



OSSERVATORIO  
NAZIONALE  
INFLUENCER  
MARKETING

**SCENARIO ED EVOLUZIONE  
DEI POST SPONSORED TIKTOK  
MAGGIO 2023**

POWERED BY  **Talkwalker**

# Un report mensile

Dopo l'analisi mensile, attivata da tempo su Instagram, ONIM integra anche **TikTok**, con un altro report dedicato a comprendere numeri, caratteristiche e trend dei **video nati da collaborazioni tra creator e brand**.

Un'aggiunta in grado di contestualizzare ancora più in profondità lo scenario dell'**Influencer Marketing italiano**.

Anche in questo caso, il report nasce dalla collaborazione con il nostro partner **Talkwalker** e dalle potenzialità di analisi della suite.

**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 **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**

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



A man with a full beard, wearing a black beanie, sunglasses, and a yellow sweater, is looking at a white smartphone. He is holding the phone in his right hand and adjusting his sunglasses with his left hand. The background is a dark, textured wall.

# Video Sponsored: quale scenario a Maggio 2023?

---



Maggio

## I video nati da collaborazione brand/influencer

**285**

+35,07%

**Numero video**

**4.9M**

+36,11%

**Interazioni generate**

**351.6M**

+45,29%

**View**



Maggio

## Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#ricette #BookTok #neiperte  
#italiansdoeatbetter #chefincamicia  
#myptrainer #alimentiamoilbenessere #italianfood  
#ParamountPlusIT #Adv  
#paperwallstok #adv #ad #goodfood  
#RiseOfThePinkLadies #altacucina  
#cerealiyummers #makeup #philadelphia  
#HandJiveDance #Eurovision2023 #eurovision2023  
#perte #amazingfood #booktok



