



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING



SANREMO 2023

REPORT

POWERED BY  Inflead

IL FENOMENO SANREMO

LATO CREATOR/INFLUENCER

Sanremo è sempre di più un fenomeno sociale, con un **impatto estremamente rilevante** non solo a livello **televisivo**, ma anche e soprattutto **digitale**. In questo scenario il ruolo dei creator, degli influencer e dei talent è assolutamente chiave, fornendo non solo amplification al Festival, ma **narrazioni trasversali** e complementari che divengono occasioni uniche anche a livello di comunicazione per i brand.

In questo report cercheremo di analizzare tali elementi nella sua interezza, valutando sia il riverbero social, lato creator di Sanremo, che le attività collabs che qui hanno preso vita.

Matteo Pogliani

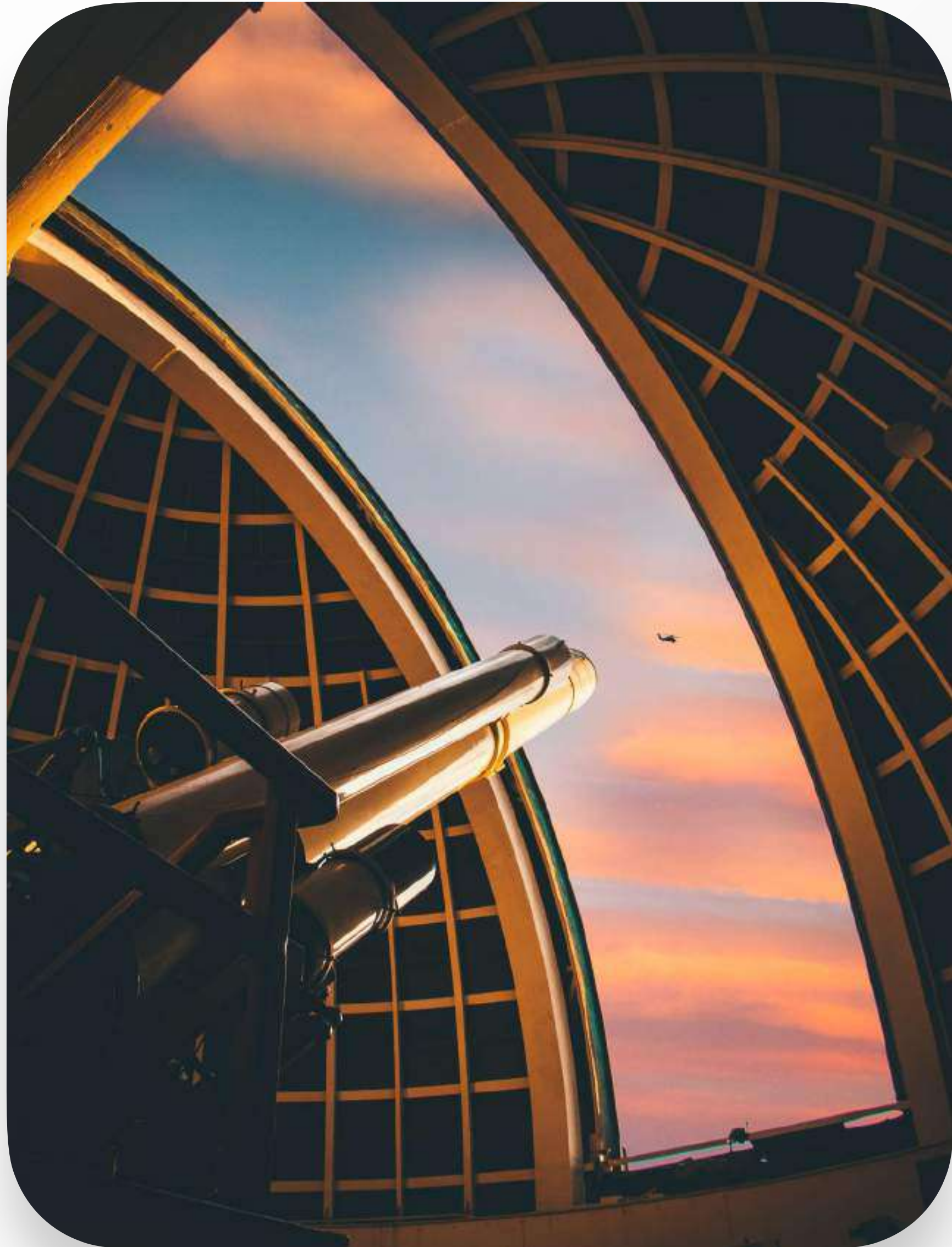
Founder e Presidente Osservatorio Nazionale Influencer Marketing





1.

METODOLOGIA



METODOLOGIA

ANALISI

Per la realizzazione del seguente report sono stati utilizzati diversi strumenti di analisi, utili per le diverse voci del documento.

Per la sezione riguardante la crescita e le performance dei diversi talent coinvolti nel Festival di Sanremo è stato utilizzato **Inflead**, tool italiano dedicato all'Influencer Marketing.

La sezione, invece, riguardante le attività #ad connesse al Festival è stata realizzata con **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, YouTube e TikTok 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**

2.

L'IMPATTO DI SANREMO





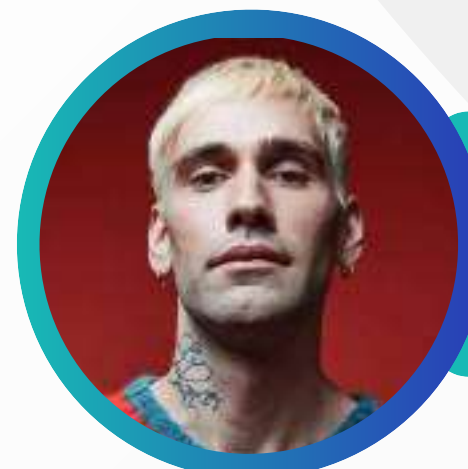
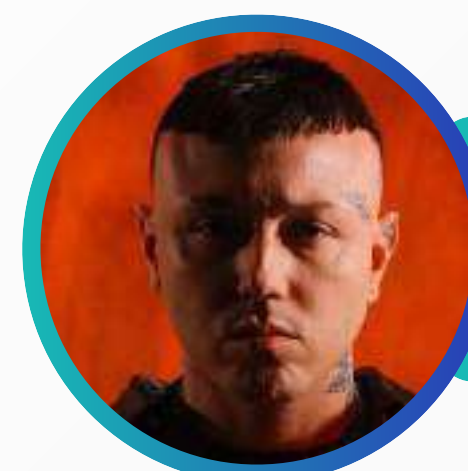
TV / SOCIAL / CREATOR

UN FLUSSO CONTINUO

Questa edizione ha confermato ancora una volta quanto **digitale e tv** siano ecosistemi strettamente connessi con confini sempre meno netti. I programmi televisivi sfruttano la **forza comunicativa** e il posizionamento di creator e influencer per rafforzarsi e lavorare in ottica di amplification di quanto sarà poi mostrato in tv. Ne deriva, inoltre, una sorta di narrazione alternativa, sinergica, capace di arricchire l'offerta televisiva, "aumentandola" sia per tempi che opportunità di fruizione.

Ma se è vero che il media televisivo sfrutta i social è vero anche il contrario. La presenza televisiva è ancora rilevante per creator e influencer, rafforzandone la **percezione** e favorendone la **crescita**. Il salto a livello di **performance** degli account dei Colla Zio o di Francesca Fagnani ne sono esempio eloquente.

La sfida futura sarà, senza dubbio, **rendere più strategica e concreta** questa sinergia tra media, oggi già presente e forte, ma non sempre del tutto studiata e sotto controllo.

TALENT INSTAGRAM**CRESCITA FOLLOWER****VARIAZIONE %****MARCO MENGONI****+419.018****+24,4%****MR RAIN****+334.834****+96,7%****LAZZA****+314.134****+22,9%****ROSA CHEMICAL****+217.584****+133,9%****TANANAI****+107.872****+22%**

TALENT INSTAGRAM

CRESCITA FOLLOWER

VARIAZIONE %



COLLA ZIO

+18.989

+190%



ROSA CHEMICAL

+217.584

+133,9%



SETHU

+12.492

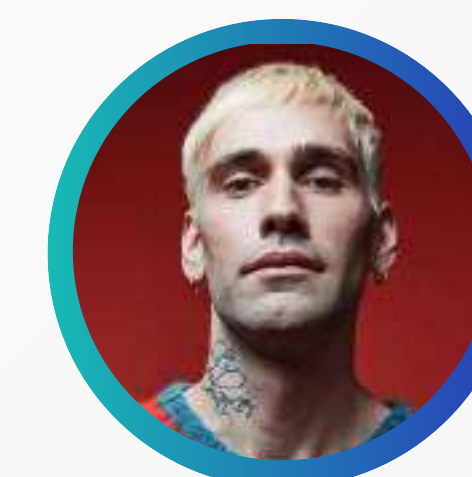
+129,3%



OLLY

+44.781

+116,8%



MR RAIN

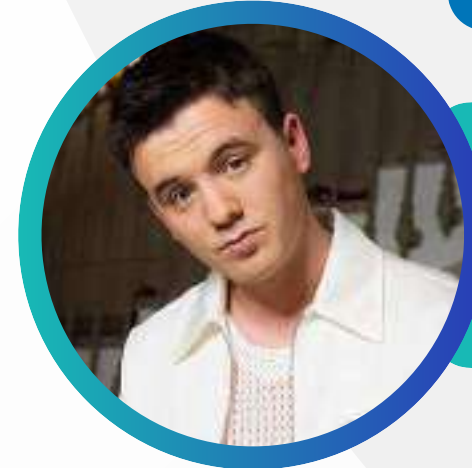
+334.384

+96,7%

TALENT INSTAGRAM

CRESCITA ER

VARIAZIONE %



WILL

|

+28.5

|

+390,4%



MR RAIN

|

+13

|

+160,5%



COMA COESE

|

+9.8

|

+158,1%



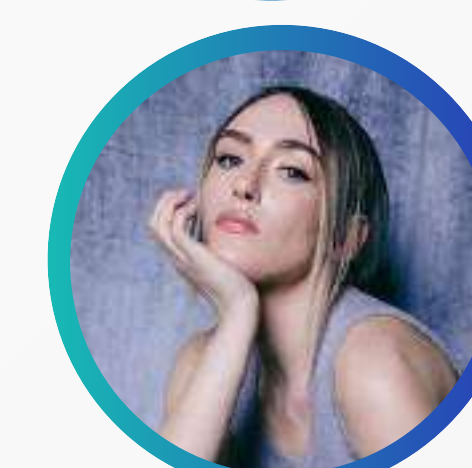
ROSA CHEMICAL

|

+8.3

|

+55%



MARA SATTEI

|

+4.5

|

+86,5%

Top Post Instagram

Like



elodie • Segui

elodie • Sanremo! 🌸
@andresoriga #wellaprofessionals
#wellaitalia #adv
1 sett. Visualizza traduzione

its.ritae Signora Di Patrizi mi scusi può confermare che il pelliccione era ecosostenibile? Ho bisogno del bonus al Fanta lei già ha fatto pochi punti
1 sett. Piace a 63 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

giovannipandin Amo come fai a essere una dea celestiale anche in mega hangover? Insegnami

