



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI POST SPONSORED INSTAGRAM
AGOSTO 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 ad agosto 2023?**

Agosto

I post nati da collaborazione brand/influencer

15K

-10,18%

Numero post

7.6M

-35,59%

Interazioni generate

507

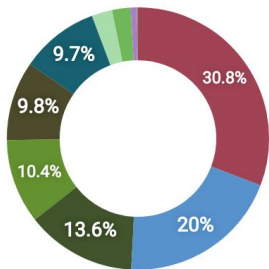
-28,23%

Interazioni per post

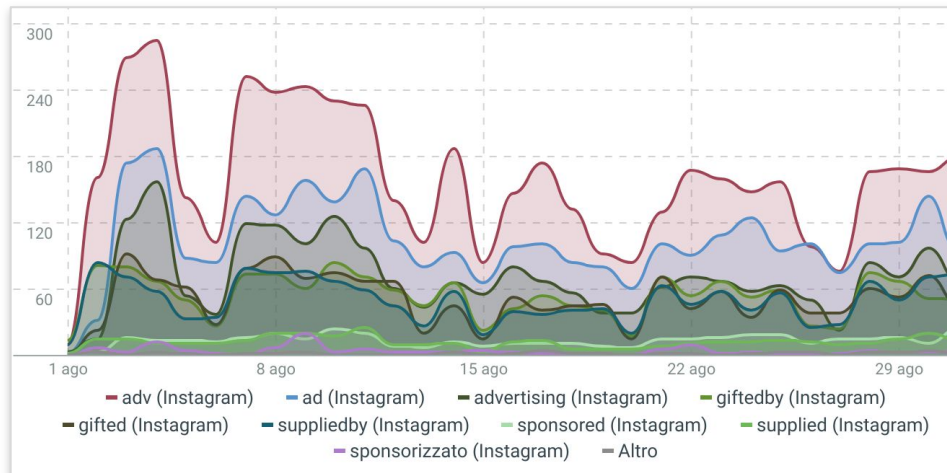


Agosto

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag



- 22% ● adv (Instagram)
- 9% ● ad (Instagram)
- 7% ● advertising (Instagram)
- 9% ● giftedby (Instagram)
- 20% ● gifted (Instagram)
- 3% ● suppliedby (Instagram)
- 8% ● sponsored (Instagram)
- 23% ● supplied (Instagram)
- 104% ● sponsorizzato (Instagram)
- 44% ● Altro



Agosto

Gli hashtag compliant più utilizzati

4.9K

Menzioni

-22,22%

#adv

3.2K

Menzioni

-8,57%

#ad

2.2K

Menzioni

-4,35%

#advertising

Canali	31 lug	7 ago	14 ago	21 ago	28 ago
adv (Instagram)	967	1.4K	895	933	677
ad (Instagram)	562	918	579	691	437
advertising (Instagram)	387	662	398	392	319
giftedby (Instagram)	315	463	285	353	243
gifted (Instagram)	270	464	256	338	230
suppliedby (Instagram)	287	423	253	315	260
sponsored (Instagram)	57	108	67	107	65
supplied (Instagram)	63	113	54	77	59
sponsorizzato (Instagram)	26	39	10	19	12
Altro	5	5	9	7	9



