



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

**SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI POST SPONSORED TIKTOK
SETTEMBRE 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 and sunglasses is looking at a white smartphone. He is wearing a yellow sweater and black overalls. The background is a dark, textured wall with a greenish-yellow light source on the left.

**Video Sponsored:
quale scenario a Settembre 2023?**



Settembre

I video nati da collaborazione brand/influencer

310

+109,46%

Numero video

4.7M

+62,07%

Interazioni generate

402.2M

+74,41%

View



Settembre

Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#booktok #moodboost #tiktokitalia
#recipes #Adv #adv #ricettefacili
#ChefinCamicia #GoodFood
#airup #tech #CucinaConTikTok #ItalianFood
#tutorial #ad #AmazingFood #italiansdoeatbetter
#backtoschool #RicetteSemplici #healthyrecipes
#altacucina #light #skincare #lowcalories #recipe



Settembre

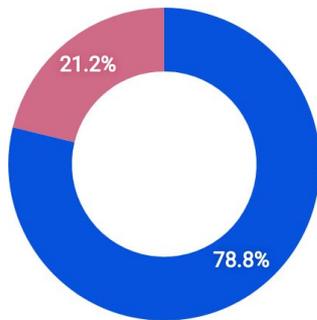
Brand menzionati nei video Sponsored

YouTube **Labello** Arnoldo Mondadori Editore
Amazon **Maybelline**
Consiglio britannico-irlandese
PayPal Netflix Deliveroo
Esselunga



Settembre TikTok Analisi Visual

SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



↗ 290% ● Interno ↖ 50% ● Esterno

TOP OGGETTI

263 Risultati



Settembre

Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Rete	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 chefincamicia http://www.tiktok.com/		19  171.4%		22.8M  171.4%	1.2M  248.6%	6.5K  28.4%	339.9  28.4%
 Al.ta Cucina http://www.tiktok.com/		8  166.7%		3.5M  170.9%	438.5K  1.6%	2.6K  -39%	330  -77.1%
 Alessia Morelli http://www.tiktok.com/		8  300%		3.6M  329.2%	449.1K  7.3%	43.7K  62.1%	5.5K  -59.5%
 Emily Pallini http://www.tiktok.com/		7		15.4M	2.2M	326.4K	46.6K
 Fjona Cakalli 🇰🇲 http://www.tiktok.com/		7		1.5M	208.8K	147.2K	21K
 GianpaoloGolden http://www.tiktok.com/		7  16.7%		17M  18.1%	2.4M  1.2%	255.5K  16.8%	36.5K
 Giuseppe Healthy http://www.tiktok.com/		7		2.5M	361.7K	4K	571.3
 VDnews http://www.tiktok.com/		6  500%		2.1M  507.5%	352.2K  1.2%	462  610.8%	77  18.5%
 Alessio Pellizzoni http://www.tiktok.com/		5  150%		7M  150%	1.4M	61.3K  7.1%	12.3K  -57.2%
 folz.a http://www.tiktok.com/		5		7M	1.4M	69.8K	14K



Fonte: Talkwalker

Settembre

I video sponsored più performanti

QUANDO RIENTRI ALLE 7 DEL MATTINO DOPO UNA SERATA

209.3K
1459
17.9K
7291

00:25 / 01:16

danythegaggio
Daniele Cabras - 9-14

La schiava e i suoi elettrodomestici nuovi @samsungitalia #SamsungJet90 #BESPOKEAI #adv
♪ suono originale - Daniele Cabras
Partnership retribuita

CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	217.9K
	4M
	N/D
	1.5K Commenti, 209.2K Mi Place, 7.3K Condivisioni, 1.8M Visualizzazioni, 4M Follower del profilo

POV: quell'amica che è stata 3 mesi in vacanza

147.2K
432
253
439

00:22 / 00:36

chiamarita
chiamarita - 9-8

Tagga l'amica che è tornata in città e ha sentito un clima più fresh @vigorsoItalia #keepitfresh #ad
♪ suono originale - chiamarita
Partnership retribuita

