



OSSERVATORIO  
NAZIONALE  
INFLUENCER  
MARKETING

**SCENARIO ED EVOLUZIONE  
DEI POST SPONSORED TIKTOK  
FEBBRAIO 2024**

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, wearing a black beanie, sunglasses, and a yellow sweater, is holding a white smartphone in his right hand and adjusting his sunglasses with his left hand. The background is a dark, textured grey.

**Video Sponsored:  
quale scenario a Febbraio 2024?**

---



Febbraio

## I video nati da collaborazione brand/influencer

**407**

+116,49%

**Numero video**

**6.3M**

+215%

**Interazioni generate**

**515.7M**

+139,86%

**View**



Febbraio

## Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#ad #adv #Sanremo2024  
#ricettefacili #cliniqueitalia  
#Adv #makeup #skincare #perte  
#suppliedby #fattoincasadabenedetta #sanremo2024  
#NIVEA #ricetta #benedettarossi #gifted #GoodFood  
#LabelloStudios #ricettafacile #kissflag  
#videoricetta #ricettaveloce #ADV #recipe



Febbraio

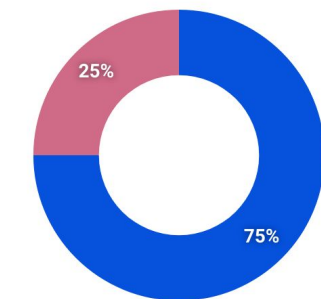
## Brand menzionati nei video Sponsored



Febbraio

# TikTok Analisi Visual

## SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



↖ 186% • Interno ↗ 163% • Esterno

## TOP OGGETTI

345 Risultati





Febbraio

# Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Rete	Post 	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 <b>Benedetta Rossi</b> <a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>		19		15M	789.2K	81.4K	4.3K
 <b>chefincamicia</b> <a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>		8		9.6M	1.2M	6.6K	822
 <b>Luca.Buttiglieri</b> <a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>		8  166.7%		3.5M  166.7%	438K	51.9K  -15.6%	6.5K  -68.3%
 <b>Giuseppe Healthy</b> <a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>		7  -12.5%		2.8M  -9.7%	403.3K  3.2%	161.1K  2.6K%	23K  3K%
 <b>Reeve</b> <a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>		7  600%		7.7M  600%	1.1M	245.7K  17.5K%	35.1K  2.4K%
 <b>Blondiemoustache</b> <a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>		6		1.6M	265.8K	57.4K	9.6K
 <b>Carlotta Fiasella Garbarino</b> <a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>		6  100%		12.8M  103.2%	2.1M  1.6%	255.5K  -7.8%	42.6K  -53.9%
 <b>FantaSanremo</b> <a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>		6  200%		1.2M  211.2%	200.7K  3.7%	25.9K  884.7%	4.3K  228.2%
 <b>GianpaoloGolden</b> <a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>		6  200%		15M  200%	2.5M	57.9K  168.7%	9.6K  -10.4%
 <b>Ginevra Salustri</b> <a href="http://www.tiktok.com/">http://www.tiktok.com/</a>		6  500%		3.6M  502.3%	597K	37.6K  1.4K%	6.3K  145.3%



Fonte: Talkwalker

Febbraio

# I video sponsored più performanti

@alessialanza x NIVEA



CORRISP. ADV TIKTOK  
METRICHE **195.4K** ↕ 4.3M ↗ N/D  
268 Commenti, 194.8K Mi piace su TikTok,  
341 Condivisioni TikTok, 7.5M Visualizzazioni,  
4.3M Follower del profilo

@alessiamorelli x  
Diego Dalla Palma



CORRISP. ADV TIKTOK  
METRICHE **138.8K** ↕ 495.4K ↗ N/D  
632 Commenti, 134.5K Mi piace su TikTok,  
3.6K Condivisioni TikTok, 1.4M Visualizzazioni,  
495.4K Follower del profilo

@giuseppe\_healthy x FAGE



CORRISP. ADV TIKTOK  
METRICHE **122.3K** ↕ 398.1K ↗ N/D  
648 Commenti, 96.6K Mi piace su TikTok,  
25.1K Condivisioni TikTok, 3.8M Visualizzazioni,  
398.1K Follower del profilo

@sonosempreiris x  
Unieuro e Polizia di Stato



CORRISP. ADV TIKTOK  
METRICHE **114.3K** ↕ 1.8M ↗ N/D  
2.4K Commenti, 111.6K Mi piace su TikTok,  
264 Condivisioni TikTok, 764.1K Visualizzazioni,  
1.8M Follower del profilo

