



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

**SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI POST SPONSORED INSTAGRAM
LUGLIO 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 Luglio 2023?

Luglio

I post nati da collaborazione brand/influencer

16.7K

-14,80%

Numero post

11.8M

-0,84%

Interazioni generate

706

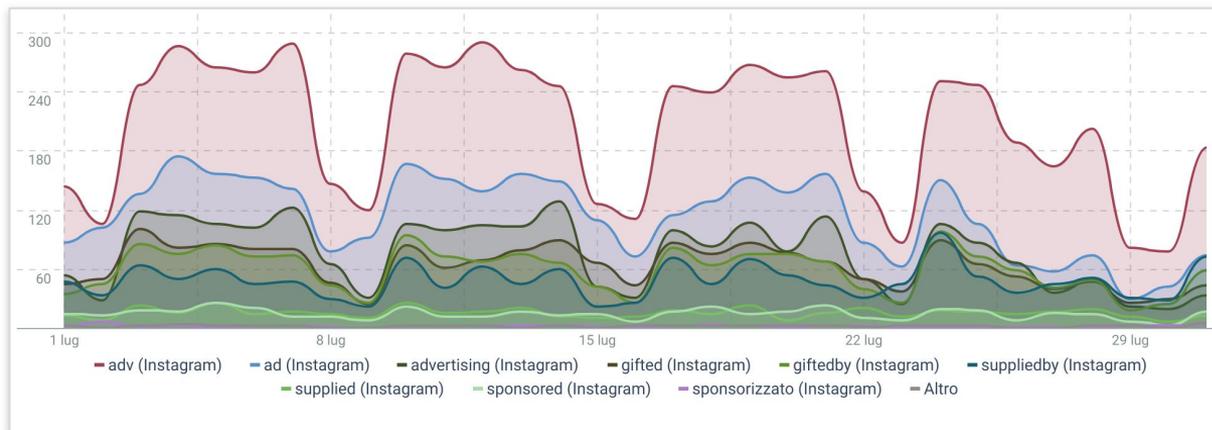
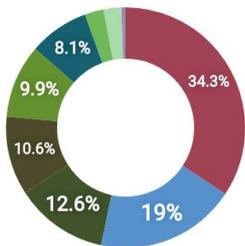
+16,41%

Interazioni per post



Luglio

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag



Luglio

Gli hashtag compliant più utilizzati

6.3K

Menzioni

-12,50%

#adv

3.5K

Menzioni

-20,45%

#ad

2.3K

Menzioni

-25,81%

#advertising

Canali	26 giu	3 lug	10 lug	17 lug	24 lug	31 lug
adv (Instagram)	249	1.6K	1.6K	1.5K	1.2K	183
ad (Instagram)	188	930	943	837	522	74
advertising (Instagram)	81	656	612	552	385	33
gifted (Instagram)	95	496	491	476	347	43
giftedby (Instagram)	78	459	442	425	360	59
suppliedby (Instagram)	80	316	325	357	339	73
supplied (Instagram)	20	119	109	109	101	13
sponsored (Instagram)	27	111	93	109	82	16
sponsorizzato (Instagram)	7	9	12	12	7	4
Altro	3	13	13	16	10	5



