



**OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING**

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST SPONSORED INSTAGRAM FEBBRAIO 2023

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 Poglioni

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.



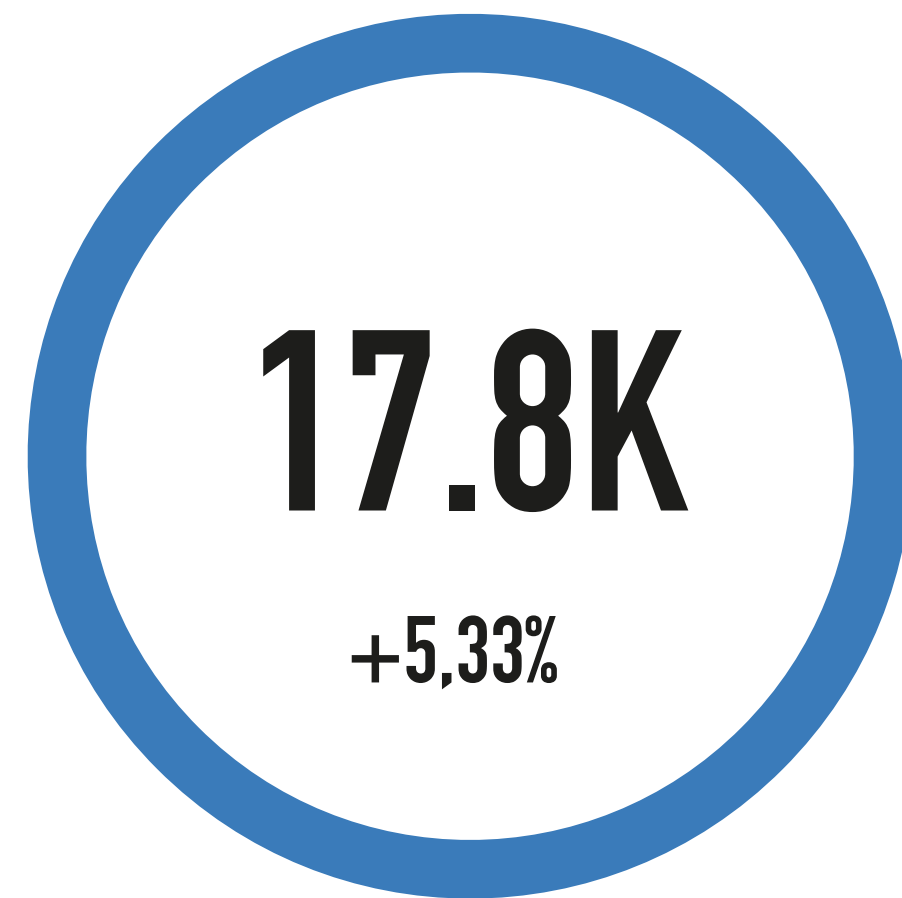


**Post sponsored:
quale scenario a Febbraio 2023?**

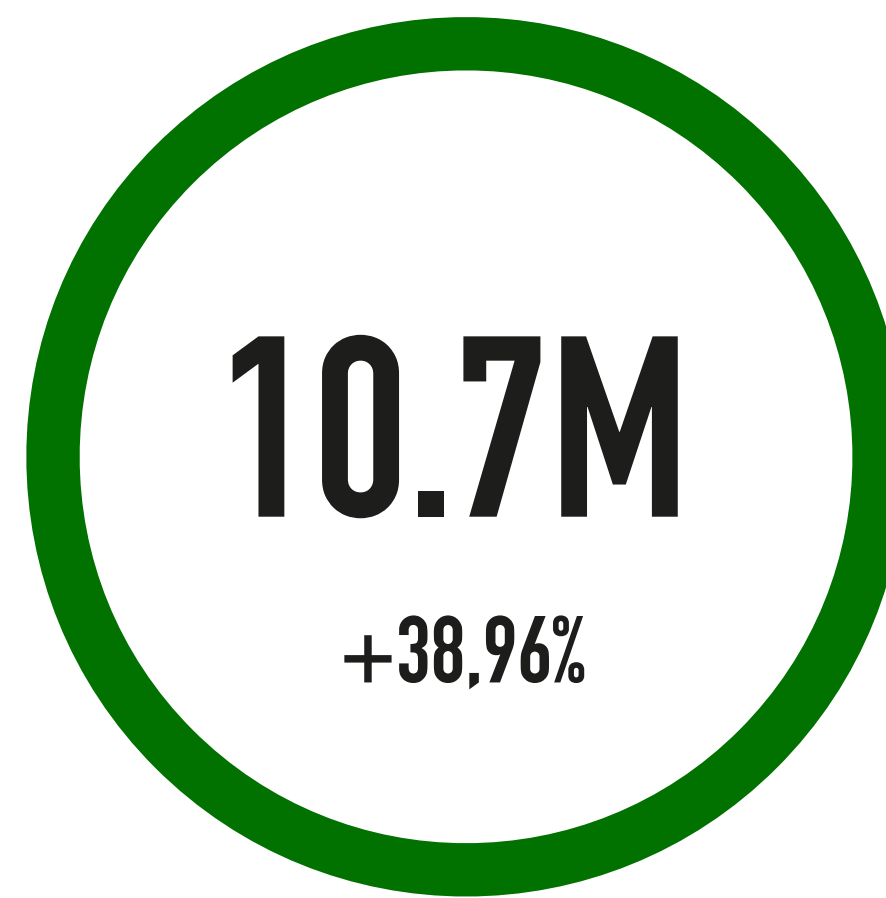


Febbraio

I post nati da collaborazione brand/influencer



Numero post



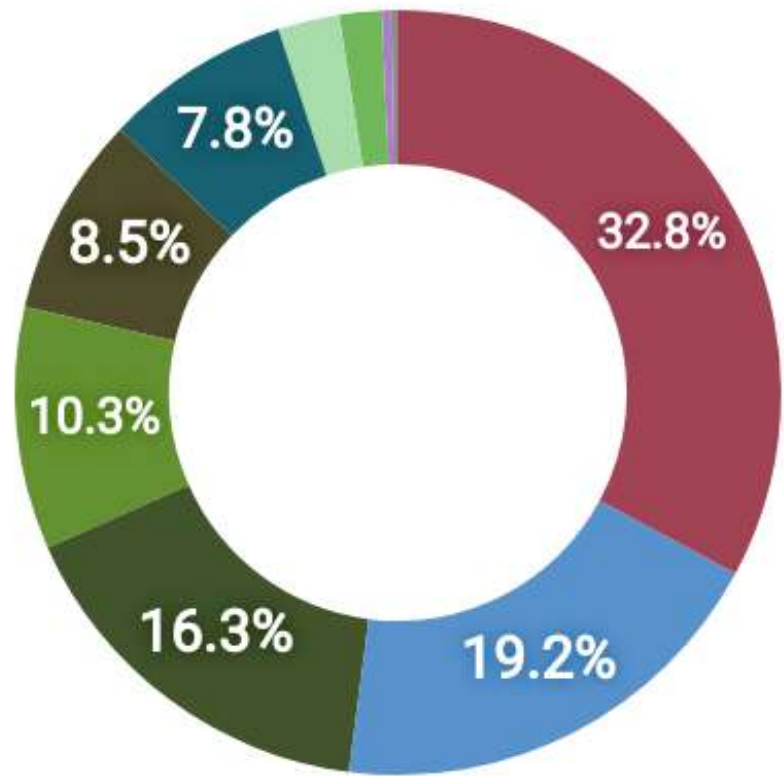
Interazioni generate



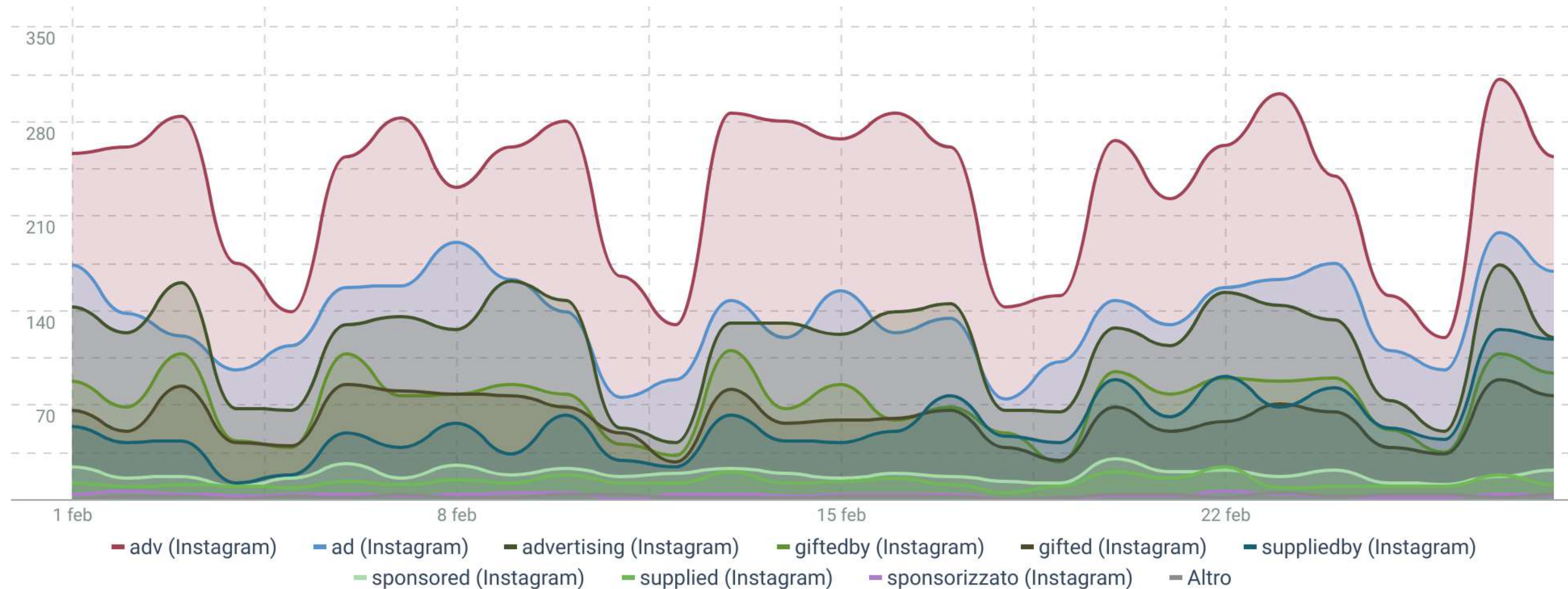
Interazioni per post

Febbraio

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag



- 9% adv (Instagram)
- 10% ad (Instagram)
- 3% advertising (Instagram)
- 1% giftedby (Instagram)
- 8% gifted (Instagram)
- 20% suppliedby (Instagram)
- 1% sponsored (Instagram)
- 4% supplied (Instagram)
- 57% sponsorizzato (Instagram)
- 17% Altro



Febbraio

Gli hashtag compliant più utilizzati

6.5K

Menzioni
+4,84%

#adv

3.8K

Menzioni
+8,57%

#ad

3.2K

Menzioni
0%

#advertising

	30 gen	6 feb	13 feb	20 feb	27 feb
adv (Instagram)	1.1K	1.6K	1.7K	1.6K	564
ad (Instagram)	640	969	852	974	366
advertising (Instagram)	558	793	796	792	292
giftedby (Instagram)	344	498	465	523	200
gifted (Instagram)	282	465	388	381	164
suppliedby (Instagram)	169	292	363	486	244
sponsored (Instagram)	82	144	118	133	38
supplied (Instagram)	50	92	87	95	29
sponsorizzato (Instagram)	18	22	17	17	6
Altro	6	13	9	22	4

