



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI POST SPONSORED INSTAGRAM
NOVEMBRE 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 Novembre 2024?



Novembre

I post nati da collaborazione brand/influencer

23.2K

+6,91%

Numero post

14.3M

-0,65%

Interazioni generate

616

-7,97%

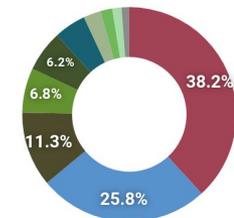
Interazioni per post



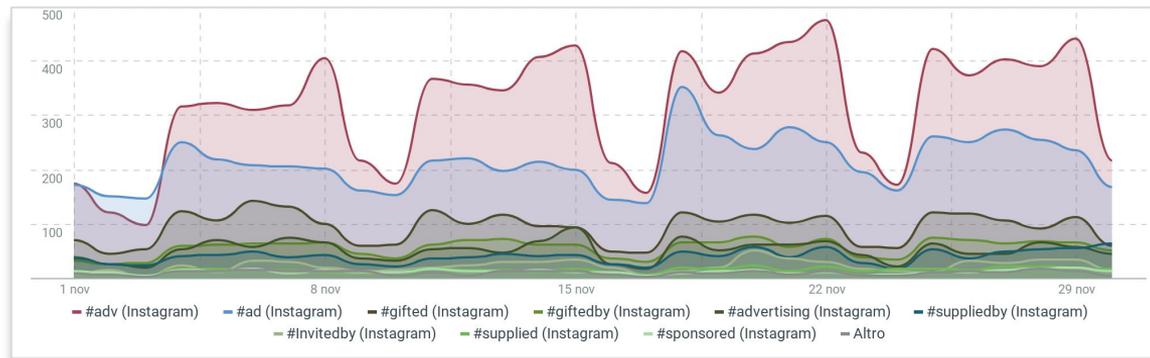
Novembre

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag

RIPARTIZIONE PER PROFILO



- 12% ● #adv (Instagram)
- 22% ● #ad (Instagram)
- 12% ● #gifted (Instagram)
- 4% ● #giftedby (Instagram)
- 15% ● #advertising (Instagram)
- 11% ● #suppliedby (Instagram)
- 13% ● #Invitedby (Instagram)
- 3% ● #supplied (Instagram)
- 11% ● #sponsored (Instagram)
- 74% ● Altro



Novembre

Gli hashtag compliant più utilizzati

9.5K

Menzioni
+9,08%

#adv

6.3K

Menzioni
+16,67%

#ad

1.5K

Menzioni
-19,47%

#advertising

Canali	28 ott	4 nov	11 nov	18 nov	25 nov
#adv (Instagram)	390	2.1K	2.3K	2.5K	2.2K
#ad (Instagram)	469	1.4K	1.3K	1.7K	1.4K
#gifted (Instagram)	169	720	626	668	607
#giftedby (Instagram)	85	394	390	409	391
#advertising (Instagram)	83	385	360	380	322
#suppliedby (Instagram)	85	258	247	289	313
#Invitedby (Instagram)	25	143	160	176	149
#supplied (Instagram)	22	90	94	122	111
#sponsored (Instagram)	27	88	81	66	84
Altro	17	83	60	59	67

