



**OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING**

**SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI POST SPONSORED INSTAGRAM
GIUGNO 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.

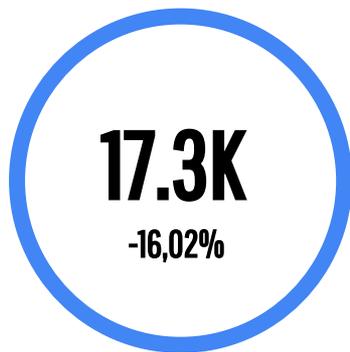




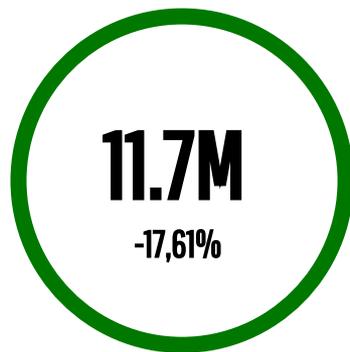
Post Sponsored: quale scenario a Giugno 2024?

Giugno

I post nati da collaborazione brand/influencer



Numero post



Interazioni generate



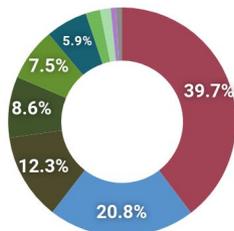
Interazioni per post



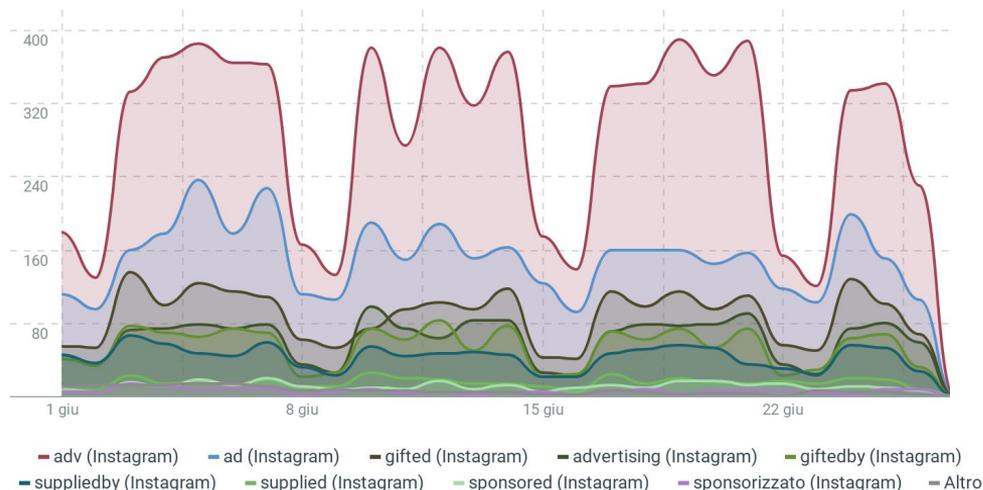
Giugno

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag

RIPARTIZIONE PER PROFILO



- 11% adv (Instagram)
- 22% ad (Instagram)
- 9% gifted (Instagram)
- 12% advertising (Instagram)
- 10% giftedby (Instagram)
- 14% suppliedby (Instagram)
- 16% supplied (Instagram)
- 11% sponsored (Instagram)
- 13% sponsorizzato (Instagram)
- 7% Altro



**Purtroppo per il bug di sistema non è stato possibile rilevare i dati dell'ultima settimana di Giugno*

Giugno

Gli hashtag compliant più utilizzati

7.4K

Menzioni
-12,79%

#adv

3.9K

Menzioni
-23,83%

#ad

1.6K

Menzioni
-14,63%

#advertising

Canali	27 mag	3 giu	10 giu	17 giu	24 giu
adv (Instagram)	308	2.1K	2K	2.1K	905
ad (Instagram)	207	1.2K	1.1K	999	455
gifted (Instagram)	107	696	566	635	297
advertising (Instagram)	79	436	447	450	210
giftedby (Instagram)	74	399	388	383	163
suppliedby (Instagram)	81	326	278	295	135
supplied (Instagram)	15	103	105	116	46
sponsored (Instagram)	12	92	67	87	26
sponsorizzato (Instagram)	9	54	26	37	16
Altro	22	75	28	25	10



