



**SCENARIO ED EVOLUZIONE  
DEI POST SPONSORED INSTAGRAM  
LUGLIO 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.



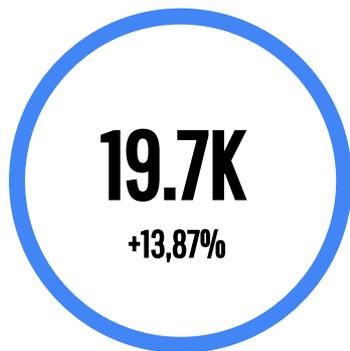


# Post Sponsored: quale scenario a Luglio 2024?

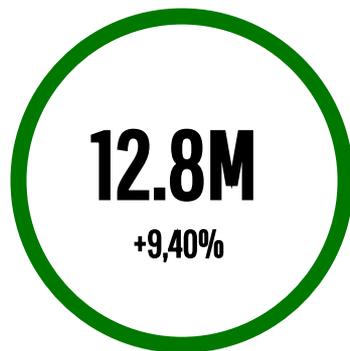
---

Luglio

## I post nati da collaborazione brand/influencer



**Numero post**



**Interazioni generate**



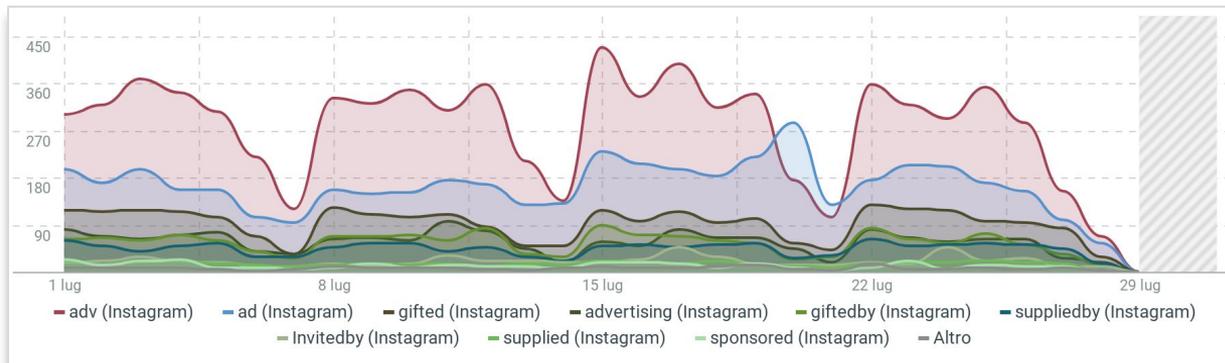
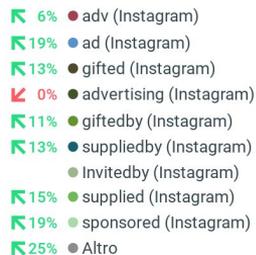
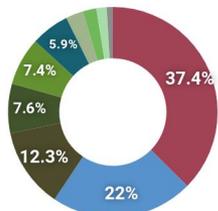
**Interazioni per post**



Luglio

# L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag

## RIPARTIZIONE PER PROFILO



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

Luglio

## Gli hashtag compliant più utilizzati

7.9K

Menzioni  
+6,57%

#adv

4.8K

Menzioni  
+21,18%

#ad

1.6K

Menzioni  
-0,43%

#advertising

Canali	1 lug	8 lug	15 lug	22 lug
adv (Instagram)	2K	2K	2.1K	1.8K
ad (Instagram)	1.1K	1.1K	1.5K	1.1K
gifted (Instagram)	676	633	624	673
advertising (Instagram)	429	427	383	376
giftedby (Instagram)	379	414	396	373
suppliedby (Instagram)	314	297	313	332
Invitedby (Instagram)	128	136	160	148
supplied (Instagram)	116	102	112	111
sponsored (Instagram)	102	74	90	71
Altro	42	51	56	51