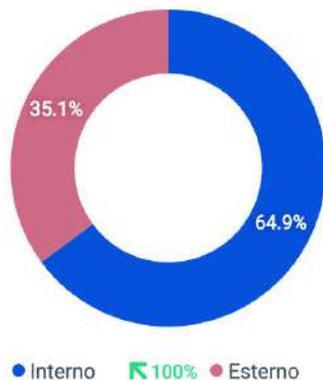
Maggio

## Brand menzionati nei video Sponsored



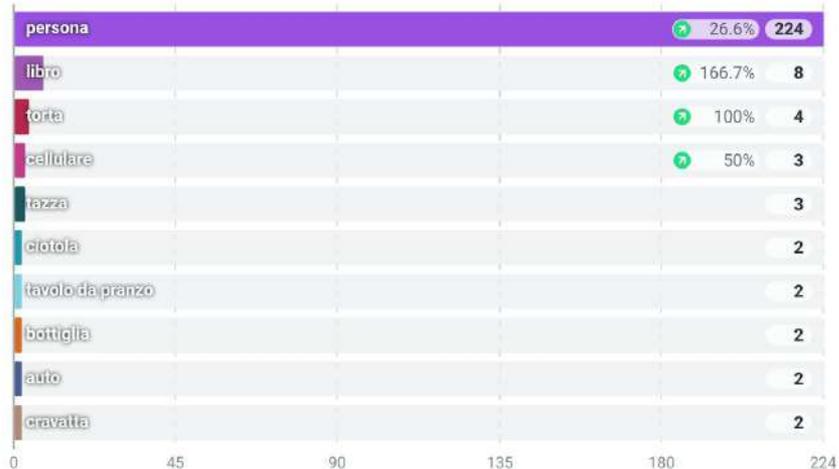
# Maggio TikTok Analisi Visual

## SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



## TOP OGGETTI

252 Risultati



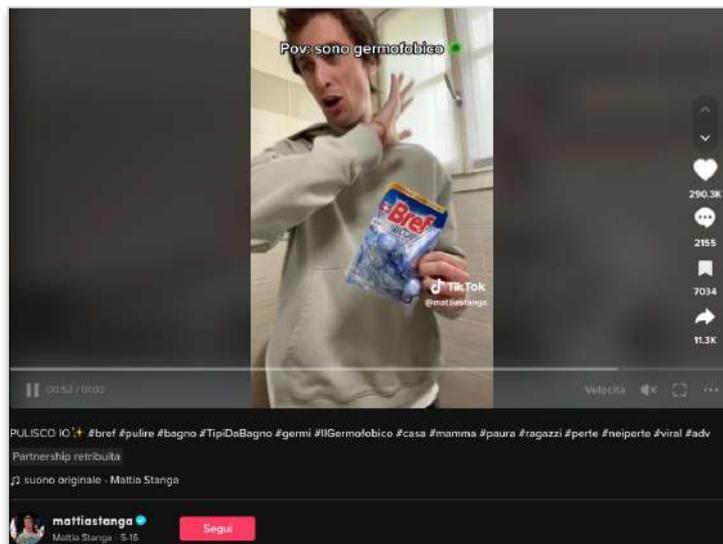
Maggio

# Top creator per attività Sponsored

| Influencer   | Post         | Sentiment | Portata          | Portata per risultato | Engagement        | Engagement per menzione |
|--|--------------|-----------|------------------|-----------------------|-------------------|-------------------------|
| <b>Reeve</b><br><a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>                | 13           |           | 13M              | 1M                    | 566.2K            | 43.6K                   |
| <b>Al.ta Cucina</b><br><a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>         | 9<br>↓-25%   |           | 3.8M<br>↓-20.6%  | 416.8K<br>↑5.8%       | 30.4K<br>↓-59.3%  | 3.4K<br>↓-45.7%         |
| <b>chefincamicia</b><br><a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>        | 9<br>↑12.5%  |           | 10.8M<br>↑12.5%  | 1.2M                  | 21K<br>↑74.6%     | 2.3K<br>↑55.3%          |
| <b>MyPersonalTrainer</b><br><a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>    | 8<br>↑70%    |           | 3.8M<br>↑708.6%  | 476.4K<br>↑1.1%       | 42.2K<br>↑1.1K%   | 5.3K<br>↑50.7%          |
| <b>ELÈNA HAZINAH</b><br><a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>        | 7<br>↑133.3% |           | 28.1M<br>↑134.2% | 4M                    | 270.6K<br>↑177.5% | 38.7K<br>↑18.9%         |
| <b>Giulia Lamarca</b><br><a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>       | 6<br>↑50%    |           | 1.7M<br>↑514.9%  | 283.3K<br>↑2.5%       | 9.2K<br>↑645.3%   | 1.5K<br>↑24.2%          |
| <b>folz.a</b><br><a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>               | 6<br>↑50%    |           | 7.8M<br>↑50%     | 1.3M                  | 90.9K<br>↓-38.6%  | 15.1K<br>↓-59.1%        |
| <b>irene.prosperti</b><br><a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>      | 6<br>↑50%    |           | 2.4M<br>↑58.3%   | 393.3K<br>↑5.6%       | 24.9K<br>↓-36.5%  | 4.1K<br>↓-57.7%         |
| <b>labibliotecadiDaphne</b><br><a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a> | 6<br>↑50%    |           | 2.6M<br>↑50.4%   | 435.5K                | 31.9K<br>↑30.1%   | 5.3K<br>↓-13.3%         |
| <b>Alessia Lanza</b><br><a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>        | 5<br>↑25%    |           | 20.3M<br>↑26.9%  | 4.1M<br>↑1.5%         | 93.8K<br>↓-63.2%  | 18.8K<br>↓-70.5%        |



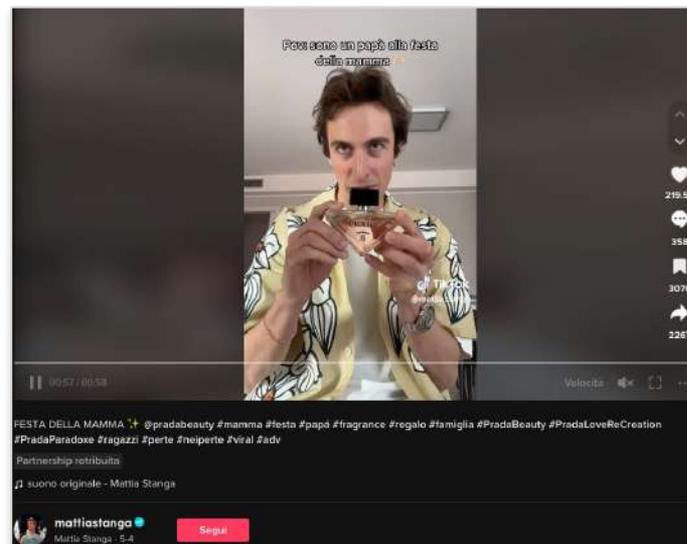
# Maggio I video sponsored più performanti



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE **303.8K** **2.9M** **N/D**

2.2K Commenti, 290.3K Mi Piace, 11.3K Condivisioni,  
24.7M Visualizzazioni, 2.9M Follower del profilo



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE **220.8K** **2.9M** **N/D**

359 Commenti, 218.2K Mi Piace, 2.3K Condivisioni,  
12.6M Visualizzazioni, 2.9M Follower del profilo



Maggio

# I video sponsored più performanti

POV: Hai 8 anni e torni a casa per bere un attimo

147.9K  
948  
9058  
1723

ANCORA non capisco il motivo  
Insiceni "DAN" per il 10% di sconto su tutto per 15 giorni  
#airup #airup #adv  
Partnership retribuita  
♪ suono originale - Daniele Cabras

**danythegaggio**  
Daniele Cabras · 5-24

CORRISP.