@ceciliacantarano x NIVEA



CORRISP. ADV TIKTOK  
METRICHE **113.9K** ↕ 3.4M ↗ N/D  
52 Commenti, 113.8K Mi piace su TikTok,  
94 Condivisioni TikTok, 7.1M Visualizzazioni,  
3.4M Follower del profilo

# Febbraio I video sponsored più performanti

@danythegaggio x TikTok



CORRISP. ADV TIKTOK  
 METRICHE **104.9K** ↕ 4.1M ↗ N/D  
 280 Commenti, 104.5K Mi piace su TikTok,  
 143 Condivisioni TikTok, 1.4M Visualizzazioni,  
 4.1M Follower del profilo

@sayreevee x TikTok



CORRISP. ADV TIKTOK  
 METRICHE **104K** ↕ 1.1M ↗ N/D  
 205 Commenti, 103.5K Mi piace su TikTok,  
 328 Condivisioni TikTok, 1.3M Visualizzazioni,  
 1.1M Follower del profilo

@valevedovatti x NIVEA



CORRISP. ADV TIKTOK  
 METRICHE **103.8K** ↕ 2.9M ↗ N/D  
 137 Commenti, 103.4K Mi piace su TikTok,  
 227 Condivisioni TikTok, 6.4M Visualizzazioni,  
 2.9M Follower del profilo

@dilettasecco x Alpro



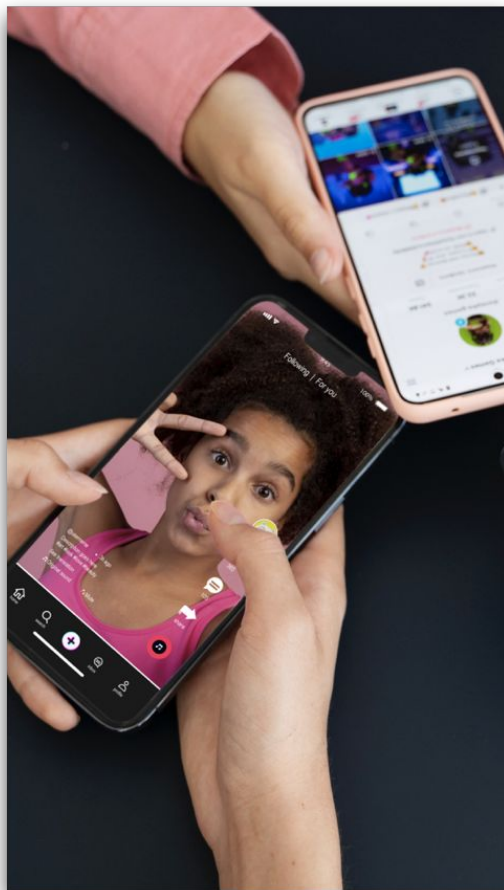
CORRISP. ADV TIKTOK  
 METRICHE **99K** ↕ 1.4M ↗ N/D  
 289 Commenti, 93.4K Mi piace su TikTok,  
 5.3K Condivisioni TikTok, 7.7M Visualizzazioni,  
 1.4M Follower del profilo

@ceciliacantarano x NIVEA



CORRISP. ADV TIKTOK  
 METRICHE **94.4K** ↕ 3.4M ↗ N/D  
 184 Commenti, 94.1K Mi piace su TikTok,  
 160 Condivisioni TikTok, 8.3M Visualizzazioni,  
 3.4M Follower del profilo

//  
**Enorme balzo in avanti per le attività di Influencer Marketing su TikTok: dopo la drastica riduzione del mese precedente, a Febbraio, i dati analizzati crescono esponenzialmente. NIVEA domina la top 10 dei video più performanti.**



A Febbraio le attività di Influencer Marketing tornano finalmente a crescere in piattaforma: **sorprendenti le variazioni registrate.**

I video collab pubblicati sono 407, il **116,49%** in più rispetto a Gennaio. La crescita delle views sfiora il +140% con 515.7M. Il dato che sorprende di più sono le interazioni: 6.3M, **+215%** rispetto al mese precedente.

La top 10 dei video sponsored più performanti del mese è dominata da **NIVEA** che, con **Alessia Lanza**, **Cecilia Cantarano** e **Valeria Vedovatti**, ottiene 4 posizioni su 10. Rispetto a Instagram, nella classifica di questa piattaforma i video collab a **Sanremo** non sono molti: solo 2 su 10 con **Daniele Cabras** e **Reeve**. Assente dalla classifica **Mattia Stanga**.





# 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](http://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)"