



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST SPONSORED INSTAGRAM GENNAIO 2024

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.

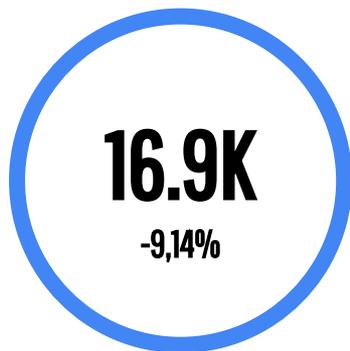




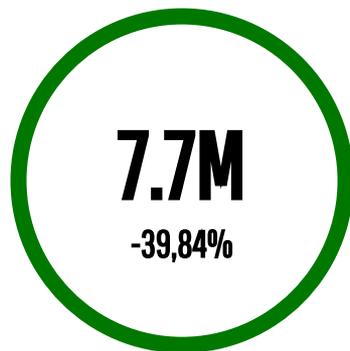
Post Sponsored: quale scenario a Gennaio 2024?

Gennaio

I post nati da collaborazione brand/influencer



Numero post



Interazioni generate

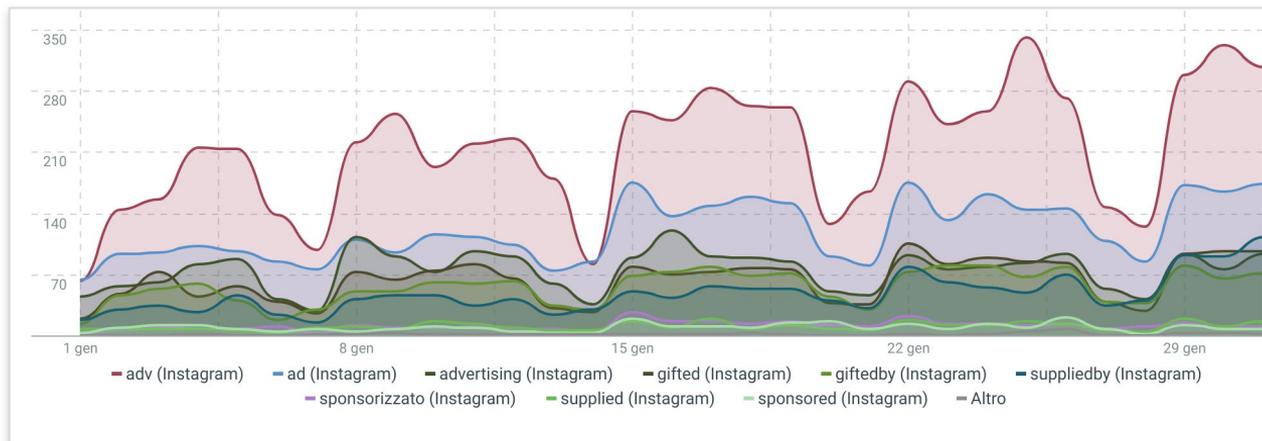
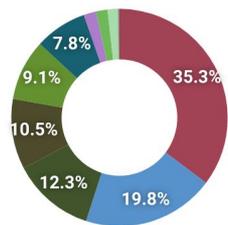


Interazioni per post



Gennaio

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag



Gennaio

Gli hashtag compliant più utilizzati

6.6K

Menzioni

-16,17%

#adv

3.7K

Menzioni

-8,19%

#ad

2.3K

Menzioni

+2,40%

#advertising

| Canali | 1 gen | 8 gen | 15 gen | 22 gen | 29 gen |
|---------------------------|-------|-------|--------|--------|--------|
| adv (Instagram) | 1K | 1.4K | 1.6K | 1.7K | 937 |
| ad (Instagram) | 612 | 695 | 939 | 950 | 511 |
| advertising (Instagram) | 401 | 556 | 569 | 518 | 263 |
| gifted (Instagram) | 304 | 415 | 446 | 511 | 286 |
| giftedby (Instagram) | 259 | 349 | 432 | 452 | 216 |
| suppliedby (Instagram) | 193 | 261 | 328 | 386 | 295 |
| sponsorizzato (Instagram) | 46 | 60 | 111 | 92 | 35 |
| supplied (Instagram) | 49 | 68 | 80 | 83 | 47 |
| sponsored (Instagram) | 55 | 41 | 88 | 74 | 28 |
| Altro | 3 | 12 | 7 | 15 | 8 |