Agosto

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

1.3M

Interazioni

-27,78%

#ad

4M

Interazioni

-49,37%

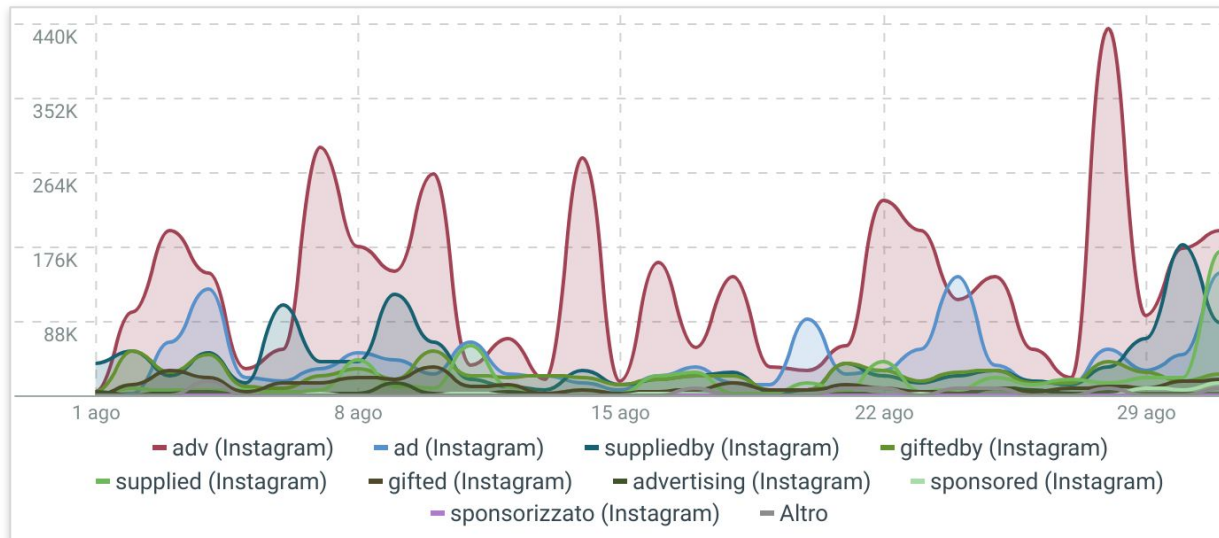
#adv

73.1K

Interazioni

+47,08%

#advertising



//
Ad agosto anche le attività di Influencer Marketing sono “andate in vacanza”. Sono solo 15 mila i post pubblicati, il numero più basso da inizio anno. Diminuiscono anche le interazioni generate.



Come ogni anno, ad agosto le attività sponsored registrano le loro **peggiori performance**.

I post di influencer e brand si arrestano a **15K** diminuendo del 10,18% rispetto a luglio. Le interazioni generate diminuiscono addirittura del 35,59%, fermandosi a **7.6M**. Anche le interazioni per singolo post sono basse: solo **507** (-28,23%).

#adv, **#ad** e **#advertising** restano gli hashtag più utilizzati.

Curiose le **interazioni** generate dall'hashtag **advertising** che in questo mese sono **aumentate quasi del 50%**, segno di contenuti più ingaggianti.



I post sponsored
con maggiori interazioni



Agosto

I post sponsored più performanti



prime

chiara ferragni • Segui già
Audio originale

chiara ferragni • Elemento modificato • 1 sett

Ecco il trailer della puntata che in molti aspettavate "The Ferragnez: Sanremo Special" ✨
Probabilmente è una delle storie dell'ultimo anno più difficili da raccontare. La puntata esce il 14 settembre su @primevideoit #adv #TheFerragnezSanremoSpecial

Here is the trailer of one of the most awaited episodes "The Ferragnez: Sanremo special" ✨
Probably one of the most difficult stories about this past year. The episode will be released on September 14th on @primevideo

as a spectator, for once, and not as a performer.

👍👍👍 Place a 592.127 persone
28 AGOSTO

CORRISP. adv

METRICHE 🗨️ 363.1K ↕️ N/D 📈 0/10

362.4K 'Mi piace' di Instagram, 710 Commenti



camihawke • Segui

Artie Shaw, His Orchestra • A Room With A View

camihawke • Elemento modificato • 6 g

Finalmente un red carpet come attrice protagonista: il tuffo 1952 oggi è vostro. Grazie a tutti per l'amore che avete dato a questo film.
Pronta per la proiezione in sala!