Fonte: Talkwalker



Luglio

# Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

7M  
Interazioni  
0%

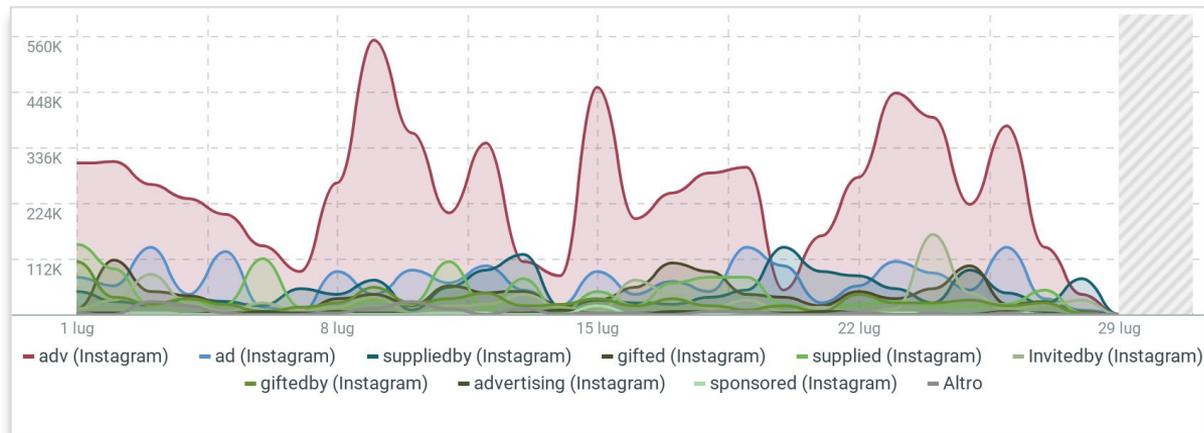
#adv

1.9M  
Interazioni  
0%

#ad

85.9K  
Interazioni  
+89,62%

#advertising



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

//  
**Nel mese di Luglio le attività di Influencer Marketing tornano a crescere sia per numero di post che per interazioni totali generate. Le interazioni per post calano leggermente e #adv rimane il più utilizzato.**



Questo mese le attività con influencer/creator e brand, su Instagram, tornano a **crescere** anche per numero di post pubblicati e non solo per interazioni totali.

L'unico dato che è diminuito sono le interazioni per post.

I post sponsored pubblicati sono **19.7K**, quasi il **14%** in più rispetto al mese precedente. Le interazioni totali crescono del **9,40%** attestandosi su **12.8M**. Tuttavia c'è un dato che ha registrato una discesa: le interazioni per post che sono diminuite del **4%** fermandosi a **650**.

Lato hashtag nei contenuti con influencer, **#adv** rimane quello più utilizzato e anche quello che genera maggior engagement.



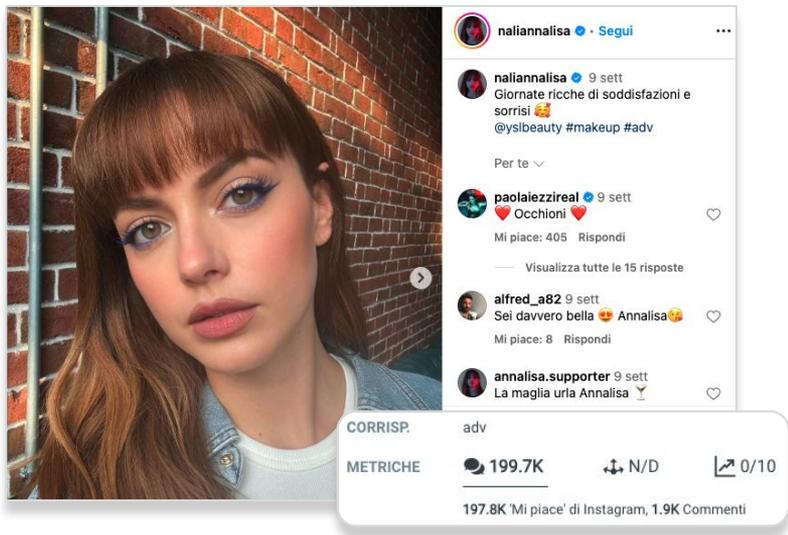
I post sponsored  
con maggiori interazioni

---



Luglio

# I post sponsored più performanti



Instagram post by **naliannalisa** (9 sett). The image shows a woman with long brown hair and bangs, wearing a denim jacket, against a brick wall background. The caption reads: "Giornate ricche di soddisfazioni e sorrisi 🥰 @ysibeauty #makeup #adv". The post has 405 likes and 8 replies. A metrics overlay at the bottom shows: CORRISP. adv; METRICHE: 199.7K (197.8K 'Mi piace' di Instagram, 1.9K Commenti), N/D, and 0/10.