Novembre

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

8.3M

Interazioni

+3,75%

#adv

3M

Interazioni

+36,36%

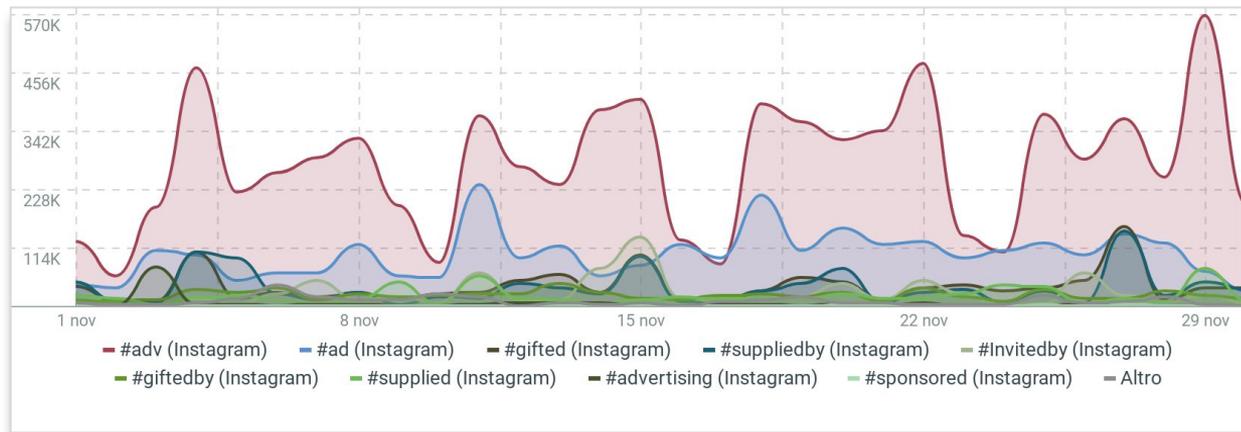
#ad

139.1K

Interazioni

+8,50%

#advertising



“**Più contenuti ma meno interazioni: è questo lo scenario delle attività di Influencer Marketing a Novembre.**

Il numero di post sponsored pubblicati aumenta ma le relative performance diminuiscono.

#adv continua ad essere il più utilizzato.



Novembre segue la scia di Ottobre registrando un **aumento nel numero di post pubblicati** e una **diminuzione nelle performance**.

I contenuti nati in collaborazione con brand e influencer questo mese sono saliti del 6,91% arrivando a **23.2K**.

Tuttavia, come era successo il mese precedente, sia le interazioni totali che quelle per singolo post diminuiscono. Sono **14.3M** le interazioni totali, mentre ogni post ha generato in media **616** interazioni (-7,97% rispetto a Ottobre).

#adv continua ad essere l'hashtag più utilizzato nelle attività in collab, a Novembre è stato usato 9.5K volte. Anche le interazioni che genera sono alte: 8.3M a Novembre (+3,75% rispetto al mese precedente).



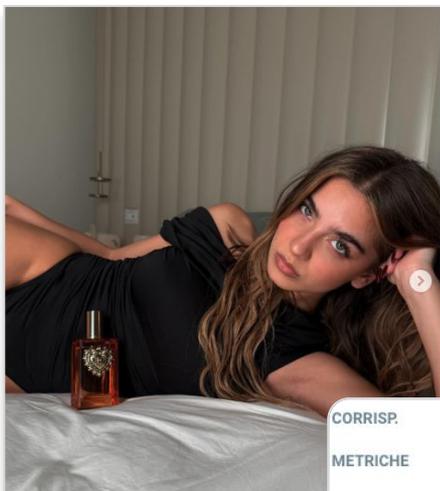
I post sponsored
con maggiori interazioni



oia

Novembre

I post sponsored più performanti



alessialanza • Segui già

alessialanza 7 sett
Avete già fatto i regali di Natale? Io sono ancora indietro ma un'idea se vi piacciono i profumi gourmand è Devotion Eau De Perfume Intense di @DolceGabbana_Beauty #DGBeauty #adv

Per te ▾

emiliypallini 7 sett
👍👍👍👍👍👍
Mi piace: 122 Rispondi

— Visualizza tutte le 1 risposte

rebecca.parziale 7 sett
Che bontà
Mi piace: 144 Rispondi

CORRISP. #adv

METRICHE 134K ↕ N/D 📈 0/10

133.8K 'Mi piace' di Instagram, 211 Commenti



dilettaeotta • Segui
Catania

dilettaeotta 6 sett
E' stato bellissimo raccontarvi la scelta del mio vestito da sposa, nella mia Sicilia 🤍