Vestito: @revest
Scarpe: @lesilla
Gioielli: @leopizzzoofficial
Makeup and hair: @marademarcomua
Stylist: @floriana_serani_styling e @dilech_
Pic: @martinamariottiph
#supplied #venezia80

👍👍👍 aranoir_prints 2 g

👍👍👍 Place a 168.483 persone
6 GIORNI FA

CORRISP. supplied

METRICHE 🗨️ 161.1K ↕️ N/D 📈 0/10

159.5K 'Mi piace' di Instagram, 1.6K Commenti



Agosto

I post sponsored più performanti



chiaraferragni e chiaraferagnibrand • Segui già ...

chiaraferragni • 2 sett
Guys è uscita la mia nuova collezione tutta sparkling @chiaraferragnibrand x @pigna ✨ per il ritorno a scuola o in ufficio più glamour che mai ✨ Il mio pezzo preferito? La calcolatrice sparkling 😊 #adv

elenellis 2 sett
La calcolatriceeeeeeeeeeeeeeeee

Mi piace: 1 Rispondi

courageislove 2 sett
La me delle medie si sarebbe riempita lo zaino di queste cose brillantinose

Mi piace: 436 Rispondi

👍👎🗨️🔖

👤👤👤 **Piace a 197.422 persone**
22 AGOSTO

CORRISP. adv

METRICHE 🗨️ 140.2K 📄 N/D 📈 0/10

139.2K 'Mi piace' di Instagram, 1.1K Commenti



camihawke • Segui ...

camihawke • Elemento modificato • 1 sett
Arrivata a Venezia avevo due opzioni o coprire le ginocchia con 3 chili di fondotinta o approfittare del fatto che essendo verdi e viola, si sarebbero abbinate al vestito. Ho optato per la seconda.
Il vestito carrinissimo adorabile è di @mvpwardrobe
Le scarpe sono @lesilla
La borsa è di @benedettabruzzoiches
Le foto di @martinamariottiph
E i lividi miei ❤️
#lituffo1952 #venezias80 #suppliedby

alicelkeaudrey • 1 sett
Posso chiederti dove hai preso i lividi? Li voglio anche io, grazie

👍👎🗨️🔖

👤👤👤 **Piace a 133.176 persone**
7 GIORNI FA

CORRISP. suppliedby

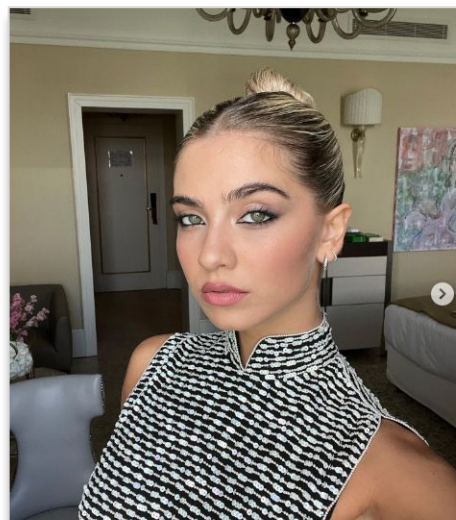
METRICHE 🗨️ 133.5K 📄 N/D 📈 0/10

133.2K 'Mi piace' di Instagram, 344 Commenti



Agosto

I post sponsored più performanti



CORRISP. adv

METRICHE 95.3K ↕ N/D 📈 0/10

94.8K 'Mi piace' di Instagram, 486 Commenti

CORRISP. ad

METRICHE 85K ↕ N/D 📈 0/10

84.7K 'Mi piace' di Instagram, 233 Commenti



Agosto

I post sponsored più performanti



webboh.it • Segui già

webboh. • Elemento modificato • 2 sett
it
fan di mare fuori? in edicola c'è una sorpresa per voi: sono usciti i bracciali e le patch della serie! 🌟

se vi mancano Ciro, Carmine, Rosa e non vedete l'ora che arrivi la nuova stagione di Mare Fuori, non temete: qualcosa di unico vi aspetta in edicola!

possiamo continuarci ad emozionare con le frasi, le citazioni e le immagini della serie grazie ai braccialetti e alle patch di Mare Fuori! in ogni bustina troverete un bracciale con frasi celebri della serie e una patch da attaccare dove volete!

"oggi è na bella jurnata! goditela",

ARRIVANO I BRACCIALI E LE PATCH ORIGINALI DI MARE FUORI!
avete letto bene: in ogni bustina troverete un bracciale con le frasi più famose della serie e una patch da attaccare dove volete! guaglio', correte in edicola prima che sia tardi!

20 AGOSTO

Piace a 130.632 persone

Aggiungi un commento...