Fonte: Talkwalker

Luglio

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

1.8M
Interazioni
-25%

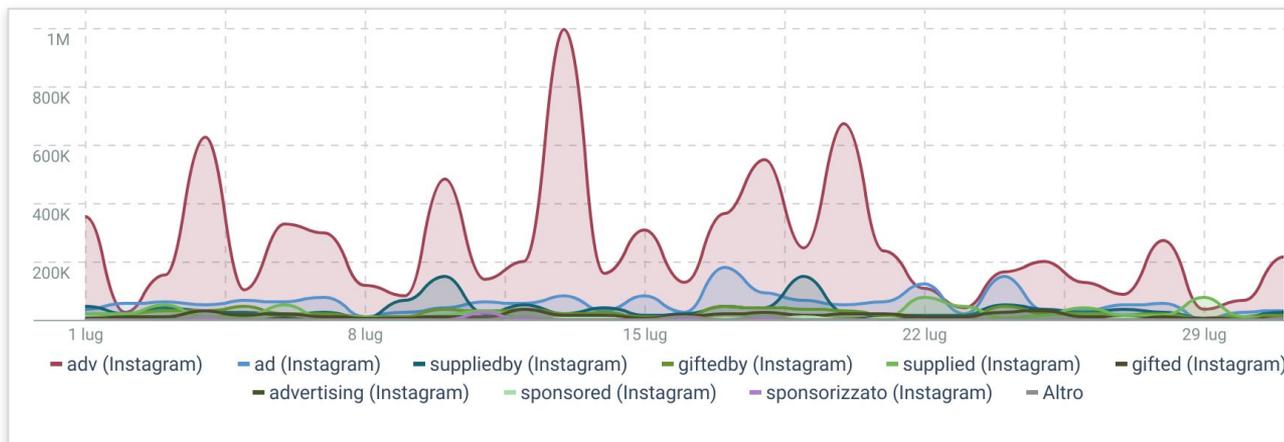
#ad

7.9M
Interazioni
+6.76%

#adv

49.7K
Interazioni
-69.73%

#advertising



//
Dopo l'aumento registrato nel mese di giugno, i post in collab decrescono a luglio. Le interazioni generate restano stabili, mentre le interazioni per singolo contenuto aumentano del 16,4%.



Nel mese di luglio i contenuti nati dalle collaborazioni tra brand e creator registrano **una diminuzione del 14,8% rispetto al mese di giugno**. Un calo probabilmente connesso al fatto che luglio risulta essere una mensilità più limitata per quanto riguarda le attività di brand .

Nonostante questo calo, le interazioni generate restano stabili, mentre quelle per singolo post aumentano addirittura del 16,4%.

#adv, **#ad** e **#advertising** restano, seppur in netto calo rispetto a giugno, gli hashtag più utilizzati.



I post sponsored
con maggiori interazioni



Luglio

I post sponsored più performanti



chiaraferragni • Segui già
Milano

chiaraferragni • 2 sett
Piccolo break sul set 📺 Oggi mangio il biscotto Amando alla vaniglia variegato ai frutti di bosco di @gelatisammontana senza latte e senza glutine, fatto con latte di mandorla 🍌 Ve lo consiglio perché è davvero super goloso #adv #sammontana #amando

palmacondello • 2 sett
Basta ad idealizzare queste persone il popolo sta morendo di fame tutto il rispetto per la signora Ferragni

Mi piace: 101 Rispondi

Visualizza tutte le 26 risposte

👍🗨️🚩🔖

👤👤👤 Piace a 398.479 persone
LUGLIO 18

👤👤👤 Aggiungi un commento... 😊

CORRISP. adv

METRICHE

🗨️ 387.7K

📈 N/D

📈 0/10

387.2K 'Mi piace' di Instagram, 463 Commenti



chiaraferragni • Segui già
Milano

chiaraferragni • 3 sett
Come iniziare la settimana in dolcezza ❤️ Oggi provo il nuovo stecco Amando alla vaniglia e lampone ricoperto al cacao di @gelatisammontana 🍌 È perfetto da condividere con tutti perché è senza latte, è fatto con latte di mandorla ed è davvero buonissimo #adv #sammontana #amando

alessandra.lazzari.399 • 3 sett
Ciao, Chiara. Ti ricordo che non esiste il "latte" di mandorla. Perché latte è un termine che definisce un alimento completo e complesso, ricco di proteine, grassi, vitamine, sali minerali, sostanze probiotiche

Mi piace: 357.149 persone
LUGLIO 10

👍🗨️🚩🔖

👤👤👤 Piace a 357.149 persone
LUGLIO 10

👤👤👤 Aggiungi un commento... 😊

CORRISP. adv

METRICHE

🗨️ 343.3K

📈 N/D

📈 0/10

343K 'Mi piace' di Instagram, 312 Commenti



Luglio

I post sponsored più performanti



chiaraferragni • Segui già
Audio originale

chiaraferragni 4 sett
Women supporting women 🙌
Reunited with Cristina
@estetistacnica in my
@theblondesalad office to discover all
of her skincare tips using her own line
@veralab 🌟 I first heard of Cristina in
2016 because she was revolutionizing
the beauty and skincare world in Italy
and I've been a fan of her since I tried
one of her best sellers, the Luce
Liquida exfoliant lotion. I'm so proud
today to support each other and talk
about our businesses and our
experience as female entrepreneurs and
naturally our products 🙌 Check
out the video to learn a quick and
easy skincare routine starting with my
new favorite product: the Olio Denso
cleansing oil 🌟 #adv #VeraLab

Chlara and Cri

👍🗨️🚩

👤👤👤👤👤👤👤👤👤👤
Piace a 356.725 persone
LUGLIO 4

👤 Aggiungi un commento...

