



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST SPONSORED INSTAGRAM AGOSTO 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 ad Agosto 2024?**

Agosto

I post nati da collaborazione brand/influencer

15.9K

-19,29%

Numero post

8M

-37,50%

Interazioni generate

503

-22,56%

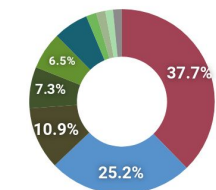
Interazioni per post



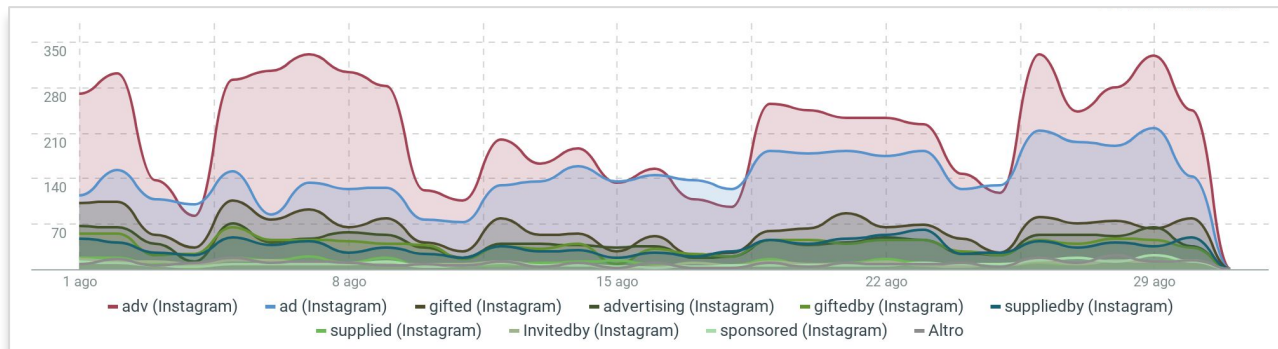
Agosto

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag

RIPARTIZIONE PER PROFILO



- 19% adv (Instagram)
- 7% ad (Instagram)
- 28% gifted (Instagram)
- 23% advertising (Instagram)
- 29% giftedby (Instagram)
- 17% suppliedby (Instagram)
- 30% supplied (Instagram)
- 52% Invitedby (Instagram)
- 31% sponsored (Instagram)
- 33% Altro



Agosto

Gli hashtag compliant più utilizzati

6.4K
Menzioni
-19,11%

#adv

4.4K
Menzioni
-9,19%

#ad

1.2K
Menzioni
-23,28%

#advertising

Canali	29 lug	5 ago	12 ago	19 ago	26 ago
adv (Instagram)	790	1.7K	1K	1.5K	1.4K
ad (Instagram)	472	766	961	1.2K	960
gifted (Instagram)	293	485	309	412	366
advertising (Instagram)	182	317	221	263	256
giftedby (Instagram)	155	290	191	268	209
suppliedby (Instagram)	135	231	181	292	203
supplied (Instagram)	44	88	55	65	56
Invitedby (Instagram)	47	70	46	53	56
sponsored (Instagram)	29	49	36	43	75
Altro	37	67	38	50	73