Piace a luca_memoli_ e altri
FEBBRAIO 12

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



ultimopeterpan • Segui

ultimopeterpan • Sto partendo per Sanremo.
Sto tornando per amore della musica e per il grande rispetto che nutro verso quel palco.
Non cerco nessuna rivincita, voglio solo chiudere un cerchio rimasto aperto con Sanremo e lasciare un ricordo diverso, un ricordo fatto di musica e non d'inutili polemiche. Lo dico anche ai miei fan: non vivetela come una gara. Io vinco ogni volta che vi vedo sotto il palco. ❤️
Godetevi la musica e godetevi Alba. Buon Sanremo a tutti, vi voglio bene! 🇮🇹
2 sett.

Piace a _deborah97 e altri
FEBBRAIO 5

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

Top Post Instagram

Commenti



mengonimarcofficial • Segui ...

mengonimarcofficial • INSIEME
#Sanremo2023
@sanremorai
1 sett.

tizianamanganello Per sempre insieme a te ❤️❤️❤️
1 sett. Rispondi

gazzelle__ Giusto 💜
1 sett. Piace a 2.547 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (17)

laurapausini ❤️❤️❤️❤️

Piace a ginevra_parrì e altri
FEBBRAIO 12

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



mengonimarcofficial • Segui ...

mengonimarcofficial • Due Vite a @sanremorai
#sanremo2023
1 sett.

mirimeo Vabbè pazzesco!
1 sett. Piace a 1.200 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (5)

antoclerici Canzone fantastica
1 sett. Piace a 1.174 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (7)

Piace a giorgia_cometto e altri
FEBBRAIO 7

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

Top Post Instagram

Commenti



mengonimarcofficial • Segui ...
Audio originale

mengonimarcofficial Due Vite
Disponibile su tutte le piattaforme due ore dopo la mezzanotte insieme al videoclip!
#Sanremo2023
1 sett.

tizianoferro E tutti zitti 🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷
1 sett. Piace a 7.711 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (174)

mattia stanca Sei super ❤️❤️❤️

Piace a **_pizzaeverywhere_ e altri**
FEBBRAIO 7

Aggiungi un commento... **Pubblica**



mengonimarcofficial e thekingdomchoir ...
Audio originale

mengonimarcofficial There will be an answer, let it be.
Vota
15
Fisso 894.001
Sms 475.475.1
#Sanremo2023
1 sett. Visualizza traduzione

bartendervallecaudina Altissimo Livello ❤️
1 sett. Rispondi

claudiadionigi Altri livelli proprio ❤️

Piace a **_pizzaeverywhere_ e altri**
FEBBRAIO 10

Aggiungi un commento... **Pubblica**

L'APERTURA DEL PROFILO INSTAGRAM DI AMDEUS

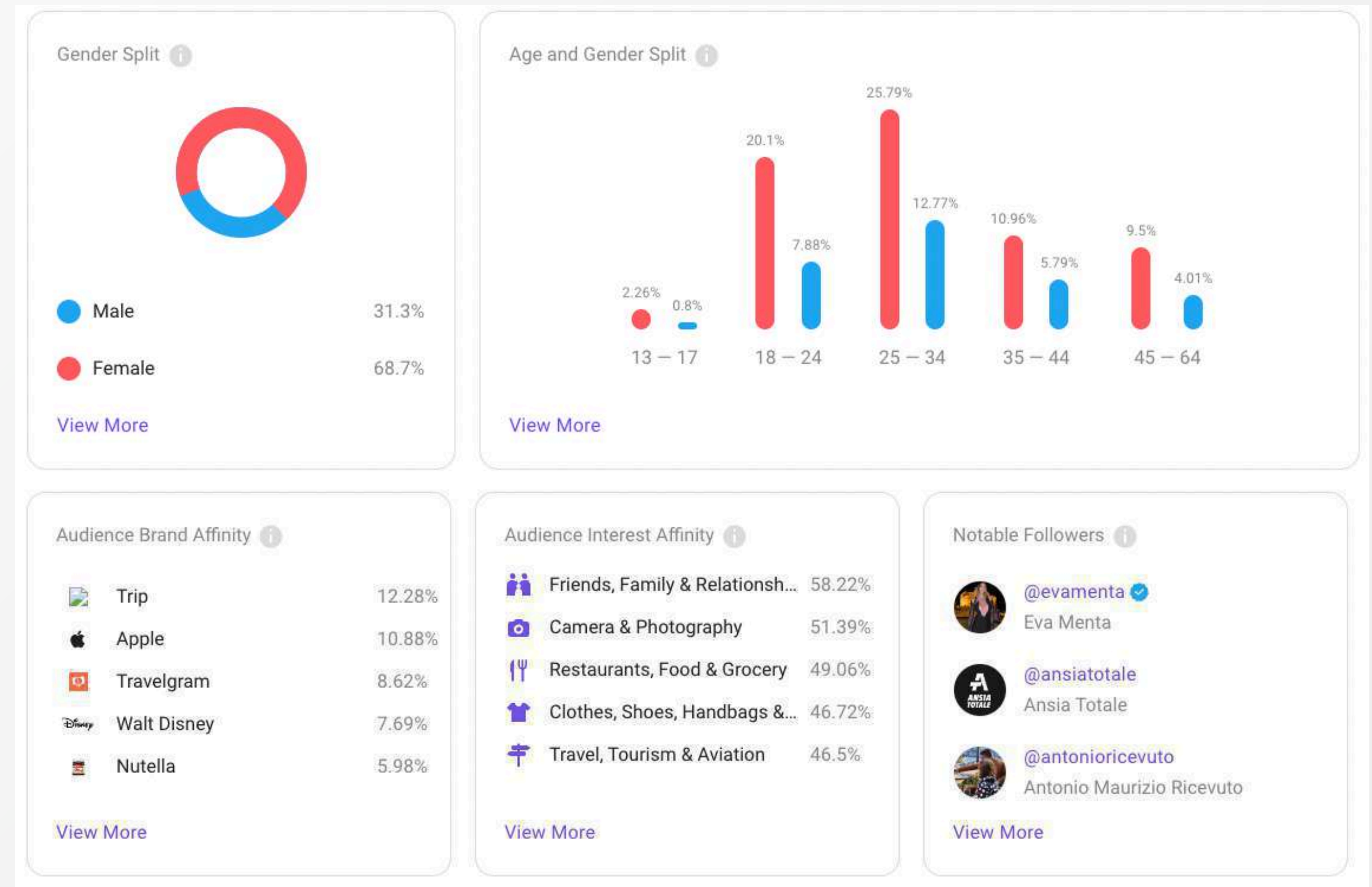
Instagram si è confermato come il **canale primario** per le comunicazioni sul Festival e per le attività di creator e influencer. Il coinvolgimento di **Chiara Ferragni** ha sicuramente (e volutamente) spinto ulteriormente questo, rafforzando ancor di più la centralità del social.

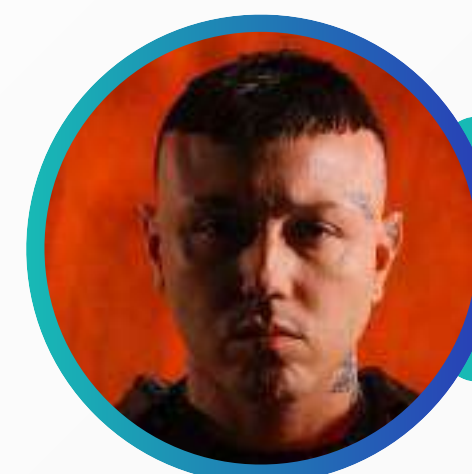
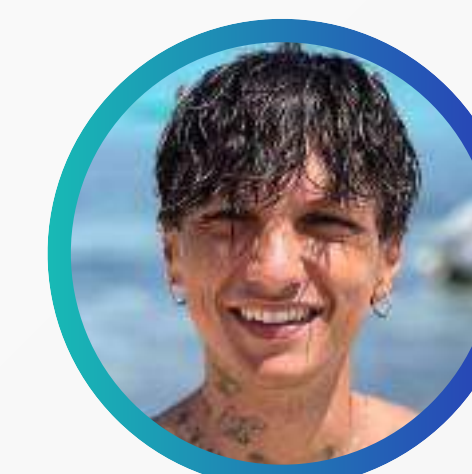
Ma Instagram è riuscito a fare molto di più, diventando protagonista in modo ancora più preponderante e superando il confine online e offline grazie all'apertura, in diretta, del **profilo Instagram di Amadeus** grazie ad una serie di **live realizzate dal profilo della Ferragni**, utili a dargli immediata ed enorme visibilità e farlo crescere.