CORRISP. adv

METRICHE 🗨️ 289.4K 🔄 N/D 📈 0/10

288.7K 'Mi piace' di Instagram, 692 Commenti



chiaraferragni • Segui già
Milano

chiaraferragni 4 sett
Summer ready con la linea Idratati e
Lucenti di @capellipantene 🌊 Nutre e
illumina i capelli che tendono a
seccarsi di più durante il periodo
estivo e li rende super morbidi 🌟
Correte a provarla, io non posso fare a
meno della maschera #adv #pantene

👍👍👍

robert.massaro 4 sett
Mi piace: 1 Rispondi

👍👍👍

soniajamp 4 sett
Io che entro solo per leggere i
commenti. 🌟🌟🌟🌟🌟🌟🌟🌟

👍🗨️🚩

👤👤👤👤👤👤👤👤👤👤
Piace a 316.787 persone
LUGLIO 1

👤 Aggiungi un commento...

CORRISP. adv

METRICHE 🗨️ 287.7K 🔄 N/D 📈 0/10

287.2K 'Mi piace' di Instagram, 435 Commenti



Fonte: Talkwalker

Luglio

I post sponsored più performanti



chiaraferragni • Segui già
Audio originale

chiaraferragni • 3 sett
My turn to share with Cristina @estetistacina my make up routine using @chiaraferragnibrand products 🇮🇹 I really believe in using only a few products that are super easy to apply even if you are not a make up expert like me and I'm so proud that Cristina and I took some time to meet in person to talk about our businesses, our products and share our common experiences as entrepreneurs 🥰 Check out the full video and shop all the make up on Chiara Ferragni brand website and in Douglas' shops 🌟 #adv

Adesso tocca a me condividere con Cristina @estetistacina la mia make up routine utilizzando i prodotti di

The balm prepares the lips and hydrates them, very easy.

👍🗨️🚩

359.248 persone
LUGLIO 7

Aggiungi un commento...

CORRISP.

adv

METRICHE

👍 168K

🗨️ N/D

📈 0/10

167.8K 'Mi piace' di Instagram, 231 Commenti



dilettaleotta • Segui
Eatly Milano

dilettaleotta • 2 sett
Trova qualcuno che ti guardi come io guardo i dolci a colazione! 🍌🍌🍌 thanks @fabrizio.galla #adv

nikoicebreaker 2 sett
Perché fai finta di mangiare? ❤️
Mi piace: 421 Rispondi
— Visualizza tutte le 11 risposte

a.cioffo 2 sett
Passo dopo per i commenti, ora son troppo pochi 😂 ❤️
Mi piace: 134 Rispondi
— Visualizza tutte le 18 risposte

👍🗨️🚩

266.987 persone
LUGLIO 15

Aggiungi un commento...

CORRISP.

adv

METRICHE

👍 160.1K

🗨️ N/D

📈 0/10

159.3K 'Mi piace' di Instagram, 851 Commenti



Luglio

I post sponsored più performanti



Instagram post by dilettaleotta. The image shows a woman in a white crop top and colorful patterned shorts sitting on a wicker chair outdoors. The caption reads: "Come godersi al meglio la golden hour milanese? 🌞 Partiamo dall'outfit comodo ma sempre cool di @intimissimuomo 😊👉 #intimissimuomo #summercollection #adv". The post has 174 likes and 2 replies.

CORRISP.

adv

METRICHE

125K

N/D

0/10

124.7K 'Mi piace' di Instagram, 356 Commenti



Instagram post by paolaturani. The image shows a woman in a bright blue dress on a beach. The caption reads: "Ho trovato l'abito perfetto di @ateliereme per ballare con Enea 😊👉 Ero indecisa sulla prima foto di capertina, qual è la vostra preferita?! Foto 1,2,3,4 o 5?! #ateliereme #EmeGirls #adv". The post has 12 likes and 17 replies.