Fonte: Talkwalker

Agosto

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

4.3M

Interazioni

-38,57%

#adv

1.5M

Interazioni

-21,05%

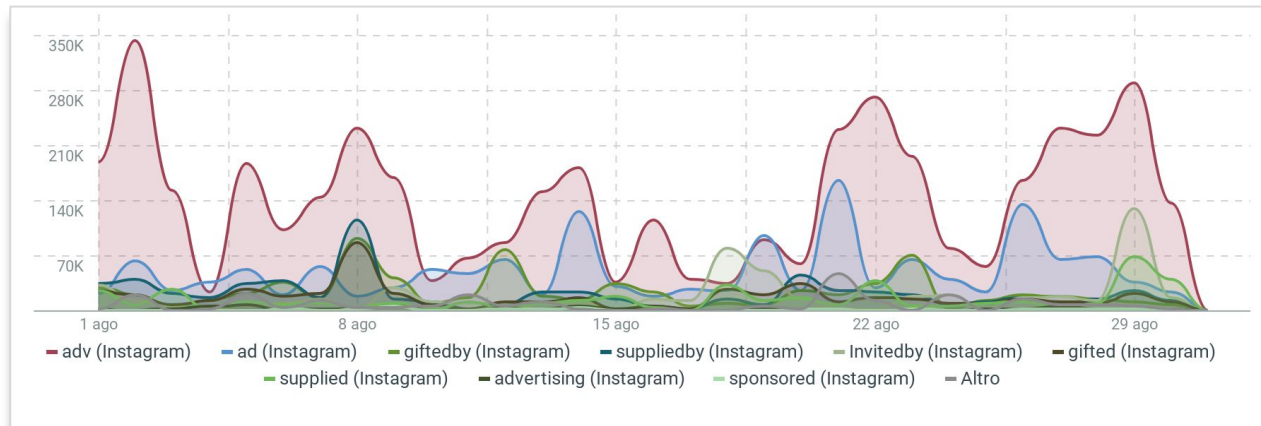
#ad

57.1K

Interazioni

-33,53%

#advertising



**Agosto rallenta
l'Influencer Marketing:
le ferie estive
influenzano il settore
portando a una
diminuzione dei post
sponsored pubblicati
(che toccano il minimo
da inizio anno) e delle
relative performance.**



Il mese di Agosto rappresenta da sempre una leggera pausa per le campagne con influencer e brand. Anche quest'anno infatti tutti i kpi analizzati sono molto bassi.

I post sponsored pubblicati toccano il minimo da inizio anno arrivando appena a **15.9K** (quasi il 20% in meno rispetto a Luglio). Anche le interazioni totali e le interazioni per post diminuiscono rispetto al mese precedente. Le prime si fermano a **8M** (-37,50% rispetto a Luglio) e le seconde registrano un calo del 22,56% attestandosi a **503**.

I dati confermano il fisiologico rallentamento estivo dell'Influencer Marketing, con una un momento di pausa per tutto il settore.



I post sponsored
con maggiori interazioni



Agosto

I post sponsored più performanti



Agosto

I post sponsored più performanti



ufozero2 · Segui
Audio originale

ufozero2 8 sett
Tante gag e Pokémon 🌸

#reels #divertente #comicità
#invitedby @pokemonufficiale
#PokemonWorlds

Per te ▾

leonardo_curro13 7 sett
devo mandare questo video alla mia rayquaza

Mi piace: 312 Rispondi

— Visualizza tutte le 1 risposte

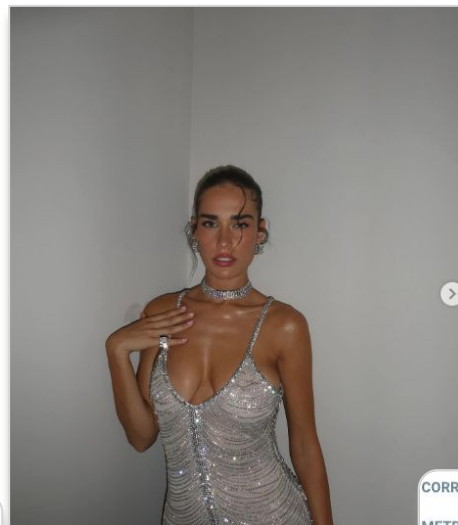
leoucifero 8 sett
Tante gag e Moltras altre cose divertenti

Mi piace: 2637 Rispondi

CORRISP. Invitedby

METRICHE 75.6K 0/10

75.4K 'Mi piace' di Instagram, 235 Commenti



soccins · Segui

soccins 10 sett
What a week. Grazie @magnagreciafilmfestival. 🌿💚

@messika #adv

Per te ▾

aboutclo 10 sett
meraviglia

Mi piace: 51 Rispondi

— Visualizza tutte le 1 risposte

demqnmarefuorii 10 sett
"non smettere mai di sognare" sei tu ad avermi insegnato che questa frase non è solo una frase fatta, ma è vero, tu me l'hai dimostrato, non bisogna mai smettere di