Giugno

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

7M

Interazioni

-15,66%

#adv

1.9M

Interazioni

-40,63%

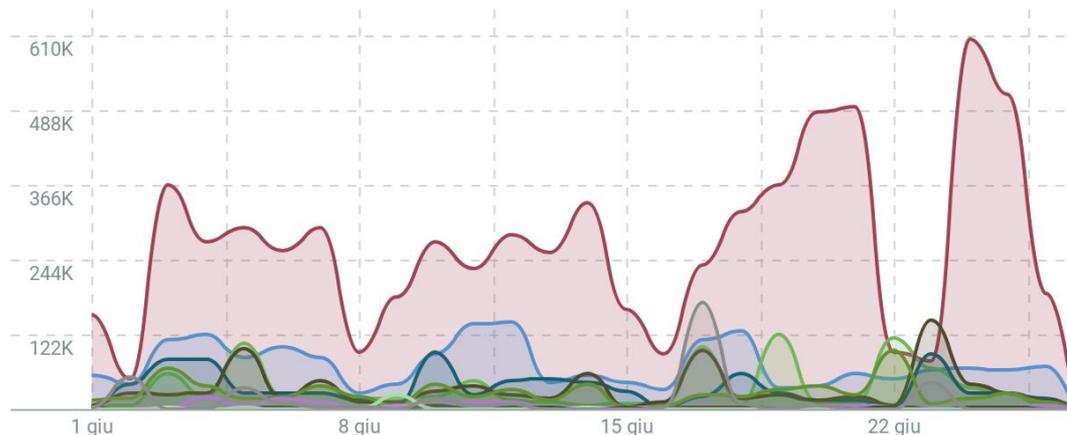
#ad

45.3K

Interazioni

-39,19%

#advertising



— adv (Instagram) — ad (Instagram) — supplied (Instagram) — suppliedby (Instagram) — gifted (Instagram)
— giftedby (Instagram) — sponsorizzato (Instagram) — advertising (Instagram) — sponsored (Instagram)
— Altro



**Purtroppo per il bug di sistema non è stato possibile rilevare i dati dell'ultima settimana di Giugno*

Fonte: Talkwalker

//
A Giugno diminuiscono su tutti i fronti le attività di Influencer Marketing. #adv resta l'hahstag più utilizzato e quello che genera maggiore engagement, #gifted è in terza posizione lato utilizzo.



Giugno non è stato un mese positivo per l'Influencer Marketing: **tutti i dati analizzati registrano una discesa.**

I post sponsored pubblicati continuano a diminuire, da 20.6K del mese di Maggio, a **17.3K**, un calo del 16%. Anche le performance dei contenuti sponsored diminuiscono: le interazioni totali questo mese si fermano a **11.7M**, il 17,61% in meno rispetto al mese precedente; le interazioni per post invece registrano un leggero calo del 1.89% attestandosi a **676**.

Lato utilizzo e interazioni **#adv** continua a dominare sugli altri. **#gifted** resta sempre in terza posizione per utilizzo, dimostrando che lo scambio merci funziona ancora nel panorama degli Influencer Marketing.



I post sponsored
con maggiori interazioni



Giugno

I post sponsored più performanti



Instagram post by **dilettaleotta** (10 sett) featuring a woman in a white lace wedding dress. The post includes a caption, tags, and a list of replies.

CORRISP. adv

METRICHE 352.7K N/D 0/10

348.6K 'Mi piace' di Instagram, 4.1K Commenti



Instagram post by **fedez e onlyfans** (10 sett) featuring a shirtless man holding a blue and white fan with the 'OnlyFans' logo. The post includes a caption, a link in bio, and a list of replies.