Fonte: Talkwalker



Gennaio

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

4.3M

Interazioni

-39,44%

#adv

1.4M

Interazioni

-65,85%

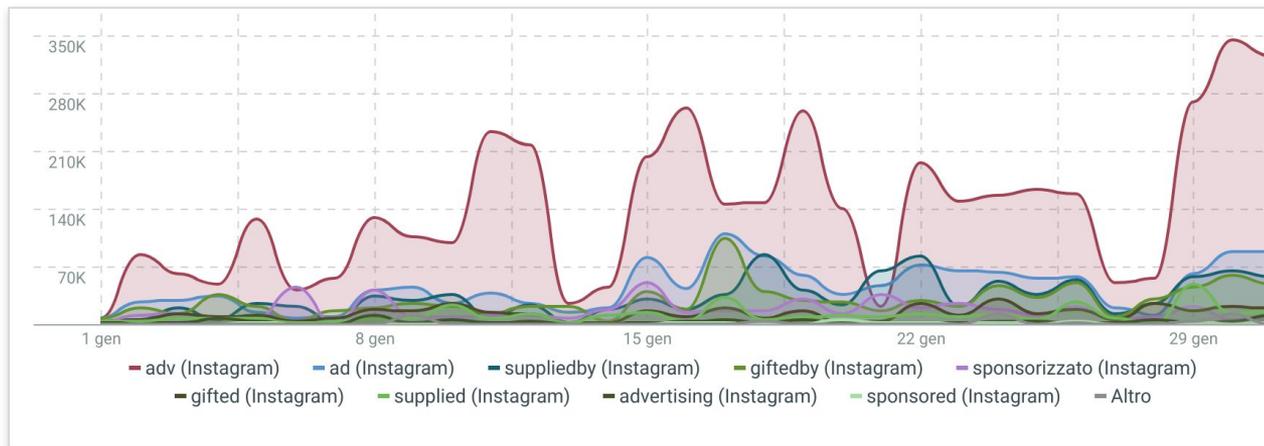
#ad

89.3K

Interazioni

-24,96%

#advertising



Il nuovo anno inizia con una decrescita delle attività di Influencer Marketing. Calano il numero di post realizzati e soprattutto le relative performance.

#adv rimane l'hashtag più utilizzato nelle attività collab.



Le attività con influencer e brand continuano a **decrescere**: a Gennaio calano non solo il numero di post realizzati ma anche le relative performance.

I post sponsored pubblicati questo mese sono stati **16.9K**, il 9,14% in meno rispetto a Dicembre; le interazioni per post sono state **456** (-33,79%). Le interazioni totali, invece, con **7.7M**, sono state il dato che ha registrato la maggior discesa con una **diminuzione del 39,84%** rispetto al mese precedente.

#adv questo mese è stato utilizzato 6.6K volte le quali hanno generato 4.3M interazioni: anche se i numeri sono in calo rispetto ai mesi precedenti, continua ad essere l'hashtag più utilizzato nelle attività di influencer marketing.



I post sponsored
con maggiori interazioni



Gennaio

I post sponsored più performanti



alessialanza • Segui

alessialanza • 3 sett
buongiorno con @intimissiofficial
#Intimissimi #intimissimigirls #adv

Meta Verified

emilypallini • 3 sett
👍👍👍👍

Mi piace: 78 Rispondi

Visualizza tutte le 1 risposte

intimissiofficial • 3 sett
Buongiorno

Mi piace: 6 Rispondi

Visualizza tutte le 1 risposte

salvatoresardo_official • 3 sett
Ma quant sii Bell Alessia!!