CORRISP. adv

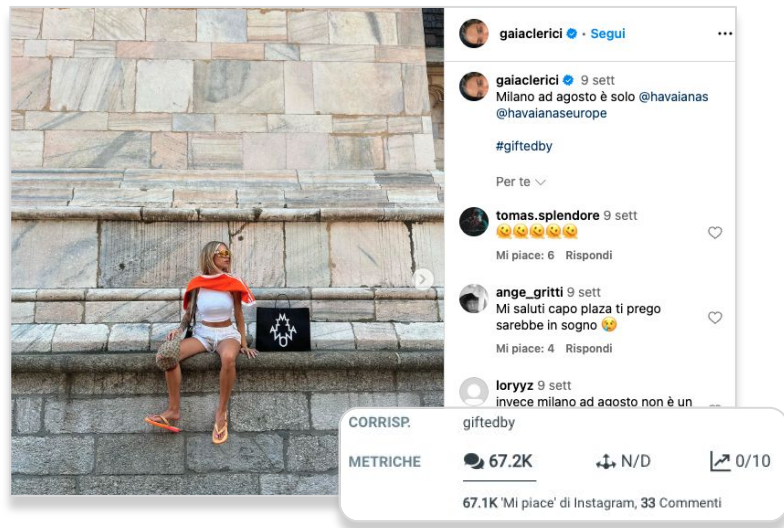
METRICHE 68.3K 0/10

67.8K 'Mi piace' di Instagram, 483 Commenti



Agosto

I post sponsored più performanti



Agosto

I post sponsored più performanti



paolaturani • Segui
Charli xcx, Billie Eilish • Guess featuri... ⋮

paolaturani 6 sett
Red Carpet della Cerimonia di Apertura della Mostra cinematografica di Venezia ❤️ Il film (fuori concorso) proiettato dopo la cerimonia è stato "BEETLEJUICE BEETLEJUICE" di Tim Burton. #venezias81 #venicefilmfestival

Grazie @campari.it per avermi voluta con voi anche quest'anno! #invitedby #campari #redpassion

Dress @theandamane
Shoes @gianvitorossi
Jewels @cartier
#supplied
Hair & Makeup @simonmakeupartist
Video @federicapierpaoliphoto

CORRISP. Invitedby, supplied

METRICHE 61.2K N/D 0/10

60.2K 'Mi piace' di Instagram, 950 Commenti



vallibeatrice • Segui già
KAROL G • Si Antes Te Hubiera Cono... ⋮

vallibeatrice 7 sett
Meno male che c'è il Marchini che mi aiuta con la zip 😂😂😂
@marcofantini_mf
Dress @houseofcb
#giftedby

Per te ▾

vallieleonora_ 7 sett
👉👉👉
Mi piace: 54 Rispondi

she.s.benni 7 sett
👉
Mi piace: 14 Rispondi

marcella_gallinari 7 sett
Ralluccima ma il marchini con la...

CORRISP. giftedby

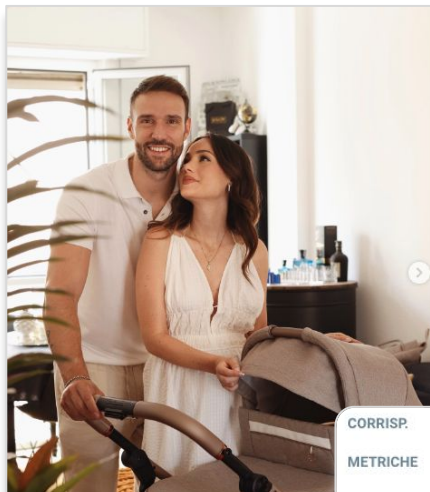
METRICHE 55K N/D 0/10

54.7K 'Mi piace' di Instagram, 332 Commenti



Agosto

I post sponsored più performanti



adua.del.vesco e altri 2

adua.del.vesco 9 sett
L'attesa è quasi finita! ✨👶 Siamo davvero già tanto emozionati. E potete immaginare la gioia di vedere a casa la carrozzina 🥰💖 adesso non vediamo l'ora di vederla la nostra piccola, pronta per iniziare la sua avventura nel mondo. Abbiamo scelto il trio @pegperego_it perché ogni dettaglio è pensato con amore, proprio come lo è la nostra famiglia 🥰
Presto avremo la nostra piccola tra le braccia, e siamo pronti a vivere insieme momenti indimenticabili #adv #pegperego