CORRISP. adv

METRICHE 316.7K N/D 0/10

313.6K 'Mi piace' di Instagram, 3.1K Commenti



Giugno

I post sponsored più performanti



raissarussi • Segui

raissarussi • 11 sett
Gli abiti! ✨
Inutile dirvi che entrambi sono stati amore a prima vista. Appena li ho indossati ho capito che erano loro, che dovevo metterli al mio matrimonio. Infatti è bastata una prova.
In entrambi casi, con il grandissimo staff di @ateliereme abbiamo fatto delle modifiche per personalizzarli, così che riflettersero a pieno la mia persona, che mi rappresentassero in tutto e che mi piacersero al 100%. Il risultato lo vedete in queste foto e a me ancora commuove.
Ringrazio tutto il magnifico team che mi ha seguita e che mi ha fatto sentire una principessa per questo giorno speciale, che mi ha rincuorato anche

CORRISP. adv

METRICHE 200.1K N/D 0/10

199.5K 'Mi piace' di Instagram, 617 Commenti



alessialanza • Segui

alessialanza • 11 sett
quest'estate 1 personalità per ogni costume di @calzedonia #adv

Per te ▾

martina_tinarelli 11 sett
lei così 🌟🌟🌟🌟
Mi piace: 33 Rispondi

— Visualizza tutte le 1 risposte

critony21 11 sett
Bho non so io a ogni foto mi rendo conto che le altre non esistono
Mi piace: 20 Rispondi

pasqualescordio_ 11 sett

CORRISP. adv

METRICHE 179.7K N/D 0/10

179.4K 'Mi piace' di Instagram, 366 Commenti



Giugno

I post sponsored più performanti



sofiacrisafullii · Segui
Nameless Festival

sofiacrisafullii · 11 sett
belle e felici 🍷🍷🍷🍷 #invitedby @garnieritalia

Più recenti

llangonnet · 3 sett
👍👍👍👍 beautiful girl
Rispondi Vedi traduzione

paol_o7070 · 8 sett
🔥🔥
Mi piace: 5 Rispondi

gino.rossi.7528 · 8 sett
👍👍👍
Mi piace: 8 Rispondi

CORRISP. Invitedby

METRICHE 🗨️ 116.4K 📍 N/D 📈 N/D

116.3K 'Mi piace' di Instagram, 57 Commenti



calciatoribrutti e betsson.sport
Audio originale

calciatoribrutti · Elemento modificato · 11 sett
Sbagliata na reaction Francé.

Abbiamo guardato la prima partita dell'Italia con FRANCESCO TOTTI e trovate il video COMPLETO in bio 📺

#Totti #Italia #adv #NazionaleItalia #Euro2024 #FrancescoTotti #Roma #ASRoma

Per te

leonettigianmarco_ · 11 sett
La nostra difesa è durata come il sottoscritto a letto
Mi piace: 930 Rispondi

La reazione di Totti al gol subito dall'Italia dopo 25 secondi 😂

GOL ALBANIA

CORRISP. adv

METRICHE 🗨️ 111.8K 📍 N/D 📈 0/10

111.5K 'Mi piace' di Instagram, 274 Commenti



Giugno

I post sponsored più performanti



webboh.it • Segui già
Partnership pubblicizzata con primevideoit

webboh.it • Elemento modificato • 12 sett
📌 APPRECIATION POST PER LORENZO ZURZOLO! 📌

👉 ok, ma vogliamo parlare di Lorenzo Zurzolo? bello, bravo e pure simpatico. l'attore è uno dei protagonisti della serie "Prisma", che da pochi giorni è disponibile su Prime Video con la seconda stagione

🇸🇵 conoscete "Prisma"? è una serie che parla di un gruppo di adolescenti: ognuno di loro, a modo suo, cerca di scoprire la propria identità tra drammi, sentimenti, nuovi amori e... coming out! Lorenzo Zurzolo interpreta il personaggio di Daniele, un aspirante

CORRISP. ad
METRICHE 78.9K ↕ N/D 📈 0/10
78.7K 'Mi piace' di Instagram, 252 Commenti



vallibeatrice • Segui già

vallibeatrice • 13 sett
Sole, lago e un primo assaggio di estate 🌞🌴🌊
👉 @calzedonia

