



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST SPONSORED INSTAGRAM MARZO 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 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 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 Marzo 2024?



Marzo

I post nati da collaborazione brand/influencer

22.8K

+8,06%

Numero post

11.5M

-5,74%

Interazioni generate

504

-12,77%

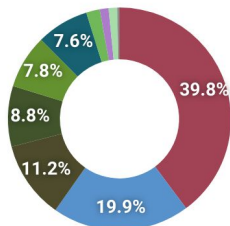
Interazioni per post



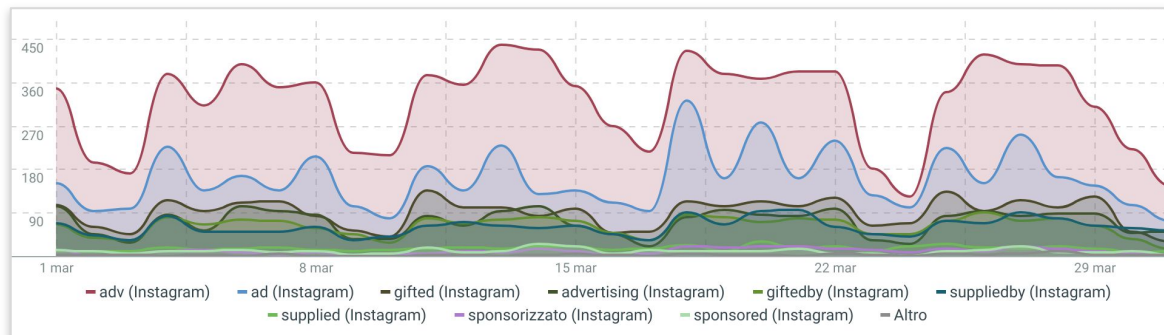
Marzo

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag

RIPARTIZIONE PER PROFILO



- 2% ● adv (Instagram)
- 4% ● ad (Instagram)
- 4% ● gifted (Instagram)
- 14% ● advertising (Instagram)
- 1% ● giftedby (Instagram)
- 1% ● suppliedby (Instagram)
- 2% ● supplied (Instagram)
- 47% ● sponsorizzato (Instagram)
- 10% ● sponsored (Instagram)
- 11% ● Altro



Marzo

Gli hashtag compliant più utilizzati

9.8K

Menzioni

+10,11%

#adv

4.9K

Menzioni

+11,36%

#ad

2.2K

Menzioni

-4,35%

#advertising

Canali	26 feb	4 mar	11 mar	18 mar	25 mar
adv (Instagram)	711	2.2K	2.4K	2.2K	2.2K
ad (Instagram)	341	1.1K	1K	1.4K	1.1K
gifted (Instagram)	209	607	620	684	646
advertising (Instagram)	178	489	468	499	536
giftedby (Instagram)	135	424	459	480	430
suppliedby (Instagram)	144	367	391	488	480
supplied (Instagram)	29	99	118	129	110
sponsorizzato (Instagram)	18	46	56	116	81
sponsored (Instagram)	28	58	95	53	69
Altro	7	10	15	20	30