ADV TIKTOK

METRICHE

150.1K

3.8M

N/D

944 Commenti, 147.4K Mi Place, 1.7K Condivisioni,  
1.7M Visualizzazioni, 3.8M Follower del profilo

Ci sono voluti più di duemila anni, ma finalmente possiamo epilarsi con facilità grazie a Braun Silk-épil 9 Flex.

Fino al 30 giugno potete dire addio ai peli superflui risparmiando. Infatti, è attivo il cashback fino a 50€. Che ne dite, Cleopatra sarebbe contenta? ADV  
#Foreverbody #SilkEpi9Flex @braun\_italia  
Partnership retribuita  
♪ suono originale - allydollina

**allydollina**  
allydollina · 5-11

CORRISP.

ADV TIKTOK

METRICHE

134.5K

2.2M

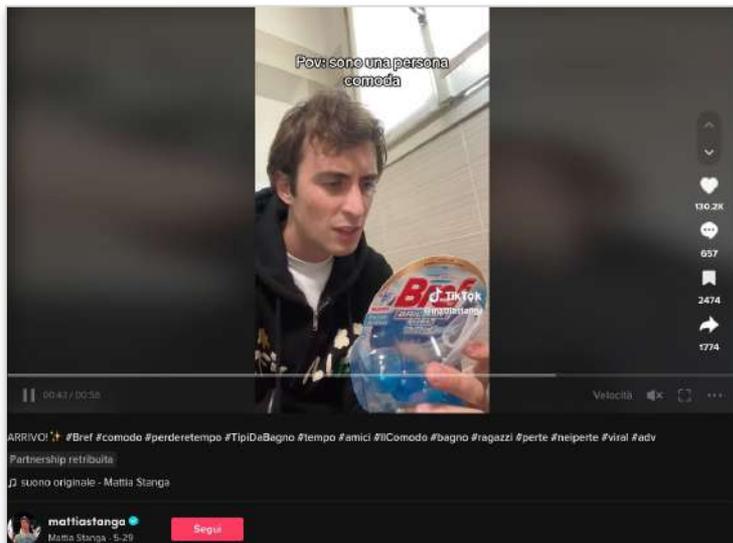
N/D

302 Commenti, 133.8K Mi Place, 428 Condivisioni,  
1.1M Visualizzazioni, 2.2M Follower del profilo



Maggio

# I video sponsored più performanti



CORRISP.

ADV TIKTOK

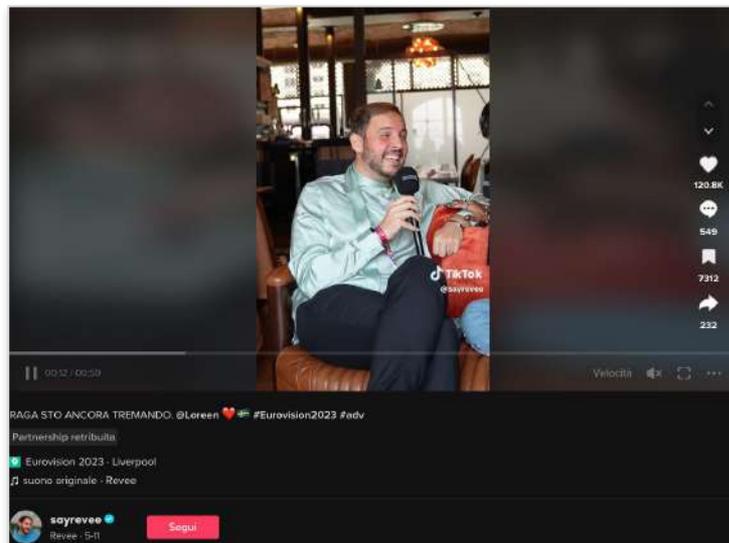
METRICHE

130K

2.9M

N/D

650 Commenti, 127.6K Mi Piace, 1.7K Condivisioni, 5.7M Visualizzazioni, 2.9M Follower del profilo



CORRISP.