CORRISP. ad

METRICHE 75.9K N/D 0/10

75.4K 'Mi piace' di Instagram, 480 Commenti



calciatoribrutti • Segui già

calciatoribrutti • 2 sett
È quel momento dell'anno, quello in cui mamma adidas dropa l'ennesimo capolavoro.
A 'sto giro tocca alle X crazyfast, degli scarpini che rivoluzionano il mondo delle scarpe da calcio:
Una tomaia Aeropacity Speedskin (fatta al 50% di materiale riciclato) semitrasparente con rinforzi posizionati solo nei punti strategici;
Il collarino adidas PRIMEKNIT e i lacci assicurano una calzata stabile;
la SUOLA SPEEDFRAME con inserto AEROPLATE è progettata per favorire la propulsione e i movimenti dinamici.

Queste scarpe hanno solo uno ed un solo problema: che dentro ci devi infilare i piedi buoni, altrimenti

UN GIORNO ADIDAS SMETTERÀ DI FARE SCARPINI STUPENDI, MA NON È QUESTO IL GIORNO: LE NUOVE X CRAZYFAST SONO UN GIOIELLO.

23 AGOSTO

Piace a 86.361 persone

Aggiungi un commento...

CORRISP. adv

METRICHE 60.6K N/D 0/10

60.3K 'Mi piace' di Instagram, 238 Commenti



Agosto

I post sponsored più performanti



chiaraferagni e chiaraferagnibrand • Segui già ...
Audio originale

chiaraferagni 2 sett
The most glamorous back to school or to the office 🌟👉👉 Cosa vi piace di più della nuova collezione @chiaraferagnibrand x @pigna? #adv

dinastycreation 2 sett
E mia madre che mi comprava 20 quaderni al mercato 5 mila lire.....bei tempi...quelliiii!

Mi piace: 275 Rispondi

— Visualizza tutte le 21 risposte

iacosta_85 2 sett
Praticamente vendi oggetti comunissimi però siccome c'è il

👍👤👤👤 **Place a 83.558 persone**
23 AGOSTO

CORRISP. adv

METRICHE 🗨️ 56.8K ↕️ N/D 📄 0/10

56K 'Mi piace' di Instagram, 748 Commenti



calciatoribrutti • Segui già ...

calciatoribrutti 2 sett
Un colpo quasi da dieci quello che ha messo a segno il Napoli in queste ore. Gabri Veiga è uno dei talenti più ambiti d'Europa e il fatto che lo spagnolo, nonostante le lusinghe di altri top club, abbia scelto il Napoli e la Serie A, è un segnale forte.

Del resto il Napoli ci ha abituato nelle ultime sessioni di mercato, a colpi di questo tipo. È vero, Kvara era semi sconosciuto ed è stato pagato molto meno, ma Veiga ha le potenzialità per diventare uno dei punti di forza degli azzurri e dominare nel suo ruolo per diversi anni.

Innanzitutto è giovanissimo (classe 2002) e questo gli permette di avere molto margine di crescita. È un

Occhio perché Gabri Veiga può essere un crack come lo è stato Kvara la scorsa stagione