#calzedonia #adv

Per te >

vallieleonora_ • 13 sett
Mi piace: 37 Rispondi

cla_sistica • 13 sett
Come fai a nascondere le smagliature
Mi piace: 11 Rispondi

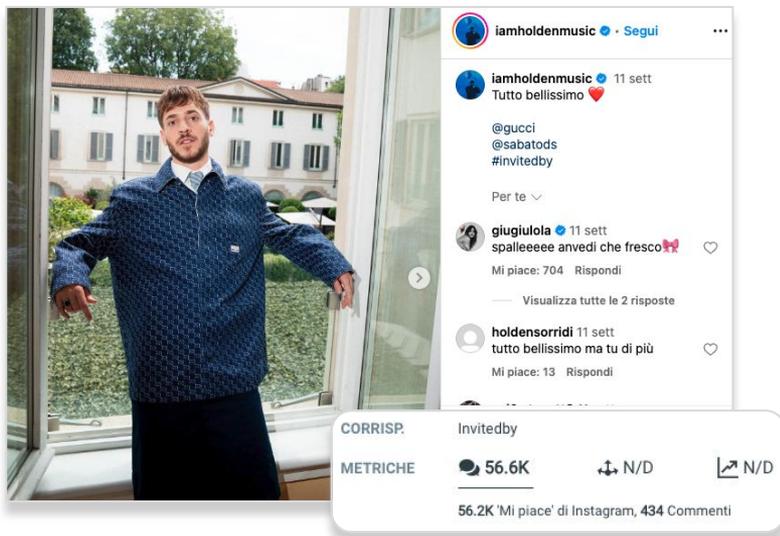
— Visualizza tutte le 19 risposte

CORRISP. adv
METRICHE 73.4K ↕ N/D 📈 0/10
73K 'Mi piace' di Instagram, 386 Commenti



Giugno

I post sponsored più performanti



iamholdenmusic • Segui

iamholdenmusic • 11 sett
Tutto bellissimo

@gucci
@sabatods
#invitedby

Per te

giugliolola • 11 sett
spaleeeee anvedi che fresco

Mi piace: 704 Rispondi

Visualizza tutte le 2 risposte

holdensorridi • 11 sett
tutto bellissimo ma tu di più

Mi piace: 13 Rispondi

CORRISP. Invitedby

METRICHE 56.6K ↕ N/D ↗ N/D

56.2K 'Mi piace' di Instagram, 434 Commenti



guglielmoscilla • Segui

Audio originale

guglielmoscilla • 11 sett
Negli ultimi sei mesi, ho iniziato un percorso in palestra con @virginactiveit che mi sta aiutando a cambiare lo sguardo sul mio corpo, cercando di renderlo meno una causa e più un effetto.

Mi spiego meglio: allenarmi non è solo un modo per migliorare fisicamente e atleticamente, ma è diventato un viaggio liberatorio che mi sta insegnando a rispettare chi sono, la mia struttura e la mia genetica, imparando ad amarmi con un po' d'impegno.