ADV TIKTOK

METRICHE

121.5K

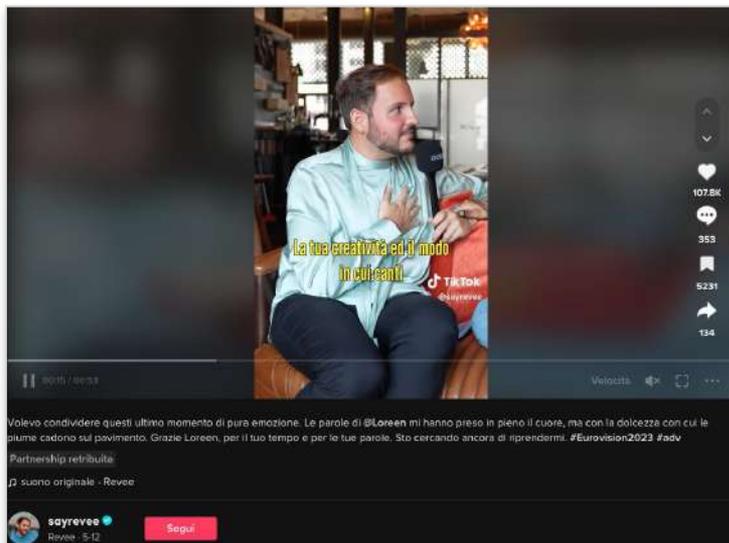
1M

N/D

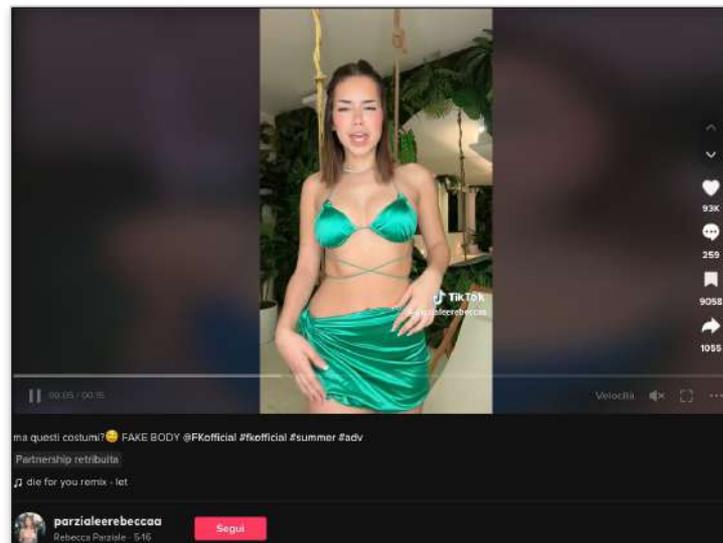
549 Commenti, 120.7K Mi Piace, 232 Condivisioni, 1.6M Visualizzazioni, 1M Follower del profilo



# Maggio I video sponsored più performanti



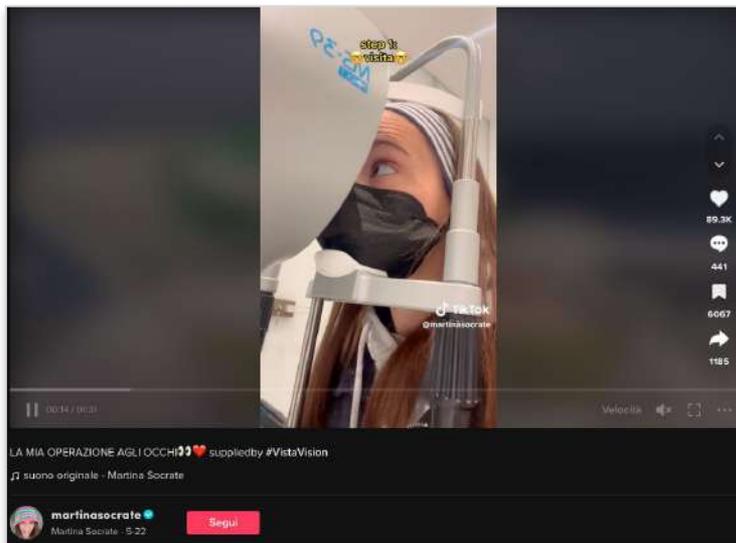
| CORRISP. | ADV TIKTOK  |
|----------|---|
| METRICHE | <b>108.2K</b> 1M            N/D   |
|          | 353 Commenti, 107.7K Mi Piace, 133 Condivisioni,<br>1M Visualizzazioni, 1M Follower del profilo |