CORRISP.

adv

METRICHE

107.1K

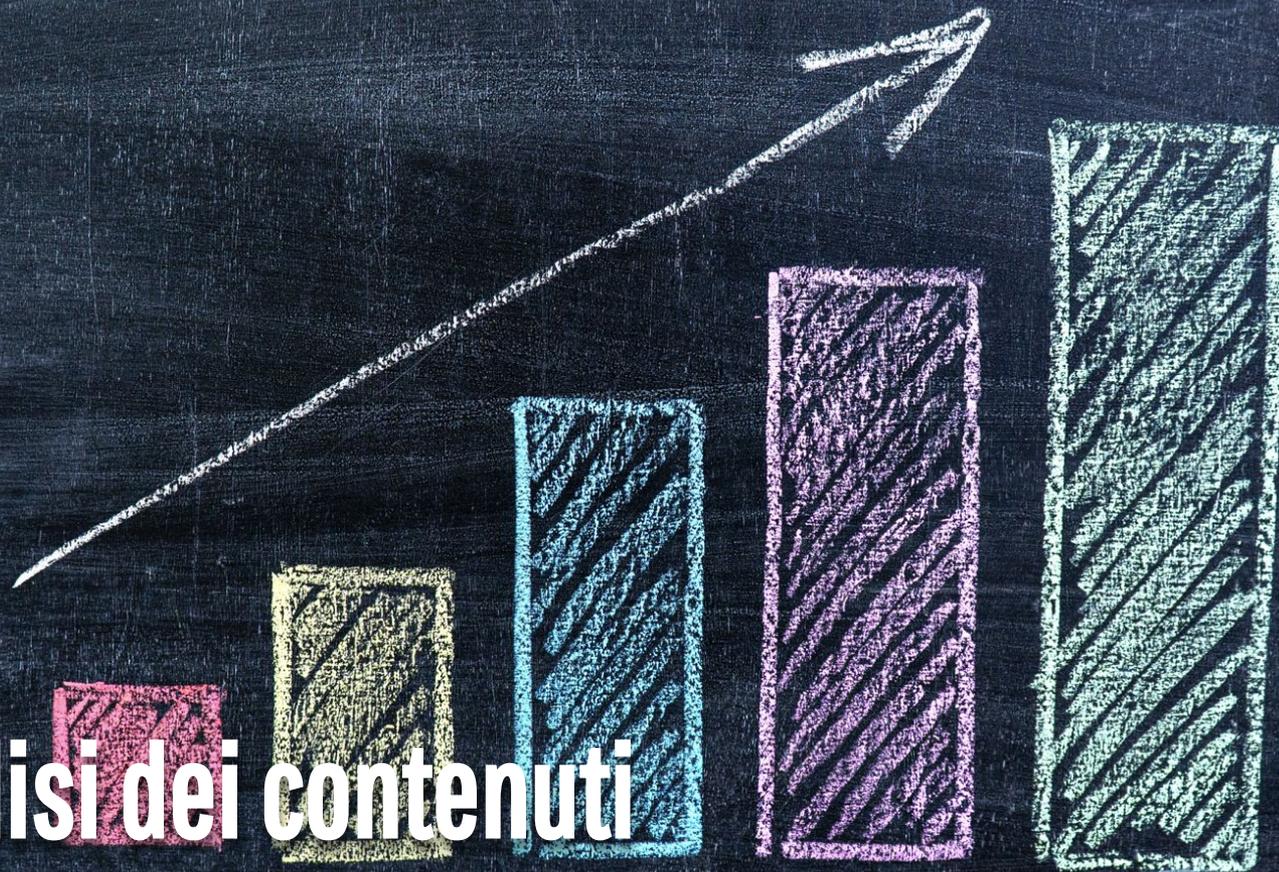
N/D

0/10

106.4K 'Mi piace' di Instagram, 763 Commenti

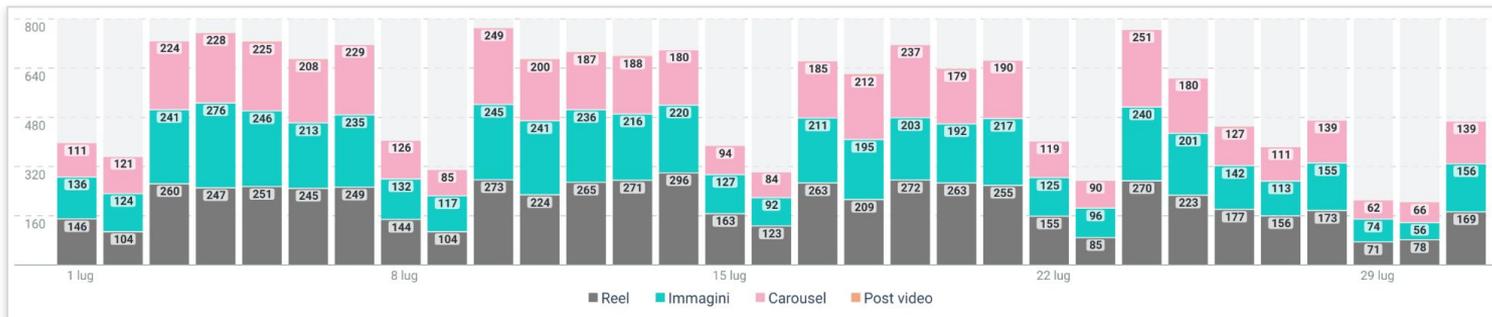


Analisi dei contenuti