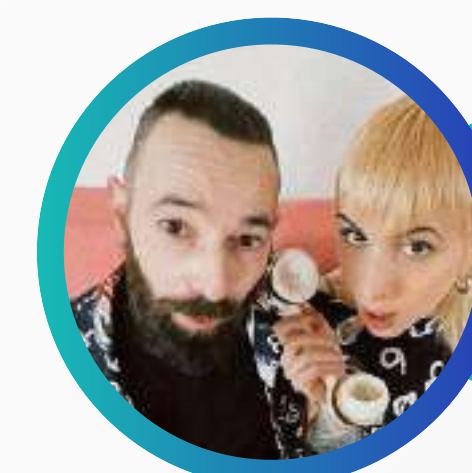
1.8M di follower guadagnati nei pochi giorni di Sanremo e un engagement rate del 5,89% sono il risultato di questa iniziativa che sottolinea, se ancora ce ne fosse bisogno, la connessione tra tv e mondo social.

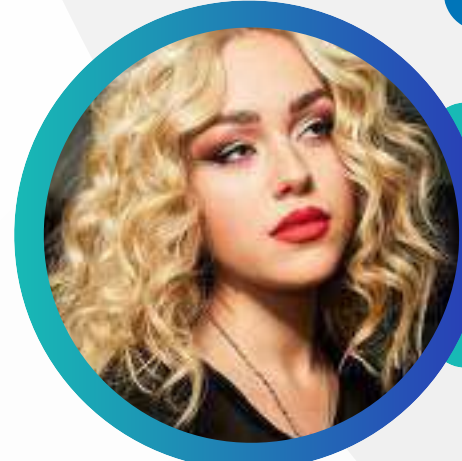
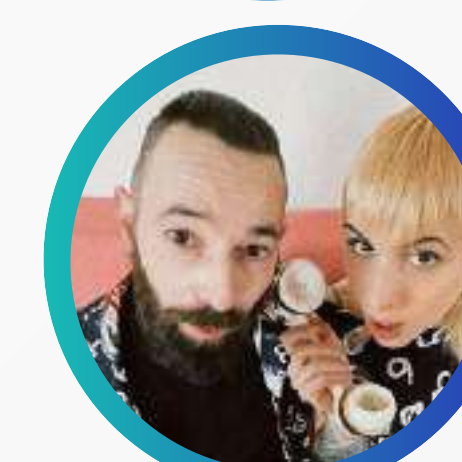
Se è innegabile l'impatto provocato lato buzz dall'apertura è altrettanto vero che più di un dubbio è emerso come l'aver dato **troppa visibilità ad un brand (Instagram)** non sponsor agli interessi privati di Amadeus che oggi, grazie alla spinta del Festival, si trova un account personale fortemente monetizzabile lato collabs.

Un case, questo, che potrebbe portare in futuro al coinvolgimento diretto e a **partnership ufficiali tra il Festival e le piattaforme social.**



