



**OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING**

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

POWERED BY



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 a black beanie. The background is a dark, textured wall with a subtle gradient of green and blue light.

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



Dicembre

I video nati da collaborazione brand/influencer

388

-8,27%

Numero video

3.9M

-18,75%

Interazioni generate

479M

-5,15%

View



Dicembre

Hashtag utilizzati nei video Sponsored



Dicembre

Brand menzionati nei video Sponsored

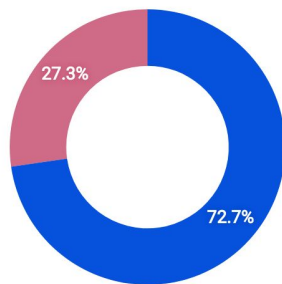
Nescafé
Samsung Electronics
Amazon YouTube
Garnier **Buitoni** Maybelline
Kenwood Corporation
Samsung Deliveroo



Dicembre

TikTok Analisi Visual

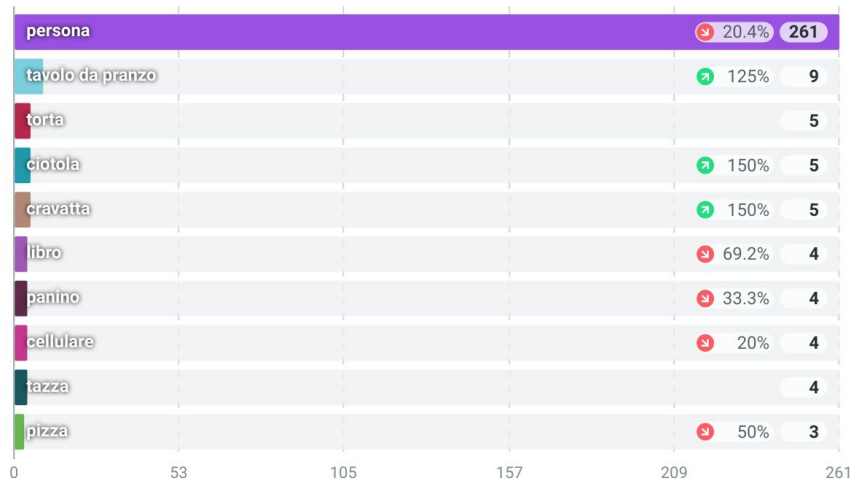
SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



20% Interno Esterno

TOP OGGETTI

304 Risultati



Dicembre

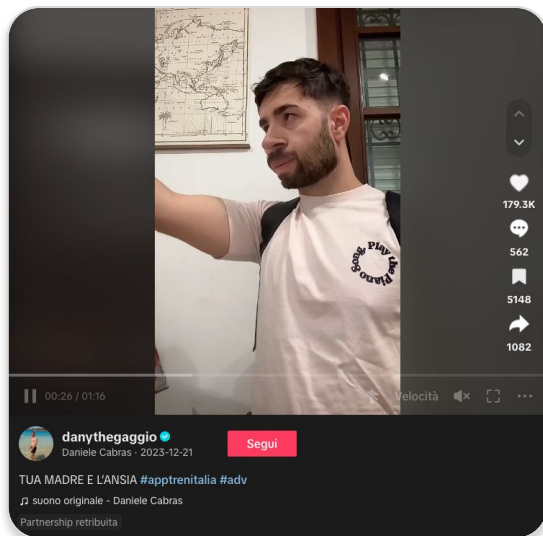
Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Post 	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 chefincamicia http://www.tiktok.com/	37  42.3%		44.4M  42.3%	1.2M	8.1K  -26.1%	219  -48%
 Al.ta Cucina http://www.tiktok.com/	24  26.3%		10.8M  27.2%	450.7K  0.7%	13.7K  -55.1%	568.9  -64.4%
 daniele rossi http://www.tiktok.com/	10  42.9%		27M  42.9%	2.7M	131K  7.1%	13.1K  -25%
 folz.a http://www.tiktok.com/	8  700%		11.2M  700%	1.4M	179.5K  2.3K%	22.4K  201.7%
 Giallozafferano http://www.tiktok.com/	8  33.3%		22.4M  34.1%	2.8M  0.6%	77.1K  -28.9%	9.6K  -46.7%
 GianpaoloGolden http://www.tiktok.com/	8  14.3%		20M  14.3%	2.5M	102.2K  15.2%	12.8K  0.8%
 Alessio Pellizzoni http://www.tiktok.com/	7  250%		9.8M  250%	1.4M	150.8K  901.8%	21.5K  186.2%
 Momo&Kika http://www.tiktok.com/	6  50%		6.6M  50%	1.1M	95K  -33.4%	15.8K  -55.6%
 VDnews http://www.tiktok.com/	6  -25%		2.2M  -24.8%	361.6K	2.3K  -89.5%	379.2  -86%
 Alessia Lanza http://www.tiktok.com/	5  66.7%		21.5M  68%	4.3M  0.8%	168.3K  19%	33.7K  -28.6%