In passato ho spesso faticato ad accettarmi. Ecco perché provo a

CORRISP. supplied

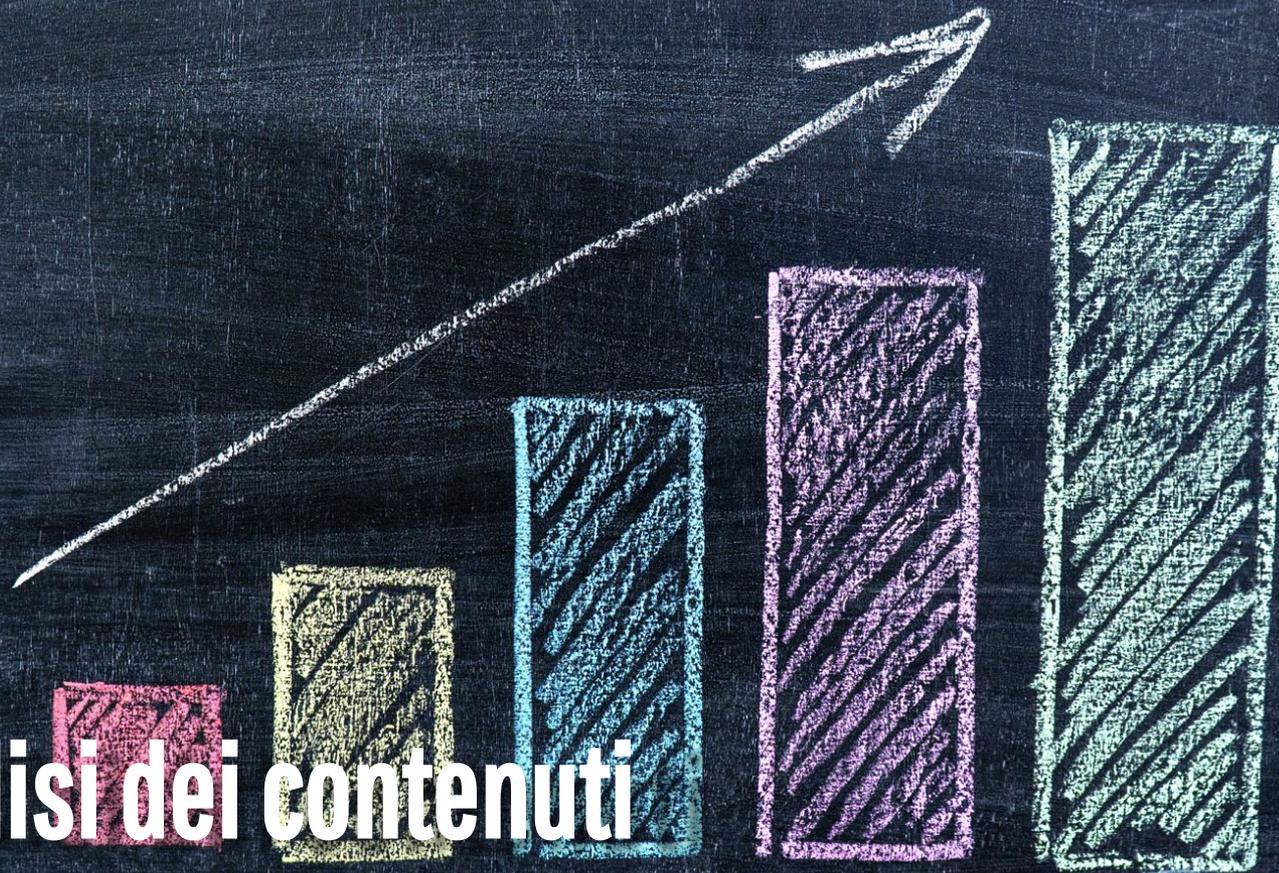
METRICHE 55.9K ↕ N/D ↗ 0/10

55.3K 'Mi piace' di Instagram, 582 Commenti

PER FAME



Analisi dei contenuti

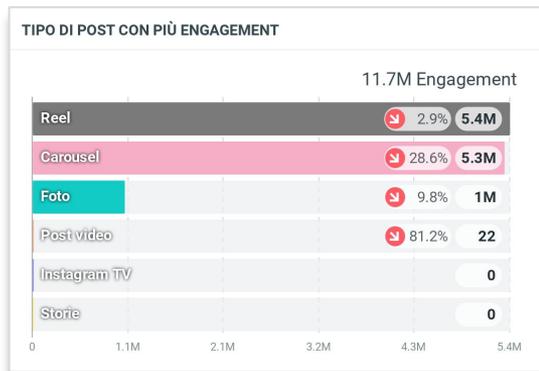
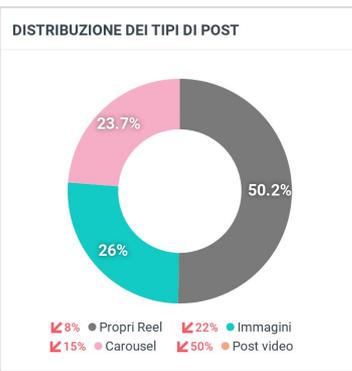