Febbraio

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

1.7M
Interazioni
+6,25%

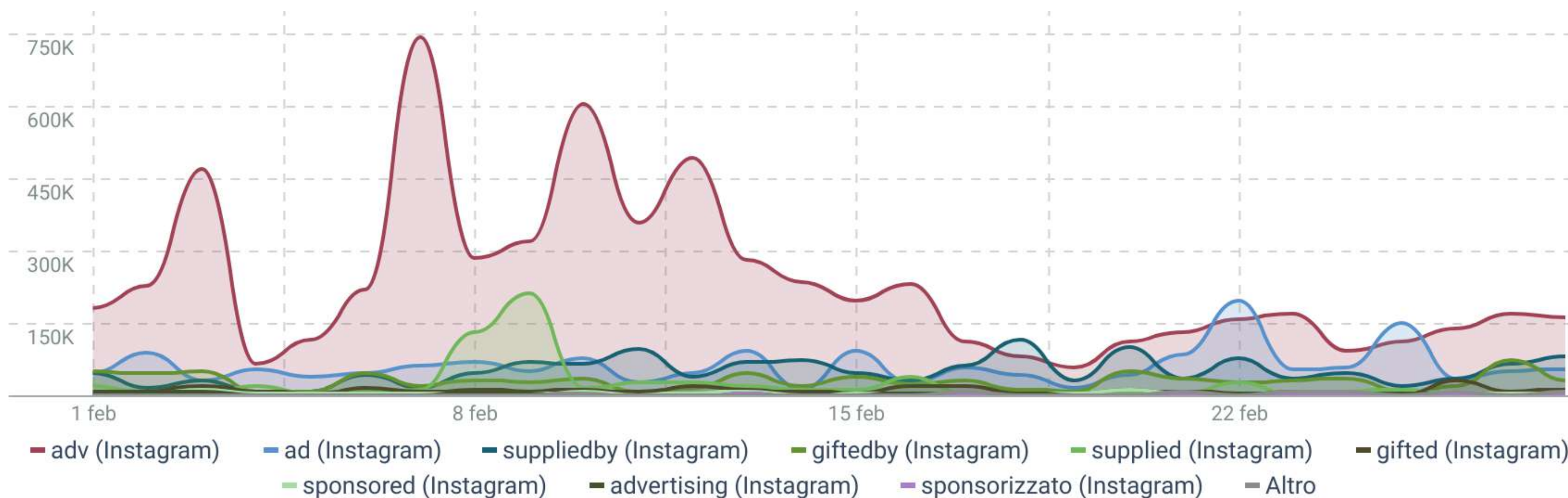
#ad

6.5M
Interazioni
+71,05%

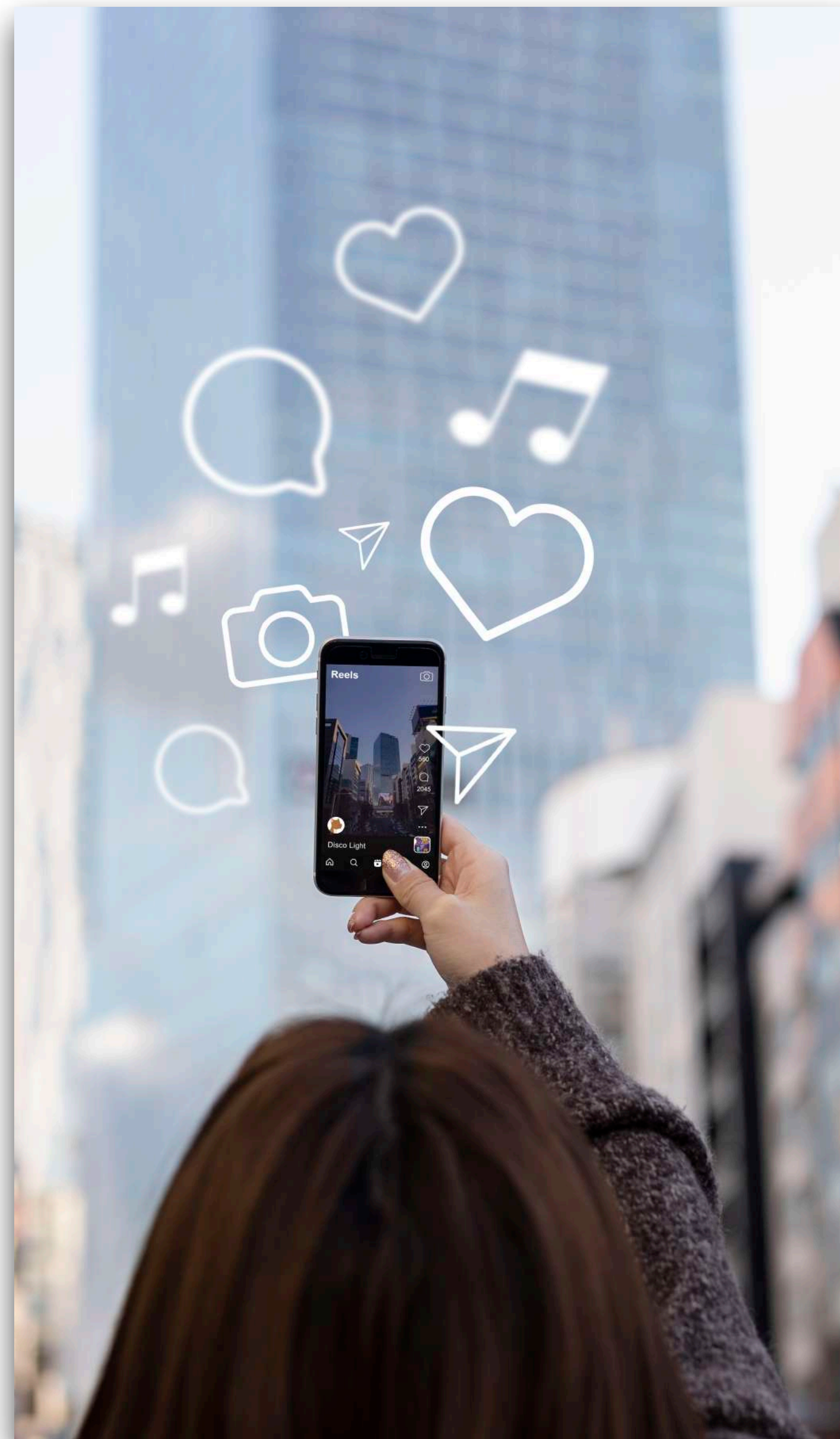
#adv

62.6K
Interazioni
-38,87%

#advertising



A Febbraio continua la crescita dei contenuti collabs, ma soprattutto quella delle interazioni generate (+38,96%), segno di contenuti dalla forte capacità di coinvolgimento.



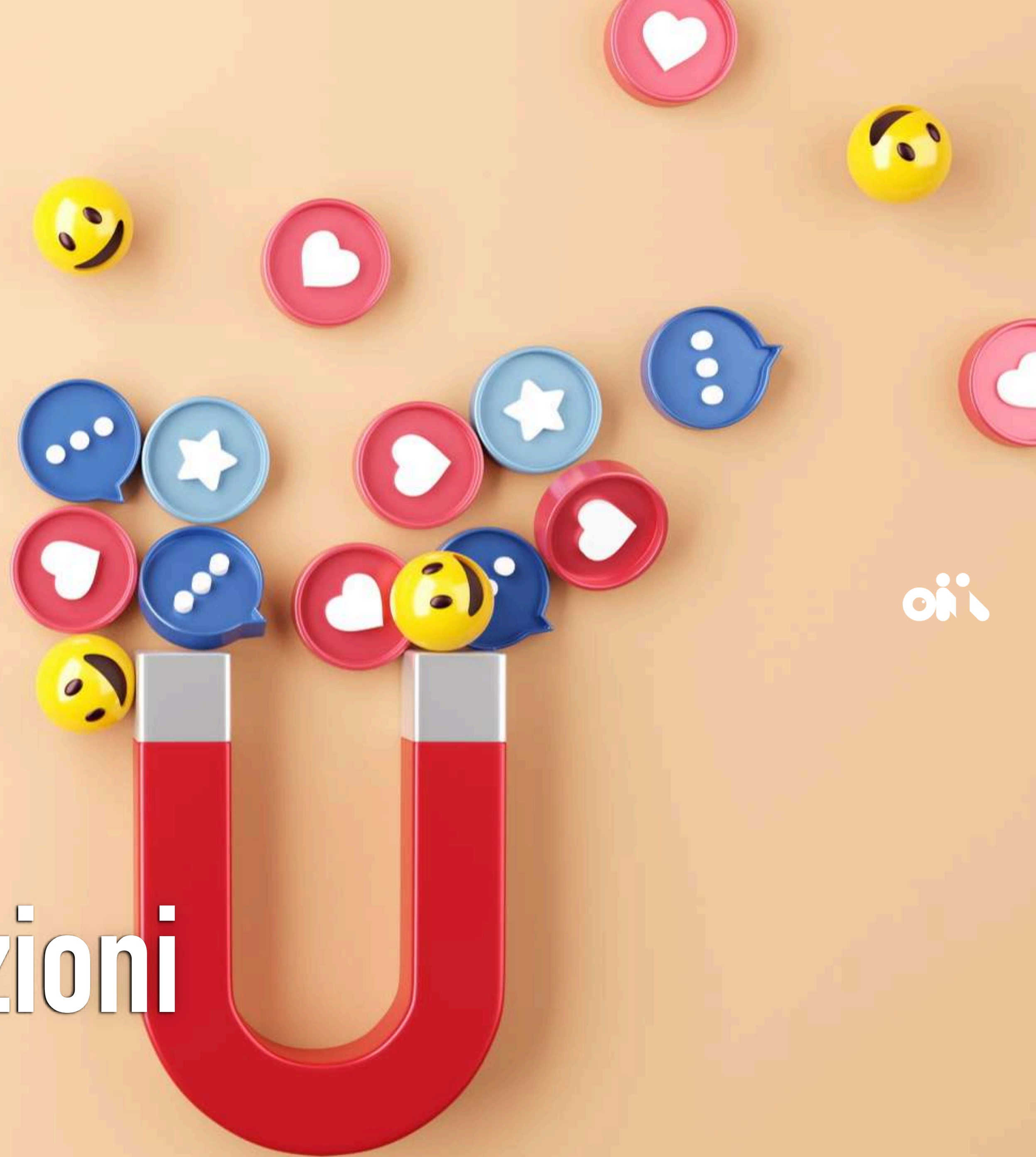
Febbraio registra un **aumento**, seppur leggero, del numero dei contenuti nati in collaborazione brand/creator (+5,33%). Punto d'interesse è soprattutto la crescita ancora più rilevante lato **interazioni generate** (+38,96%) e interazioni medie (601).

Performance di rilievo strettamente connesse all'impatto del **Festival di Sanremo**, evento fisico, ma dal fortissimo impatto anche online. Un'occasione di rilievo anche per le collabs.

Ne sono derivati contenuti dal forte appeal e dall'alto livello di apprezzamento da parte degli utenti.