Mi piace a 244.531 persone
16 gennaio

CORRISP. adv

METRICHE **167.8K** ↕ N/D ↗ 0/10

167.6K 'Mi piace' di Instagram, 245 Commenti



calciatoribrutti • Segui già

calciatoribrutti • 4 sett
Ogni tanto ci penso. E sapete quando?
Quando per strada qualche raro bambino che ci gioca ancora, fa finire il pallone lontano, verso di me, e grida: "palla!"
Ecco, quando quel pallone arriva fra i miei piedi, ci penso.
Penso a quando i problemi erano gli amici che si sedevano sul pallone e lo deformavano.
O quando alla tedesca eri in porta e ti facevano perdere tutti i punti con il gol di spalla/ginocchio (si cambiavano sempre le regole).
E poi... che dramma. Che dramma quando il Super Santos e il Super Tele si foravano o sgonfiavano.
Dio, quanti ne ho comprati.

Mi piace a 114.070 persone
15 gennaio

CORRISP. adv

METRICHE **84.5K** ↕ N/D ↗ 0/10

84.4K 'Mi piace' di Instagram, 104 Commenti



Gennaio

I post sponsored più performanti



HANNO FATTO UN FILM SULLA NAZIONALE CHE HA PERSO 31-0: "CHI SEGNA VINCE", LA STORIA DELLA PEGGIOR NAZIONALE DI SEMPRE.

calciatoribrutti • Segui già

calciatoribrutti • 4 sett
31-0 contro l'Australia alle qualificazioni mondiali 2002 (la peggior sconfitta di una nazionale di calcio della storia) e imbarcate di gol ad ogni sacrosanta partita. Praticamente come il San Marino, ma molto molto peggio.

Stiamo parlando della storia (vera) della nazionale delle Isole Samoa Orientali, un arcipelago del Pacifico da 65mila abitanti e protagonista di "Chi segna vince", il film in uscita al cinema oggi 11 Gennaio.

La trama è incentrata su 'sti poveri cristi che non solo continuano a perdere e stra-perdere, ma come se non bastasse hanno un altro record negativo: quello che in tutta la loro

Placcia a 84.019 persone
11 gennaio

CORRISP. adv

METRICHE 61.6K N/D 0/10

61.5K 'Mi piace' di Instagram, 146 Commenti



vallibeatrice e marcofantini_mf • Segui già

vallibeatrice • 3 sett
La scelta dei colori della palette @kerakoll è stata entusiasmante, ma non vi dico quando ci siamo lanciati nella decorazione delle pareti! 😍 Io ed il Marchini ovviamente non potevamo tirarci indietro...è stato un momento che conserveremo per sempre nel nostro cuore 🍷🏠 @kerakoll_design #Kerakoll #KerakollDesign #ColorCollection #suppliedby

Meta Verified ✓

carla_bianco • 3 sett
Stupenda 🍷🏠

Mi piace: 2 Rispondi

Placcia a 70.640 persone
18 gennaio

CORRISP. suppliedby

METRICHE 58.3K N/D 0/10

58.1K 'Mi piace' di Instagram, 205 Commenti



Gennaio

I post sponsored più performanti

7 CALCIATORI BRAVI E PER BENE

MALDINI BECKHAM PEROTTI STATHAM

DYBALA KAKA MULLER SON

A CUI È SALITA LA SCIABBARABBA E HANNO FATTO FALLI DA CRIMINALI

calciatoribrutti • Segui già

calciatoribrutti • Elemento modificato • 4 sett

Tutti noi calciatori non ce lo saremmo mai aspettati.

Questa è la squadra che potrebbe allenare quello sfascia-zigomi di Jason Statham, protagonista del film 'The Beekeeper', uscito al cinema questa settimana.