Fonte: Talkwalker

Marzo

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

6.7M

Interazioni

-9,46%

#adv

1.9M

Interazioni

-13,64%

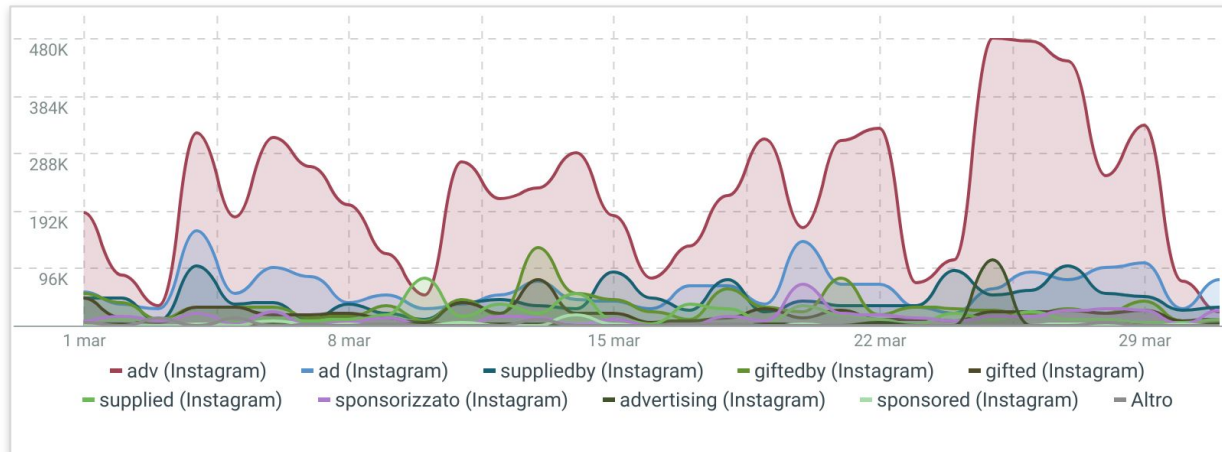
#ad

147.5K

Interazioni

-30,33%

#advertising



“Più contenuti sponsored ma meno engagement: a marzo cresce il numero di post nati in collaborazione con brand e influencer ma diminuiscono le performance. #gifted è il terzo hashtag più utilizzato.”



Le attività di Influencer Marketing questo mese crescono per quantità ma diminuiscono per performance.

22.8K sono i post sponsored pubblicati, l'8% in più rispetto a Febbraio. Le interazioni totali si attestano su **11.5M**, diminuendo quasi del **6%**, mentre le interazioni per post diminuiscono addirittura del **12,77%** fermandosi a quota **504**.

Gli hashtag più utilizzati nei contenuti con influencer e brand sono **#adv** (39,8%), **#ad** (19,9%) e **#gifted** (11,2%). In particolare **#adv** è stato utilizzato in 9.8K contenuti, staccando nettamente gli altri (**#ad** è in seconda posizione con 4.9K contenuti).

Anche lato engagement domina **#adv** nonostante le performance in calo rispetto al mese precedente (-9,46%).

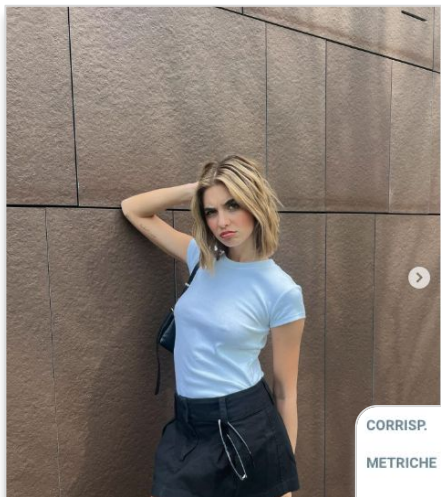


I post sponsored
con maggiori interazioni



Marzo

I post sponsored più performanti



Instagram post by **alessialanza** (verified). The image shows a woman with blonde hair wearing a light blue t-shirt and dark pants, leaning against a wall. The post includes a sponsored tag for L'Oréal Pro and mentions a hairdresser. It has 2571 likes and 306 comments.

alessialanza • Segui

alessialanza • Elemento modificato • 3 sett
possiamo soffermarci sulla piega ?
perché secondo me piega n.1 del 2024
@lorealpro @grant_hairdresser
#MetalDetox #adv

Per te

sirsi_ 3 sett
Difficile soffermarsi sulla piega,
ma se vuoi ci proviamo
Mi piace: 2571 Rispondi

Visualizza tutte le 13 risposte

riphuda 3 sett
carina dai!! carina!