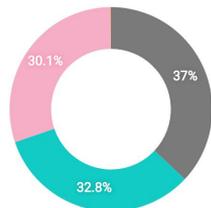


Luglio Tipologia formati e performance

ATTIVITÀ

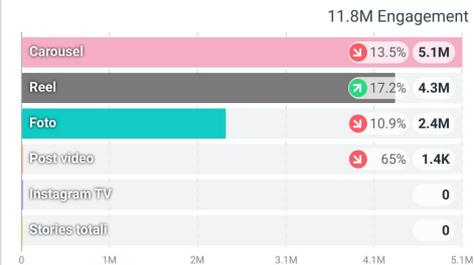


DISTRIBUZIONE DEI TIPI DI POST



↘ 13% Reel ↘ 25% Immagini
↘ 16% Carousel ↘ 43% Post video

TIPO DI POST CON PIÙ ENGAGEMENT

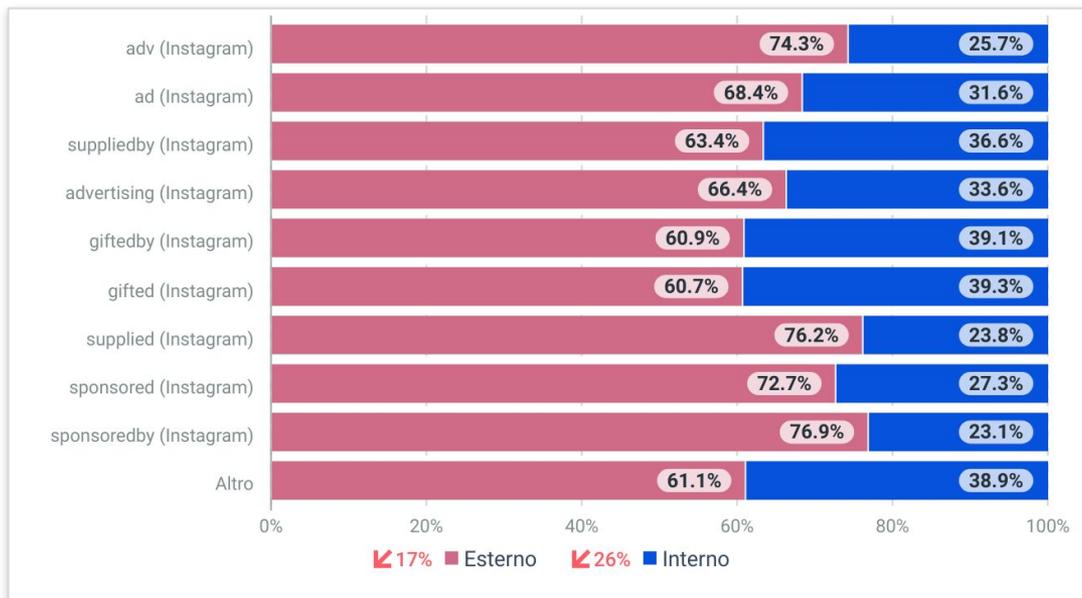


Fonte: Talkwalker



Luglio

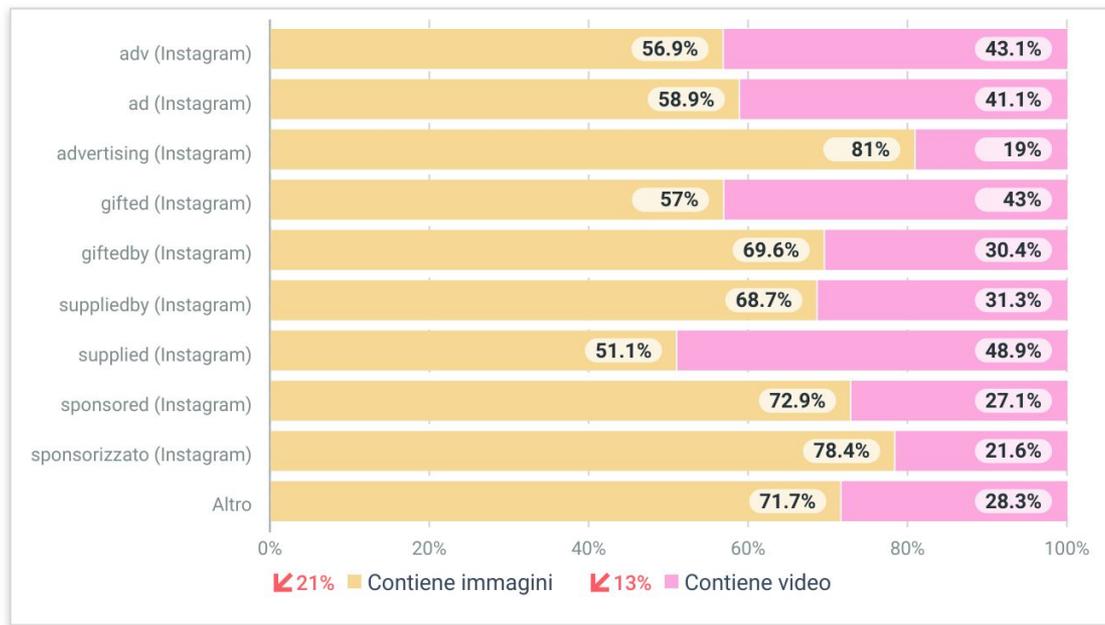
Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