Dicembre

I video sponsored più performanti



CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	180.7K
	4M
	N/D
	561 Commenti, 179.1K TikTok Likes, 1.1K TikTok Shares, 2M Visualizzazioni, 4M Follower del profilo



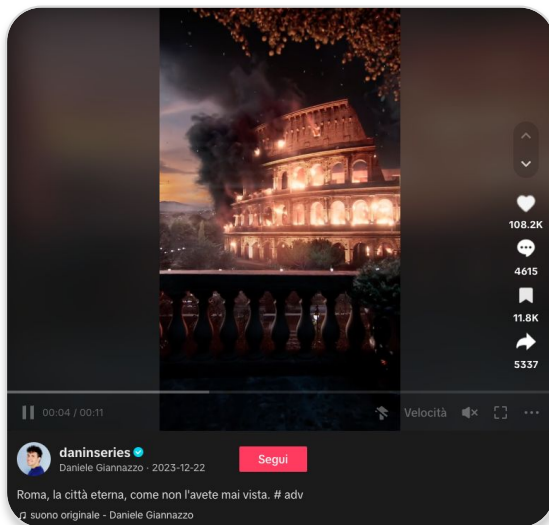
CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	135.1K
	4M
	N/D
	758 Commenti, 132.9K TikTok Likes, 1.5K TikTok Shares, 1.1M Visualizzazioni, 4M Follower del profilo



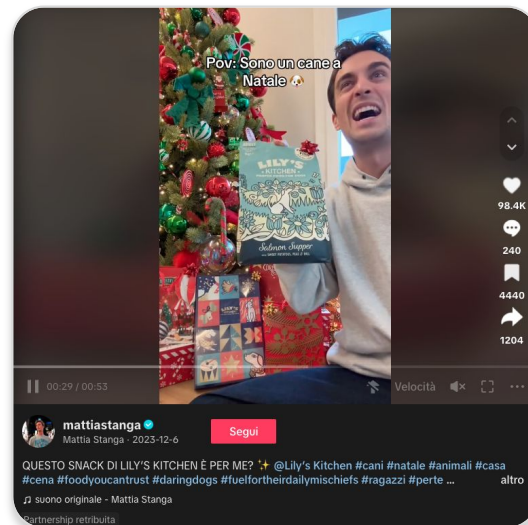
Fonte: Talkwalker

Dicembre

I video sponsored più performanti



CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	118K
	383.8K
	N/D
	4.6K Commenti, 108.1K TikTok Likes, 5.3K TikTok Shares, 4M Visualizzazioni, 383.8K Follower del profilo



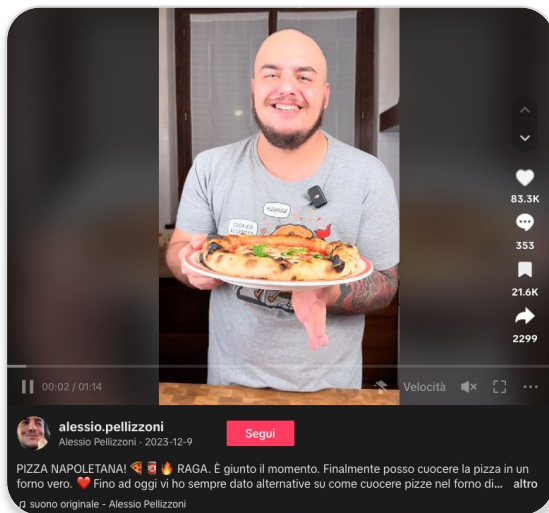
CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	99.2K
	3M
	N/D
	236 Commenti, 97.8K TikTok Likes, 1.2K TikTok Shares, 865.2K Visualizzazioni, 3M Follower del profilo