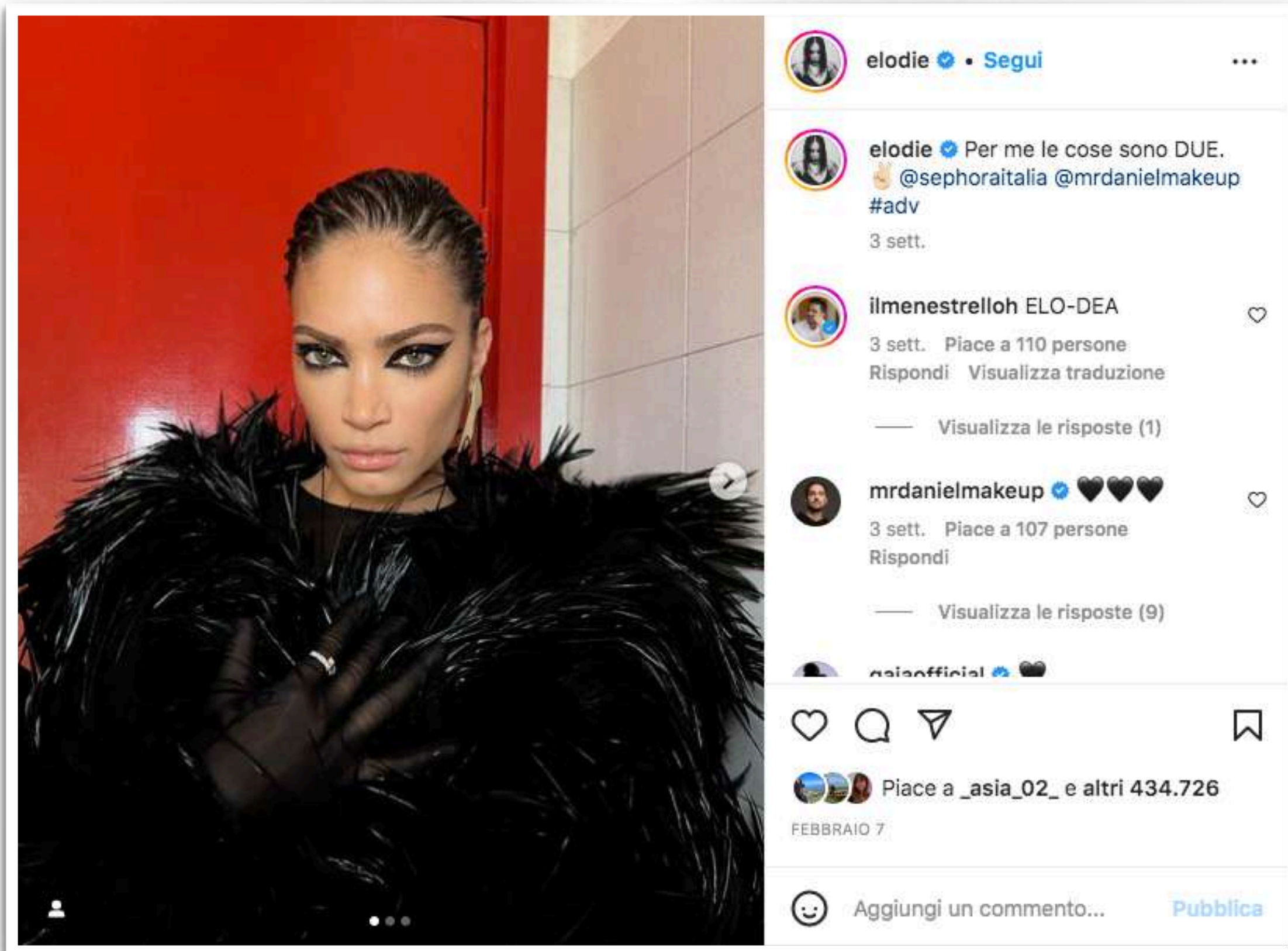
#ad, #adv e #advertising risultano gli hashtag maggiormente utilizzati.

I post sponsored
con maggiori interazioni



Febbraio

I post sponsored più performanti



elodie • Segui

elodie Per me le cose sono DUE.
@sephoraitalia @mrdanielmakeup
#adv
3 sett.

ilmenestrelloh ELO-DEA
3 sett. Piace a 110 persone
Rispondi Visualizza traduzione

Visualizza le risposte (1)

mrdanielmakeup
3 sett. Piace a 107 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (9)

asiaofficial

Piace a _asia_02_ e altri 434.726
FEBBRAIO 7

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

METRICHE  241.6K  N/D  0/10

236.5K 'Mi piace' di Instagram, 5.1K Commenti



dilettaeotta • Segui

dilettaeotta 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 · 4 sett.

rossellina91 La più bella
4 sett. Piace a 111 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (10)

gianlucaschie Zio ladro quanto sei bona
4 sett. Piace a 187 persone

Piace a piovosi1902 e altri 417.856
FEBBRAIO 3

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

METRICHE  234.7K  N/D  0/10

233.8K 'Mi piace' di Instagram, 896 Commenti



Fonte: Talkwalker

Febbraio

I post sponsored più performanti



camihawke • Segui già

Di quando sul green carpet dell'Ariston ospiti di @veralab ci siamo sentiti per un attimo il cast di una serie tv di intrighi e tradimenti. È stato bellissimo. #adv

Dress @luisabeccaria
Shoes @renecaovilla
Styled by @annapastore

Elemento modificato - 3 sett.

estetistacnica ❤️❤️❤️
3 sett. Piace a 41 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

Piace a alicevannuzzi e altri 207.183

FEBBRAIO 10

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

METRICHE

206.3K

N/D

0/10

205.5K 'Mi piace' di Instagram, 788 Commenti



naliannalisa • Segui

È stato bellissimo ❤️
#Bellissima
#Sanremo2023

@yslbeauty #makeup #supplied
3 sett.

ilmenestrelloh Mia
3 sett. Piace a 3 persone
Rispondi

yslbeauty @naliannalisa ❤️
3 sett. Piace a 69 persone
Rispondi

lesilla ❤️❤️❤️
3 sett. Piace a 33 persone

Piace a niccoarrighi e altri 207.454

FEBBRAIO 9

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

METRICHE

204.2K

N/D

0/10

201.7K 'Mi piace' di Instagram, 2.4K Commenti

Fonte: Talkwalker

Febbraio

I post sponsored più performanti



alessialanza • Segui

alessialanza amo alla follia questo look di @tods #ad
1 sett.

zzoridi Ti amo
1 sett. Piace a 20 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (1)

iconize
1 sett. Piace a 10 persone
Rispondi

francescofenu_ lo amo alla follia te invece

Piace a alessiasciarradi e altri 238.655

FEBBRAIO 26

Aggiungi un commento... **Pubblica**

METRICHE

126.8K

N/D

0/10

126.5K 'Mi piace' di Instagram, 263 Commenti



melissasatta • Segui già
Italia

melissasatta Sai quando dici....no dai non ho voglia di festeggiare! E poi due amiche ti dicono...ma no dai facciamo una cena easy!!! Alla fine la cena easy si è trasformata in una festa fantastica grazie al tempo e al cuore che ci hanno messo @cristiana_corradi e @_vales_ ♥ Grazie a @tequilaavion #avion44 #tequilaavion #supplied e tutto il suo team ♥ è stato davvero un 7 febbraio da ricordare!!! Grazie a tutti voi per essere stati con me e aver reso magica la serata♥@ #nothingtodeclare
3 sett.