#EmeGirlsTalk @ateliereme #adv

Per te ▾

thewolfofbumbum 6 sett
👍👍👍👍👍👍
Mi piace: 13 Rispondi

alina2451976 6 sett
❤️👍
Mi piace: 22 Rispondi

mirko.03906 6 sett

CORRISP. #adv

METRICHE 108.4K ↕ N/D 📈 0/10

108.1K 'Mi piace' di Instagram, 310 Commenti



Novembre

I post sponsored più performanti



Instagram post by **alessialanza** (verified) · Segui già · ...

alessialanza · 8 sett
ok, dopo la cena di Natale di ieri sera di @dodojewels io sono ufficialmente pronta a fare l'albero con Michael Bublé e Mariah Carey in sottofondo #DoDoStarlight #adv

Per te ▾

jennydenucci · 8 sett
ti amo!
Mi piace: 52 Rispondi

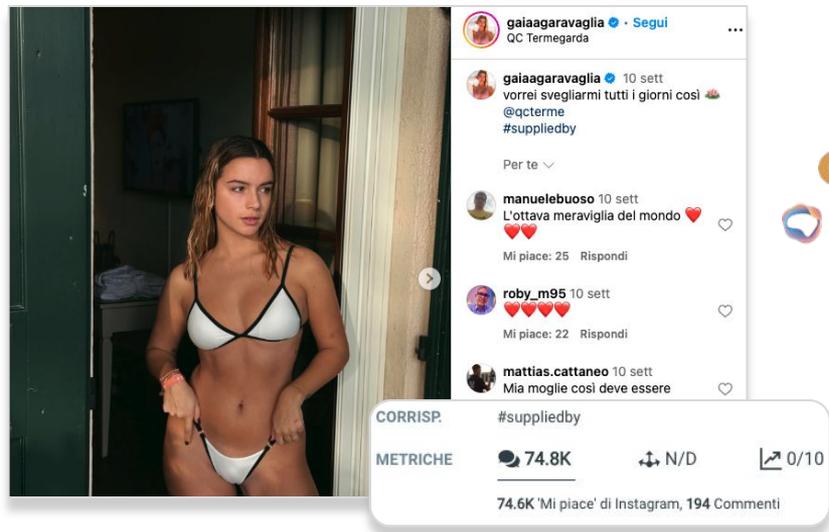
— Visualizza tutte le 1 risposte

claudiapiolli · 8 sett
Mi piace: 13 Rispondi

CORRISP. #adv

METRICHE 104.2K ↕ N/D 📈 0/10

104K 'Mi piace' di Instagram, 120 Commenti



Instagram post by **gaiaagaravaglia** (verified) · Segui · ...

gaiaagaravaglia · 10 sett
vorrei svegliarmi tutti i giorni così 🌈
@qcterme
#suppliedby

Per te ▾

manuelebuoso · 10 sett
L'ottava meraviglia del mondo ❤️
Mi piace: 25 Rispondi

robby_m95 · 10 sett
Mi piace: 22 Rispondi

mattias.cattaneo · 10 sett
Mia moglie così deve essere

CORRISP. #suppliedby

METRICHE 74.8K ↕ N/D 📈 0/10

74.6K 'Mi piace' di Instagram, 194 Commenti



Novembre

I post sponsored più performanti



COMPRATE SOLO GLI ORIGINALI!

ADDIO PALLINE DI NATALE: SULL'ALBERO ARRIVANO I COCCOLOTTI!

erano diventati introvabili nei ma ora sono ufficialmente tornati. Natale? quest'anno l'albero si

webboh.it • Segui già Partnership pubblicizzata

webboh.it • 6 sett
🌟 I COCCOLOTTI SONO TORNATI, PERFETTI PER NATALE! 🌟

❤️ l'attesa è finita: i Coccolotti Love & Tell sono tornati nei negozi! I piccoli peluche super virali, con il loro cuoricino magico per registrare messaggi speciali, dopo essere diventati virali, sono finalmente di nuovo disponibili!