@leonofilmgroup @01distribution #adv #calcio #calcioitaliano

Meta Verified

rickydp 4 sett
Maldini tra i "bravi e per bene" anche no, ma forse vi riferite

12 gennaio

Piace a 83.426 persone

CORRISP. adv

METRICHE **55.8K** ↕ N/D ↗ 0/10

55.6K 'Mi piace' di Instagram, 166 Commenti

Real Madrid logo

cronache_di_spgli_atoio • Segui già

cronache_di_spgli_atoio • 3 sett

Scenderanno in campo domani sera con Real Madrid e Napoli, ma non solo: vestiranno entrambi le nuovissime adidas Predator 24! @adidasita #ad

Meta Verified

nicola_conversa 3 sett
Lo zio di Rimini

5 Mi piace: 19 Rispondi

adidasita 3 sett
DNA PREDATOR

89 Mi piace: 89 Rispondi

Visualizza tutte le 2 risposte

17 gennaio

Piace a 58.976 persone

«COS'HANNO IN COMUNE GIACOMO

CORRISP. ad

METRICHE **55.4K** ↕ N/D ↗ 0/10

55.2K 'Mi piace' di Instagram, 195 Commenti



Gennaio

I post sponsored più performanti



calciatoribrutti • Segui già

calciatoribrutti • 3 sett
Alla fine, e almeno per il momento, Simone Pafundi ha deciso di andarsene. Come riportato dai media nazionali, il giovanissimo classe 2006 dell'Udinese andrà in prestito al Losanna (in Svizzera) per i prossimi 12 mesi. A farsi le ossa, si dice.

L'impressione però è che questo ragazzo, in un periodo storico in cui a livello di nazionale i risultati un po' scarseggiano e i settori giovanili faticano come mai in passato, un talento di questo tipo poteva forse essere gestito diversamente. La giovane età gli permetterà senza dubbio di brillare in futuro, di tempo ce n'è tantissimo. Eppure questa sua partenza lascia un po' l'amaro in bocca. La qualità le ha fatto da...

Forse l'Italia ha creduto poco in Simone Pafundi.

Piace a 63.969 persone
20 gennaio

CORRISP.

adv

METRICHE

47.9K

N/D

0/10

47.5K 'Mi piace' di Instagram, 423 Commenti



stefanodemartino • Segui

stefanodemartino • 4 sett
Lago di Como @paulandshark #followtheshark #adv

Meta Verified ✓

giorgiababy_ • 4 sett
Boom
Rispondi

giorgiababy_ • 4 sett
Rispondi

beppe_angiolini • 4 sett
Mi piace: 4
Rispondi

Visualizza tutte le 4 risposte

Piace a 77.912 persone
12 gennaio

CORRISP.