littlecrumb_ Happy birthday

Piace a martinabaccii e altri 121.339

FEBBRAIO 8

Aggiungi un commento... **Pubblica**

METRICHE

122K

N/D

0/10

121.2K 'Mi piace' di Instagram, 820 Commenti

Febbraio

I post sponsored più performanti

trash_italiano • Segui già

trash_italiano I big di #Sanremo2023 nella classifica giornaliera Top 50 Italy di @spotifyitaly. #SanremoSpotify #Adv
3 sett. Piace a 355 persone
Rispondi

alicelikeaudrey Lazza già così: CI SIAMO RIPRESI tutt' chell che è 'o nuost' (napoletani ditemi come si dice "ci siamo ripresi")
3 sett. Piace a 355 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (5)

luanadifrancesco_ Ultimo

Piace a _giomu e altri 152.595
FEBBRAIO 10

Aggiungi un commento... **Pubblica**

METRICHE

118.5K

N/D

0/10

117.7K 'Mi piace' di Instagram, 869 Commenti

fracerragni • Segui

fracerragni Eh si, ho scelto il mio abito da sposa! È stato divertente e anche un po' emozionante. Questi alcuni degli abiti che ho provato da @ateliereme dove ci sono davvero tantissimi modelli! Ovviamente, caro @riky.nicoletti, la mia scelta non è tra questi ma ci credete che dopo un' ora avevo già deciso? E voi quanto ci avete messo a scegliere il vostro abito? #EmeForFrancesca #Emebrides #adv
Elemento modificato · 4 sett.

chiaraferragni Bellissima

Piace a martinabaccii e altri 166.483
FEBBRAIO 2

Aggiungi un commento... **Pubblica**

METRICHE

116.7K

N/D

0/10

115.7K 'Mi piace' di Instagram, 1K Commenti

Febbraio

I post sponsored più performanti



paolaturani • Segui
Sanremo

paolaturani Recap dall'Ariston Sempre bello ed emozionante vedere esibirsi così tanti giovani artisti in un'unica serata e grazie di cuore a chi ha permesso tutto ciò, @veralab e un'amica speciale come Cristina che riesce a coinvolgerci e a stupirci ogni volta! Grazie @estetistacinica Ti voglio bene! Ps: ma quanto mi sono divertita a cantare a squarciagola le canzoni?! E la vittoria, a mio parere, meritatissima! Bravo Marco! 🍌🍌 #veralab #adv #sanremo2023 #sanremo

3 sett.

mattia_stanga grazie alla

Piace a martinabaccii e altri 114.579

FEBBRAIO 12

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

METRICHE

114K

N/D

0/10

113.7K 'Mi piace' di Instagram, 298 Commenti



fracferragni • Segui
Sanremo

fracferragni Il mio look per questa serata ricca di emozioni Un abito pensato dal team di @ateliereme per me. #EmeForFrancesca #adv

3 sett.