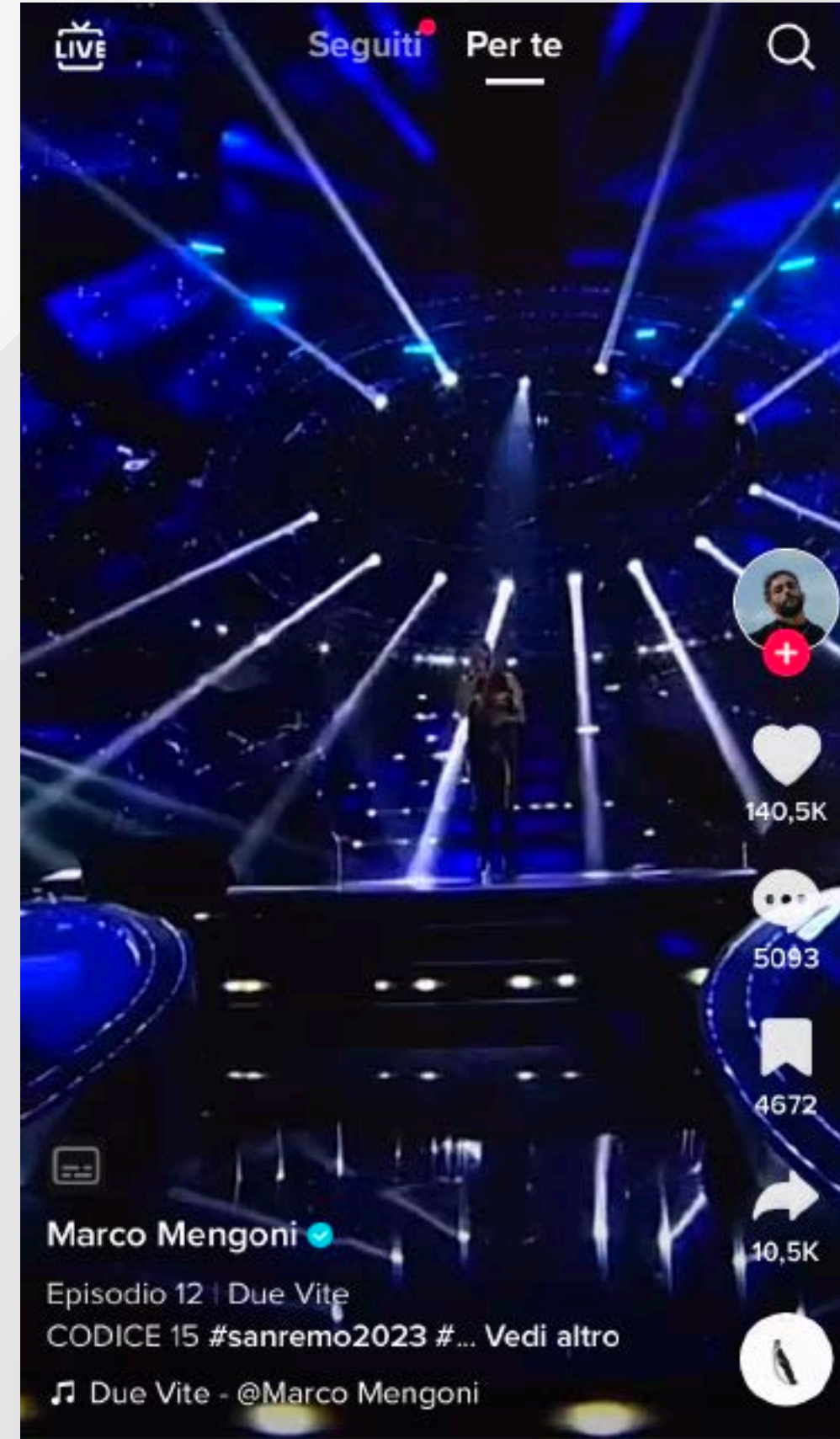
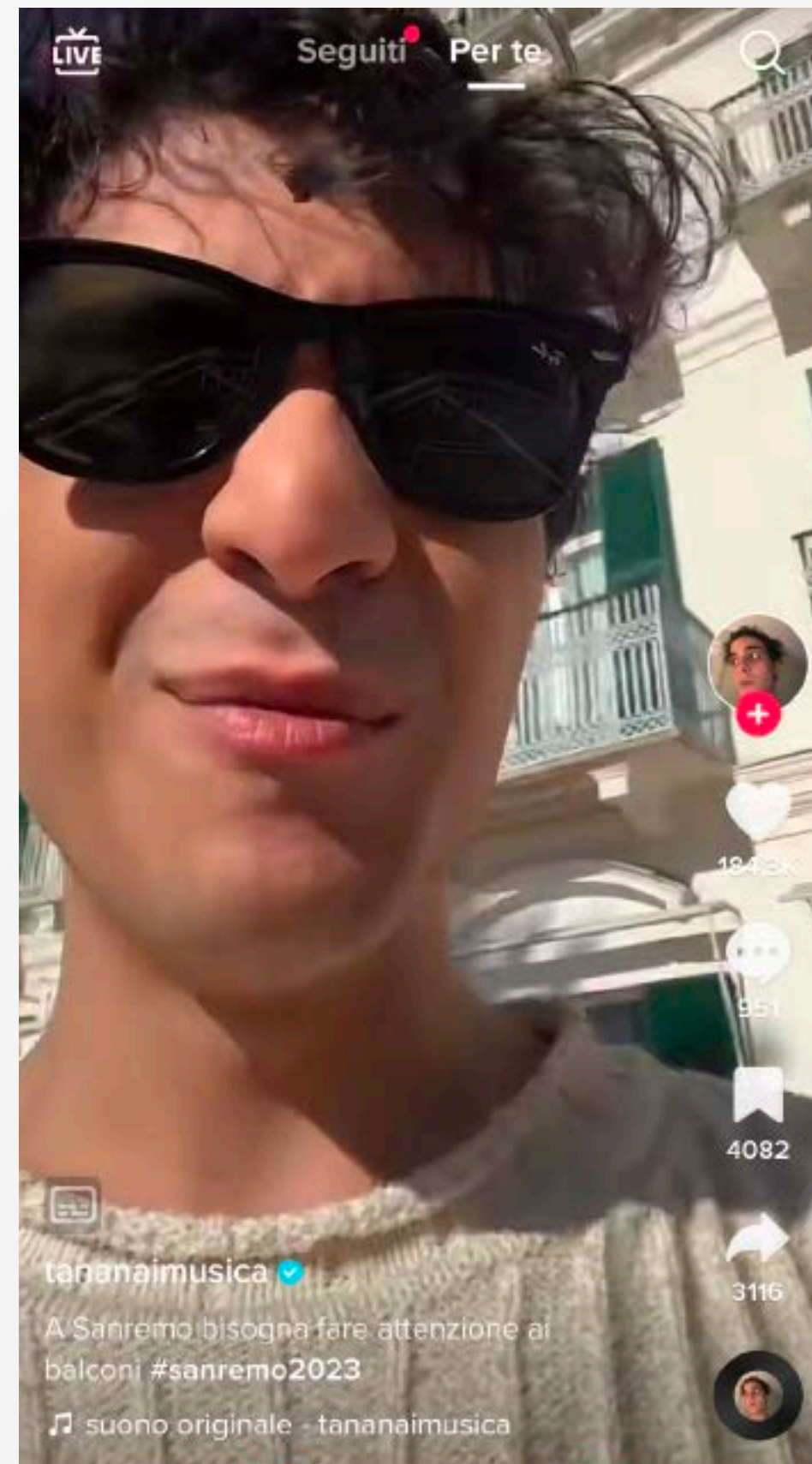
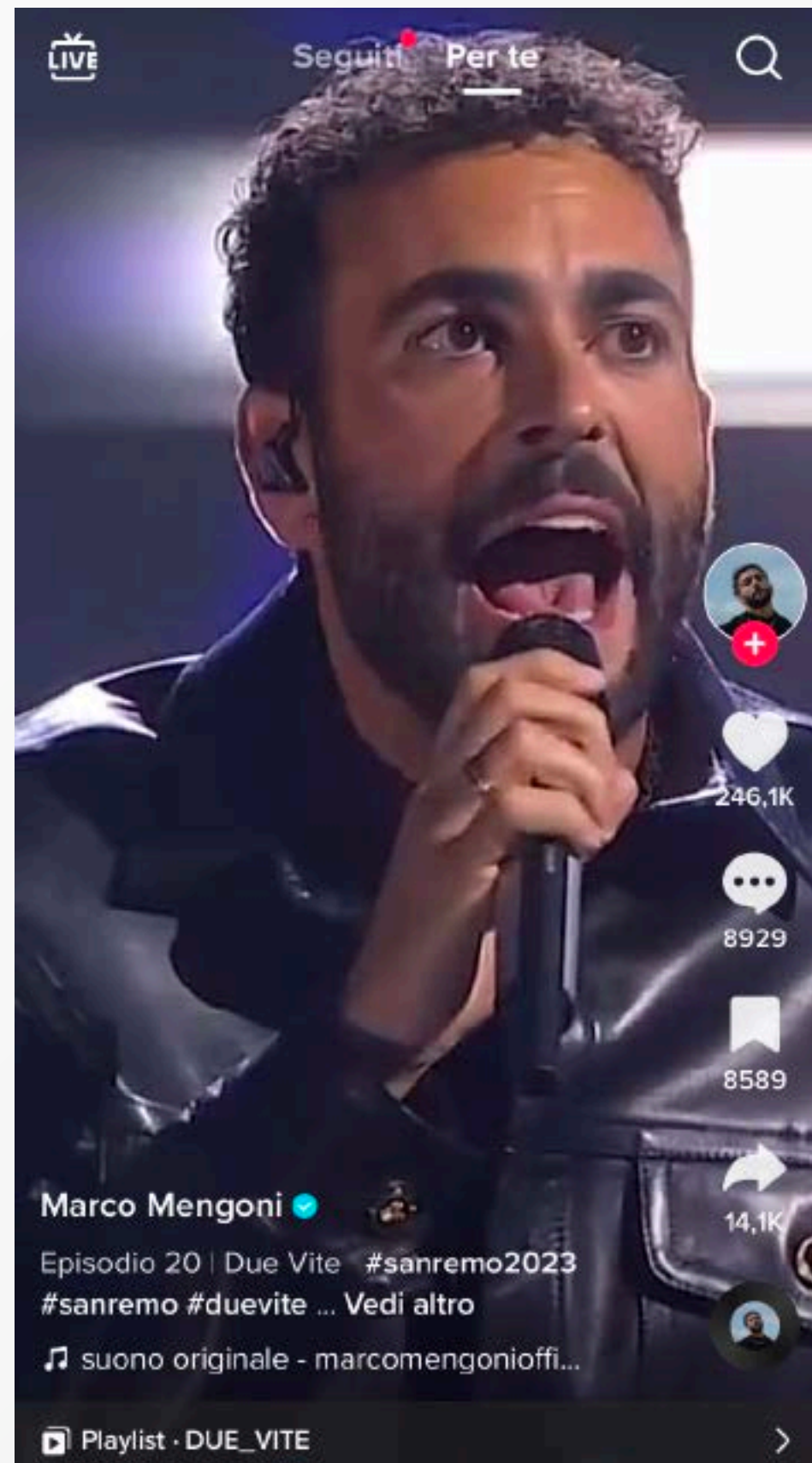
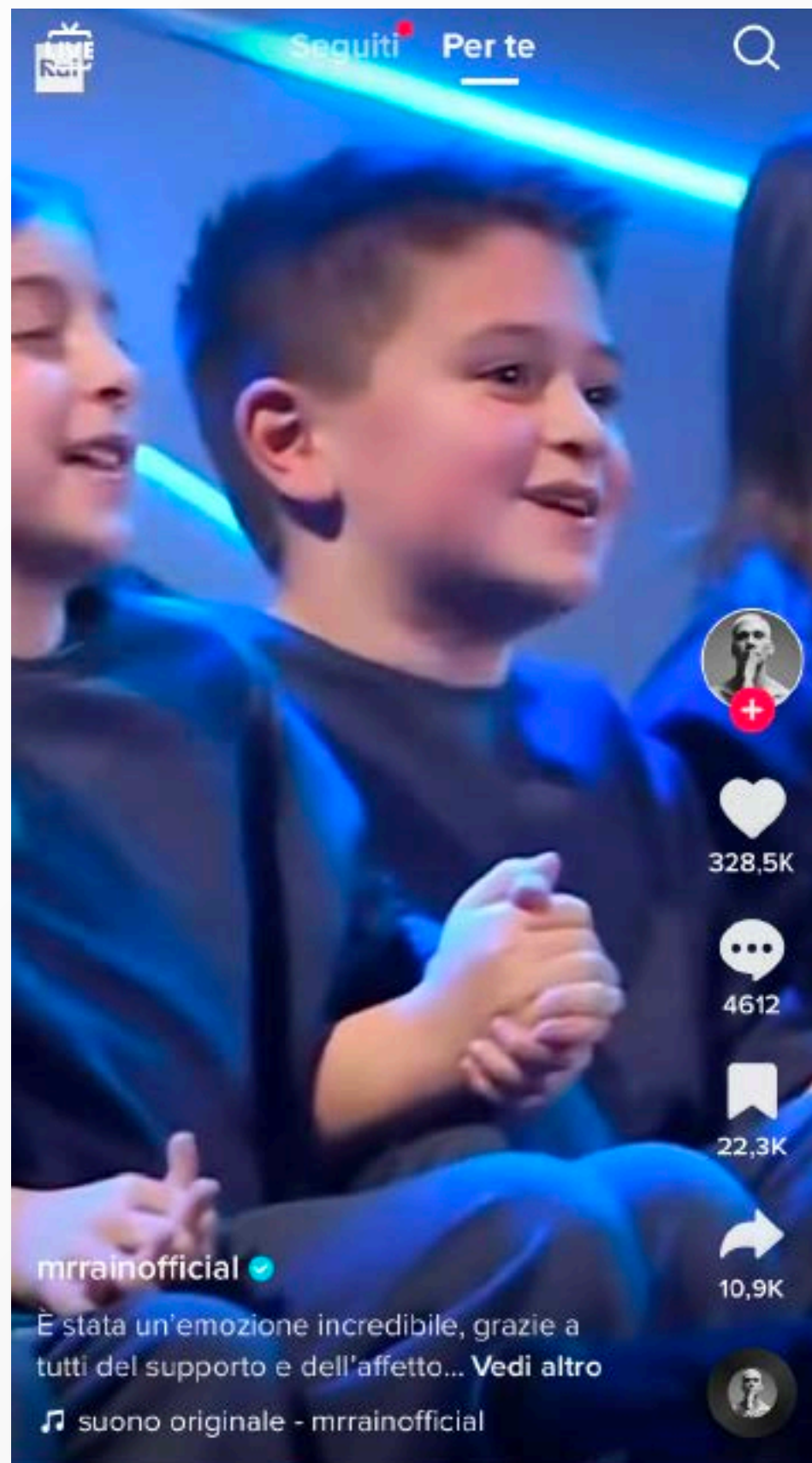
TALENT TIKTOK**CRESCITA FOLLOWER****VARIAZIONE %****MR RAIN****+189.400****+54,8%****MARCO MENGONI****+157.700****+68,7%****LAZZA****+126.600****+34,8%****ROSA CHEMMICAL****+98.900****+85,9%****ULTIMO****+32.000****+6,2%**

TALENT TIKTOK**CRESCITA FOLLOWER****VARIAZIONE %****COLLA ZIO****+1.784****+353,1%****SETHU****+4.568****+114,4%****ROSA CHEMMICAL****+98.900****+85,9%****COMA COSE****+5.792****+85,1%****GIANLUCA GRIGNANI****+12.000****+84,5%**

TALENT TIKTOK**CRESCITA ER****VARIAZIONE %****SHARI****+15.6****+200%****MR RAIN****+13.9****+434,4%****GIANMARIA****+12.1****+103,4%****MARCO MENGONI****+9.8****+163,3%****COMA COESE****+7.9****+42%**