adv

METRICHE

46.1K

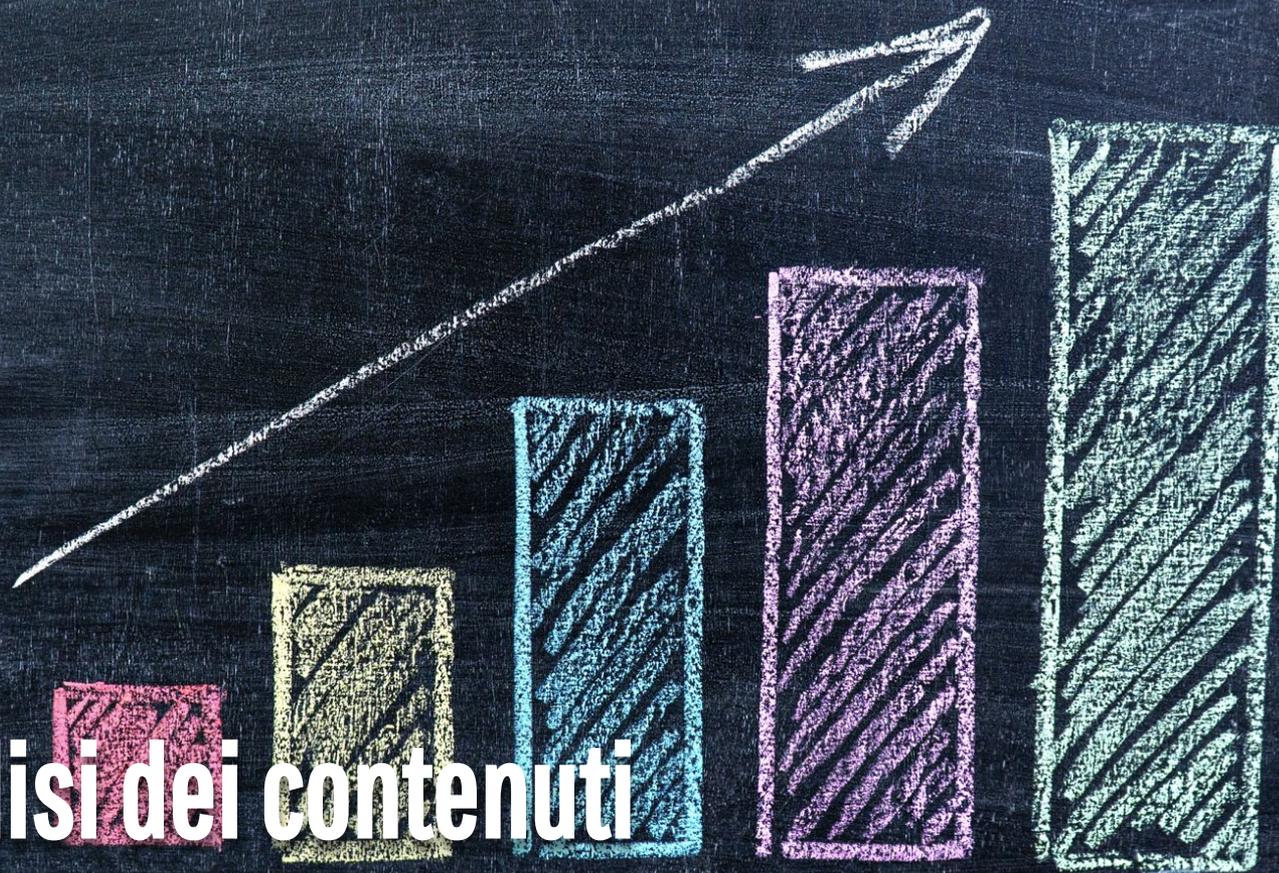
N/D

0/10

45.5K 'Mi piace' di Instagram, 560 Commenti



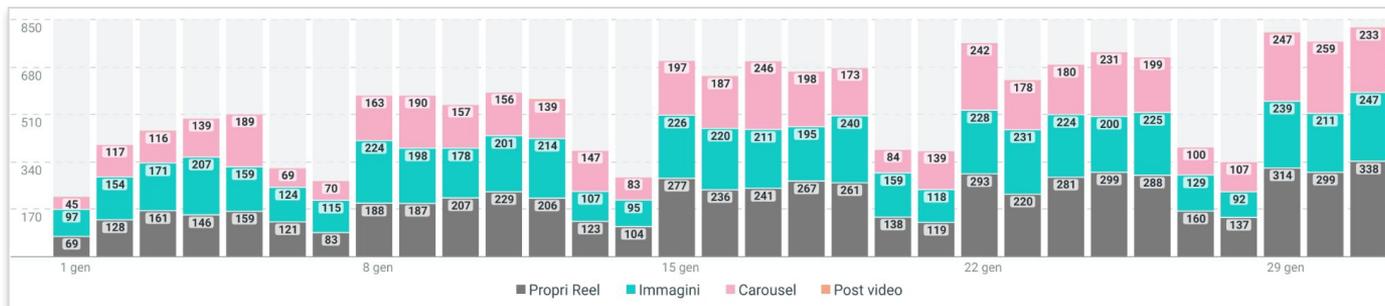
Analisi dei contenuti



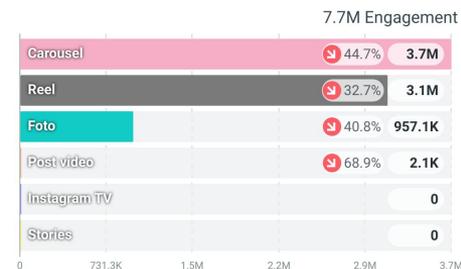