👉 6 personaggi unici da collezionare, ognuno con il suo stile e dettagli adorabili come biberon e cuoricini in colori diversi, per tutti i gusti! Ma non finisce qui: quest'anno, i Coccolotti sono anche l'idea perfetta per decorare l'albero di Natale! appendili ai rami insieme alle palline per vivere

CORRISP. #adv

METRICHE 74.3K ↕ N/D ↗ 0/10

74.2K 'Mi piace' di Instagram, 130 Commenti



POV: IL TELEFONO TI CADE, LA PELLICOLA È INTATTA, MA LO SCHERMO È ESPLOSO!

non puoi che piangere, ma attenzi gli schermi rotti vanno all'isola ecologica già lo sai, il 76% dei ragazzi tra i 14 e

webboh.it e coreve.consortio

webboh.it Elemento modificato • 9 sett

👉 IL 76% DEI RAGAZZI SA COME FARE LA RACCOLTA DIFFERENZIATA: E TU?

👉 tre ragazzi su quattro fanno sempre la raccolta differenziata del vetro e solo il 5% non la fa mai (o raramente). È quanto abbiamo capito dall'indagine di Webboh Lab – il primo osservatorio permanente sulla Gen Z nato dall'incontro di Webboh con l'Istituto di ricerca Sylla – per CoReVe, condotta su 15.000 persone!

👉 un numero davvero altissimo e che sicuramente ci fa ben sperare in un futuro più pulito e sostenibile! imparare a fare la raccolta

CORRISP. #adv

METRICHE 73.7K ↕ N/D ↗ 0/10

73.6K 'Mi piace' di Instagram, 79 Commenti



Novembre

I post sponsored più performanti



alicecampello • Segui già

alicecampello 7 sett
Io, Leo e Luigi 🥰❤️
(l'orso lo trovate su Amazon dove è già iniziato il black friday 🥰)
@amazoninfluencerprogram
@amazon.it @amazonespana #ad

Per te ▾

marziagregoraci 7 sett
Mi piace: 13 Rispondi

— Visualizza tutte le 1 risposte

coralsimanovich 7 sett
ei es tan grande 🥰🥰🥰🥰
Mi piace: 55 Rispondi Vedi traduzione

CORRISP. #ad

METRICHE 66.5K ↕ N/D 📈 0/10

66.4K 'Mi piace' di Instagram, 95 Commenti



insanitypage • Segui

insanitypage 7 sett
Grey's Anatomy non è "solo" una serie: è una Bibbia di lezioni di vita. Tra traumi, amori disastrosi e discorsi motivazionali, ecco i momenti che ci hanno formato 🙌

#ADV @disneyplusit #GreysAnatomy #DisneyPlus

Per te ▾

francesca_puglisi_69 7 sett
Con le mie figlie attendiamo con ansia i nuovi episodi. Oramai siamo le bimbe di Shonda ❤️
Mi piace: 3 Rispondi

michimammamia 7 sett

CORRISP. #adv

METRICHE 58.4K ↕ N/D 📈 0/10

58.2K 'Mi piace' di Instagram, 178 Commenti

5 LEZIONI DI VITA CHE CI HA DATO GREY'S ANATOMY



Novembre

I post sponsored più performanti



cronache_di_spgliatoio • Segui già
atoio

cronache_di_spgliatoio • 8 sett
Nel corso dell'ultima puntata di 'L'ascia raddoppia', Lorenzo De Silvestri ha raccontato cos'ha provato quando gli è stato comunicata l'esclusione dalla lista Champions League: il gruppo è sempre più importante del singolo 🇮🇹🇵🇹

Lorenzo De Silvestri è uno degli ambasciatori di @airc.it nella sfida contro il cancro. Per supportare la causa, trovi tutte le informazioni nel nostro link in bio.