Giugno Tipologia formati e performance

ATTIVITÀ



*Purtroppo per il bug di sistema non è stato possibile rilevare i dati dell'ultima settimana di Giugno



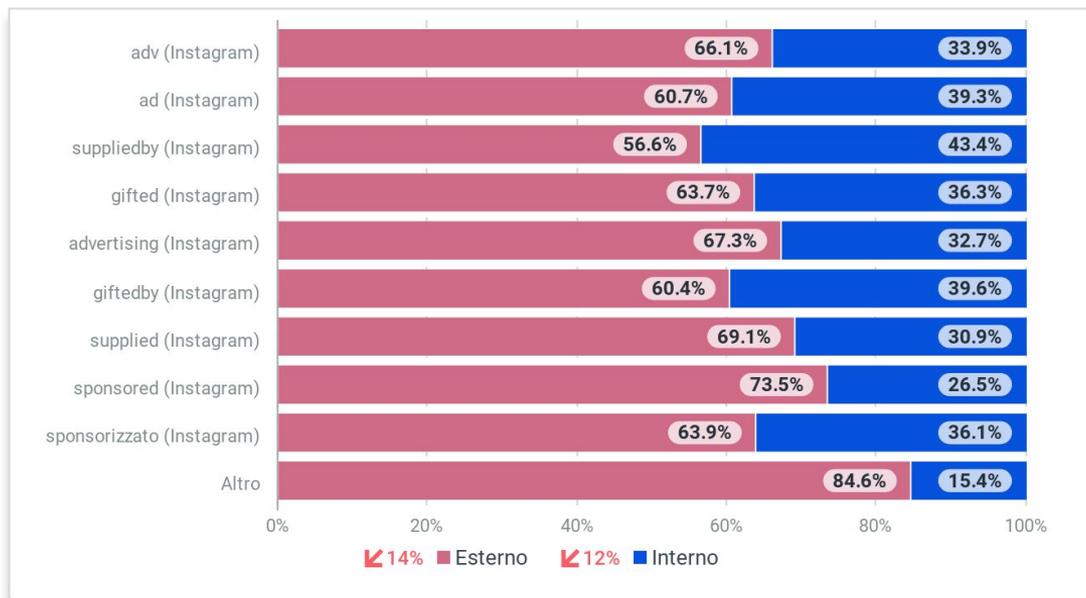
Fonte: Talkwalker

Giugno

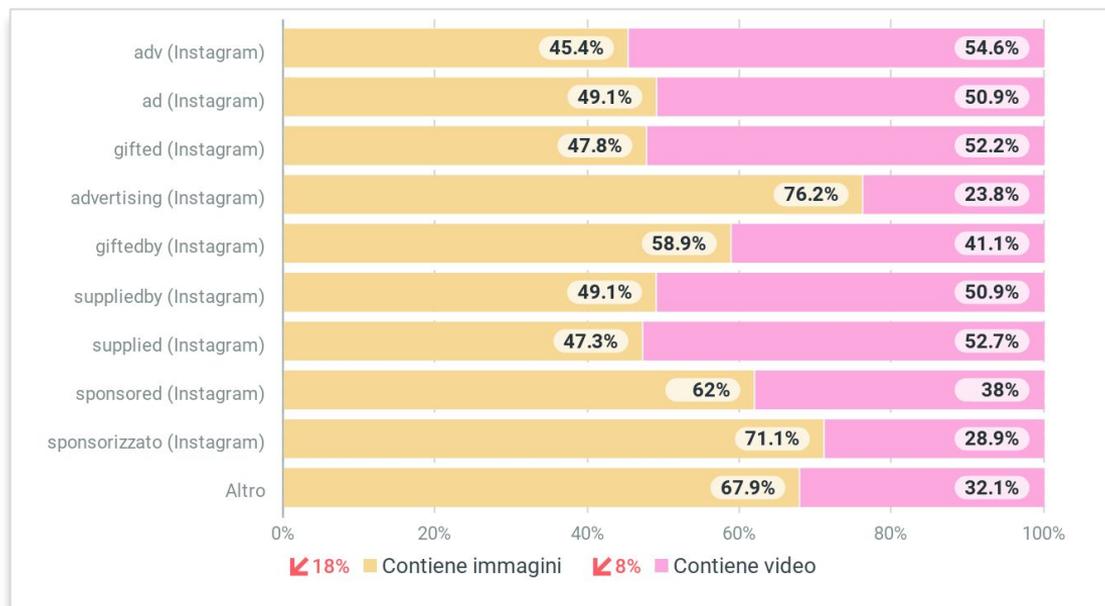
Keyword, hashtag ed emoji più utilizzate nei post #adv