chiaraferragni

3 sett. Piace a 11 persone
Rispondi

elenellis Wellaaaaa

3 sett. Mi piace: 1
Rispondi

fabiomariadamato CHE BOMBAAAAAAAAAAAA

Piace a capellilaura e altri 114.126

FEBBRAIO 11

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

METRICHE

96K

N/D

0/10

95.4K 'Mi piace' di Instagram, 552 Commenti

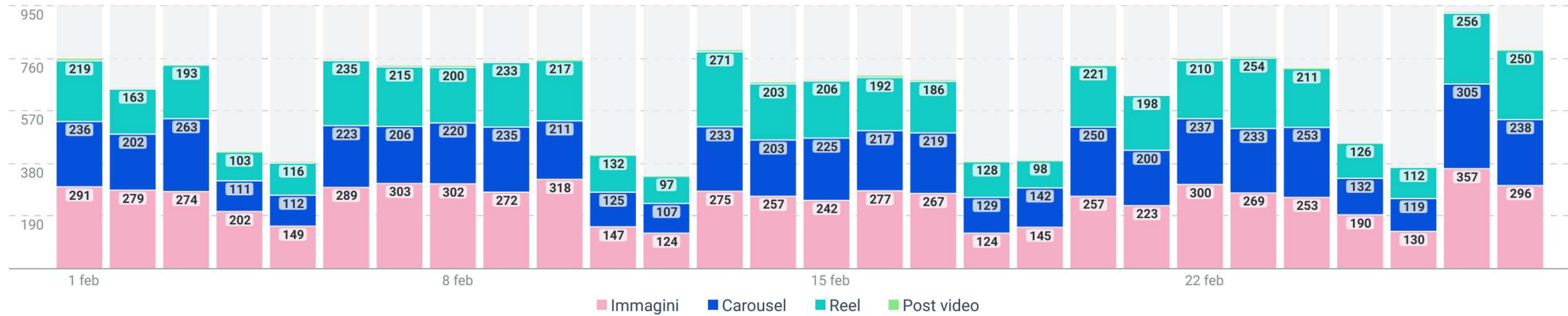
Fonte: Talkwalker

Analisi dei contenuti

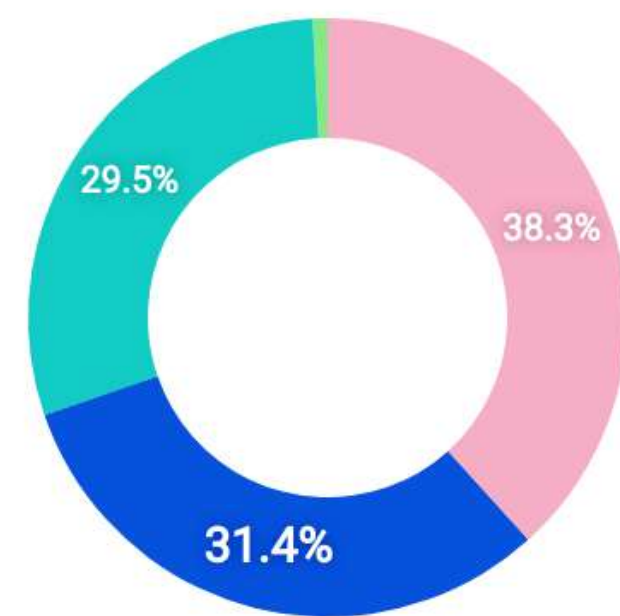


Febbraio Tipologia formati e performance

ATTIVITÀ

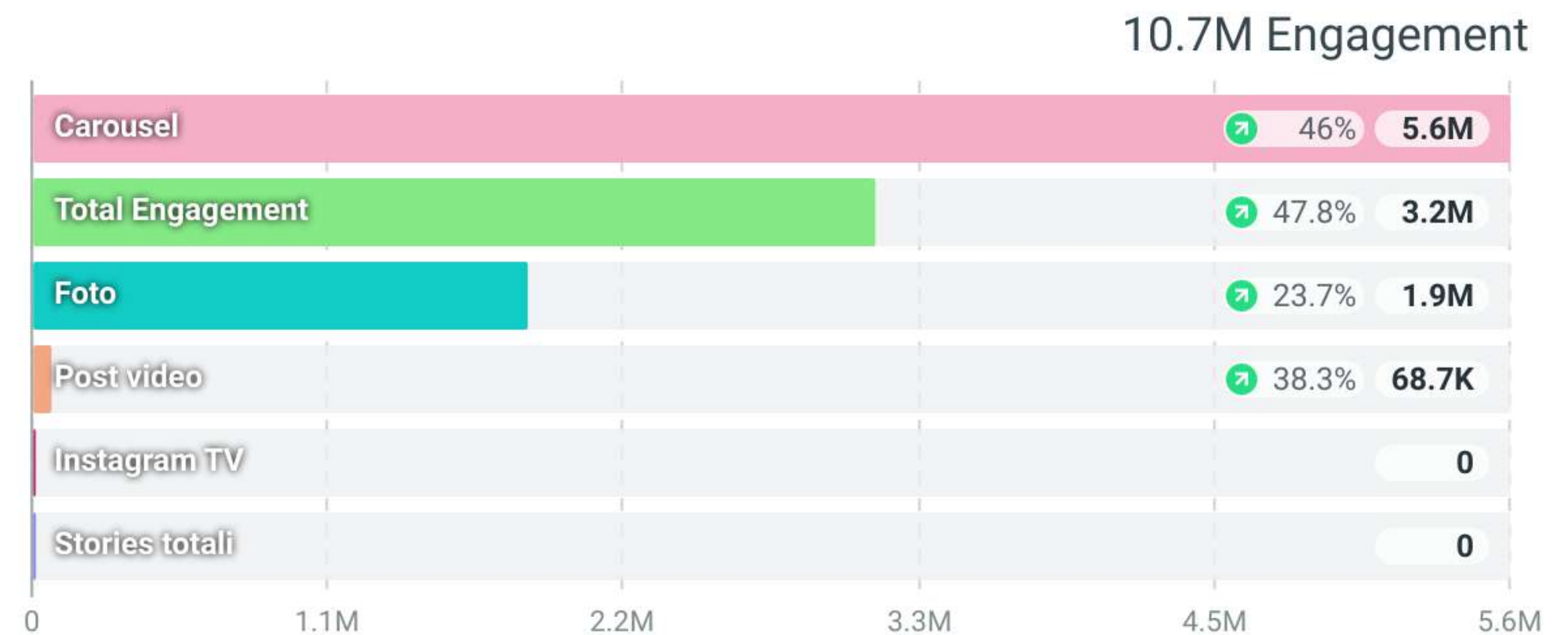


DISTRIBUZIONE DEI TIPI DI POST



↗ 3% Immagini
 ↗ 7% Carousel
 ↗ 19% Reel
 ↗ 12% Post video