Instagram post by **alessialanza** (7 sett). The image shows a woman in a white strapless dress sitting on a bed. The caption reads: "In estate il mio make-up è composto al 90% da blush!!!! @armanibeauty #armanimakeup #adv #LuminousSilk #CheekTint @sephoraitalia". The post has 56 likes and 1 reply. A metrics overlay at the bottom shows: CORRISP. adv; METRICHE: 126.6K (126.4K 'Mi piace' di Instagram, 156 Commenti), N/D, and 0/10.



Luglio

# I post sponsored più performanti



**francescochiofalo\_** • Segui  
Le Cale Di Otranto - Puglia

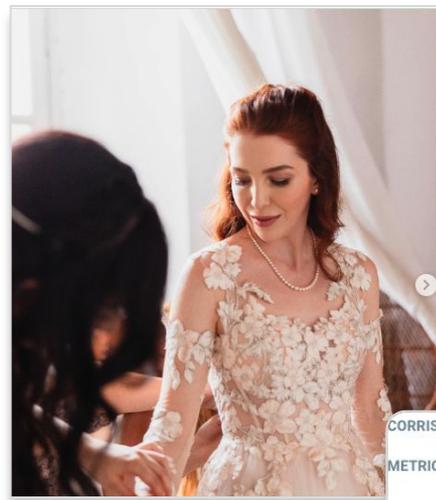
**francescochi ofalo\_** • Elemento modificato • 7 sett

“QUESTI OCCHI TI STANNO MALISSIMO” “SEMBRI UN ALIENO” “NON SEMBRI PIÙ TU” “SI VEDE CHE SONO FINTI” ecc.. ecc..  
Dopo aver fatto l'intervento di cambio colore degli occhi me ne sono sentite dire di ogni : giudizi, opinioni, insulti di tutti i tipi, minacce personali e di morte...  
Mi è stato detto di tutto e mi si dice tutt'ora di tutto.  
Ogni mio post o reel viene sommerso di critiche ed insulti...e probabilmente la stessa cosa succederà anche sotto questo post....  
PERÒ VI VOGLIO DIRE UNA COSA : POTETE DIRMI QUELLO CHE VI PARE

**CORRISP.** Invitedby

**METRICHE** 110K N/D 0/10

109.1K 'Mi piace' di Instagram, 904 Commenti



**cucinabotanica** • Segui già

**cucinabota nica** • Elemento modificato • 9 sett

I miei abiti ✨ Quando ho iniziato a cercarli, non avevo in mente un modello preciso di abito da sposa. Me ne piacevano tantissimi, anche modelli completamente diversi tra loro, e facevo davvero fatica a decidere.

Ad @ateliereme ricordo di aver raccontato "da piccola mi vestivano spesso da maschio, io invece volevo essere femminile, amavo il rosa, le principesse, volevo i capelli lunghi..."

Quando sono arrivata alla prima prova avevano già selezionato alcuni abiti che, secondo loro, mi rappresentavano perfettamente - ed è inutile dirvi che avevano ragione.

**CORRISP.** adv

**METRICHE** 104.3K N/D 0/10

103.7K 'Mi piace' di Instagram, 614 Commenti



Luglio

# I post sponsored più performanti



chiaracandym e chefdamianocarrara

chiaracandym 10 sett  
Noi 3 in una giornata davvero speciale! 🥰❤️ Auguri Massi e Anna 🥰❤️🥰 #wedding #love #supplied @atelleremelucca @carlopignatelliofficialpage

Per te

maddalenafossati 10 sett  
Stupendi ❤️  
Mi piace: 12 Rispondi

Visualizza tutte le 2 risposte

giuliareggio 10 sett  
Stupendi! ❤️  
Mi piace: 4 Rispondi

Visualizza tutte le 1 risposte

CORRISP. supplied

METRICHE 102.7K ↕ N/D 📈 0/10

101.9K 'Mi piace' di Instagram, 752 Commenti



francescochiofalo\_e royalwatch.official  
Roma

francescochi Elemento modificato 6 sett

LA VITA È TROPPO BREVE PER SPRECARLA A REALIZZARE I SOGNI DEGLI ALTRI 🌟 #adv

#style#manstyle#loveislove#summer#photooftheday#picoftheday#likeforlikes#like#likeforfollow#photo#instagram#rome#italy#europe#beach#mare#winter#zodiacsign

CORRISP. adv

METRICHE 90.1K ↕ N/D 📈 0/10

89.6K 'Mi piace' di Instagram, 533 Commenti



Luglio

# I post sponsored più performanti



**simonaventura** • Segui

**simonaventura** • 9 sett  
Non potevate interpretare meglio i miei desideri! Ce li avevo in mente e voi li avete creati così, come li desideravo. Grazie @ateliereme eccellenza sartoriale italiana 🇮🇹 di cui andare davvero orgogliosi!!!