CORRISP. adv

METRICHE 142.7K N/D 0/10

142.4K 'Mi piace' di Instagram, 306 Commenti



Instagram post by **belenrodriguezreal** (verified). The image shows a woman in a white lace bralette and underwear posing in front of a door. The post includes a sponsored tag for Intimissimi and mentions Belencita. It has 124 likes and 1.9K comments.

belenrodriguezreal • Segui già

belenrodriguezreal • Elemento modificato • 3 sett
La primavera, la rinascita, la luce.....
che ne dite? Vi piace?
@intimissimiofficial
#intimissimi #intimissimigirls #adv

Meta Verified

jessica_mascheroni 3 sett
Disegnata Belencita bella 🥰🥰🥰
Mi piace: 27 Rispondi

Visualizza tutte le 1 risposte

intimissimiofficial 3 sett
Benvenuta, primavera 🌸
Mi piace: 124 Rispondi

CORRISP. adv

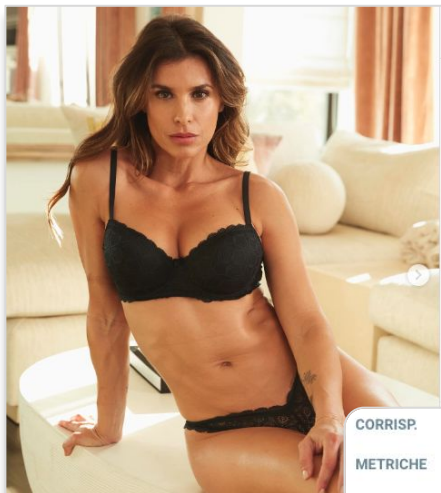
METRICHE 126.2K N/D 0/10

124.4K 'Mi piace' di Instagram, 1.9K Commenti



Marzo

I post sponsored più performanti



littlecrumb_ • Segui

littlecrumb_ 6 sett
The Perfect Bra: Sofia balconette, makes me feel comfortable every day.

Il reggiseno perfetto: Sofia balconette, da sempre il mio modello preferito.

@intimissimiofficial #adv
#intimissimi #intimissimigirls

Per te ▾

intimissimiofficial 6 sett
Mi piace: 14 Rispondi

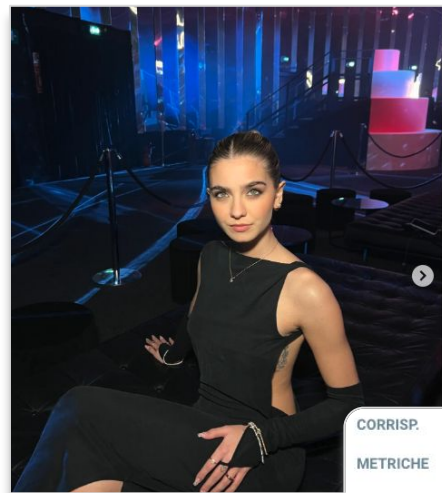
Visualizza tutte le 2 risposte

lucastefanelli 6 sett
Buongiorno buongiorno 🍌❤️⚡

CORRISP. adv

METRICHE 102.3K ↕ N/D ↗ 0/10

101.2K 'Mi piace' di Instagram, 1.1K Commenti



alessialanza • Segui

alessialanza 4 sett
3h di preparazione per il compleanno di @dodojewels, ma direi che ne è valsa la pena

#DoDoJewels #30YearsOfDoDo #adv

Per te ▾

mattia_stanga 3 sett
Mi piace: 13 Rispondi

Visualizza tutte le 1 risposte

emilypallini 4 sett
Mi piace: 51 Rispondi

Visualizza tutte le 1 risposte

CORRISP. adv

METRICHE 98.4K ↕ N/D ↗ 0/10

98.2K 'Mi piace' di Instagram, 176 Commenti



Marzo

I post sponsored più performanti



chiaracandym e chefdamianocarrara
Lucca

chiaracandym 5 sett
Per par condicio, dopo esserci vestiti entrambi di rosa ora ci siamo messi in azzurro! 💙💜 Secondo voi sarà fiocco azzurro o rosa? 🤔 #giftedby @falconeriofficial #pregnancydiary #baby