Gennaio

Tipologia formati e performance

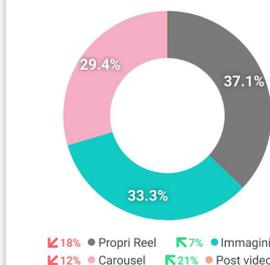
ATTIVITÀ



TIPO DI POST CON PIÙ ENGAGEMENT



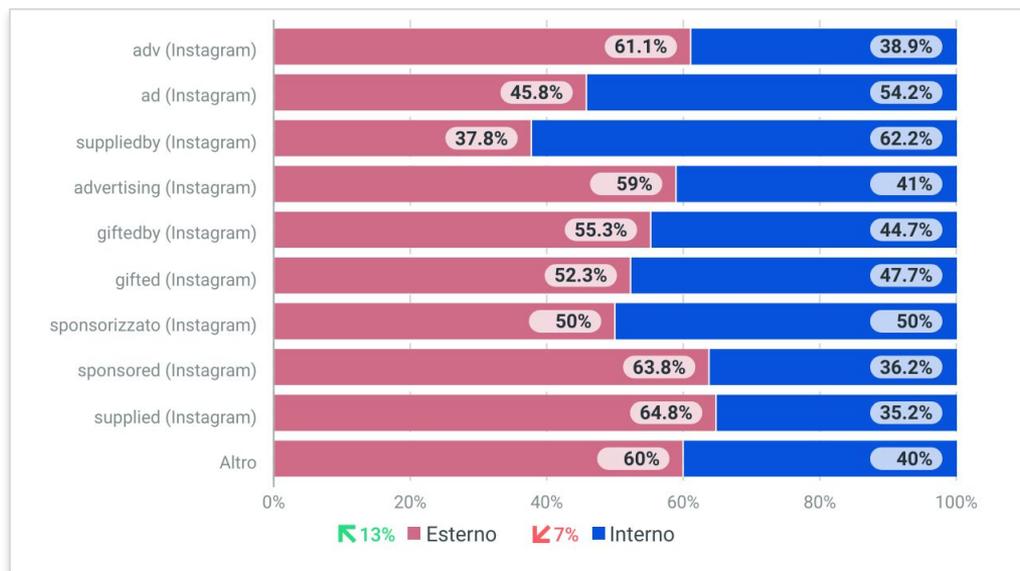
DISTRIBUZIONE DEI TIPI DI POST



Fonte: Talkwalker