#EmeBrides  
#adv

Per te ▾

**anauraribas6** • 9 sett  
Mi piace: 8 Rispondi

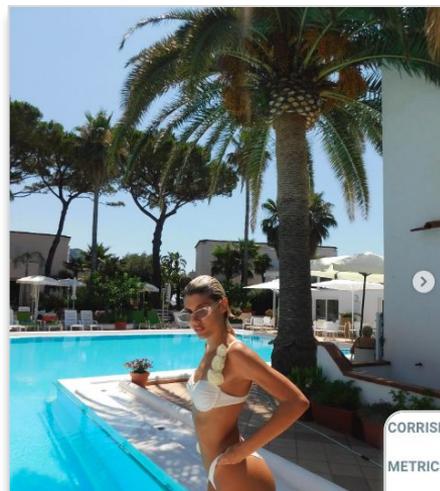
— Visualizza tutte le 2 risposte

**simo\_polpetta** • 9 sett

**CORRISP.** adv

**METRICHE** **87.6K** N/D 0/10

85.8K 'Mi piace' di Instagram, 1.8K Commenti



**asiavalentereal** • Segui  
Partnership pubblicizzata con **royalpalm\_termehotel**  
Royal Palm Terme Hotel

**asiavalente** • Elemento modificato • 9 sett  
**real**  
Mi tuffo e sono in paradise... 🏖️ 🍹 🍹  
📍 @royalpalm\_termehotel #adv  
#ischialove #islandgirl

Per te ▾

**fabiopattid** • 9 sett  
La donna che sussurava le piscine

Rispondi

— Visualizza tutte le 1 risposte

**raffaele\_pesce** • 9 sett  
Sei unica love

Mi piace: 2 Rispondi

**CORRISP.** adv

**METRICHE** **80.4K** N/D 0/10

80.3K 'Mi piace' di Instagram, 93 Commenti



Luglio

# I post sponsored più performanti



**belenrodriguezreal** • Segui già

**belenrodriguezreal** 10 sett  
Non chiedevo nulla di più che una favola come quella che hai vissuto... grazie di avermi voluta al tuo fianco ❤️ la tua damigella d'onore @chechurodriguez\_real.

Grazie @ateliereme per aver inserito un po' di follia sudamericana in questi abiti da sogno

#EmeGirls #Ad

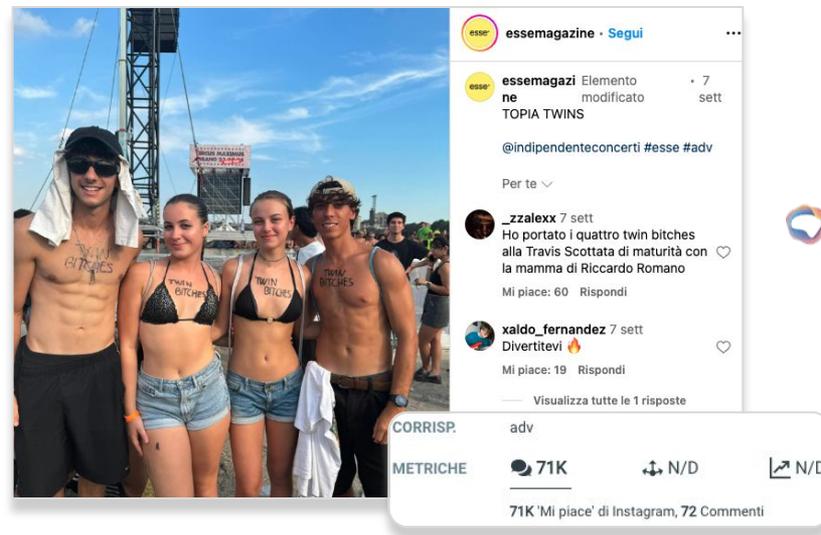
Per te

**dagatamariella** 9 sett  
Veramente l'ha fatto apposta, più lontana dalle altre proprio per essere notata ed avere tutta la scena