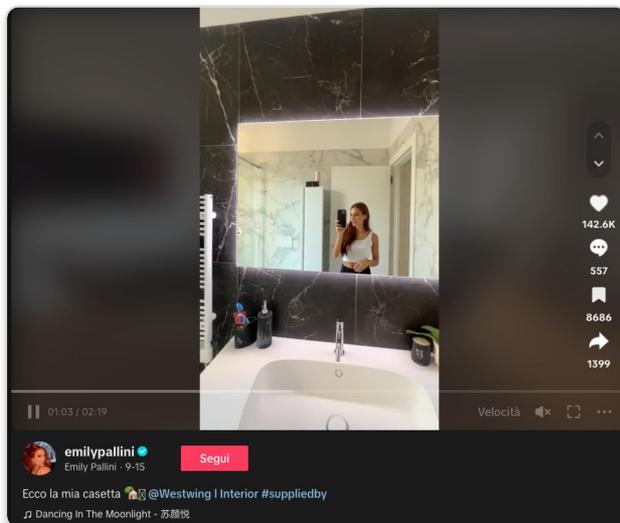
CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	146.8K
	357.3K
	N/D
	418 Commenti, 145.9K Mi Place, 433 Condivisioni, 10M Visualizzazioni, 357.3K Follower del profilo



Fonte: Talkwalker

Settembre

I video sponsored più performanti



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 👁️ **144.6K** 🔄 2.2M 📄 N/D

557 Commenti, 142.6K Mi Piace, 1.4K Condivisioni,
1.2M Visualizzazioni, 2.2M Follower del profilo



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 👁️ **144.4K** 🔄 208.6K 📄 N/D

2.3K Commenti, 137.1K Mi Piace, 4.9K Condivisioni,
19.3M Visualizzazioni, 208.6K Follower del profilo



Settembre

I video sponsored più performanti

00:35 / 01:07

Velocità 🔊 📺 ...

danythegaggio • Daniele Cabras · 9-15 [Segui](#)

si ok la nota ma ne è valse la pena sfoggiare il bracciale 🤩 @Nomination Italy #ad #unoameunoate #nominationbracelet #nominationitaly #tallancharmbracelet

🎵 suono originale - Daniele Cabras

Partnership retribuita

CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 🗨️ **116.8K** 📌 4M 📄 N/D

685 Commenti, 114.5K Mi Piace, 1.6K Condivisioni, 1.2M Visualizzazioni, 4M Follower del profilo

00:16 / 01:33

Velocità 🔊 📺 ...

tommycassi • Tommaso cassisa · 9-5 [Segui](#)

Il mio cervello quando arriva l'ennesima "idea" del giorno #SantaCristinaWines #OgniVoltaSantaCristina #ad

🎵 suono originale - Tommaso cassisa

Partnership retribuita

CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 🗨️ **111.3K** 📌 2.8M 📄 N/D

464 Commenti, 108.4K Mi Piace, 2.5K Condivisioni, 858.3K Visualizzazioni, 2.8M Follower del profilo



Settembre

I video sponsored più performanti

emilypallini
Emily Pallini - 9-24

Risposta a @User900783434837 La mia skincare routine con @La Roche-Posay e il nuovo Effaclar Duo+M👉
#larocheposayitalia #effaclar #imperfezioni #ad

🔊 suono originale - Emily Pallini
Partnership retribuita

CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 108.7K 2.2M N/D

156 Commenti, 108K Mi Place, 537 Condivisioni,
5.9M Visualizzazioni, 2.2M Follower del profilo

mattiaStanga
Mattia Stanga - 9-11

PER ME È UGUALE👉 @pradabeauty #indecisione #amici #indeciso #PradaParadoxe #litigio #decide #ragione
#amici #NeverTheSameAlwaysMyself #PradaBeauty #newfragrance #decidere #ragazzi #perte ... altro

🔊 suono originale - Mattia Stanga
Partnership retribuita

CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 98K 3M N/D

769 Commenti, 95.1K Mi Place, 2.1K Condivisioni,
10.5M Visualizzazioni, 3M Follower del profilo



Fonte: Talkwalker

Settembre

I video sponsored più performanti

gianpaologolden
GianpaoloGolden · 9-19

Segui

Far diventare intelligente una porta 🤖 Fatto ✓ #ezviz #smartlock #adv #casa #gadget #porta #smart
🔊 suono originale - GianpaoloGolden
Partnership retribuita

82.8K
653
18.3K
4904

00:05 / 00:56

Velocità 🔊 🔄 ...