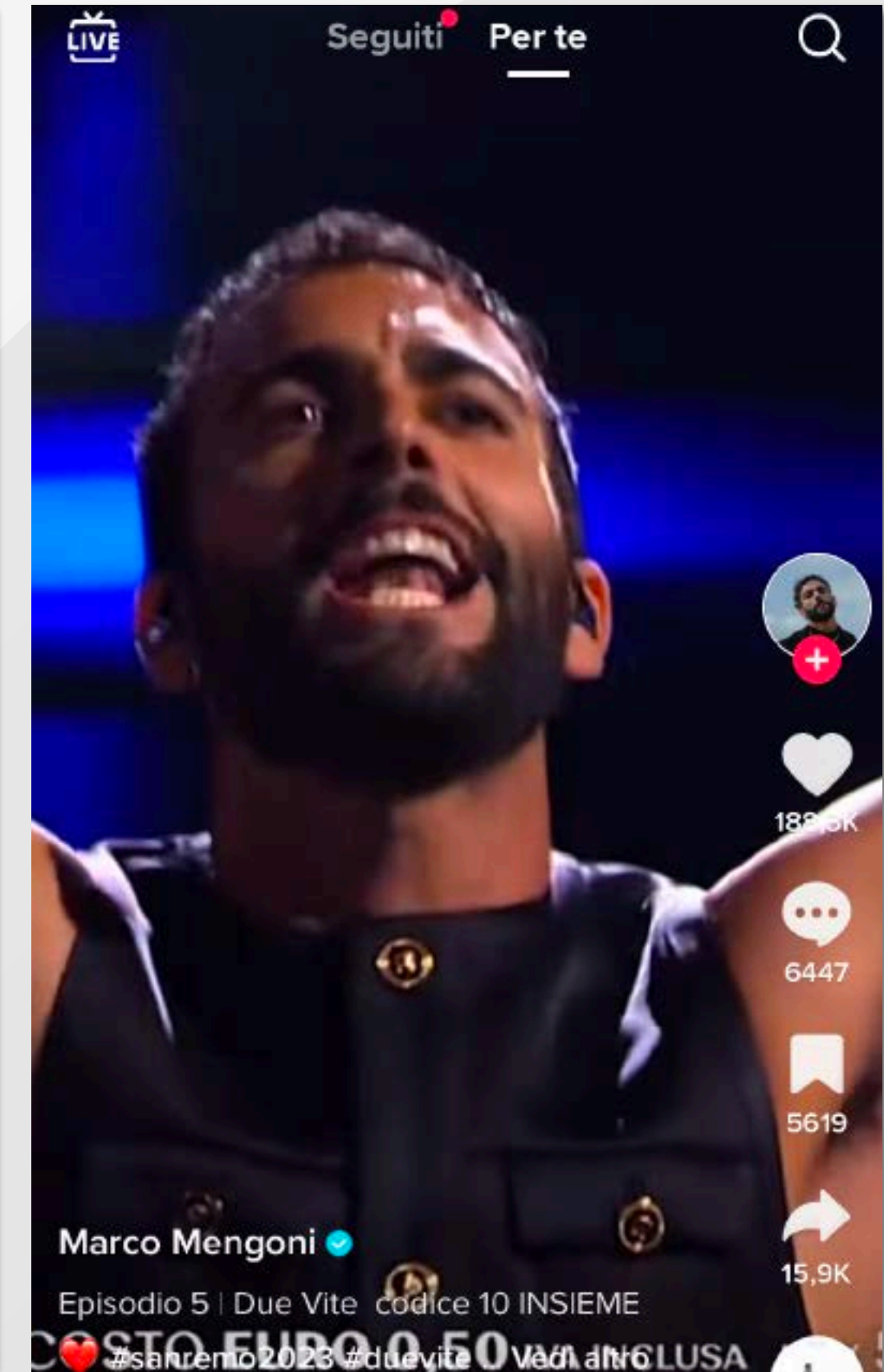
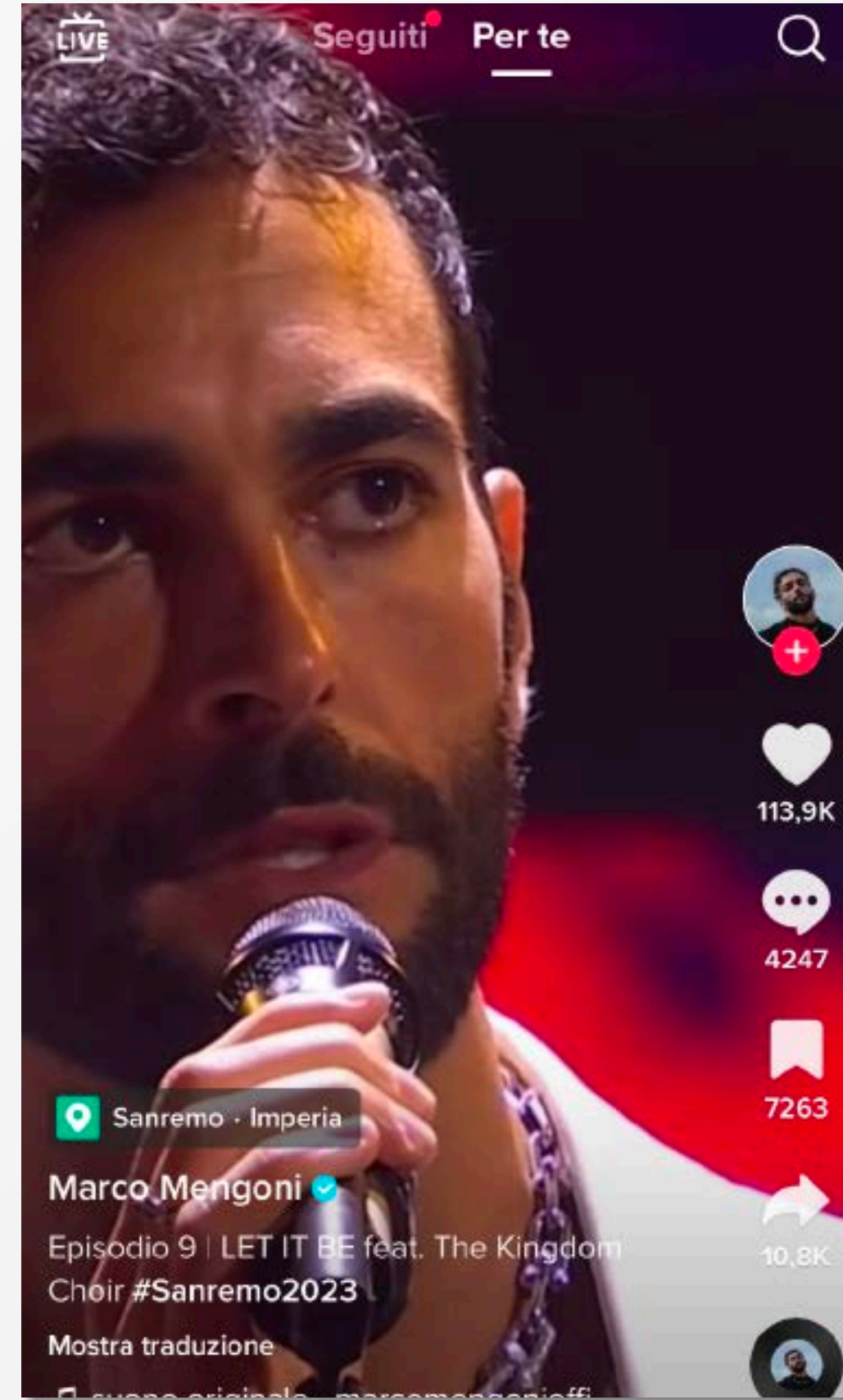
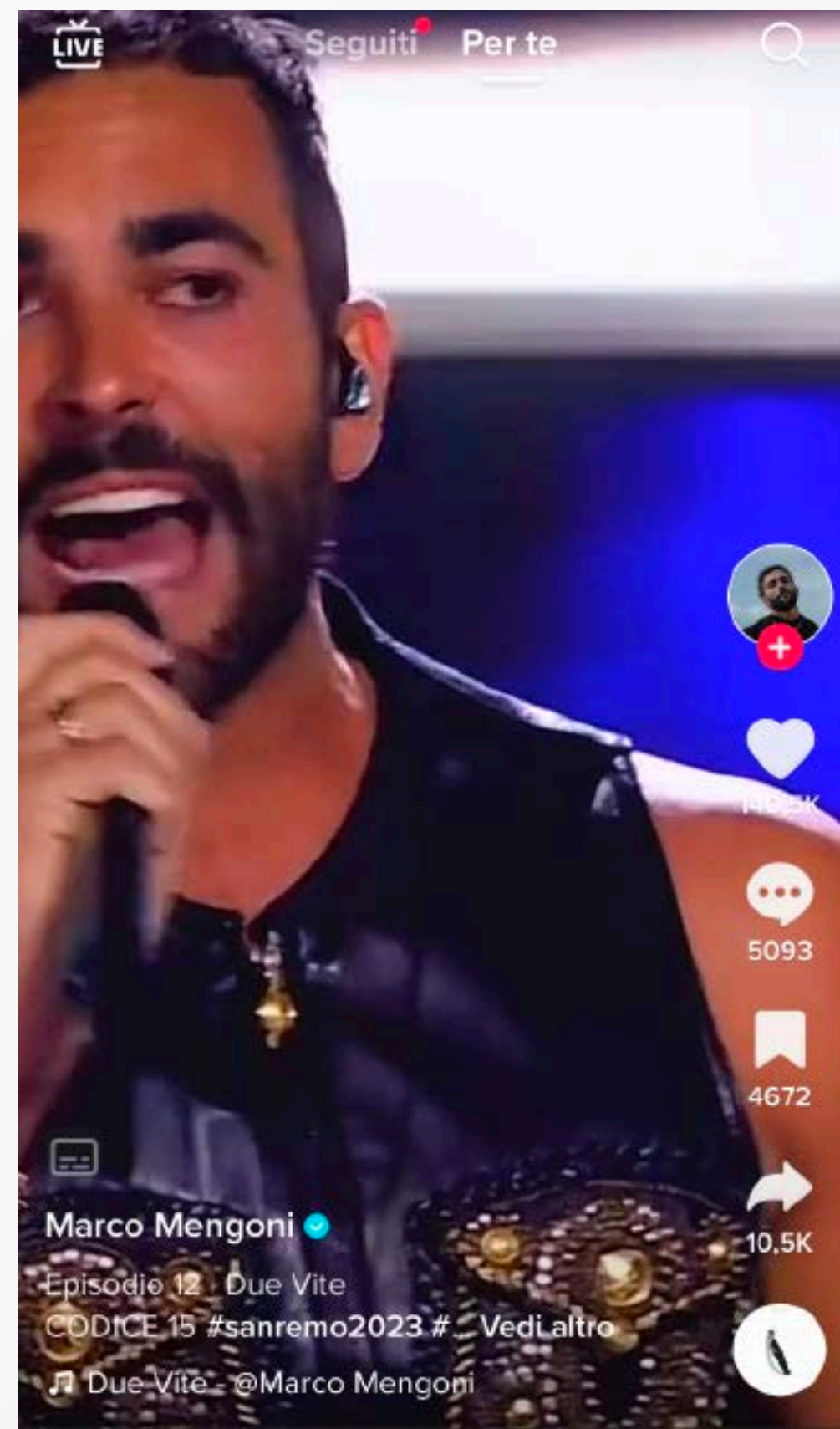
Top Post TIKTok

Like



Top Post TikTok

Commenti



KEY INSIGHTS



L'IMPATTO DELLA TV, UN FORTE DRIVER DI CRESCITA ANCHE SOCIAL

Il netto incremento delle follower base e di tutte le voci di performance dei talent e dei personaggi coinvolti a Sanremo è eloquente evidenza di quanto ancora la tv, possa rappresentare un forte boost anche lato social/digital.