**CORRISP.** ad

**METRICHE** 79.9K N/D 0/10

79.3K 'Mi piace' di Instagram, 627 Commenti



**essemagazine** • Segui

**essemagazine** Elemento TOPIA TWINS modificato 7 sett

@independenteconcerti #esse #adv

Per te

**\_zzalex** 7 sett  
Ho portato i quattro twin bitches alla Travis Scott di maturità con la mamma di Riccardo Romano

Mi piace: 60 Rispondi

**xaldo\_fernandez** 7 sett  
Divertitevi 🔥

Mi piace: 19 Rispondi

Visualizza tutte le 1 risposte

**CORRISP.** adv

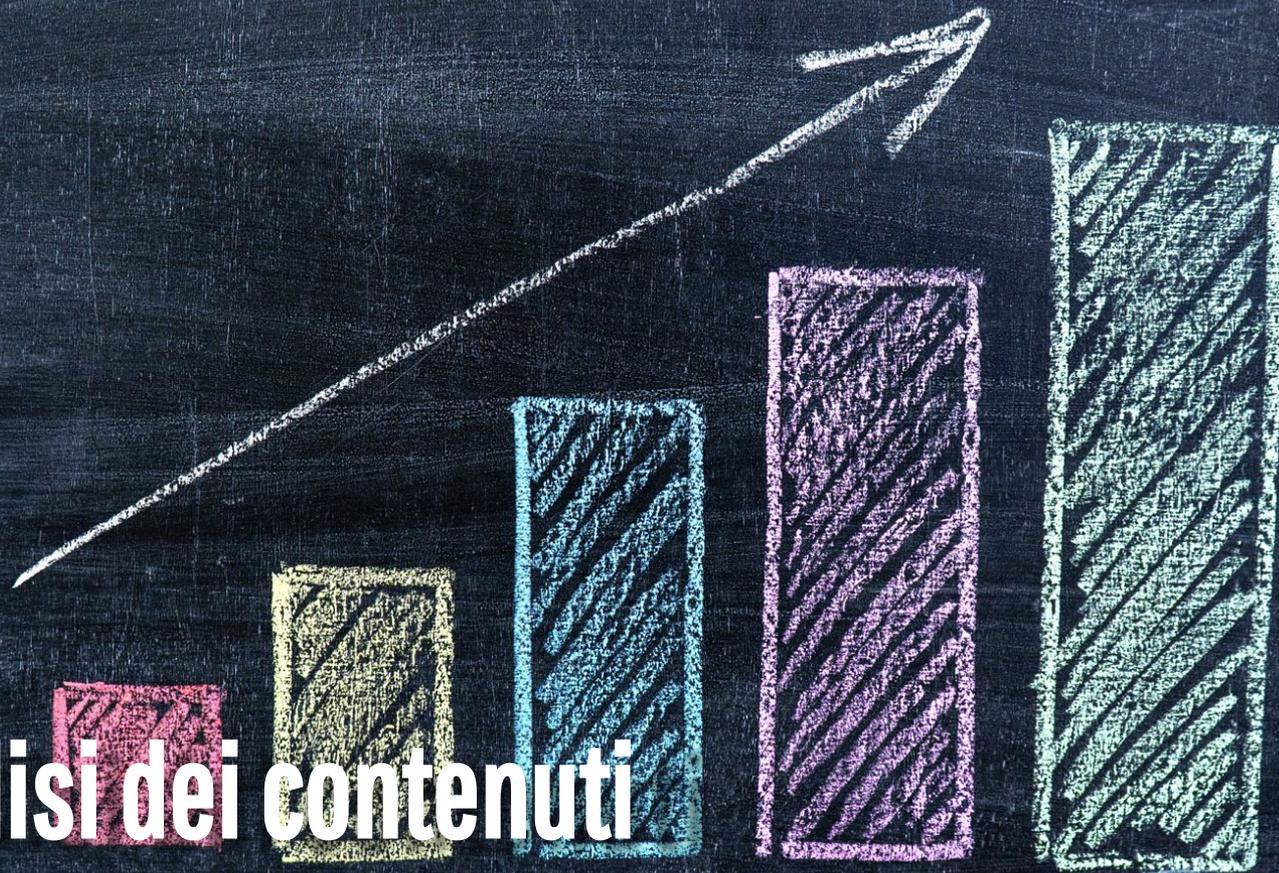
**METRICHE** 71K N/D N/D

71K 'Mi piace' di Instagram, 72 Commenti



# Analisi dei contenuti

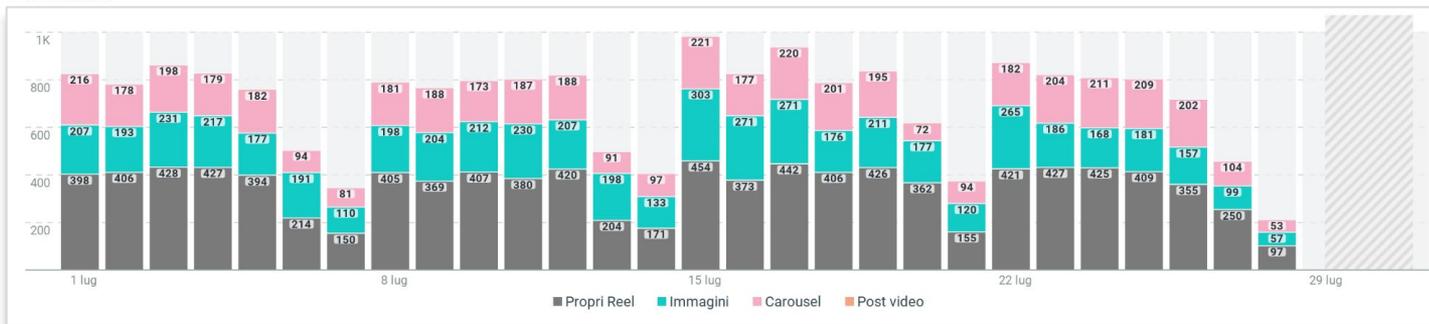
---



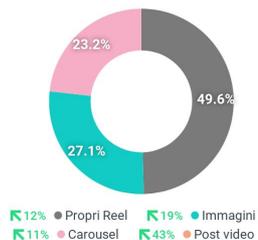
# Luglio Tipologia formati e performance