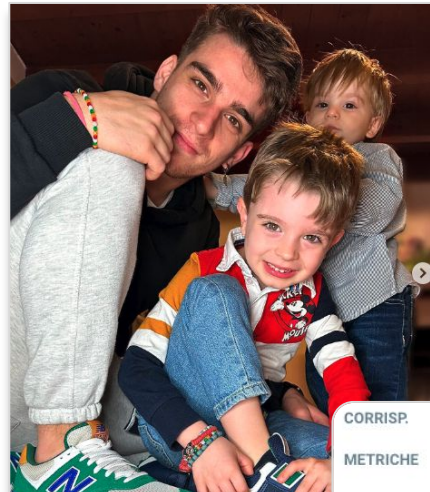
gabrieleleleccorsi 5 sett
Auguri!!!
Mi piace: 111 Rispondi

stemirabe 5 sett
Un'altra femmina ❤️

CORRISP. giftedby

METRICHE 95.5K ↕ N/D ↗ 0/10

93.6K 'Mi piace' di Instagram, 1.9K Commenti



unmoderated.ivanhoe e quellogiusto.it

unmoderated.ivanhoe 4 sett
Quest'anno per la festa del papà, io, Jasper e Ethan abbiamo deciso di regalarci delle nuove #NewBalance abbinate.

Dove le abbiamo prese?
Andate su quellogiusto.it o fate un salto nei loro negozi 🛍️👉

@quellogiusto.it
#festadelpapà
#adv

ruggeroricciofficial 4 sett
Auguri siete troppo belli 🥰🥰🥰

CORRISP. adv

METRICHE 88.8K ↕ N/D ↗ 0/10

88.7K 'Mi piace' di Instagram, 184 Commenti



Marzo

I post sponsored più performanti



Marzo

I post sponsored più performanti



Instagram post by **beatrice.arnera e andreapanpers** (Audio originale). The image shows a woman in a grey t-shirt and black pants standing in a room with bookshelves. The caption reads: "Tutti pensano a cambiare il mondo, ma nessuno pensa a cambiare se stesso". Se solo Tolstoj avesse conosciuto Andrea sarebbe partito dal ripiano dei suoi cimeli inutili. 🤔. The post includes the hashtag #wallapop and the tag @wallapop.it. The post is sponsored by **adv**. The metrics show 78.1K likes and 0/10 shares. The text "quelle che non ti ricordi le vendo su Wallapop" is overlaid on the image.

beatrice.arnera e andreapanpers
Audio originale

beatrice.arnera
Elemento modificato • 2 sett

"Tutti pensano a cambiare il mondo, ma nessuno pensa a cambiare se stesso". Se solo Tolstoj avesse conosciuto Andrea sarebbe partito dal ripiano dei suoi cimeli inutili. 🤔

@wallapop.it #adv #wallapopitaly #wallapop #wallapoplovers

Per te ▼

nevaleoni • 2 sett
Claudio mi divorzia subito

Mi piace: 1522 Rispondi

Visualizza tutte le 16 risposte

CORRISP. adv

METRICHE 78.1K N/D 0/10

77.2K 'Mi piace' di Instagram, 867 Commenti



Instagram post by **giulialvalentina** (Singapore). The image shows a woman in a black top and red skirt sitting on a bench in front of a large, modern building with a glass facade. The caption reads: "throwback & fun fact 🇸🇬: Singapore è anche conosciuta come 'Garden City'. Nel 1992 è nato il Singapore Green Plan, un progetto mirato a far crescere il verde della città insieme alla sua economia. Non si tratta solo di serre e giardini botanici; molti dei suoi grattacieli sono ricoperti da piante. Si dice 'l'erba del vicino è sempre più verde', se il tuo vicino abita a Singapore è probabilmente vero. @visit_singapore #VisitSingapore #PassionMadePossible #adv". The post is sponsored by **adv**. The metrics show 62.6K likes and 0/10 shares.

giulialvalentina • Segui
Singapore

giulialvalentina • 3 sett
throwback & fun fact 🇸🇬: Singapore è anche conosciuta come "Garden City". Nel 1992 è nato il Singapore Green Plan, un progetto mirato a far crescere il verde della città insieme alla sua economia. Non si tratta solo di serre e giardini botanici; molti dei suoi grattacieli sono ricoperti da piante. Si dice "l'erba del vicino è sempre più verde", se il tuo vicino abita a Singapore è probabilmente vero. @visit_singapore #VisitSingapore #PassionMadePossible #adv