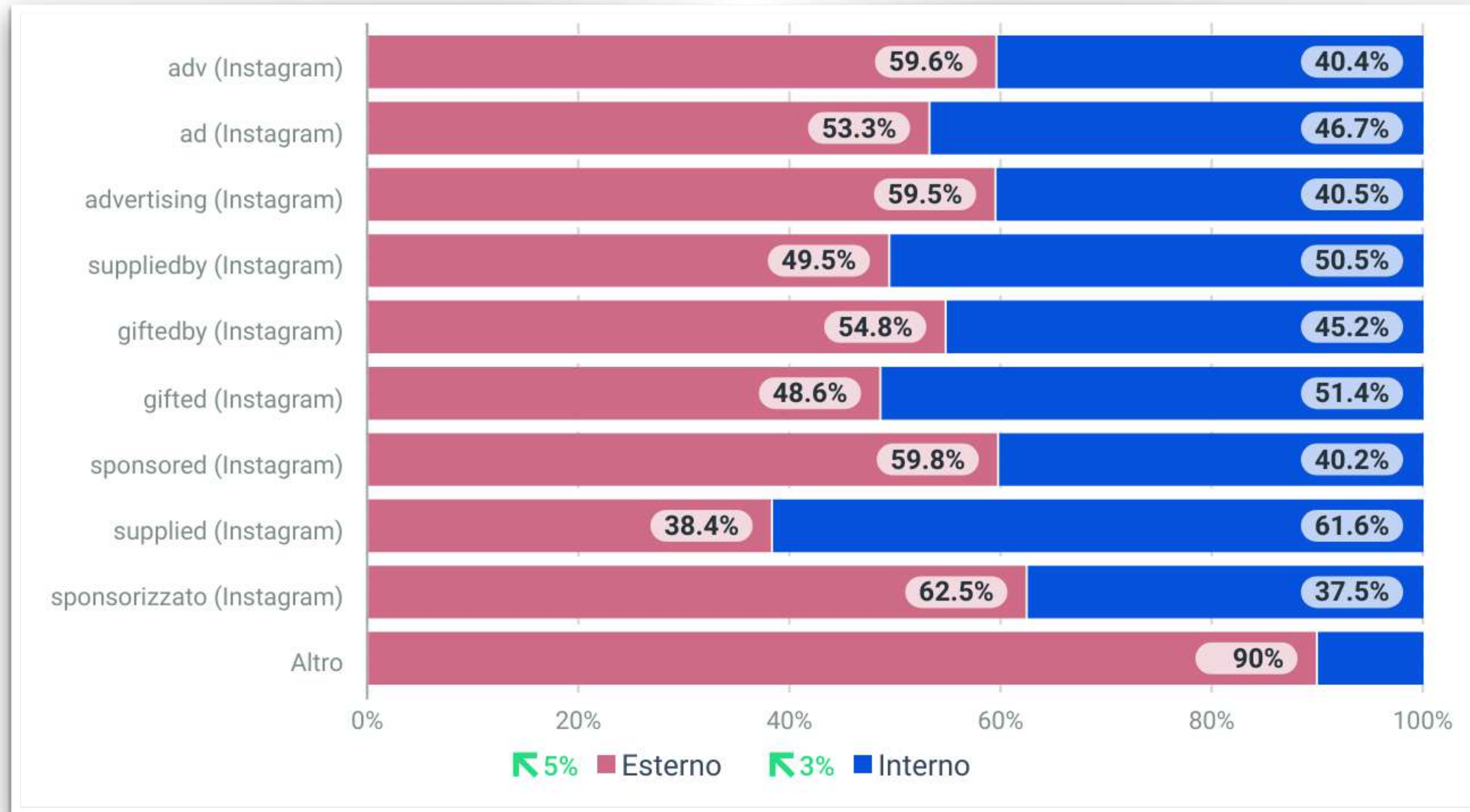
TIPO DI POST CON PIÙ ENGAGEMENT



Fonte: Talkwalker

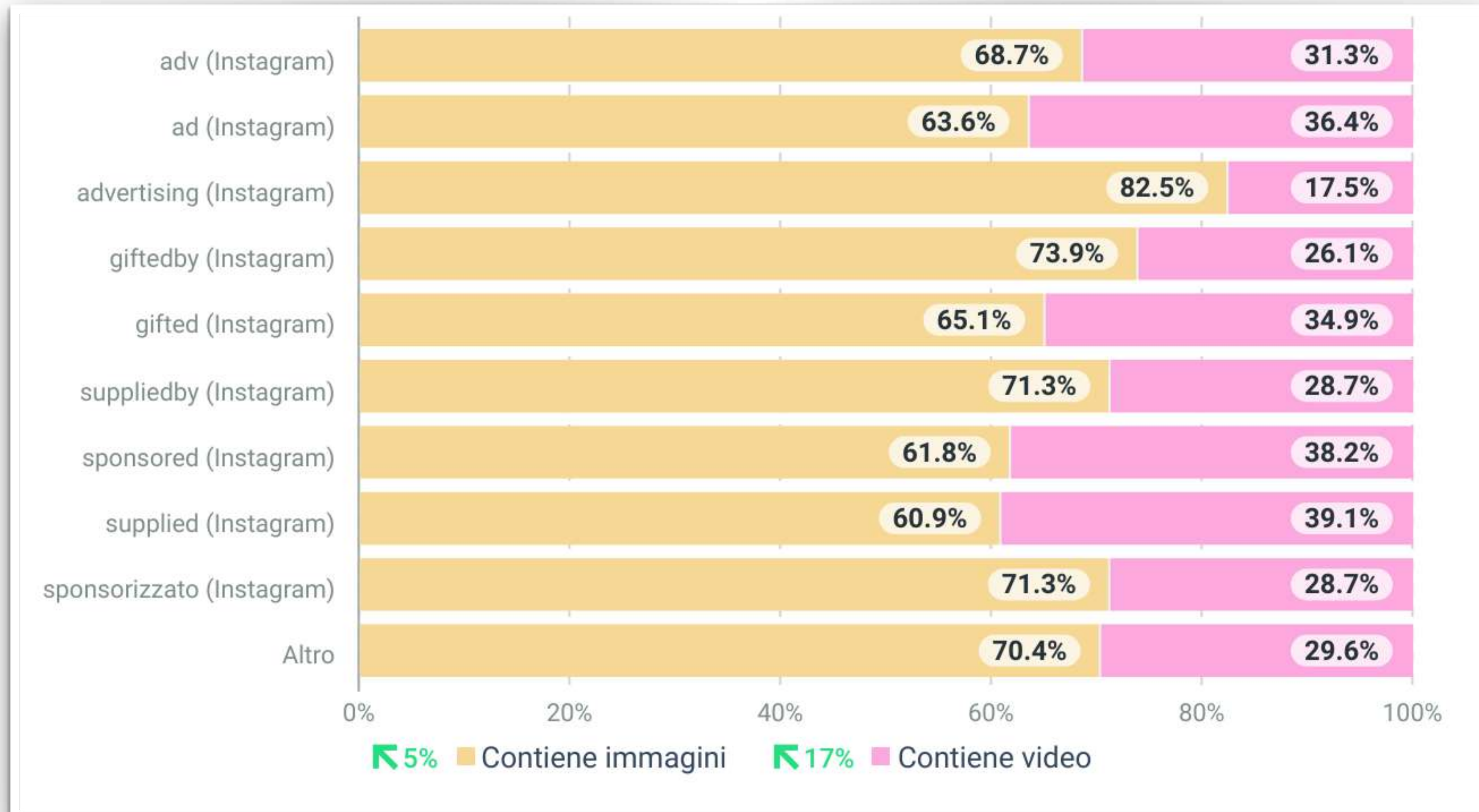
Febbraio

Analisi immagini



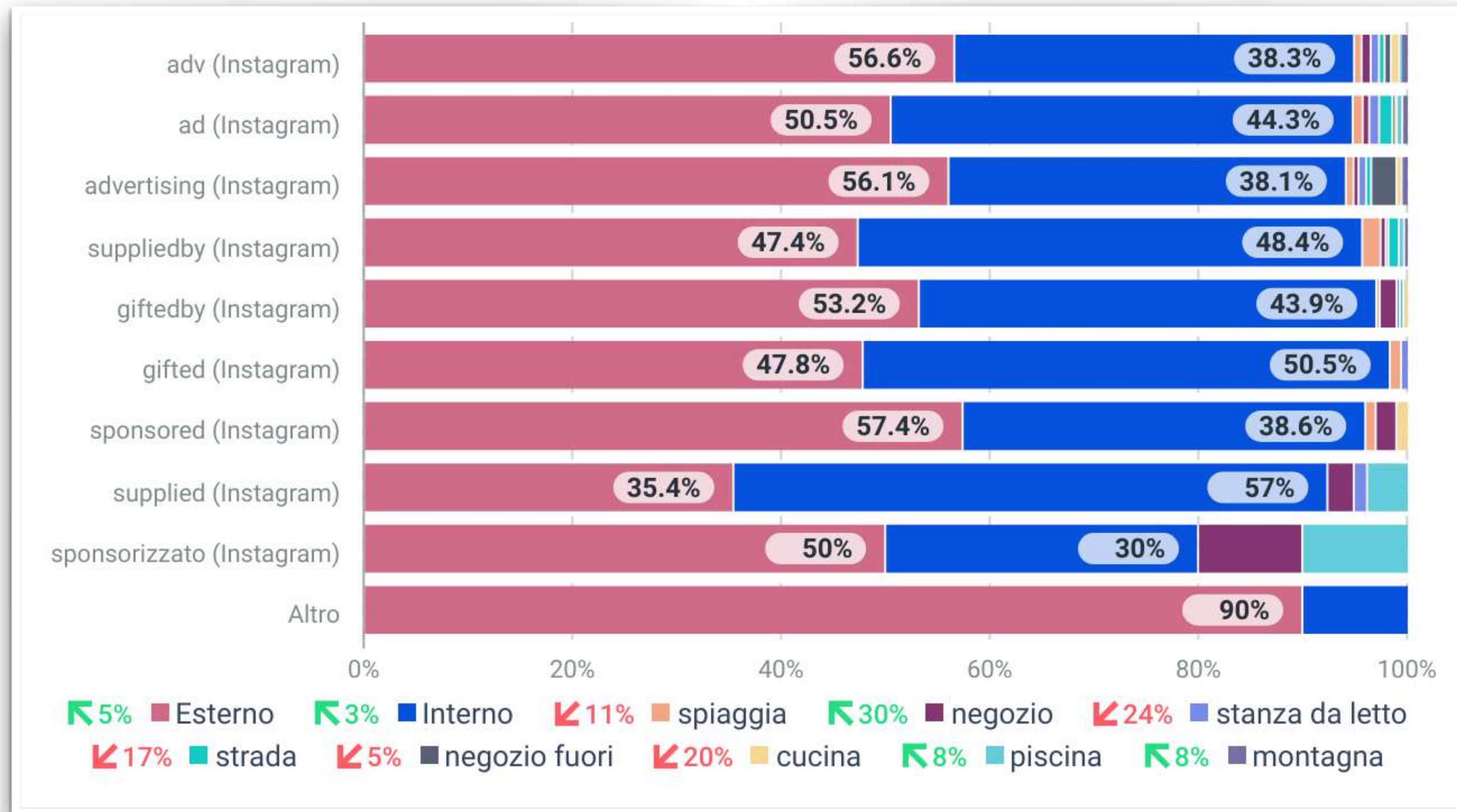
Febbraio

Analisi immagini



Febbraio

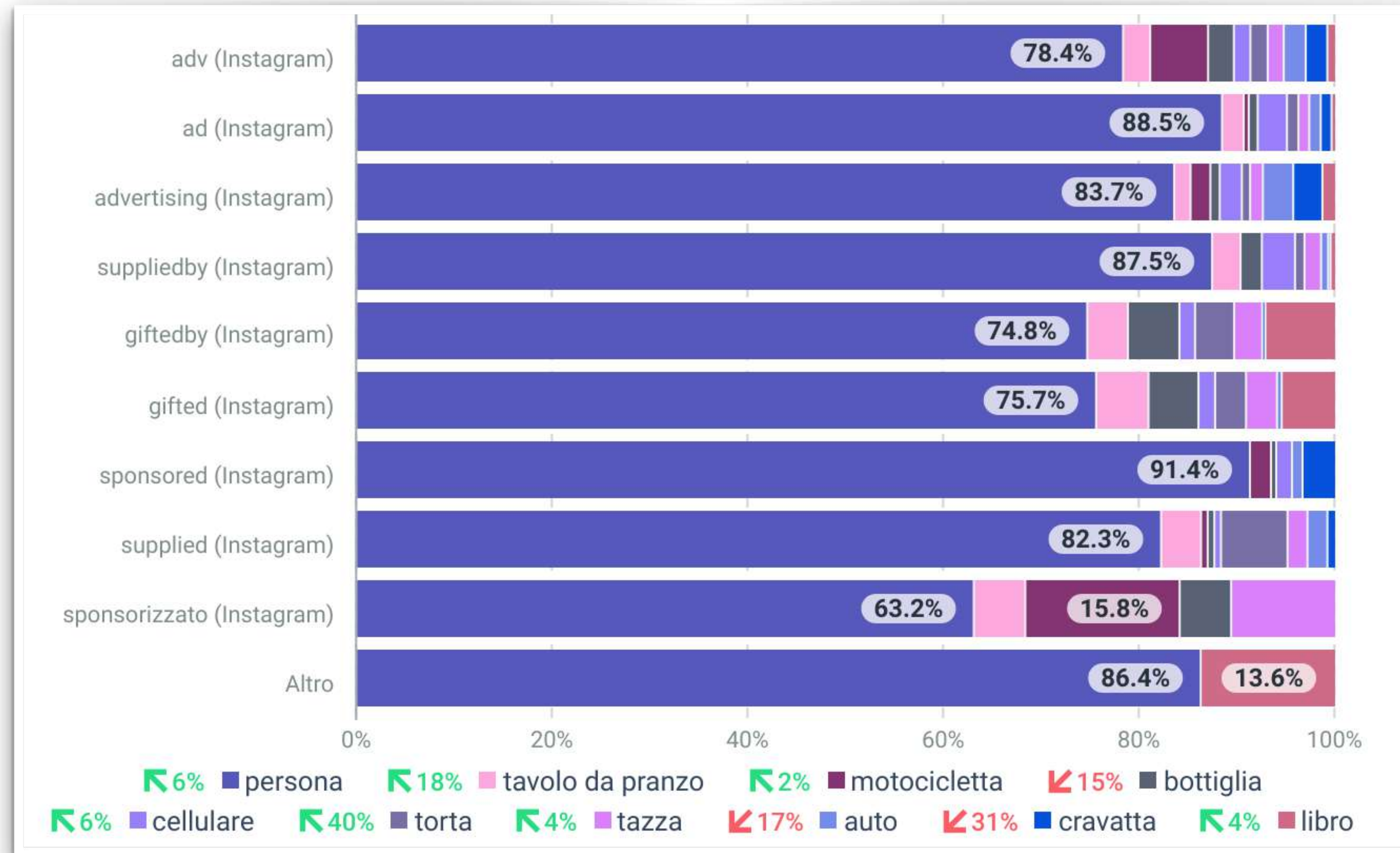
Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