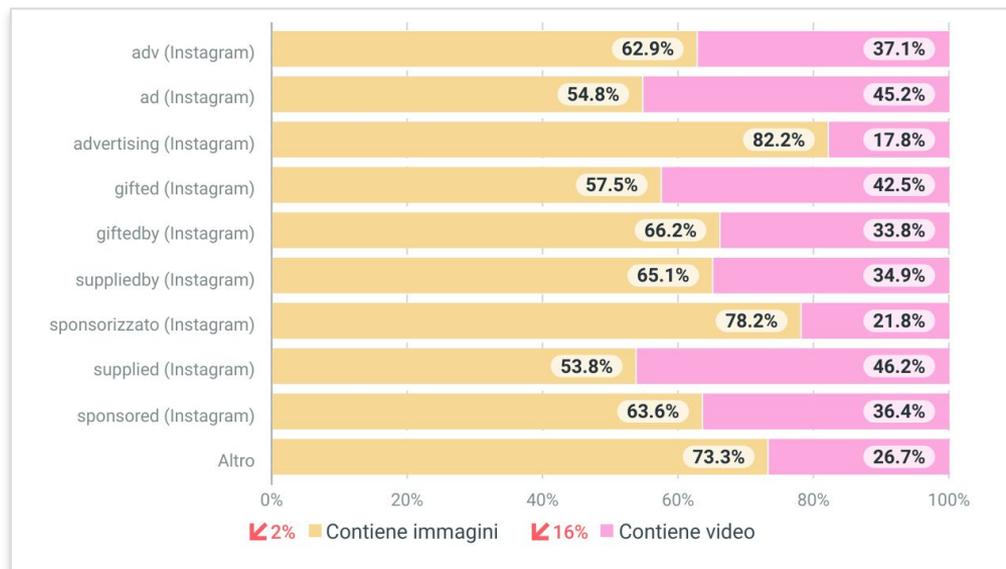
Gennaio

Analisi immagini



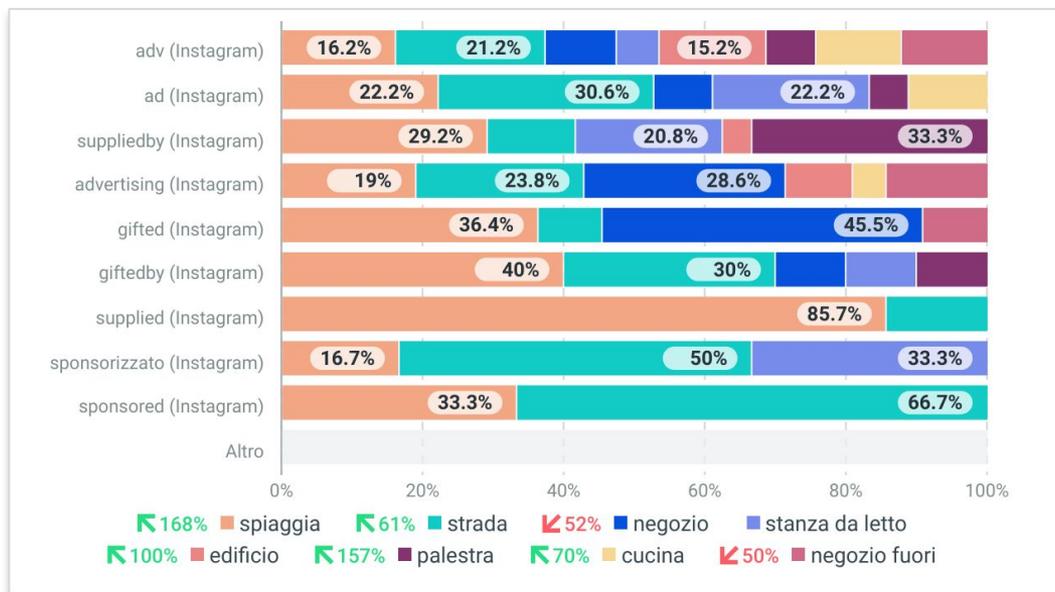
Gennaio

Analisi immagini



Gennaio

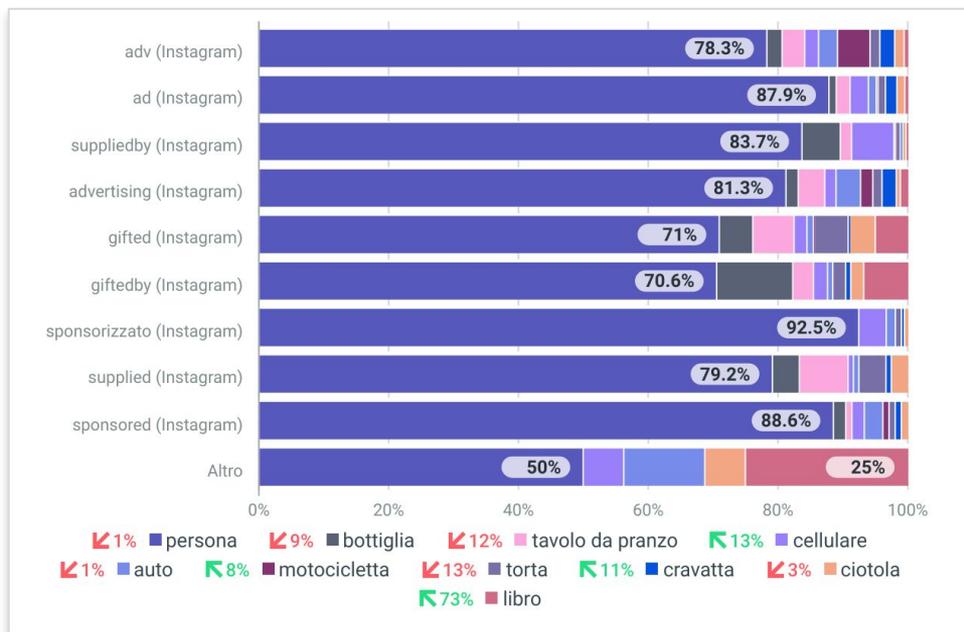
Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