Per te ▼

vale.mannino • 3 sett

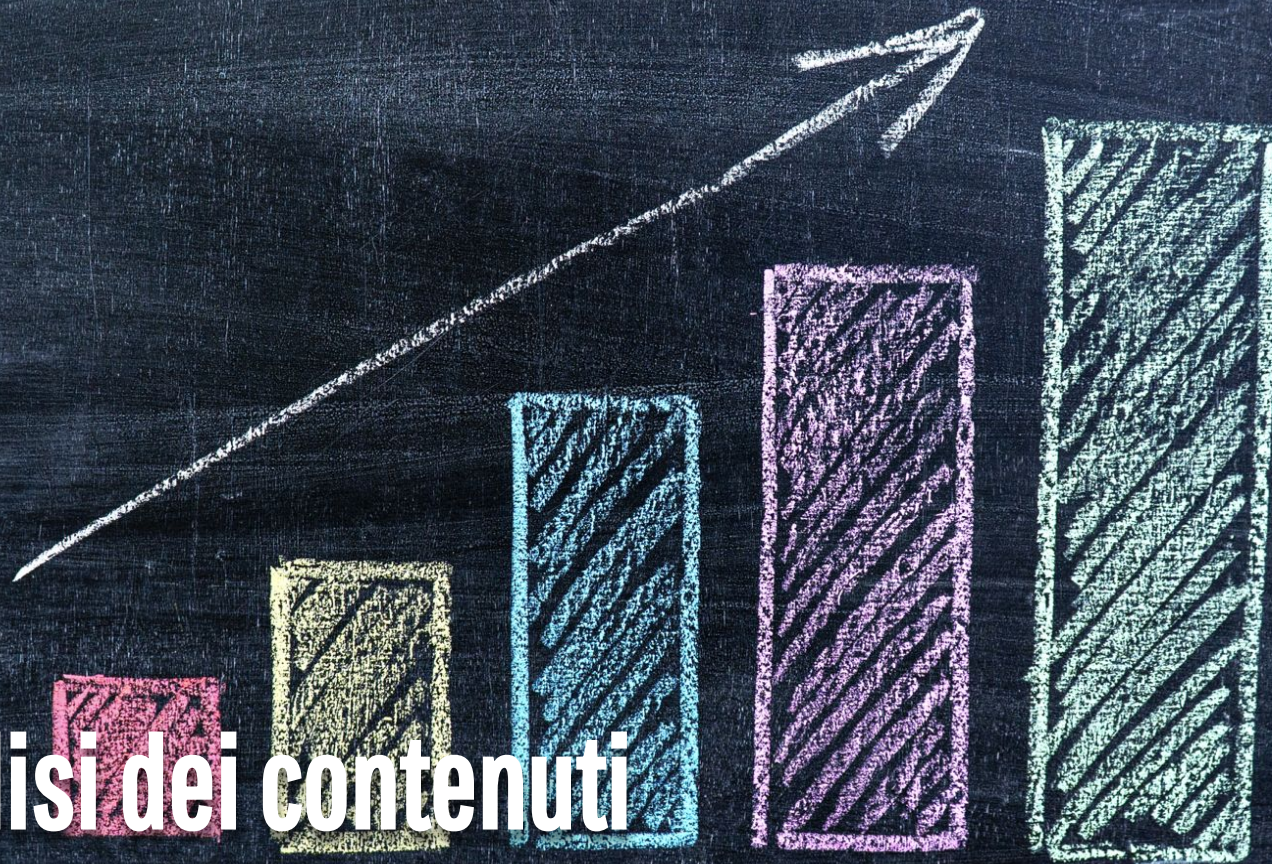
CORRISP. adv

METRICHE 62.6K N/D 0/10

62.5K 'Mi piace' di Instagram, 85 Commenti

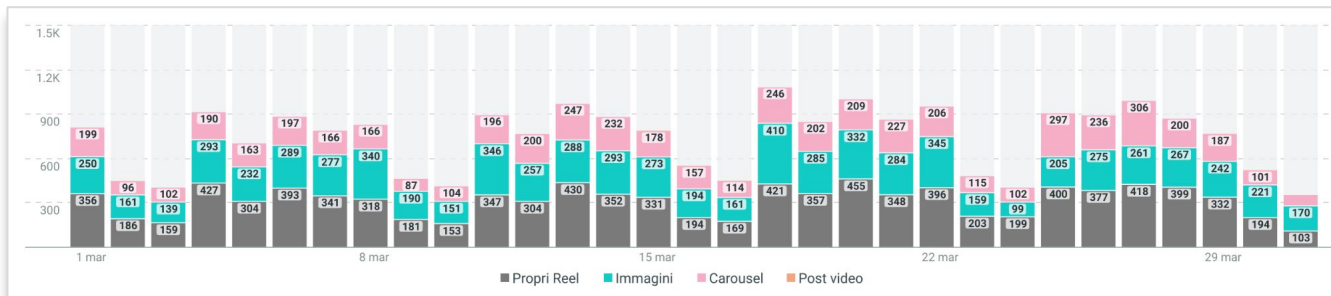


Analisi dei contenuti

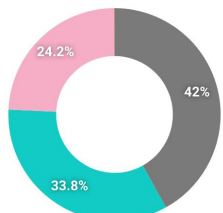


Marzo Tipologia formati e performance

ATTIVITÀ

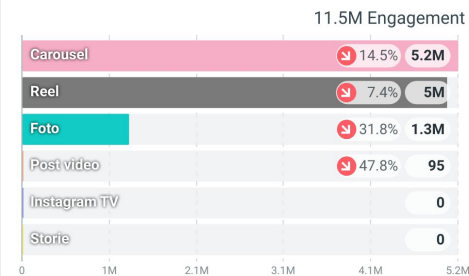


DISTRIBUZIONE DEI TIPI DI POST



8% Propri Reel 3% Immagini
13% Carousel 37% Post video

TIPO DI POST CON PIÙ ENGAGEMENT



Fonte: Talkwalker

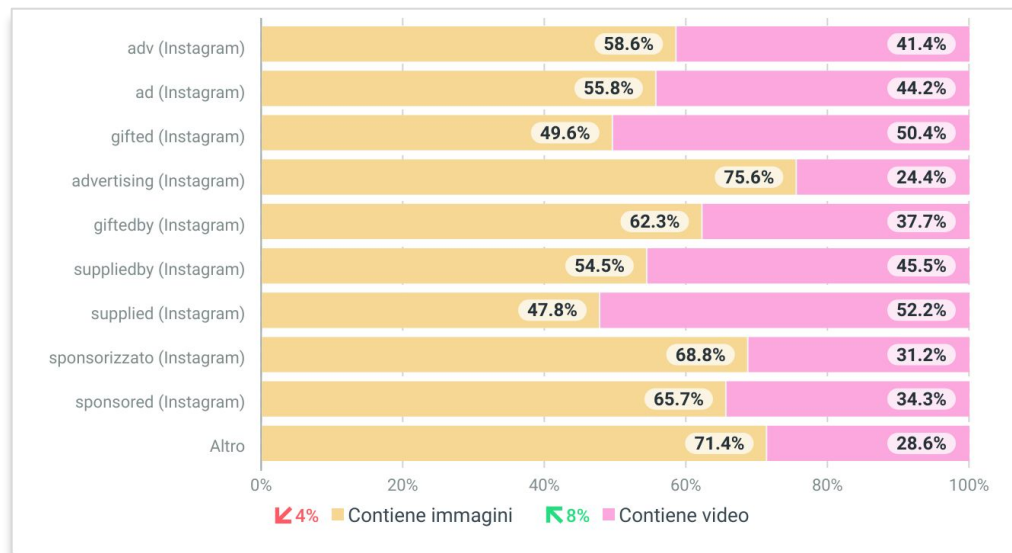
Marzo

Keyword, hashtag ed emoji più utilizzate nei post #adv