LA CRESCITA È CONNESSA ANCHE AL SUCCESSO DEL BRANO

Nonostante molti fossero già profili molto noti, l'analisi mostra come la crescita maggiore rispetto, in un certo senso, anche la classifica del Festival, influenzata anche dalla qualità della proposta musicale. Marco Mengoni, ad esempio, risulta tra i primi in quasi tutte le classifiche social e molti dei suoi post sono tra quelli più performanti inerenti al Festival.



EVENTI DAL FORTE CONVERSATO INFLUENZANO LA CRESCITA SOCIAL

Accadimenti che portano ad un alto livello di contenuti e conversato online sono driver che impatta sulla crescita dei profili. Non a caso Rosa Chemical, tra i cantanti più discussi sia prima che durante Sanremo e protagonista di uno figli eventi più chiacchierati, il bacio a Fedez, è uno dei profili con le maggiori variazioni.



IL PRIMATO DI INSTAGRAM

Il social di Meta è uno dei grandi vincitori del Festival, sia per l'ampio utilizzo che per il suo essere diventato, grazie all'apertura del profilo di Amadeus, vero protagonista sul Palco.



MOLTO PIÙ CHE #AD

Interessante segnalare che il post di Sanremo con il maggior numero di interazioni generate è un contenuto nato da collaborazione tra Elodie e un brand. Un fatto particolare dato che nella maggior parte dei casi i contenuti #ad risultano meno performanti di quelli organici.



OCCASIONE PER FARSI CONOSCERE DA UN PUBBLICO DIVERSO

Sanremo è inoltre un evento utile per i talent per farsi conoscere da un pubblico diverso. Se su Instagram il Festival diventa quasi un passaggio di consideration, rafforzando profili già "forti", su TikTok a crescere maggiormente sono profili di cantanti poco attivi sul canale, profili che grazie al Festival hanno potuto farsi notare e seguire anche su questo canale.



3.

COLLABS

Post nati da collaborazione brand/influencer

a Sanremo



452

Numero post

2.2M

Interazioni generate

4.8K

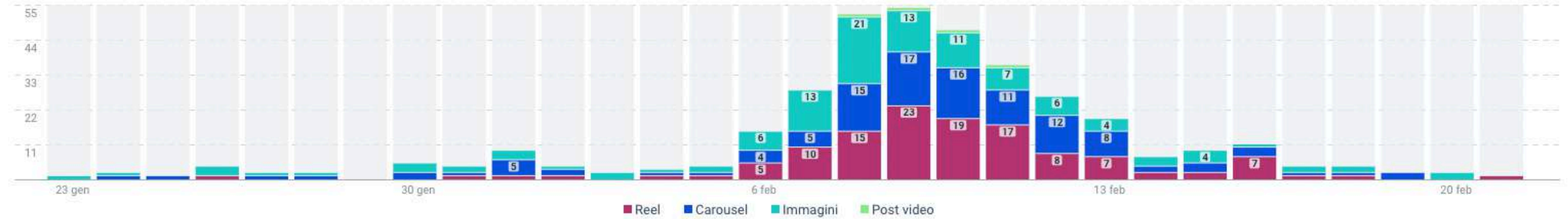
Interazioni per post

Tipologia formati e performance

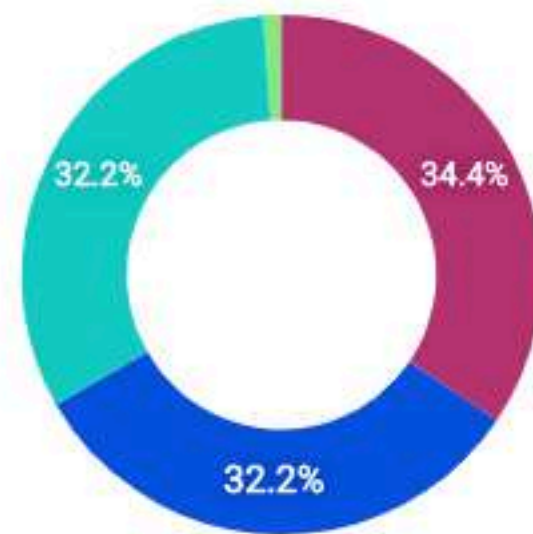


ATTIVITÀ

360 Risultati

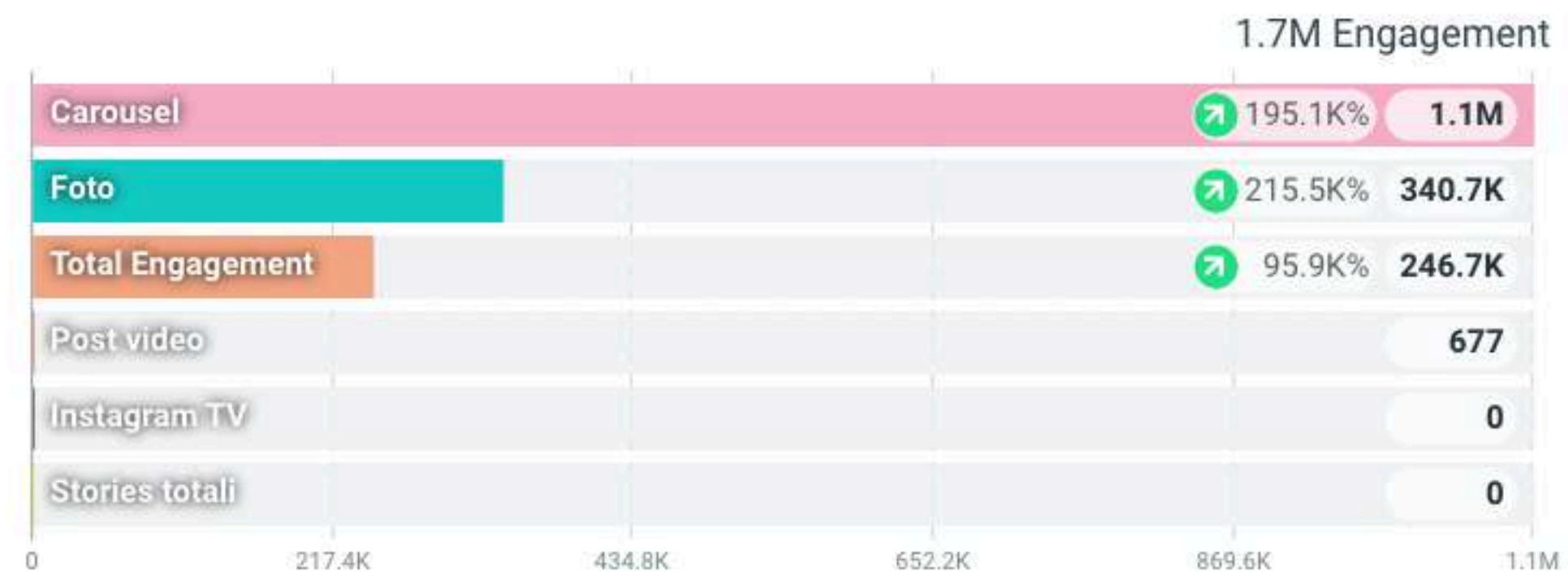


TRIBUZIONE DEI TIPI DI POST



↗ 6100% Reel
 ↗ 729% Carousel
 ↗ 867% Immagini
 Post video

TIPO DI POST CON PIÙ ENGAGEMENT



Top Collabs Post Instagram

elodie • Segui

Sanremo! 🌸
 @andresoriga #wellaprofessionals
 #wellaitalia #adv

1 sett. Visualizza traduzione

its.ritae Signora Di Patrizi mi scusi può confermare che il pellicione era ecosostenibile? Ho bisogno del bonus al Fanta lei già ha fatto pochi punti

1 sett. Piace a 63 persone
 Rispondi

Visualizza le risposte (1)

giovannipandin Amo come fai a essere una dea celestiale anche in mega hangover? Insegnami

Piace a luca_memoli_ e altri

FEBBRAIO 12

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

CORRISP.	adv
METRICHE	341.4K N/D 0/10
338.7K 'Mi piace' di Instagram, 2.8K Commenti	

dilettaeotta • Segui

Sempre in giro e settimana prossima si va a Sanremo! Meno male @vitameals_ ogni 7 giorni mi manda una box di pasti calcolati su misura per me, per farmi sentire sempre in forma e coccolata. E poi sono stra-buoni! 🌟 #adv

Elemento modificato · 2 sett.

rossellina91 La più bella

2 sett. Piace a 110 persone
 Rispondi

Visualizza le risposte (9)

meloninter89 Al mio cuore provochi attacchi, ti prego spremimi coi tacchi

Piace a robiciore e altri

FEBBRAIO 3

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

CORRISP.	adv
METRICHE	234.7K N/D 0/10
233.8K 'Mi piace' di Instagram, 896 Commenti	

Post nati da collaborazione brand/influencer

a Sanremo



21

Numero video

26K

Interazioni generate

844K

Views

Keyword, hashtag ed emoji

più utilizzate



Top Collabs Video YouTube



CANTANTI COREANI REAGISCONO A SANREMO 2023! (Blanco, Rosa Chemical, Mengoni...)