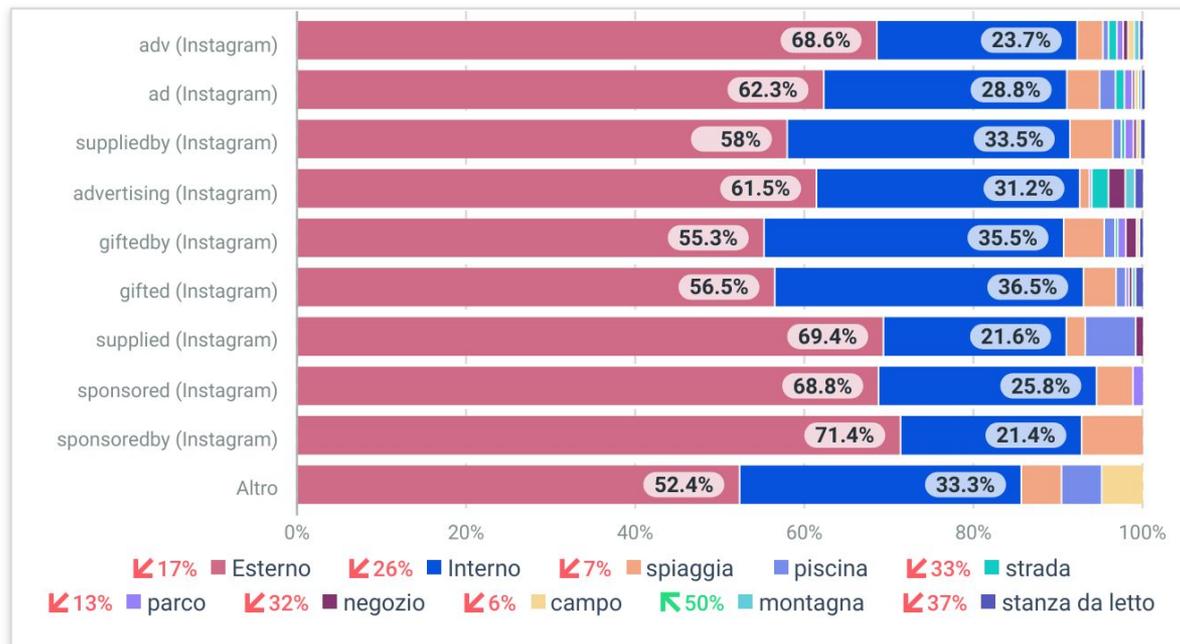
Luglio

Analisi immagini



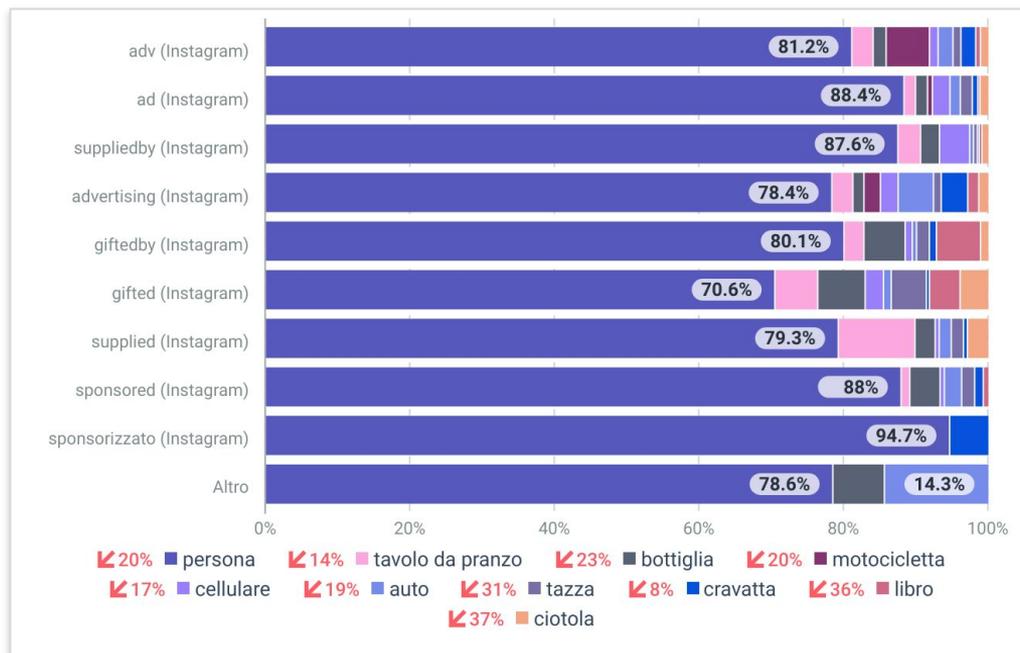
Luglio

Analisi immagini



Luglio

Analisi immagini



//
La top ten dei post sponsored di luglio è interamente composta da donne. Chiara Ferragni prima fra tutte, con ben 7 post su 10. Interessante la sua collab insieme all'Estetista Cinica.



Anche se in leggero calo rispetto a giugno (-13,5%), è il **Carousel** a primeggiare come formato maggiormente **ingaggiante**, seguito da Reels e immagini statiche.

Nonostante le sue ottime performance, però, il **Carousel** risulta essere il **meno utilizzato (30,1%)**, superato dalle immagini (**32,8%**) e dai Reels che primeggiano (**37%**).

L'estate si fa sentire anche nei contenuti della top 10, con due collab di Chiara Ferragni per **Sammontana**.

Oltre a Chiara Ferragni, sempre presenti anche Diletta Leotta e Paola Turani.



Key Insight





Conclusioni

Luglio registra un **calo delle attività di Influencer Marketing**. Sono 16.7K i post in collab realizzati, con una diminuzione del 14,8% rispetto al mese precedente. Aumentano invece le interazioni generate per singoli contenuti.

I **caroselli** continuano ad essere il formato più performante, ma meno utilizzato. A livello di utilizzo, vincono i Reels e le immagini.

I **settori beauty e fashion** restano i più rilevanti per le attività di Influencer Marketing.

La classifica dei **10 top sponsored post** è dominata dalla presenza di Chiara Ferragni con ben 7 contenuti.





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)"