Fonte: Talkwalker

Dicembre

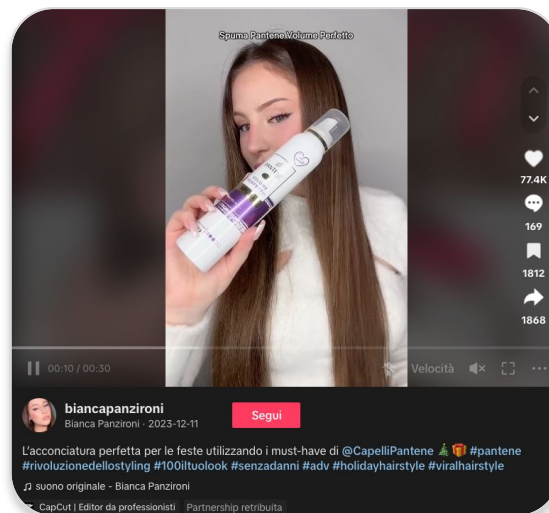
I video sponsored più performanti



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE **81K** ↕️ 1.4M 📄 N/D

332 Commenti, 78.5K TikTok Likes,
2.1K TikTok Shares, 931.8K Visualizzazioni,
1.4M Follower del profilo



CORRISP. ADV TIKTOK

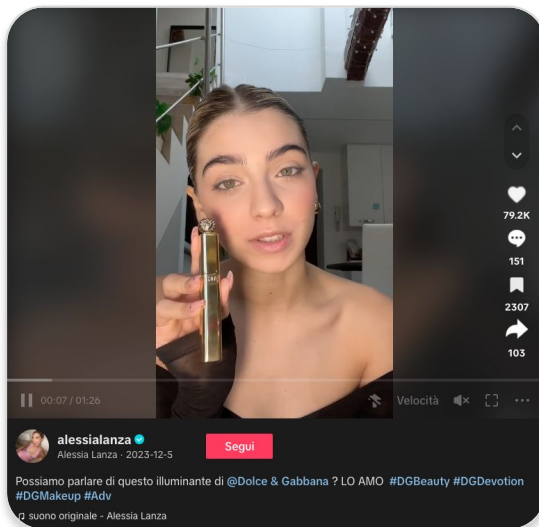
METRICHE **79.4K** ↕️ 187K 📄 N/D

169 Commenti, 77.4K TikTok Likes,
1.9K TikTok Shares, 12.7M Visualizzazioni,
187K Follower del profilo



Dicembre

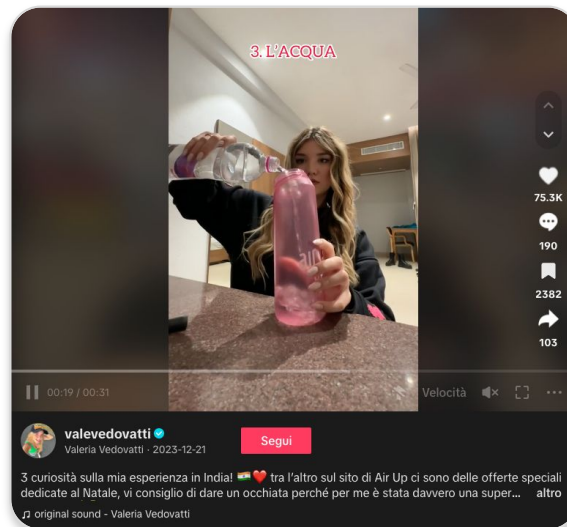
I video sponsored più performanti



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE **77.3K** ↕ 4.3M ↗ N/D

149 Commenti, 77.1K TikTok Likes,
98 TikTok Shares, 667.6K Visualizzazioni,
4.3M Follower del profilo



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE **75.5K** ↕ 2.9M ↗ N/D

190 Commenti, 75.2K TikTok Likes,
102 TikTok Shares, 521.6K Visualizzazioni,
2.9M Follower del profilo



Dicembre

I video sponsored più performanti

70.1K
108
1836
337

00:32 / 00:50

Velocità

federica.scagnetti
Federica Scagnetti · 2023-12-2

Segui

pur di farmi felice Fede ha accettato di farsi insieme a me la tissue mask di @Garnier, ci ho messo un po' a convincerlo, ma dopo mi ha ringraziata e ora ogni volta che viene a casa mia ne vuole... altro

♪ *~☆Super Xmas REMIX!☆~* (1139713) - SK MUSIC

Partnership retribuita

CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE **68.1K** ↕ 2.7M ↗ N/D

109 Commenti, 67.7K TikTok Likes,
329 TikTok Shares, 517K Visualizzazioni,
2.7M Follower del profilo