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

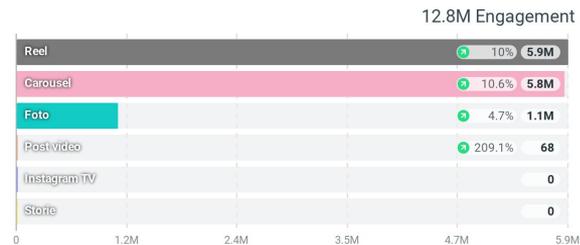
## ATTIVITÀ



## DISTRIBUZIONE DEI TIPI DI POST



## TIPO DI POST CON PIÙ ENGAGEMENT



Fonte: Talkwalker

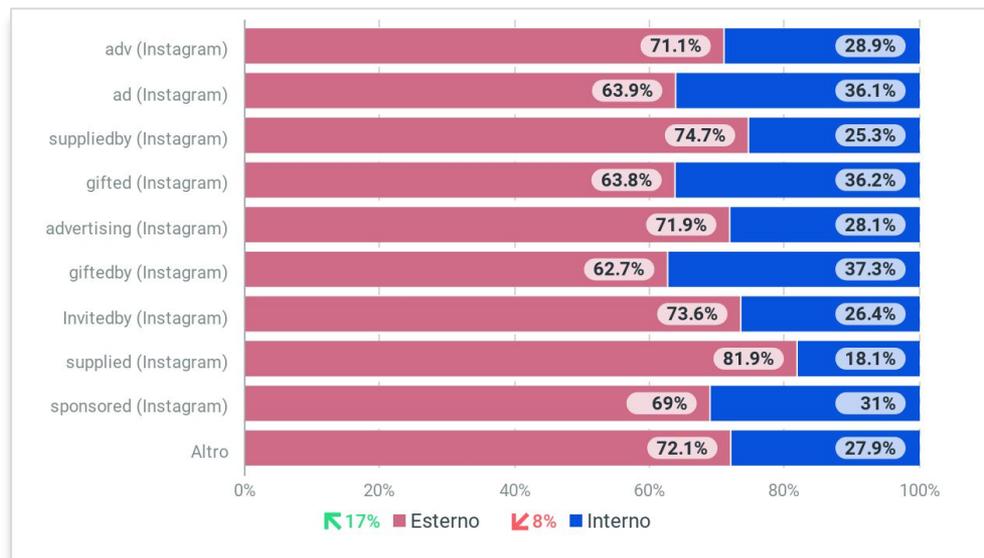
Luglio

## Keyword, hashtag ed emoji più utilizzate nei post #adv



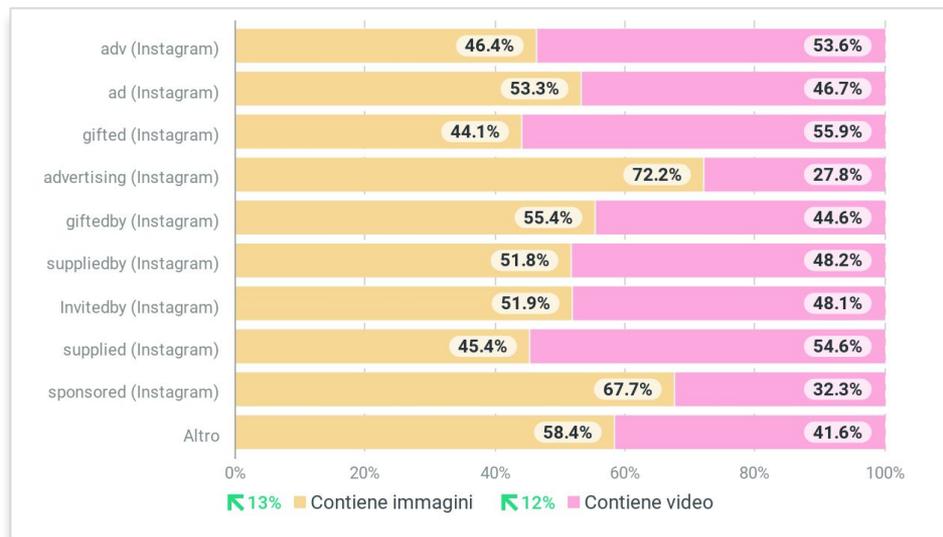
Luglio

# Analisi immagini



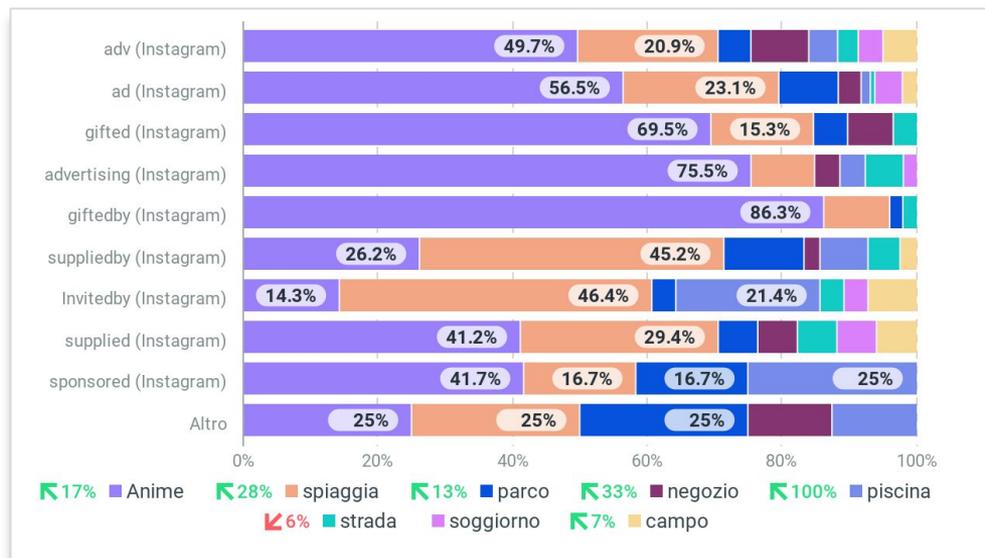
# Luglio

## Analisi immagini



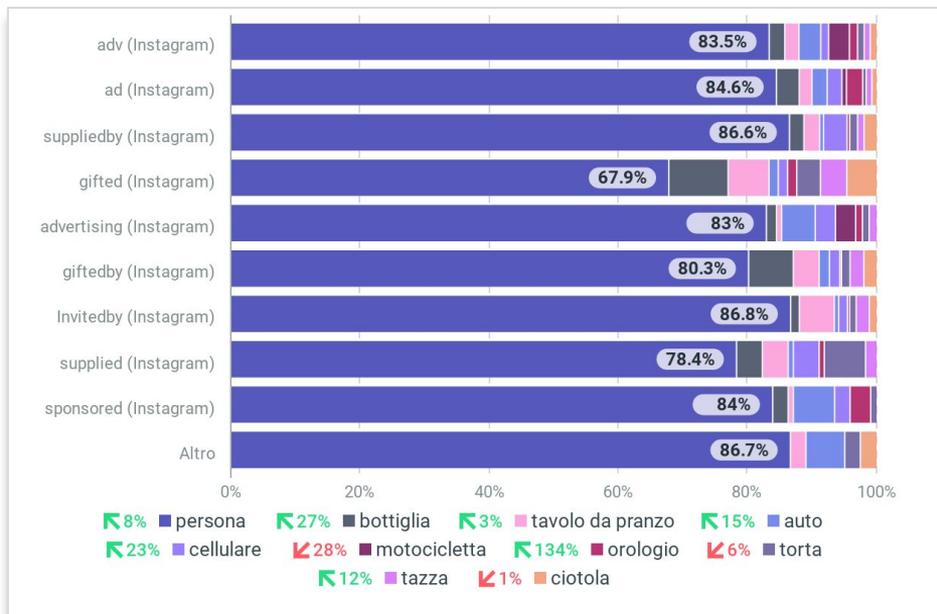
Luglio

# Analisi immagini



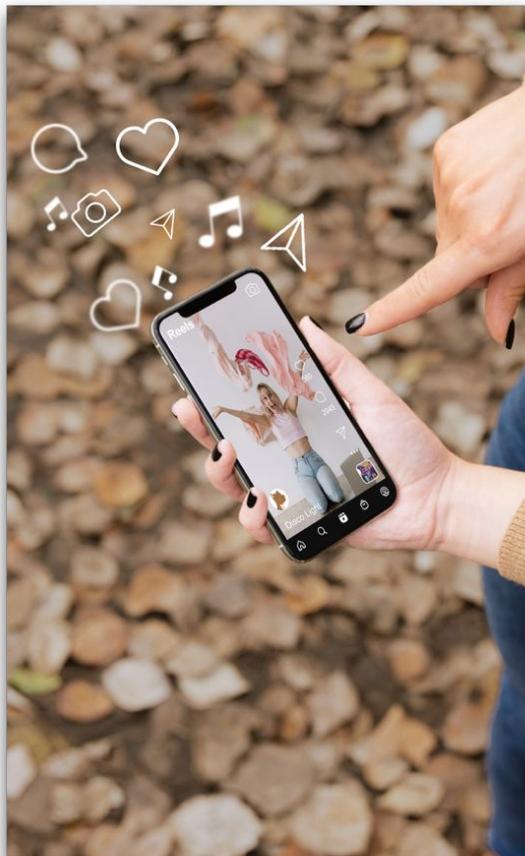
Luglio

# Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

//  
**Atelier Emé domina la classifica dei 10 migliori contenuti sponsored del mese conquistando 4 posizioni su 10. Il Reel continua a primeggiare lato engagement e utilizzo nei contenuti con influencer e brand.