CORRISP.

ADV TIKTOK

METRICHE

🗣️ **88.4K** 🔄 2.4M 📈 N/D

653 Commenti, 82.8K Mi Piace, 4.9K Condivisioni,
1M Visualizzazioni, 2.4M Follower del profilo

gianpaologolden
GianpaoloGolden · 9-18

Segui

TABLET resistente con tante funzioni utili 🤖 AGM PAD P1 📺 TV I lascio anche un codice da inserire nella mia BIO
(“BVGGPNG9”) #agmmobile #agmpadp1 #adv #tablet #tech #indistruttibile #fotocamera #schermo #cadut
🔊 suono originale - GianpaoloGolden
Partnership retribuita

80.5K
519
13.4K
1773

00:05 / 00:34

Velocità 🔊 🔄 ...

CORRISP.

ADV TIKTOK

METRICHE

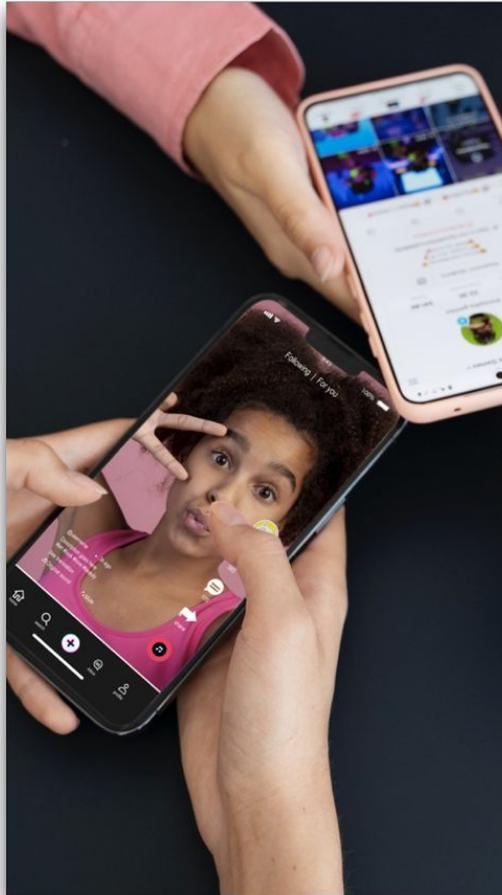
🗣️ **82.7K** 🔄 2.4M 📈 N/D

519 Commenti, 80.4K Mi Piace, 1.8K Condivisioni,
1.3M Visualizzazioni, 2.4M Follower del profilo



Fonte: Talkwalker

Le attività sponsored di TikTok tornano dalle vacanze ed è impossibile non notarle. I video collab pubblicati crescono quasi del 110%, le relative performance più del 60%. Tra i brand più menzionati spiccano Labello, Netflix e PayPal.



Le attività di Influencer Marketing su TikTok fanno un grosso balzo a settembre.

I video collab pubblicati sono 310: **+109,46%** la crescita registrata rispetto ad agosto. Le interazioni generate sono **4.7M** (+64,07%) e le views **402.2M** (+74,41%). Dati che dimostrano la forte importanza di questa piattaforma per brand e influencer.

I video sponsored che compongono la top 10 appartengono a diversi settori: dal **tech**, al **beauty**, dagli **accessori** alla **casa**, fino ad arrivare all'**automotive** e al **wine**. Sintomo di un canale sempre più trasversale per le collab. Tra i creator spiccano **Emily Pallini** e **Gianpaolo Golden** con due contenuti a testa.





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)"