Se gli oggetti andassero
dallo psicologo
LA PATATINA

60.9K
166
2026
321

00:19 / 00:56

Velocità

mattiastanga
Mattia Stanga · 2023-12-20

Segui

SONO FRAGILE! ✨ @amicachs.official #patatina #psicologo #mangiare #patatine #merenda #festa #problemi #sentimenti #fragilità #ragazzi #perte #neiperte #viral #ad

♪ suono originale - Mattia Stanga

Partnership retribuita

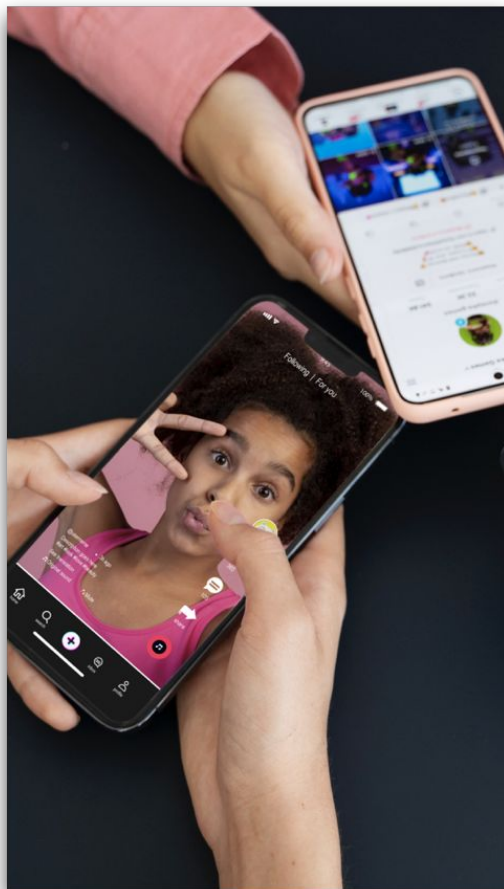
CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE **61.1K** ↕ 3M ↗ N/D

165 Commenti, 60.6K TikTok Likes,
316 TikTok Shares, 414.9K Visualizzazioni,
3M Follower del profilo



Anche a dicembre continua la decrescita, seppur leggera, delle attività di Influencer Marketing su TikTok. Il dato che registra la maggior discesa sono le interazioni generate. Buitoni è il brand più menzionato.



I dati registrati a dicembre stupiscono: in un mese in cui le attività sponsored solitamente aumentano, quest'anno si registra una **discesa**.

I video pubblicati sono **388**, l'8,27% in meno rispetto a novembre; le views **479M** con una decrescita del 5,15%. Le interazioni generate sono il dato che registra la maggior discesa: con **3.9M** si osserva una diminuzione del 18,75%.

Nella top 10 dei video sponsored più performanti del mese spiccano **Daniele Cabras** e **Mattia Stanga**, entrambi con due contenuti.

Nonostante l'hashtag **#Ricettenatalizie** sia tra i più utilizzati nei video sponsored, nella top 10 troviamo solo un contenuto su questo tema con **Alessio Pellizzoni** per Effeuno.





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)"