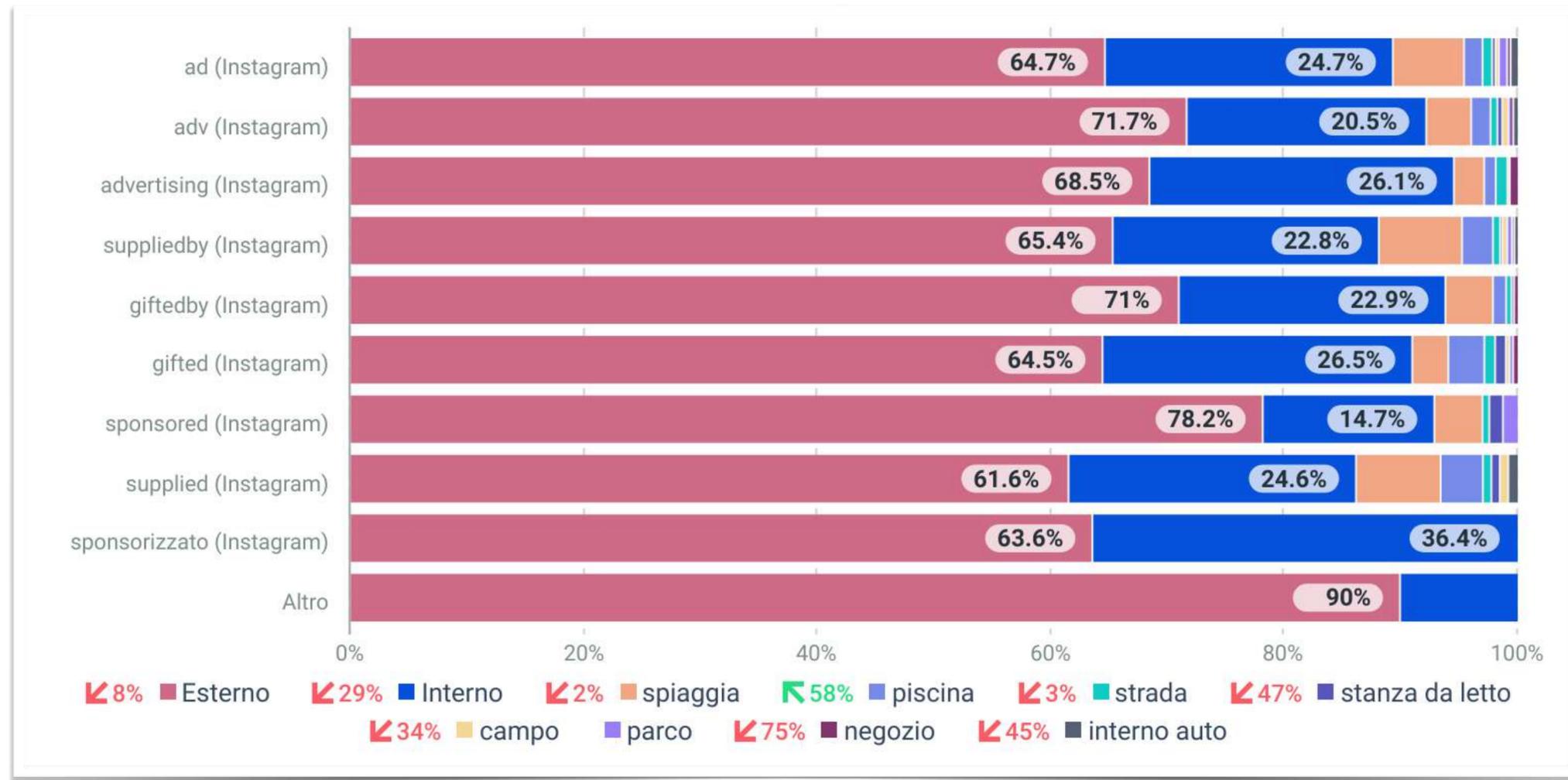
Agosto

Analisi immagini



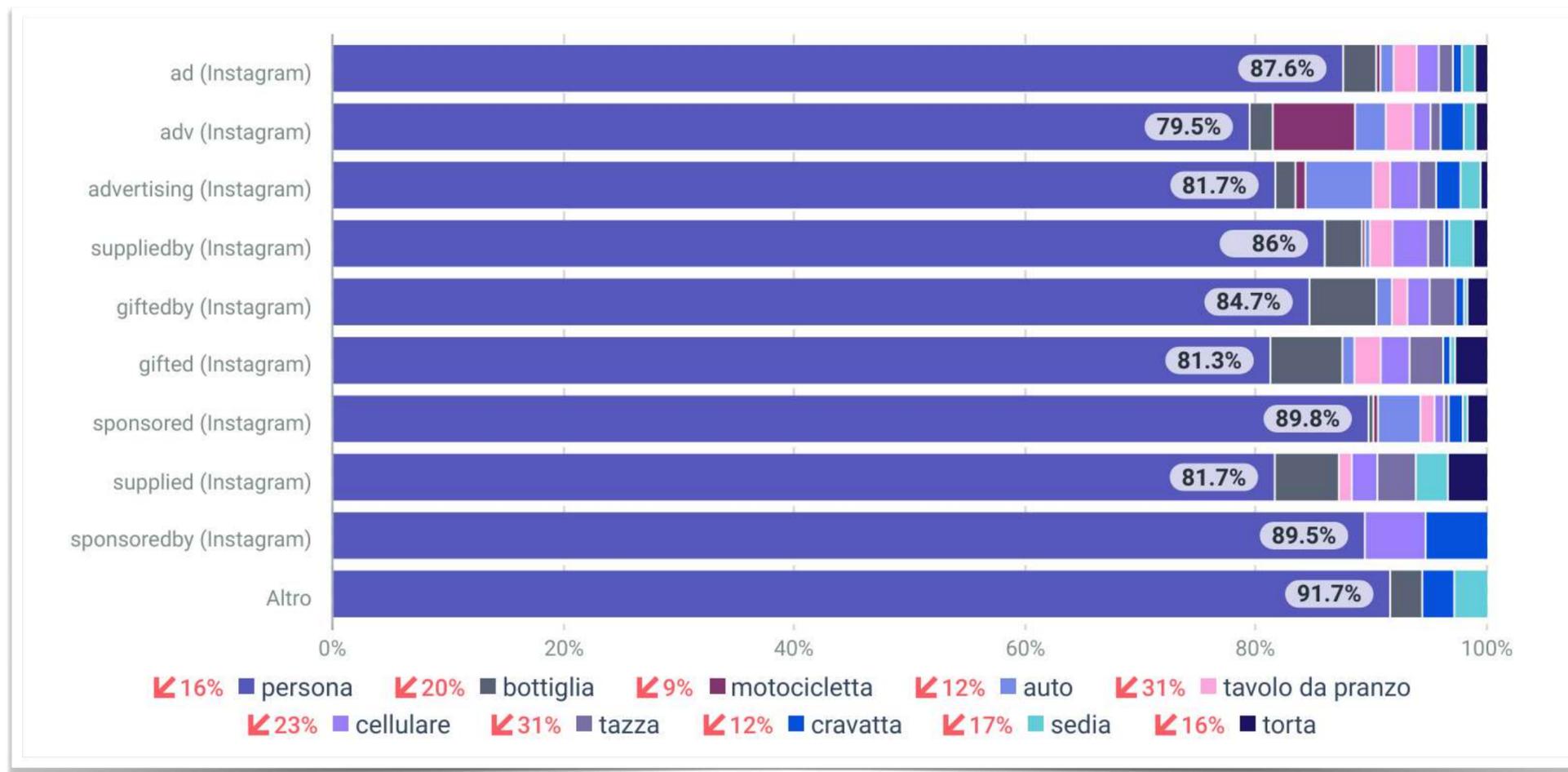
Agosto

Analisi immagini



Agosto

Analisi immagini



Agosto vede tra i post in evidenza fate presenza musicale con figure come Marracash, Sangiovanni e Ariete. Le minori collabs hanno portato tra i top 10 figure emergenti o meno presenti solitamente.



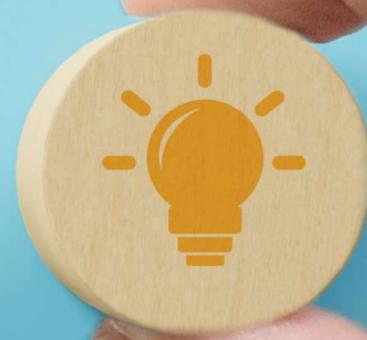
Ancor più del solito sono i **caroselli** il formato che si dimostra più premiante come **engagement** andando, ad Agosto, a raddoppiare quasi le interazioni prodotte dalle singole immagini.

Tra i top creator troviamo figure abituali come **Chiara Ferragni** (con la sua linea scuola), **Belen Rodriguez** (con Nue) e **Paola Turani** (Missoni), ma anche creator come **Emanuele Ferrari** e **Aleksandro Rizzo**.

Rilevante la presenza, tra i top post, del **mondo musicale** (**Marracash, Sangiovanni, Ariete**), fortemente attivo nel periodo estivo con concerti e manifestazioni.



Key Insight



Conclusioni

Giugno ricorda a marketer e brand quanto sia rilevante l'attenzione alla qualità e che come questa sia preponderante rispetto al numero di attivazioni. Una tesi ben evidenziata nel report: **al calo del 10% dei contenuti #ad prodotti** abbiamo avuto **un aumento quasi proporzionale delle interazioni prodotte**.

Fashion e **Food** si dimostrano i settori maggiormente attivi, soprattutto a livello di contenuti top a livello di performance.

Le **immagini**, al di là dei mutamenti del canale pro video e Reel, restano **il contenuto più utilizzato** e, questo mese, anche quelle con **maggiori interazioni generate**.



 Talkwalker



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

OPENBOX

PARTNER



PARTNER ISTITUZIONALI



PARTNER TECNOLOGICI



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)”