**



Quando si parla di abiti da cerimonia sui social non si può non pensare a **Atelier Emé**. Questo brand, da tempo ormai, è presente alla maggior parte dei matrimoni di influencer e celeb e riesce a sfruttare molto bene la loro notorietà.

Nel mese di Luglio si sono sposate *Carlotta Perego*, *Cecilia Rodriguez* e *Simona Ventura* le quali hanno scelto e promosso il brand sui social. In particolare, nella top 10 dei contenuti più ingaggianti del mese, troviamo un post di **Cucina Botanica** (Carlotta Perego) e **Simona Ventura** dove si ritraggono con il loro abito da sposa: entrambi i contenuti sono #adv. Scorrendo la classifica, in 9° posizione c'è un post di **Belen Rodriguez** con il suo abito da damigella al matrimonio della sorella, anche questo #ad. Infine, in 5° posizione troviamo **Chiara Maggenti** x Atelier Emé #suppliedby.



# Key Insight

---





# Conclusioni

Le attività di Influencer Marketing a Luglio registrano delle **buone crescite** sia per numero di post pubblicati che per interazioni totali. Leggera flessione invece per le interazioni per singolo post.

Il **Reel**, come sempre, rimane il formato più utilizzato ma questo mese primeggia anche lato utilizzo.

La top 10 dei contenuti più performanti del mese è dominata da **Atelier Emé** con 4 post su 10. In classifica è presente anche una partnership editoriale di *essemagazine* x indipendenteconcerti.





# 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)"