Gennaio

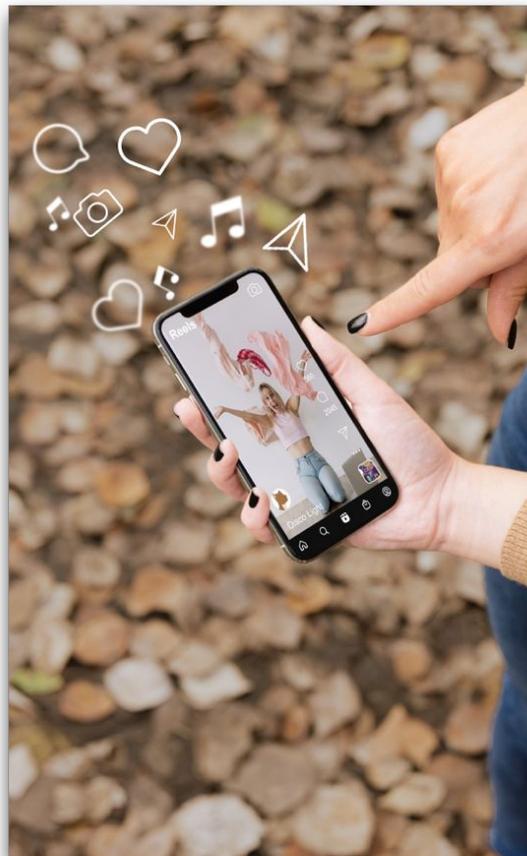
Analisi immagini



CALCIATORIBRUTTI si
prende la scena di
Gennaio con 4 post su 10
nella top 10 dei collabs
più performanti del
mese.

Al primo posto Alessia
Lanza.

Il **Carousel** rimane il
formato più ingaggiato
per la attività sponsored.



Lo scorso mese ci eravamo lasciati con la curiosità di vedere l'impatto del caso "Ferragni-Balocco" nella top 10 dei post più performanti del mese. A Gennaio, dunque, le molte posizioni che occupava Chiara Ferragni con i suoi contenuti sponsored, sono state ricoperte dalla pagina **CalciatoriBrutti** che si prende il primato del mese con 4 post su 10. Tanto sport quindi, alternato da fashion (con Alessia Lanza che occupa la prima posizione, e Stefano De Martino), home, telefonia e food.

Lato formati, il **Carousel** rimane sempre il formato più performante nelle attività con brand e influencer, mentre il **Reel** quello più utilizzato, seguito dalle **immagini**.



Key Insight





Conclusioni

A Gennaio continua la **decrescita delle attività di Influencer Marketing**, questo mese a diminuire non sono solo il numero di post pubblicati ma anche le relative performance.

Nella top 10 dei post più performanti del mese primeggia **CalciatoriBrutti** con 4 post su 10 che rimpiazza l'assenza di Chiara Ferragni. Alessia Lanza, in prima posizione, inizia a dominare anche su Instagram.

I **Carousel** rimangono il formato più ingaggiante per le attività con influencer, seguiti da Reel e immagini. Lato utilizzo invece, seppur la distribuzione è abbastanza omogenea, vincono i **Reel**.





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)"