Per te ▾

tonia_23_j_ 9 sett
Uguale a quella della Diletta

CORRISP. adv

METRICHE 49.4K ↕ N/D ↗ 0/10

47.9K 'Mi piace' di Instagram, 1.5K Commenti



kikkafede88 • Segui

kikkafede88 Elemento modificato • 9 sett
Tipi da spiaggia e ritorno 🌴

📍 #travel #travelling #adv #vacation #visiting #traveler #instatravel #instago #wanderlust #trip #holiday #photooftheday #lifeofadventure #doyoutravel #tourism #tourist #instapassport #instatraveling #mytravelgram #travelgram #travelingram #igtravel #instalife #ig_worldphoto #lovelife #traveling #travelblog #instago

Per te ▾

iamsilvietta8 9 sett
Bentornati a casa 🍷💖 fa caldo sopportiamolo tutti insieme

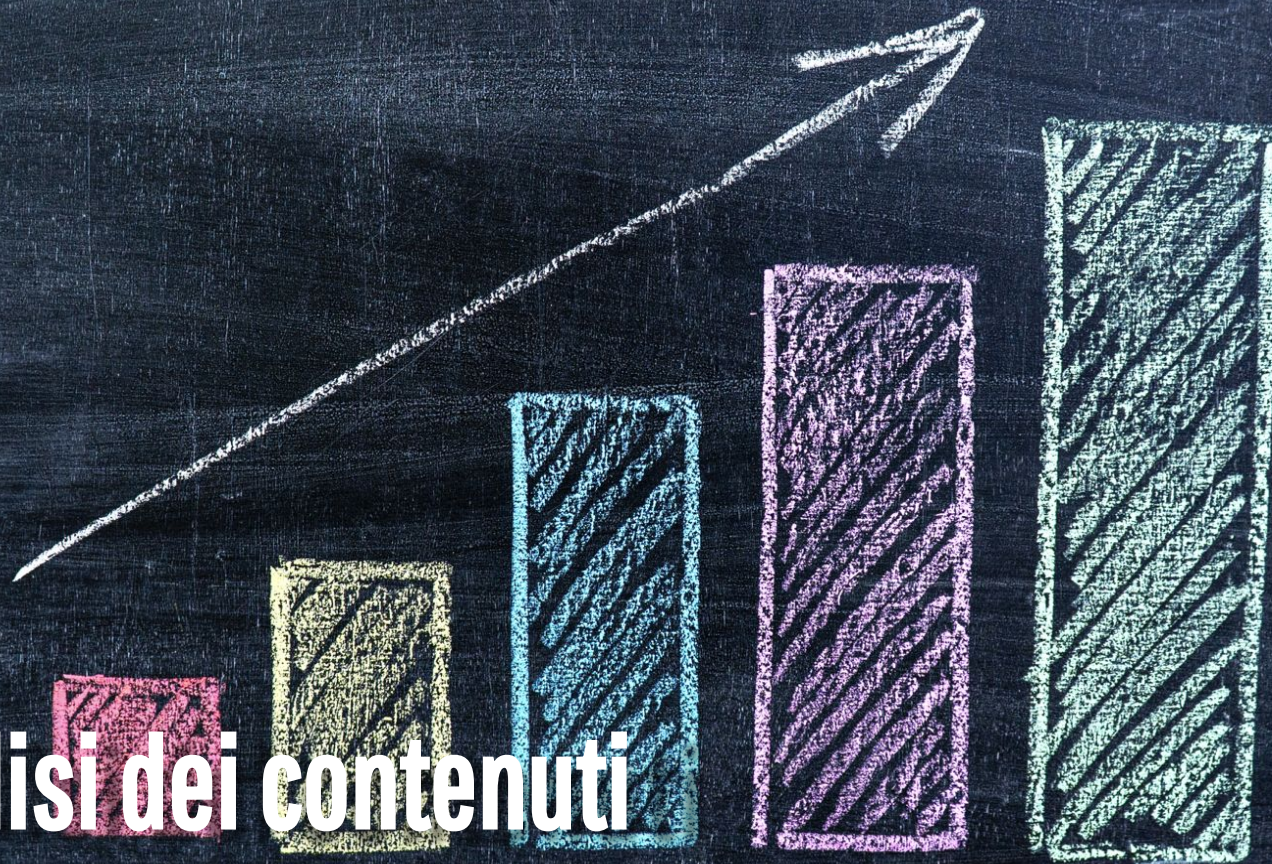
CORRISP. adv

METRICHE 44.7K ↕ N/D ↗ 0/10

44.6K 'Mi piace' di Instagram, 135 Commenti



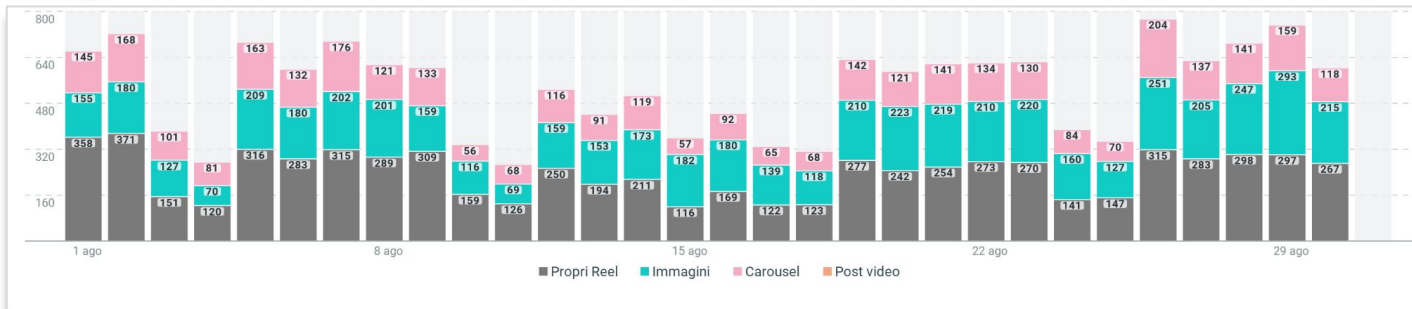
Analisi dei contenuti



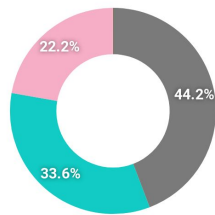
Agosto

Tipologia formati e performance

ATTIVITÀ

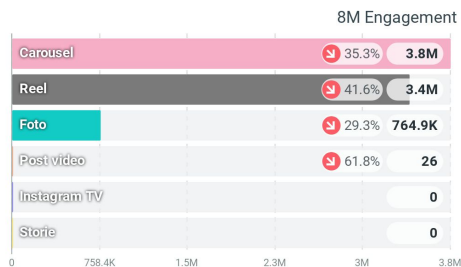


DISTRIBUZIONE DEI TIPI DI POST



28% Propri Reel
 23% Carousel
 10% Post video

TIPO DI POST CON PIÙ ENGAGEMENT



Fonte: Talkwalker

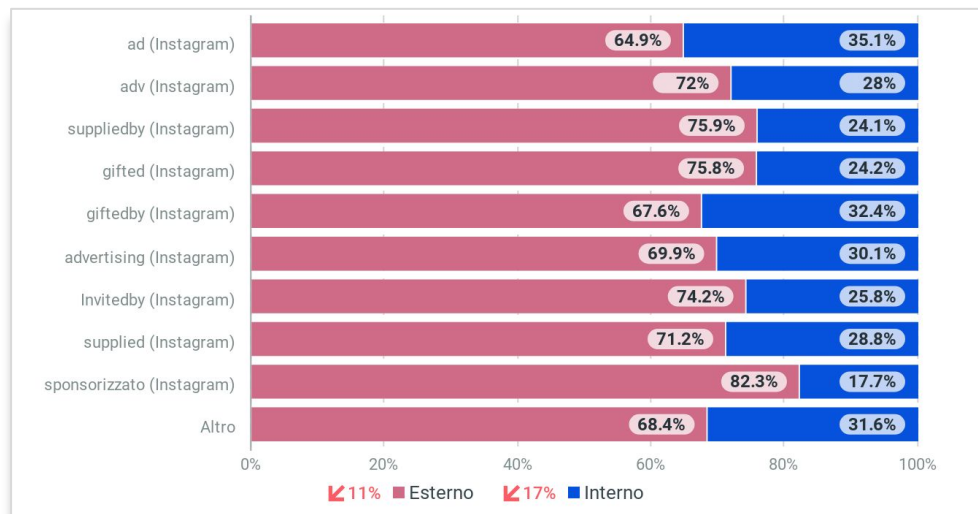
Agosto

Keyword, hashtag ed emoji più utilizzate nei post #adv



Agosto

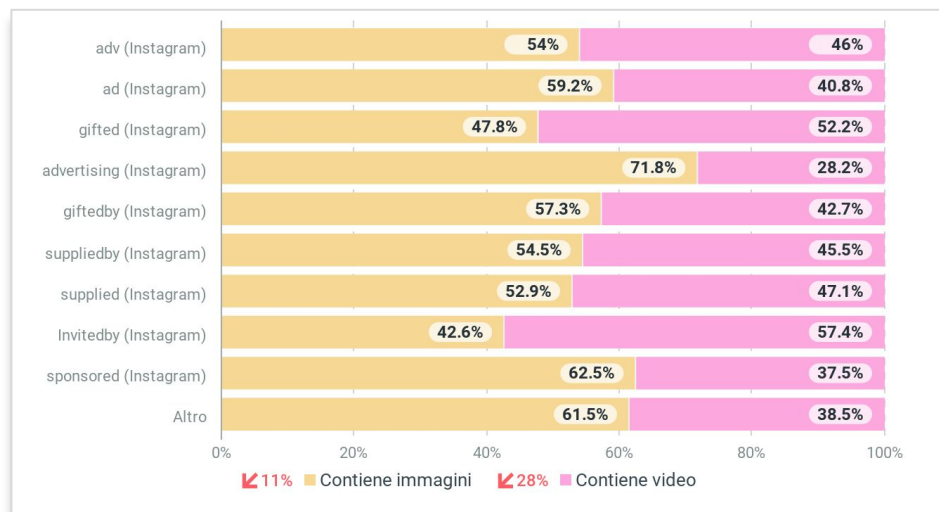
Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