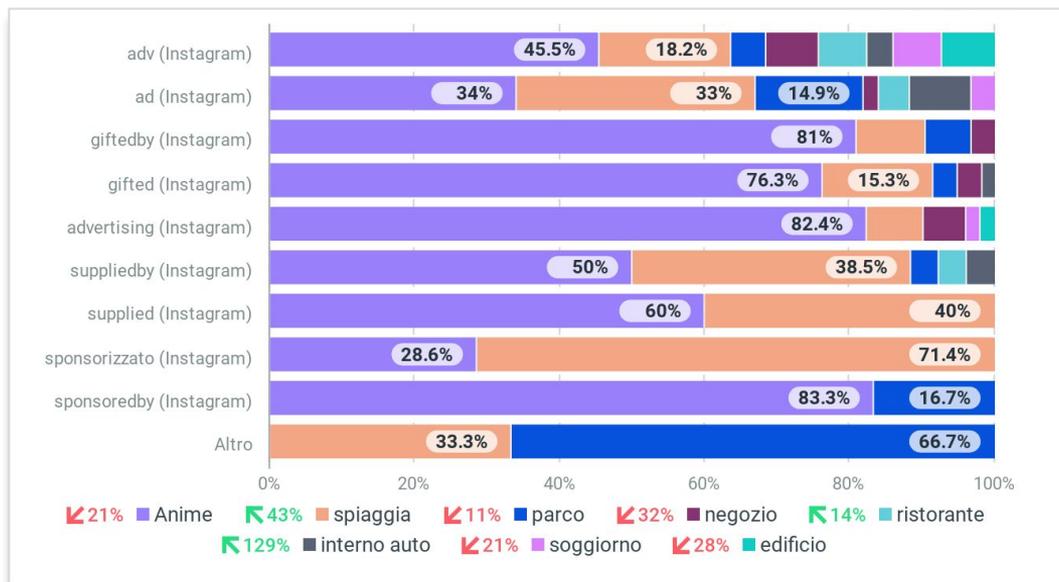
Giugno Analisi immagini



Giugno Analisi immagini

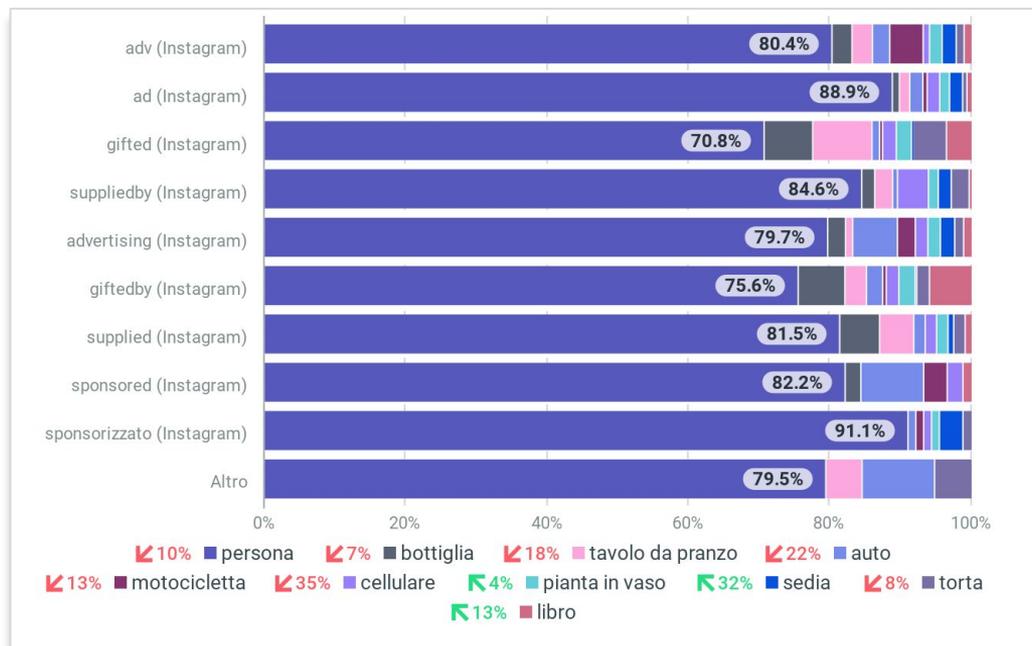


Giugno Analisi immagini



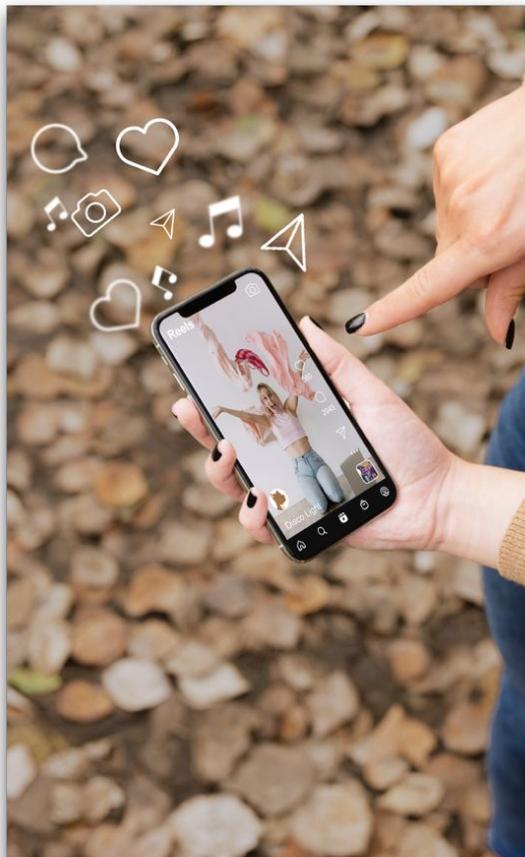
Giugno

Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

Queste mese è il Reel a dominare sia lato utilizzo che lato engagement nelle attività con influencer e Brand. Equo bilanciamento di genere nella classifica dei 10 top content di giugno.



Nonostante il mese precedente il Carousel aveva superato il **Reel** per formato più ingaggiante, questo mese il Reel torna a dominare: le interazioni che ha generato ammontano a 5.4M ed è stato utilizzato nel 50.2% di contenuti sponsored.

Il **Carousel** è di poco sotto con 5.3M di interazioni generate, ma è terzo nella classifica dell'utilizzo (solo 23.7%), preceduto dalle **Immagini** (26%).

Nella top10 dei migliori contenuti del mese, **Atelier Emé** e **Calzedonia** si prendono quasi metà classifica con due contenuti a testa, il primo con Diletta Leotta e Raissa Russi e il secondo con Alessia Lanza e Beatrice Valli.



Key Insight



oia



Conclusioni

Battuta di arresto per le attività di Influencer Marketing nel mese di Giugno: diminuiscono sia i post pubblicati che le interazioni generate.

Il **Reel** torna a dominare sia lato utilizzo (come da molto tempo) che lato engagement, superando, seppur di poco, il Carousel.

Nella top10 dei contenuti sponsored tornano le community **Calciatori Brutti** e **Webboh**.





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)"