👍👤👤👤 **Place a 70.769 persone**
18 AGOSTO

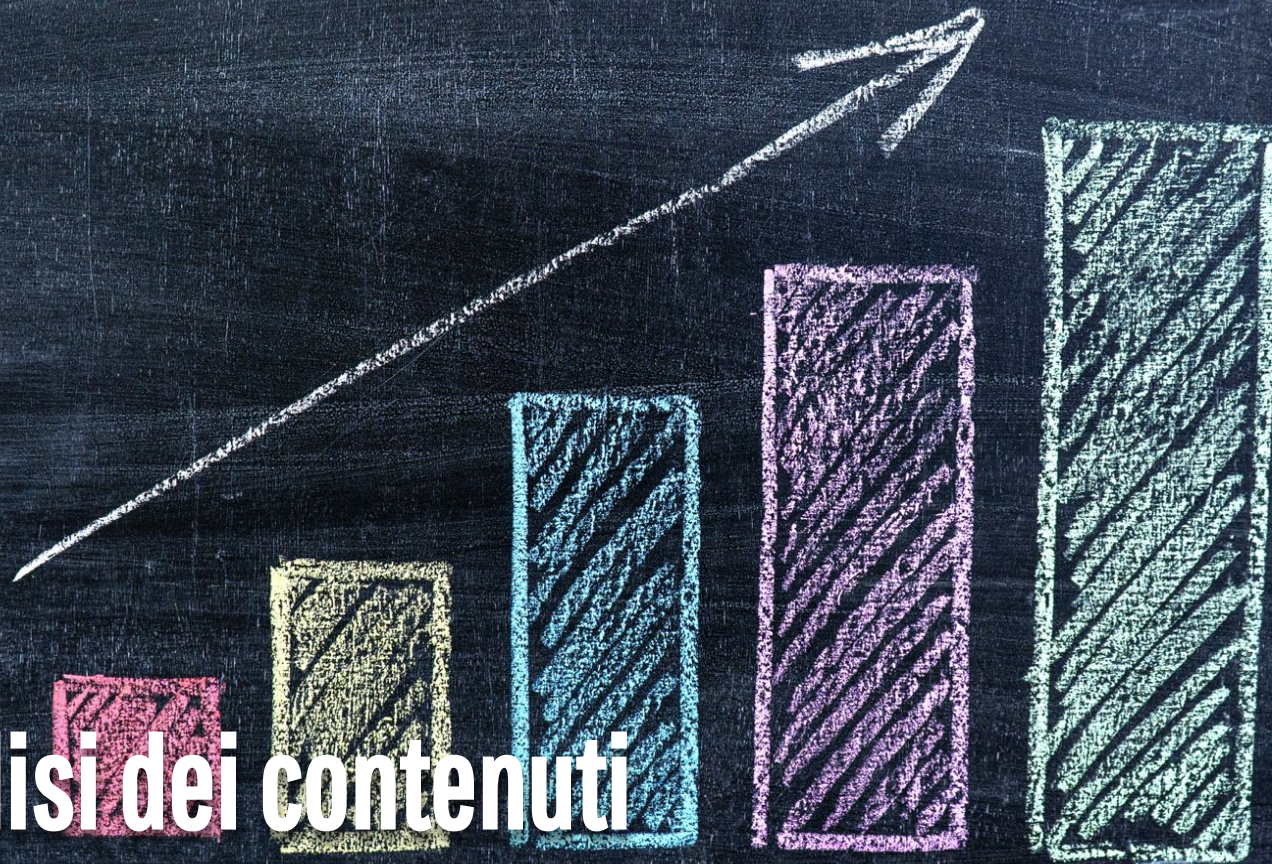
CORRISP. adv

METRICHE 🗨️ 56.4K ↕️ N/D 📄 0/10

56.1K 'Mi piace' di Instagram, 292 Commenti



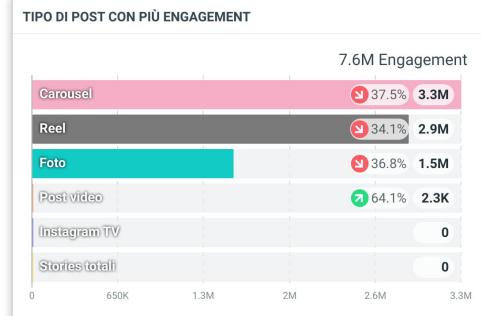
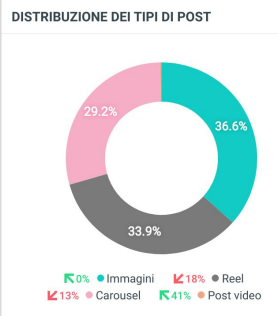
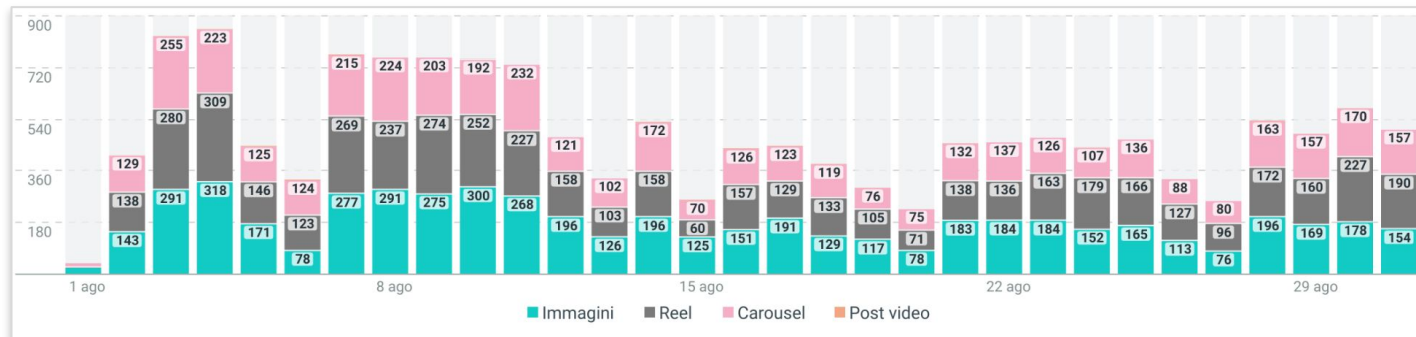
Analisi dei contenuti