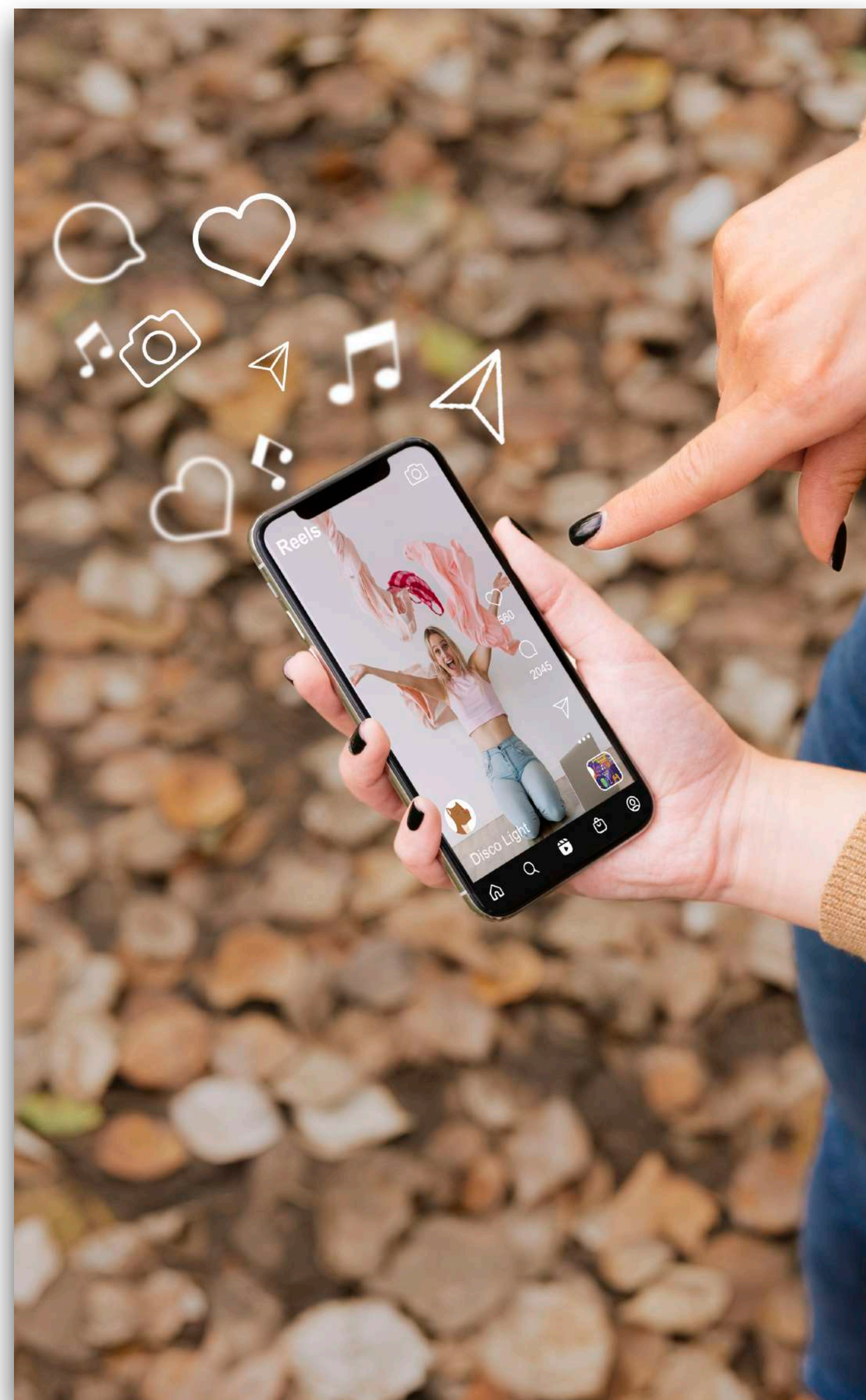
Febbraio

Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

Analizzando i top post risalta ancor più nettamente l'impatto del Festival di Sanremo sulle collabs di Febbraio. Da segnalare come il post con maggiori interazioni sul Festival sia un contenuto #ad



L'influenza di **Sanremo** risalta chiaramente tra i top post di Febbraio. Sono numerosi infatti i post figli di collaborazioni durante il Festival, evento che si conferma primario lato comunicazione in Italia e occasione da non perdere per i brand.

Per comprenderne l'impatto basti pensare che il post con maggiori interazioni, lato Festival, è un contenuto #ad realizzato da **Elodie**, risultato più performante addirittura di quelli organici.

Una top ten tutta al **femminile** e nella quasi totalità dedicata a Sanremo.

Soffermandoci su i formati i **caroselli** si confermano come il formato con la maggior capacità di engagement.

Key Insight





Conclusioni

A febbraio continua la crescita delle attività di Influencer Marketing dei brand, registrando un forte aumento lato **interazioni generate**. A sostenere tali numeri risulta rilevante l'impatto del **Festival di Sanremo** e delle tante collaborazioni derivate.

Un'influenza tanto positiva da rendere i **post #ad** **rilevanti quanto quelli organici**, a dimostrazione che anche un contenuto commerciale se muove le giuste leve può fare la differenza.

Se le immagini restano il formato preferito come utilizzo da parte dei brand per attività di IM, sono i **caroselli** e i **Reels** a confermarsi quelli **maggiormente performanti**.



Chi siamo

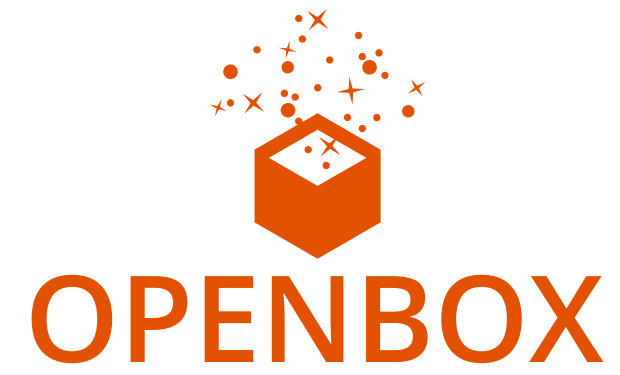
L'Osservatorio nasce con l'obiettivo di **informare e fare divulgazione** sui temi legati all'**Influencer Marketing**, proponendo best practice e dati sulla situazione del mercato italiano.

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

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)”