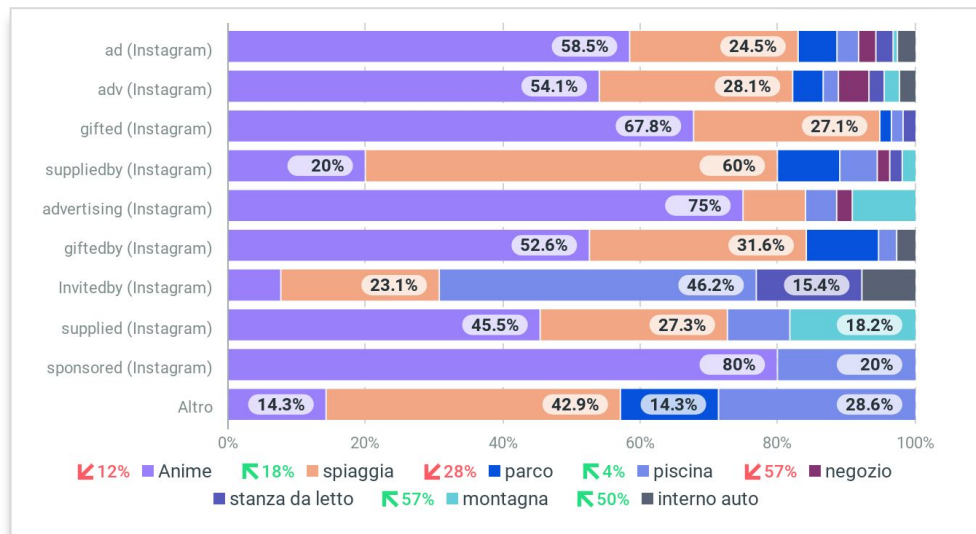
Agosto

Analisi immagini



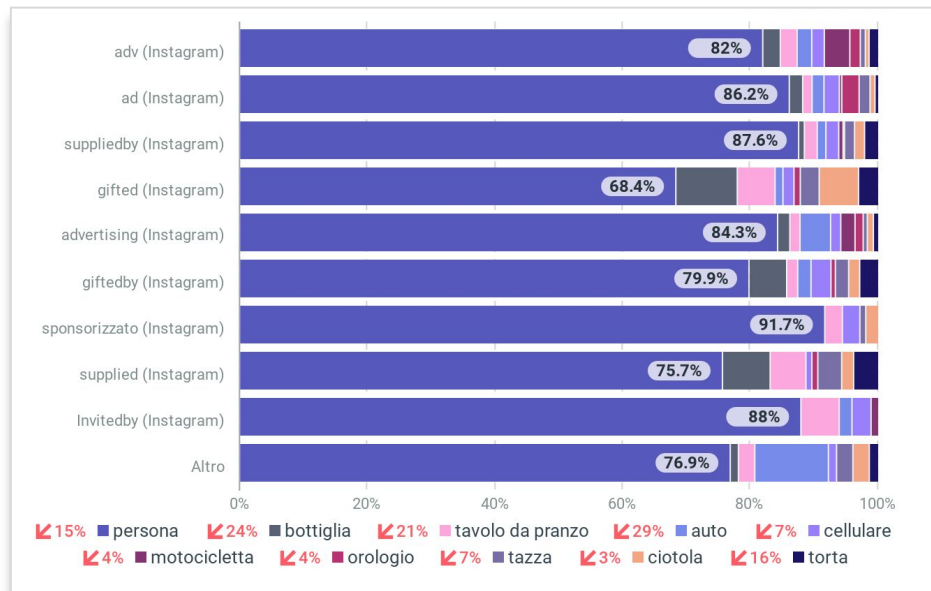
Agosto

Analisi immagini

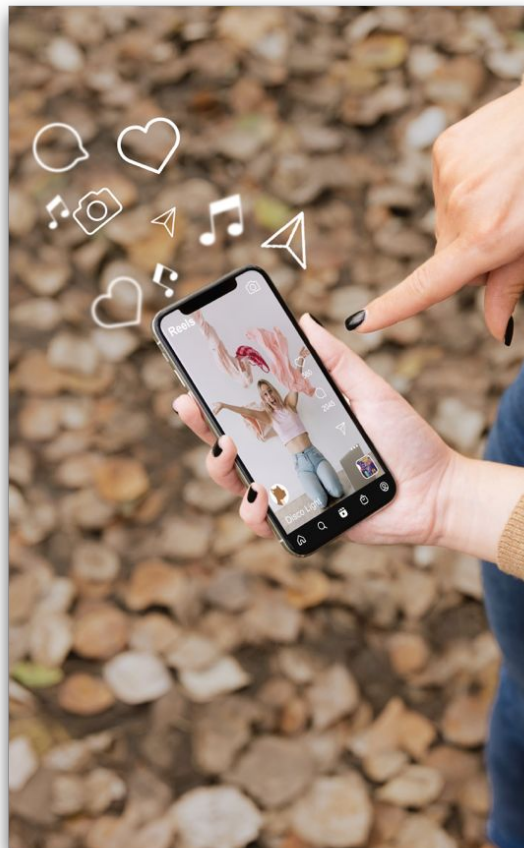


Fonte: Talkwalker

Agosto Analisi immagini



//
**Equilibrio tra contenuti
#adv e #invitedby o
#giftedby nella top 10
dei post più performanti
del mese. In classifica
anche il gaming.
Il Carousel torna a
primeggiare tra i formati
più ingaggianti nei
contenuti sponsored.**



Nel mese di Agosto tra le collab vincenti ci sono quelle a tema estivo con costumi e ciabatte. Nella top 10 dei contenuti più ingaggianti del mese infatti si trovano il Carousel di **Elisabetta Canalis** per i costumi Wikini e quello di **Gaia Clerici** per Havaianas.

Quello che stupisce questo mese è però la collab degli **UfoZero2**: i creator hanno realizzato un reel per **Pokemon** che è risultato molto ingaggiante tanto da guadagnarsi la medaglia di bronzo nella top 10 dei migliori contenuti del mese per interazioni. Questo ci dimostra che il mondo del gaming può essere trattato anche su Instagram.

Lato formati, il **Carousel** torna ad essere il formato più ingaggiante nei contenuti sponsored mentre il **Reel** rimane quello più utilizzato.



Key Insight





Conclusioni

L'Influencer Marketing ad Agosto, come ogni anno, si prende una **pausa**: diminuiscono infatti sia il numero di post pubblicati, che le relative performance.

Questo mese il vincitore è il **Carousel** che è tornato ad essere il formato più ingaggiante nelle collab su Instagram. Nella classifica dei 10 contenuti più ingaggianti del mese infatti si trovano 7 Carousel.

Per la prima volta nella top 10 di Instagram si trova un contenuto a tema gaming con gli UfoZero2 per Pokemon.





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)"