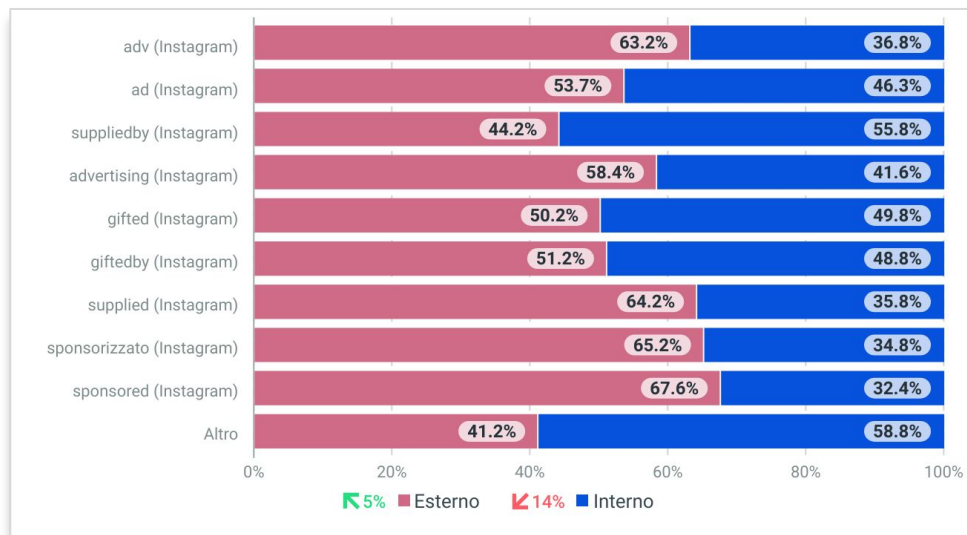
Marzo

Analisi immagini



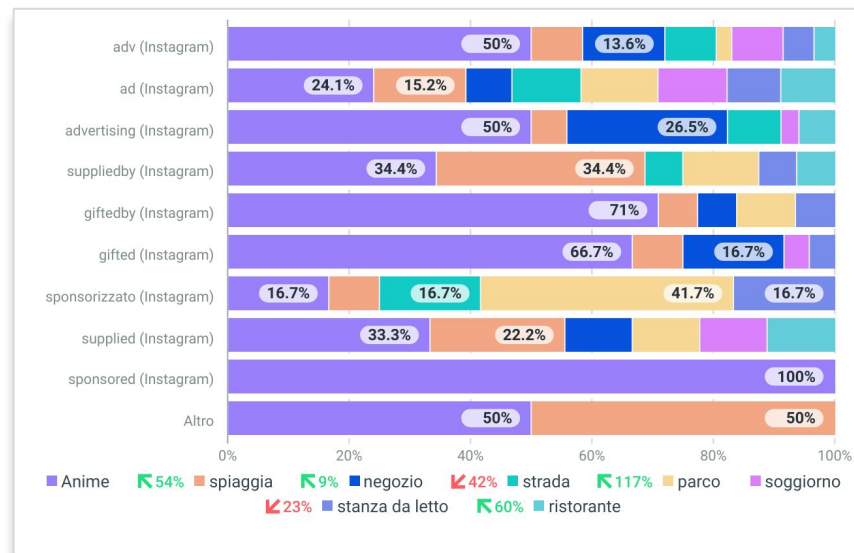
Marzo

Analisi immagini



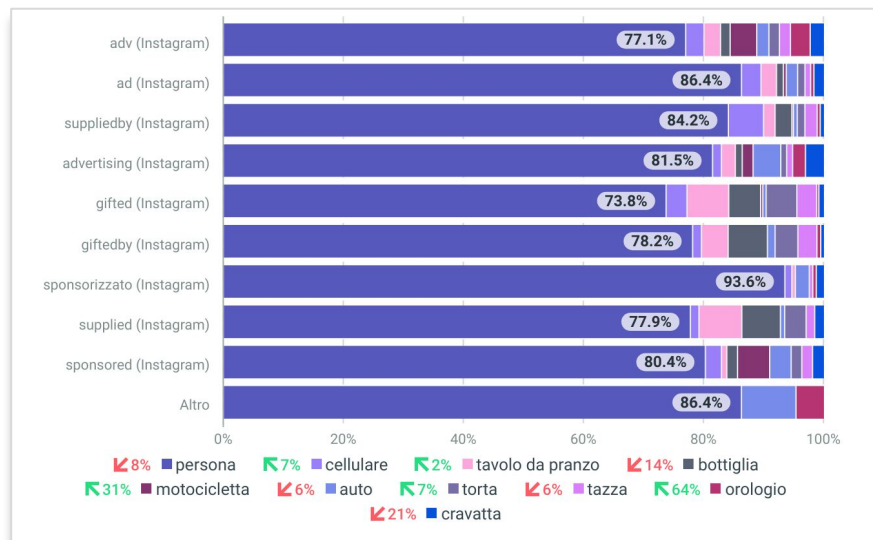
Marzo

Analisi immagini



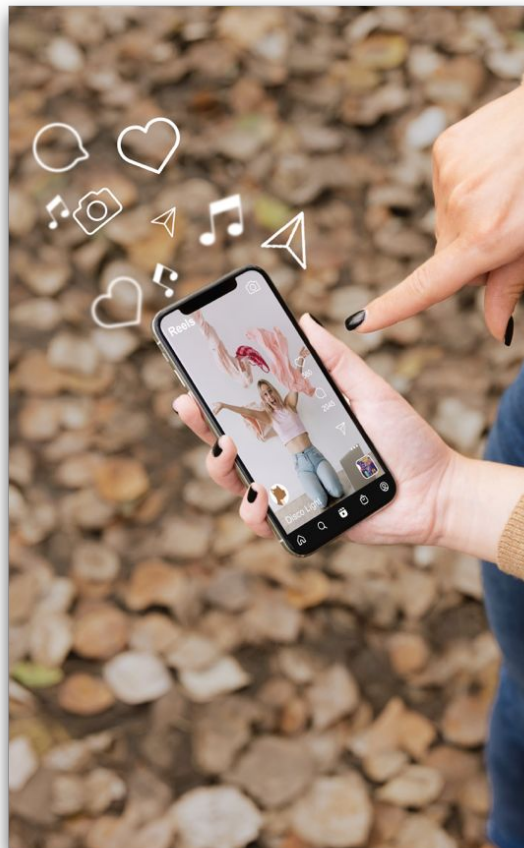
Marzo

Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

La classifica dei 10 post sponsored più performanti del mese è dominato da Alessia Lanza che occupa la prima e la quarta posizione. Sul podio anche Valentina Ferragni.



La classifica dei 10 post sponsored più performanti del mese è dominata dalle donne: in particolare **Alessia Lanza** si prende la medaglia d'oro con la sponsorship per *L'Oréal Professionnel* e un ottimo quarto posto con la collab con *DoDo*. Nel podio troviamo anche Belen Rodriguez e Elisabetta Canalis per *Intimissimi*.

Dopo mesi di assenza della famiglia Ferragni della classifica, questo mese, il 7° posto è occupato da Valentina Ferragni con un contenuto #adv per l'Antico Vinaio.

Per le partnership tra creator e brand il formato più utilizzato questo mese è stato il **Reel** (42%), mentre lato engagement continua a primeggiare il **Carousel**.



Key Insight





Conclusioni

A Marzo le attività di Influencer Marketing **crescono per numero di contenuti** pubblicati ma diminuiscono per engagement: sintomo che, anche nell'IM, la quantità non sempre è seguita dalla qualità.

Il formato più utilizzato per i contenuti sponsored anche questo mese è stato il **Reel**, mentre continua ad essere il **Carousel** quello più ingaggiante.

I topic che compongono la classifica dei 10 top post di Marzo sono variegati: fashion, accessories, food, compravendita e travel.





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)"