Seoul Mafia 531.000 iscritti Iscriviti 12.569 Condividi Scarica ...

CORRISP.	ADV YT
METRICHE	11.6K 116.9K N/D
11.3K 'Mi piace' di YouTube, 116.9K Visualizzazioni YouTube, 340 Commenti	

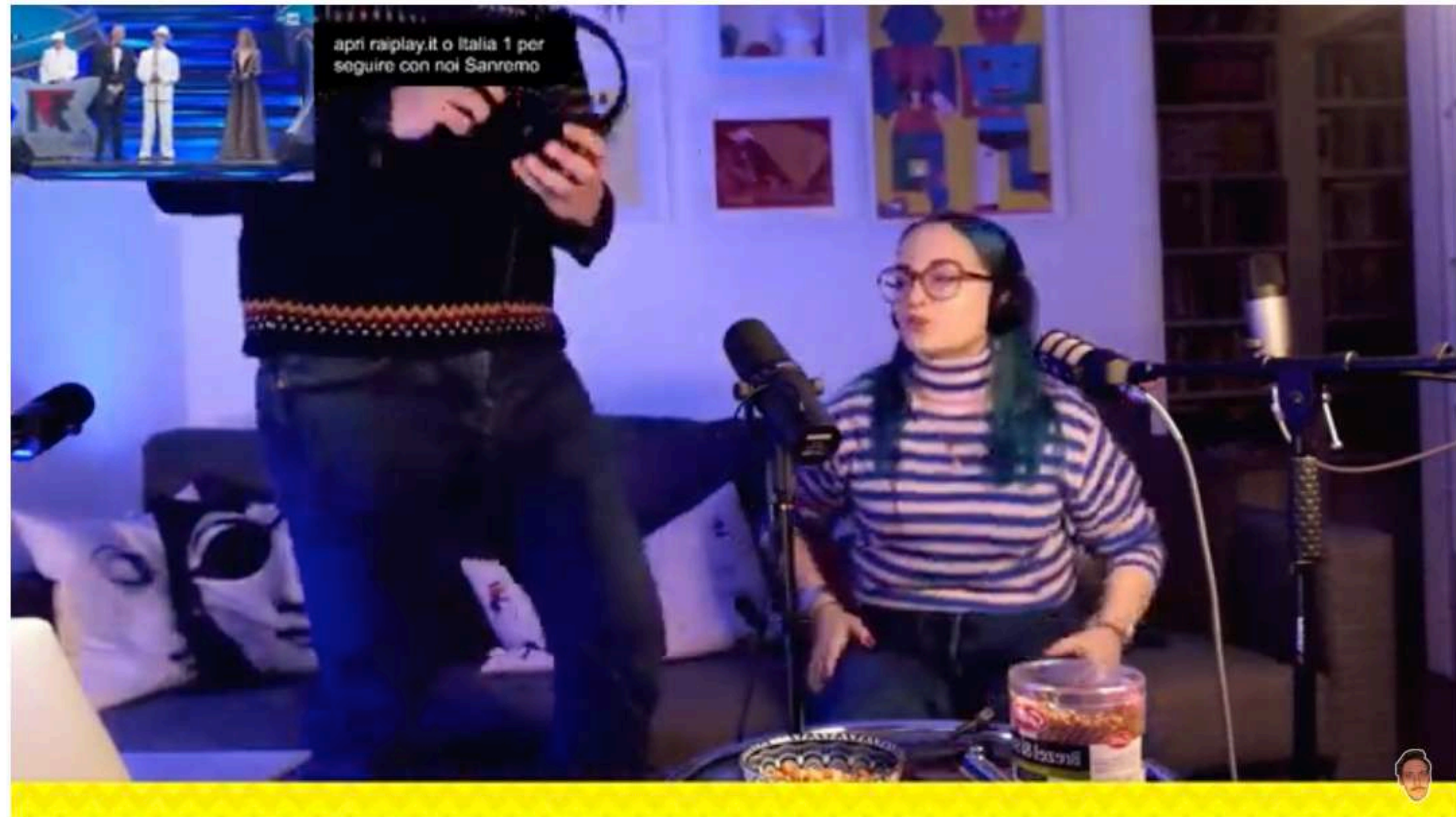


SPLASH SUORE BOLOGNA COLAPESCE DI MARTINO ft METROMAN

IMAJAZ Media & Film 1990 iscritti Iscriviti 130 Condividi Scarica Clip ...

CORRISP.	ADV YT
METRICHE	150 4.7K N/D
128 'Mi piace' di YouTube, 4.7K Visualizzazioni YouTube, 22 Commenti	

Top Collabs Video YouTube



Live - Commentiamo la terza serata del Festival di Sanremo!
Alessio De Santa
72.600 iscritti

128 3K Grazie

CORRISP.	ADV YT
METRICHE	132 3K N/D
128 'Mi piace' di YouTube, 3K Visualizzazioni YouTube, 4 Commenti	



SANREMO 2023 - COSTA SMERALDA - INTERVISTA 09.02.2023 CON UNOITALIA TV
Unotalia TV
96 iscritti

4 77 N/D

CORRISP.	ADV YT
METRICHE	5 77 N/D
4 'Mi piace' di YouTube, 77 Visualizzazioni YouTube, 1 Commenti	