Agosto

Tipologia formati e performance

ATTIVITÀ



Fonte: Talkwalker

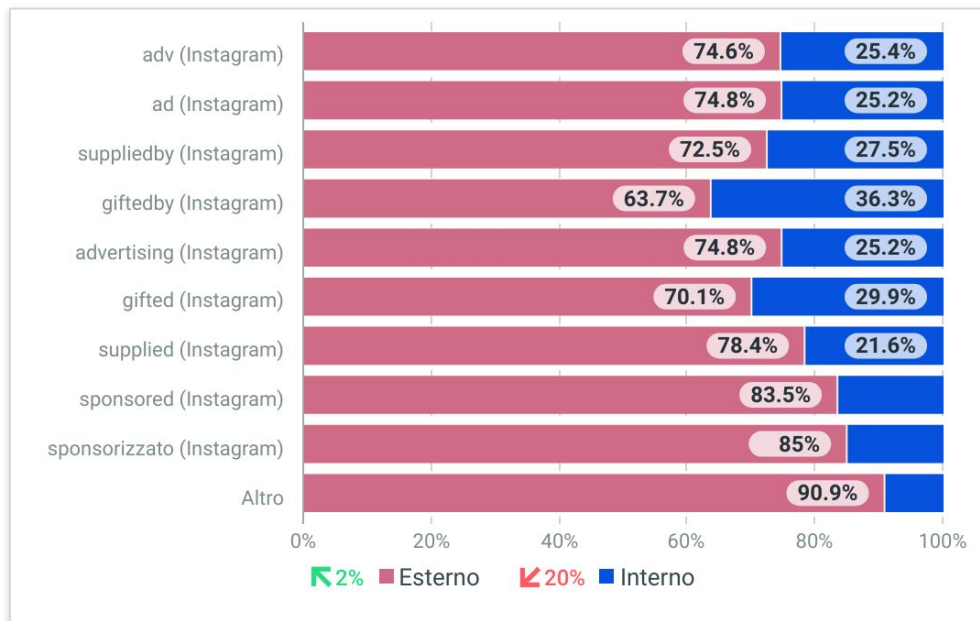
Agosto

Keyword, hashtag ed emoji più utilizzate nei post #adv



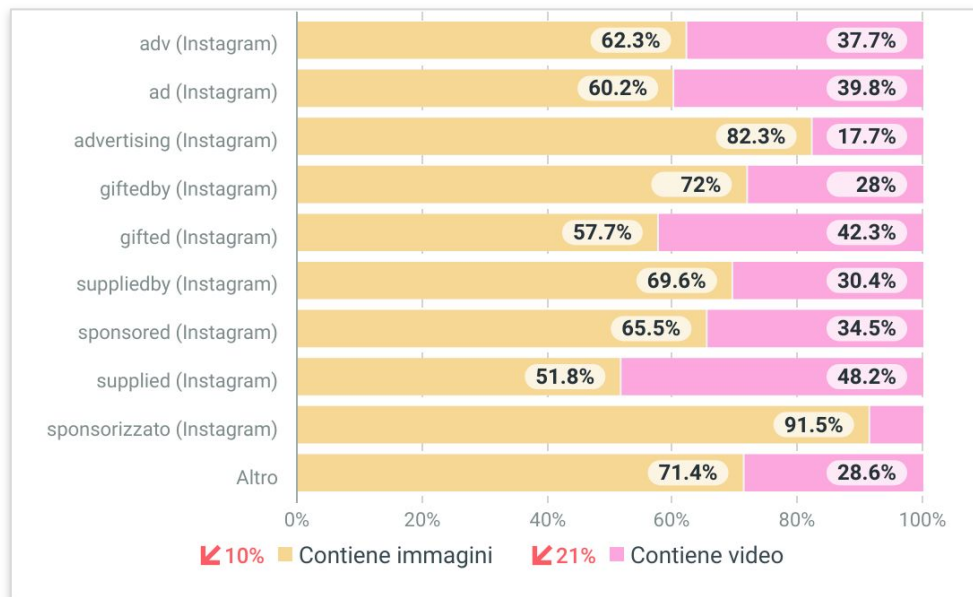
Agosto

Analisi immagini



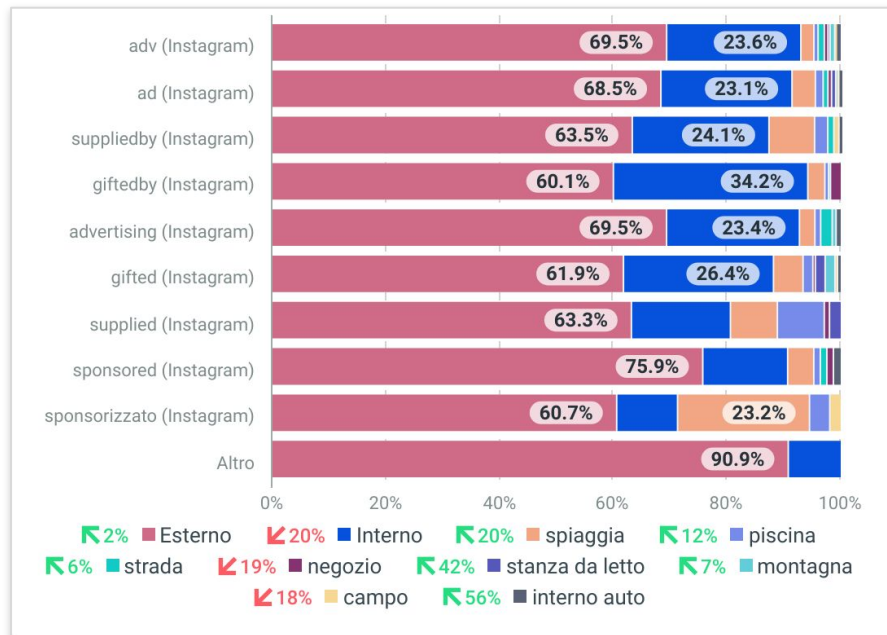
Agosto

Analisi immagini



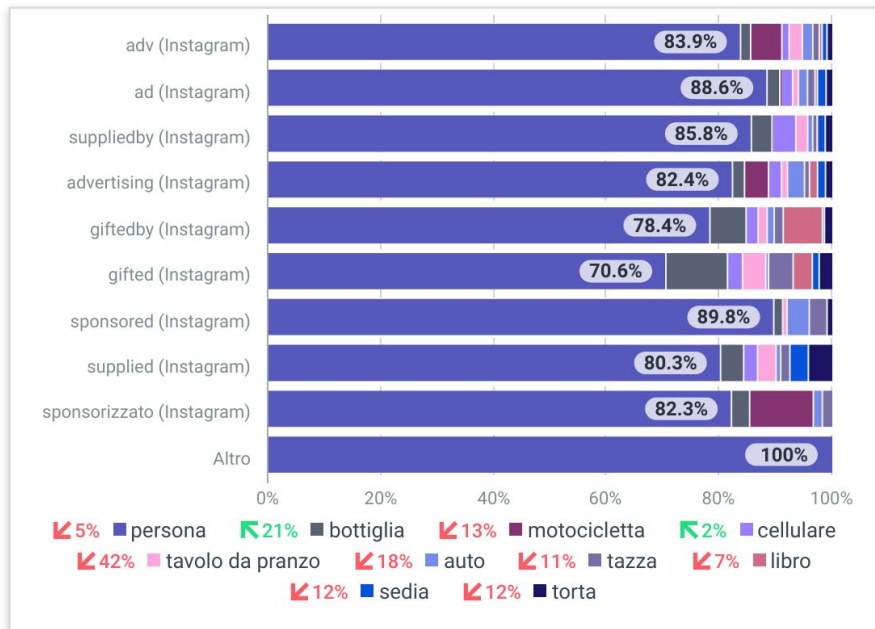
Agosto

Analisi immagini

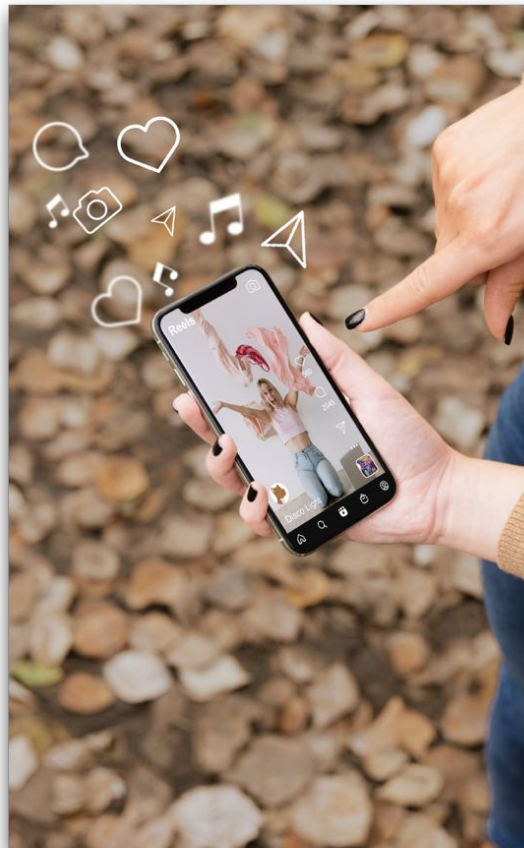


Agosto

Analisi immagini



“
Sono le donne e le community a formare la top ten dei post collab di agosto. Chiara Ferragni è inarrestabile: anche questo mese domina la classifica con 3 post. Interessante il ritorno delle community con 4 post su 10.



Diversamente da luglio, questo mese sono le **immagini** ad essere il formato **più utilizzato** (36.6%), seguite da reels (33,9%) e caroselli (29,2%).