#cronachedispgliatoio #desilvestri #bologna #golperlaricerca #adv

Per te >

CORRISP. #adv

METRICHE 54.6K ↕ N/D ↗ 0/10

54.5K 'Mi piace' di Instagram, 130 Commenti



webboh.it • Segui già
Partnership pubblicizzata con medusafilmmofficial

webboh.it • 7 sett
🎬 MARIA ESPOSITO DEBUTTA AL CINEMA CON "CRIATURE" 🎬
👉 dopo averci tenuti incollati alla tv con Mare Fuori, il talento di Maria Esposito arriva per la prima volta al cinema con "Criature", ma di che cosa si tratta? preparatevi ad emozionarvi!

🌟 dal 5 dicembre, preparatevi a una storia ispirata a fatti reali, dove un gruppo di ragazzi si ribella a un destino complicato che sembrava già scritto, grazie alla magia e alla bellezza dell'arte circense!

❤️ un mix di emozioni, coraggio e voglia di riscatto che non potete perdervi, anzi: volete essere tra i primi

MARIA ESPOSITO DEBUTTA AL CINEMA!
(PS: PREPARATEVI A EMOZIONARVI)

dopo il successo nei panni di Rosa Ricci in Mare Fuori, arriva al cinema dal 5 dicembre con Criature: il film, ispirato a una storia vera