Post nati da collaborazione brand/influencer

a Sanremo



18

Numero video

916K

Interazioni generate

7.2M

Views

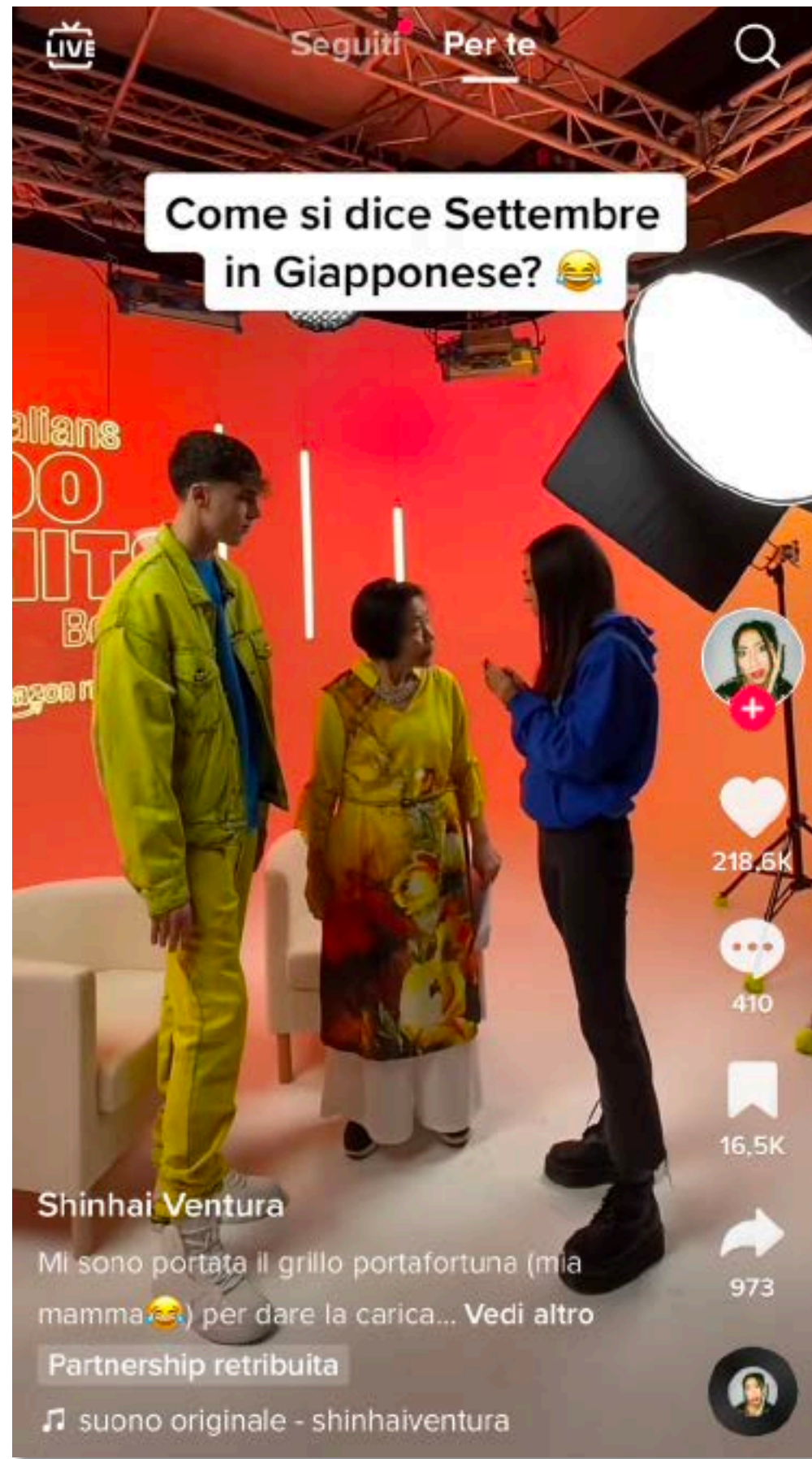


Keyword, hashtag ed emoji

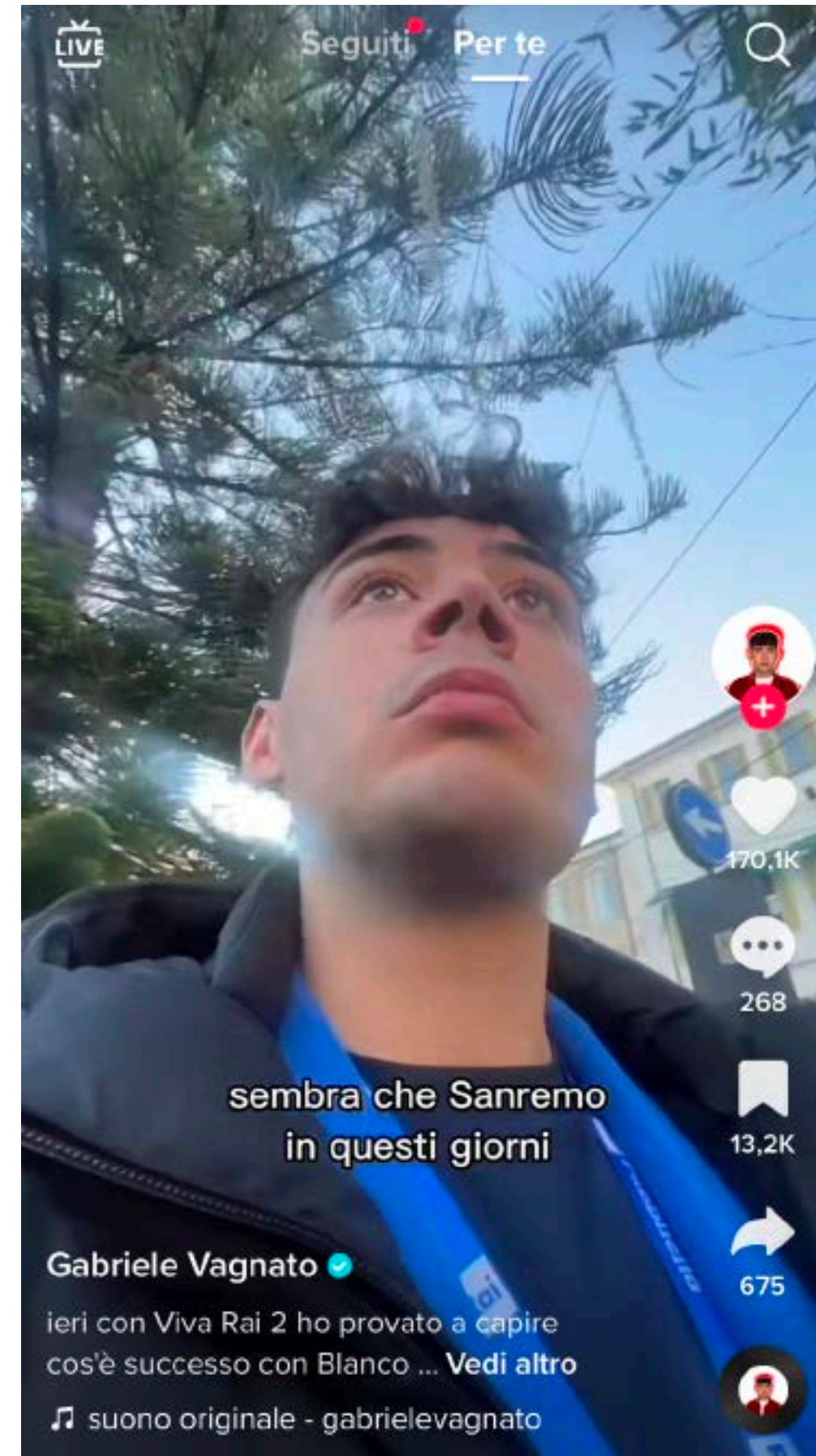
più utilizzate



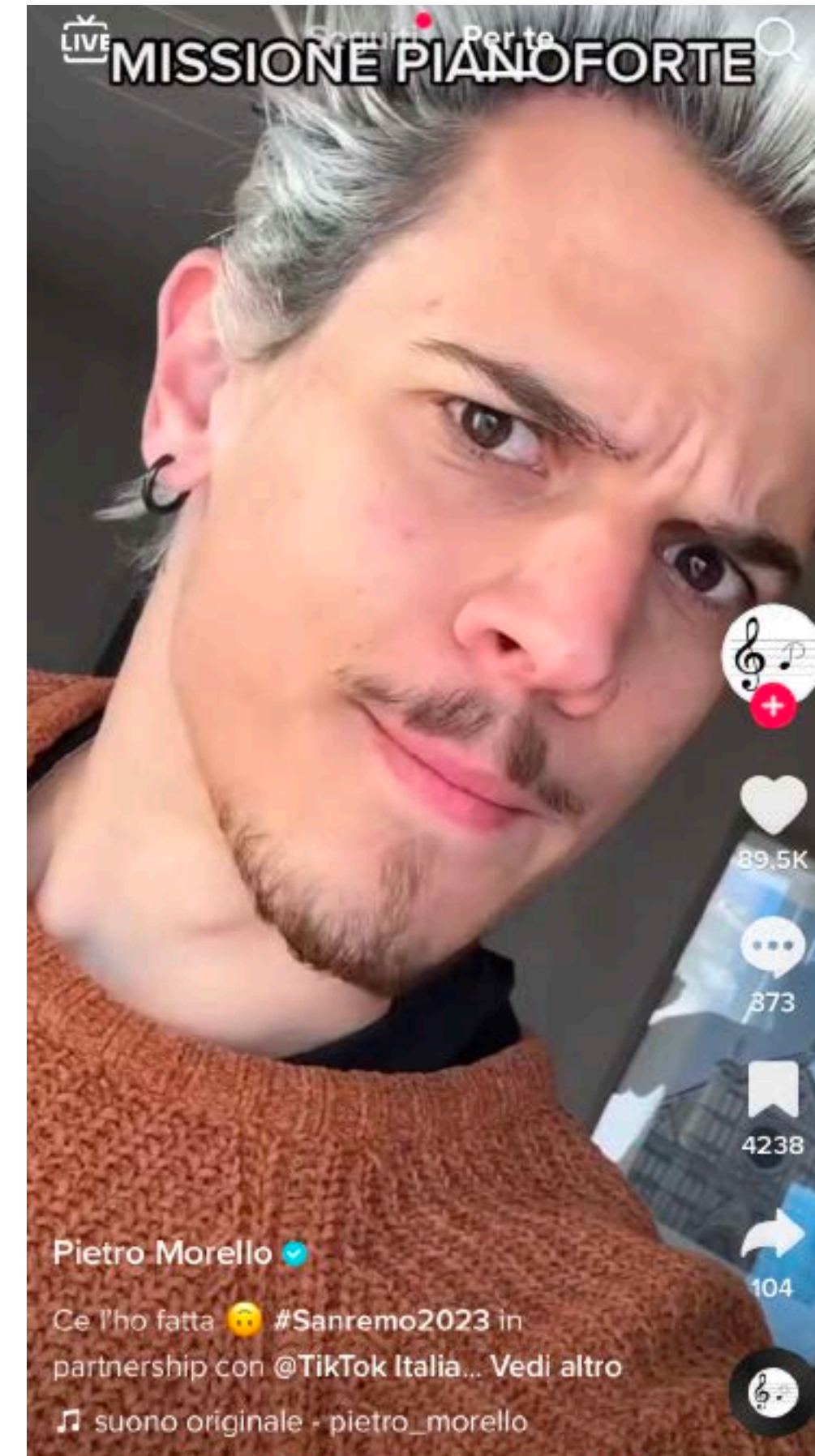
Top Collabs Video TikTok



CORRISP.	ADV YT		
METRICHE	5	77	N/D
4 'Mi piace' di YouTube, 77 Visualizzazioni YouTube, 1 Commenti			



CORRISP.	ADV TIKTOK		
METRICHE	219.7K	691K	N/D
395 Commenti, 218.3K Mi Piace, 970 Condivisioni, 1.5M Visualizzazioni, 691K Follower del profilo			



CORRISP.	ADV TIKTOK		
METRICHE	88.7K	3.6M	N/D
357 Commenti, 88.2K Mi Piace, 103 Condivisioni, 504.2K Visualizzazioni, 3.6M Follower del profilo			



CORRISP.	ADV TIKTOK		
METRICHE	88.2K	3.9M	N/D
85 Commenti, 87.9K Mi Piace, 222 Condivisioni, 711.2K Visualizzazioni, 3.9M Follower del profilo			

KEY INSIGHTS



SANREMO, OCCASIONE UNICA LATO #AD

Le collaborazioni brand/influencer durante il Festival sono state molte e di portata rilevante, dimostrazione di quanto Sanremo sia un'opportunità di rilievo per le aziende, voglia di esserci e di sfruttare il volano dell'evento. Anche in questo caso è Instagram il canale principale con ben 453 post (TikTok ne registra solo 18).



GIFTED E SUPPLIED

Molte collaborazioni riguardano "sponsor tecnici" dei creator come prodotti beauty, abiti, location e proprio per questo tante collabs risultano legate alla fornitura di prodotti o servizi in un placement concreto e razionale.



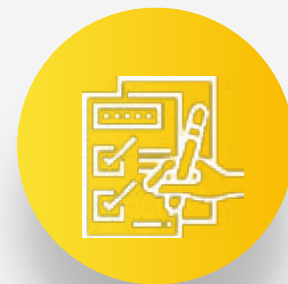
MIDDLE E BIG TALENT TRA I PROTAGONISTI

Vista la caratura dell'evento Sanremo si conferma occasione per collaborazioni sì, ma con profili medio-alti, sia perché maggiormente affini all'evento che per la necessità in molti casi, di collaborare con creator/influencer coinvolti direttamente nel festival o nelle sue molte declinazioni.



TIKTOK ITALIA DRIVER DI COLLABS

Nonostante l'affair del profilo Instagram di Amadeus che ha spostato l'attenzione su tale social, va sottolineata la forte attività di TikTok Italia che ha portato numerosi creator a Sanremo facendo numerosi contenuti #ad al fine di valorizzare al meglio il canale.



TIKTOK E I FORMAT

Molte delle collaborazioni in TikTok erano branded content con veri e propri format, scelta utile a differenziarsi, ma soprattutto a valorizzare le qualità dei creator e del canale stesso. Da segnalare, ad esempio, Italiani do Hits Better di Amazon Music.



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 ISTITUZIONALI



PARTNER TECNOLOGICI



ASSOCIATI





CONTATTI

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)"