Tuttavia i **caroselli** restano in **prima posizione** come formato **più ingaggiante**, seguiti da reels e immagini, che risultano essere quindi il formato più utilizzato ma con meno engagement.

Nella top 10 dei post sponsored più performanti del mese troviamo **Chiara Ferragni** con 3 contenuti, due dei quali sulla sua collaborazione con **Pigna**. Si iniziano a vedere i primi contenuti dell'**80° Festival del Cinema di Venezia** con **Camihawke** e **Alessia Lanza**. Interessante il ritorno “a gamba tesa” dei post delle **community**, con ben 4 contenuti su 10.

Key Insight





Conclusioni

Agosto registra i **peggiori risultati da inizio anno** per le attività di Influencer Marketing. I post sponsored realizzati diminuiscono rispetto a luglio, fermandosi solo a 15K; anche le relative performance calano in modo pressoché proporzionale.

Le **immagini** sono il formato **più utilizzato** ma il **meno ingaggiante**. Al contrario, i **caroselli** sono il formato con **maggior engagement** ma con minor **utilizzato**.

La classifica dei **10 top sponsored post** è dominata da Chiara Ferragni ma anche dalle community. I temi che prevalgono sono il *Festival del Cinema di Venezia*, *Chiara Ferragni x Pigna*, il calcio e l'entertainment.

I contenuti connessi alla Mostra del Cinema confermano il **valore delle progettualità legate agli eventi**, capaci di creare un forte ponte tra offline e online.



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)"