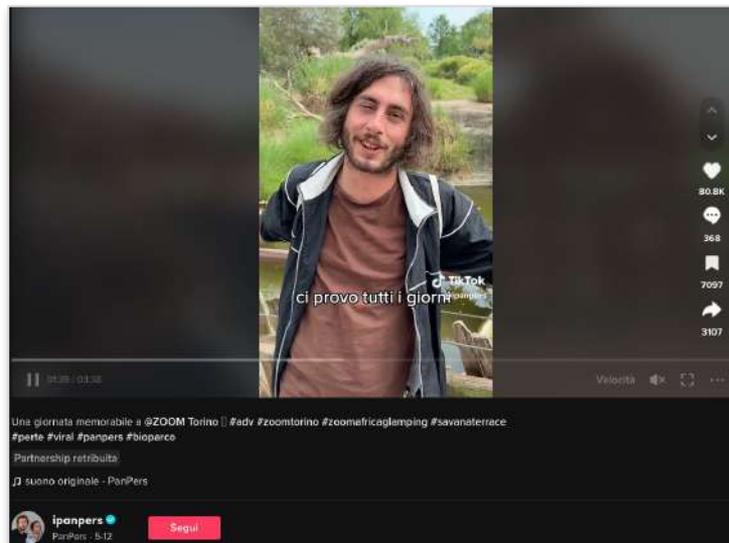
| CORRISP. | ADV TIKTOK  |
|----------|---|
| METRICHE | <b>94.2K</b> 1.5M            N/D  |
|          | 258 Commenti, 92.9K Mi Piace, 1.1K Condivisioni,<br>747.6K Visualizzazioni, 1.5M Follower del profilo |



# Maggio I video sponsored più performanti



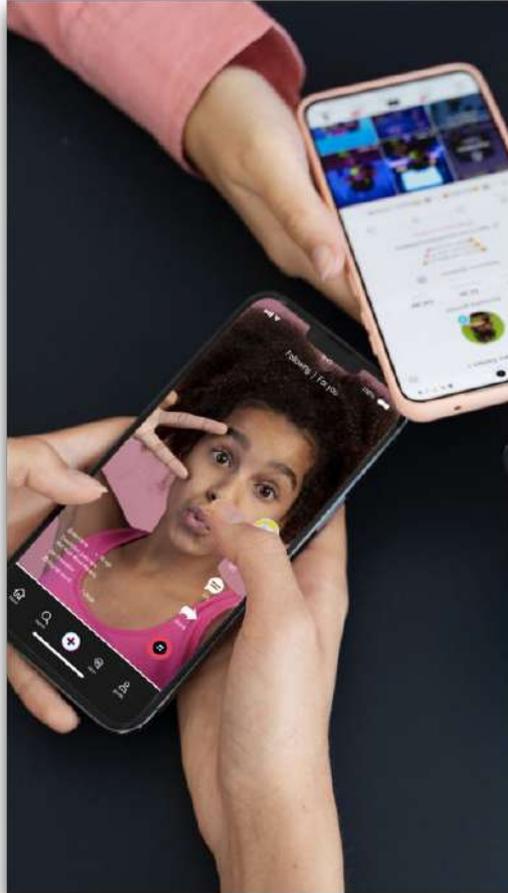
| CORRISP. | ADV TIKTOK  |
|----------|---|
| METRICHE | <span>🗨️ 90.6K</span> <span>↕️ 1.6M</span> <span>📈 N/D</span>                                       |
|          | 439 Commenti, 89K Mi Piace, 1.2K Condivisioni,<br>740.7K Visualizzazioni, 1.6M Follower del profilo |



| CORRISP. | ADV TIKTOK  |
|----------|---|
| METRICHE | <span>🗨️ 84.2K</span> <span>↕️ 630.7K</span> <span>📈 N/D</span>   |
|          | 368 Commenti, 80.7K Mi Piace, 3.1K Condivisioni,<br>926.2K Visualizzazioni, 630.7K Follower del profilo |



// **Maggio è segnato da un aumento delle attività di Influencer Marketing sulla piattaforma. Crescono i contenuti prodotti e le interazioni generate, ma il maggior aumento lo registrano le views.**



I progetti di Influencer Marketing sono **sempre più utilizzati** su TikTok. Lo dimostrano i dati che ogni mese ottengono degli aumenti.

A maggio i video sponsored hanno raggiunto quota 285 (**+35,07%** rispetto al mese precedente). Le interazioni generate hanno toccato i **4.9 Milioni** (+36,11%) e le views sono state di **351.6 Milioni** (+45,29).

Di grande impatto l'**Eurovision**, evento molto seguito anche su TikTok, che conferma ancora una volta il rapporto positivo tra il canale e gli eventi, anche quelli offline.

Tra i 10 top video sponsored di maggio, infatti, due di questi trattano proprio dell'Eurofestival con il tiktoker più performante del mese, **Revee** (Giovanni Brugnoli).





# 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 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)"