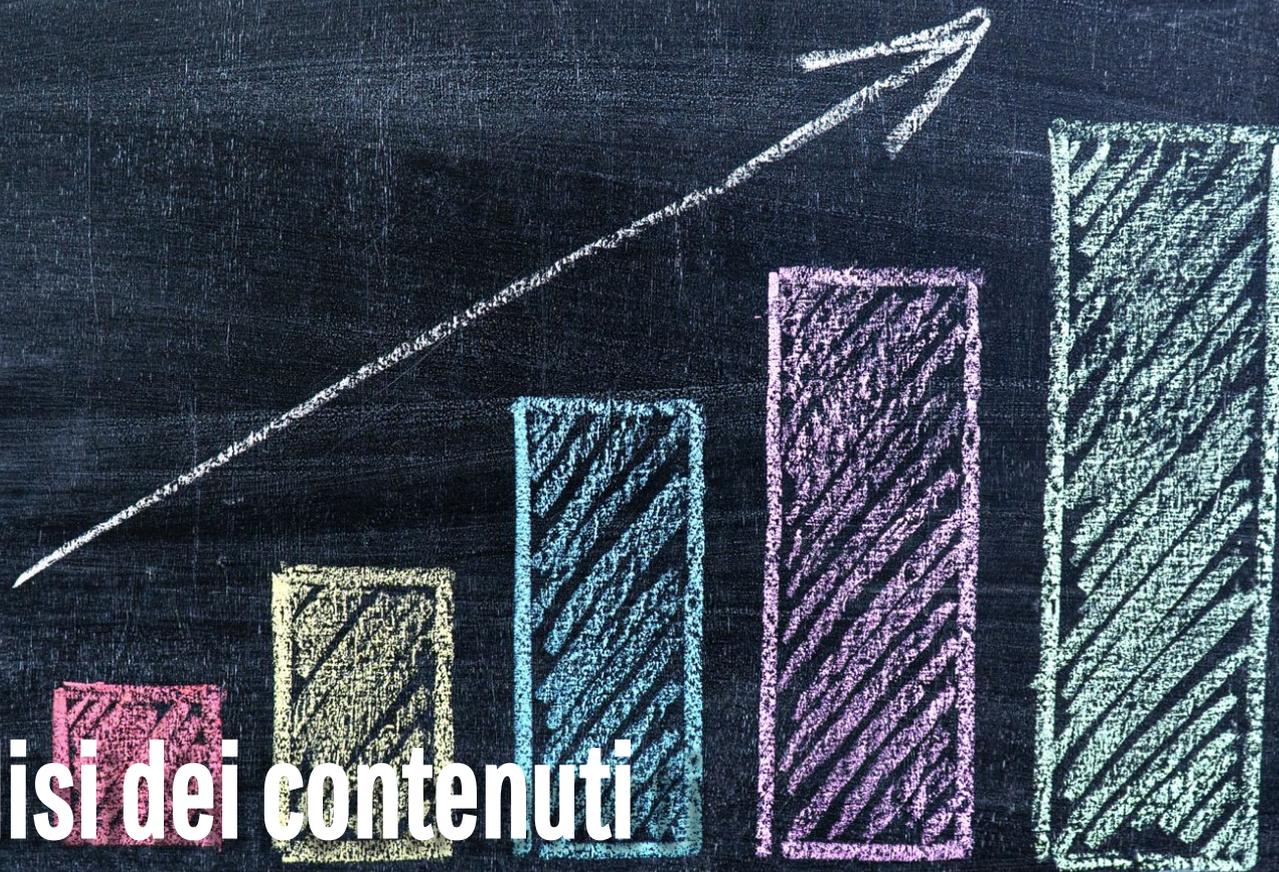
CORRISP. #adv

METRICHE 53.6K ↕ N/D ↗ 0/10

53.5K 'Mi piace' di Instagram, 56 Commenti

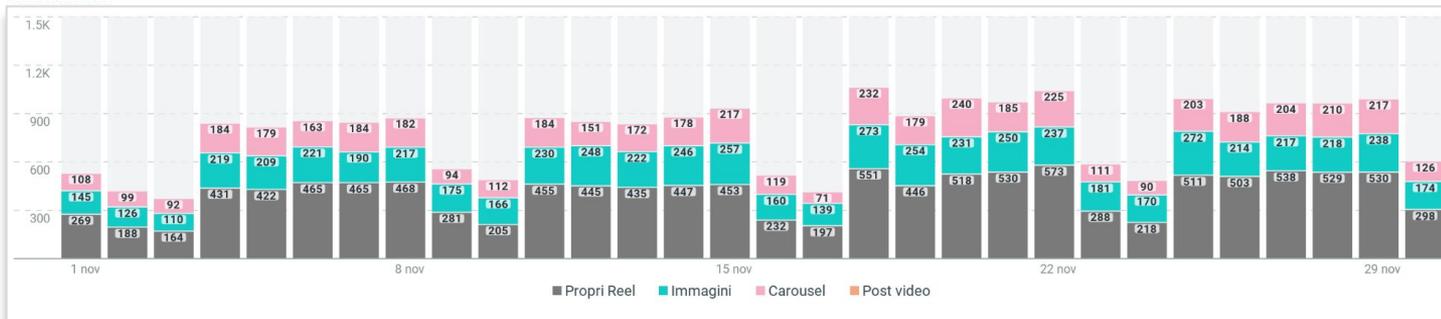


Analisi dei contenuti

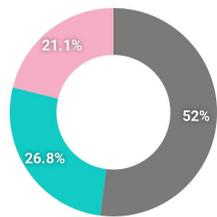


Novembre Tipologia formati e performance

ATTIVITÀ

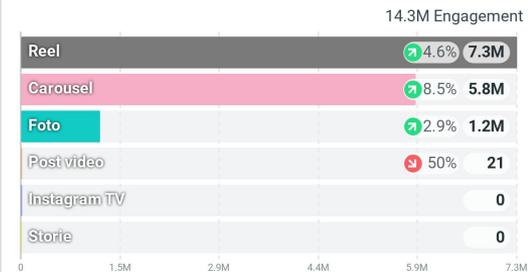


DISTRIBUZIONE DEI TIPI DI POST



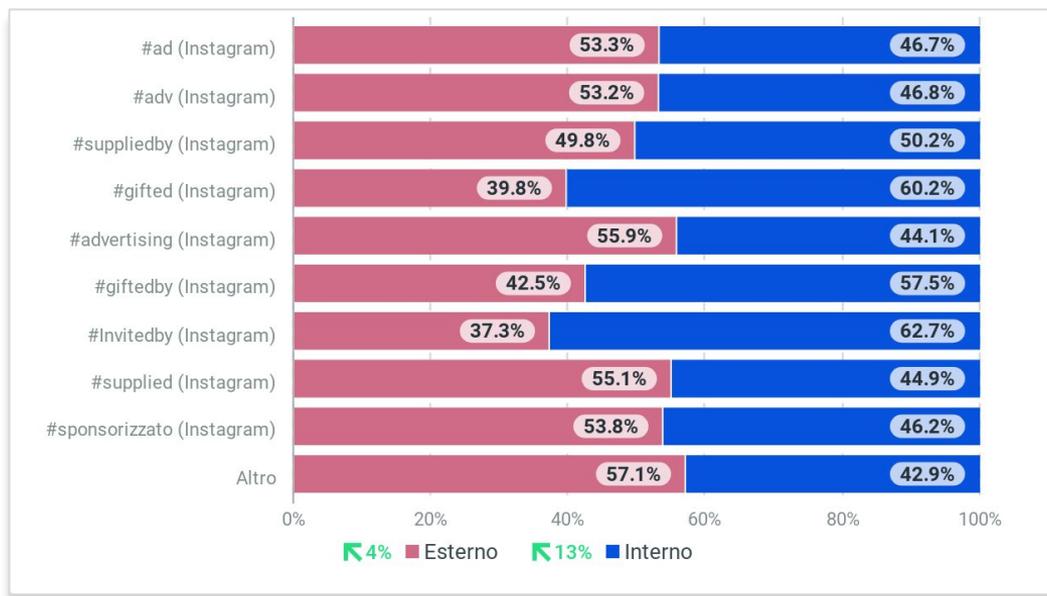
■ 8% Propri Reel ■ 18% Immagini
■ 7% Carousel ■ 40% Post video

TIPO DI POST CON PIÙ ENGAGEMENT

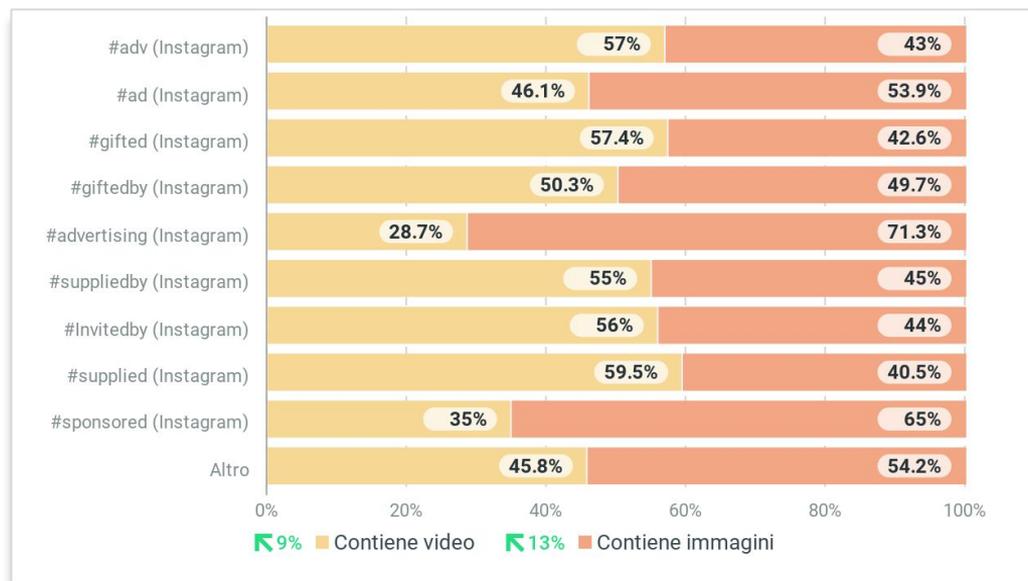


Fonte: Talkwalker

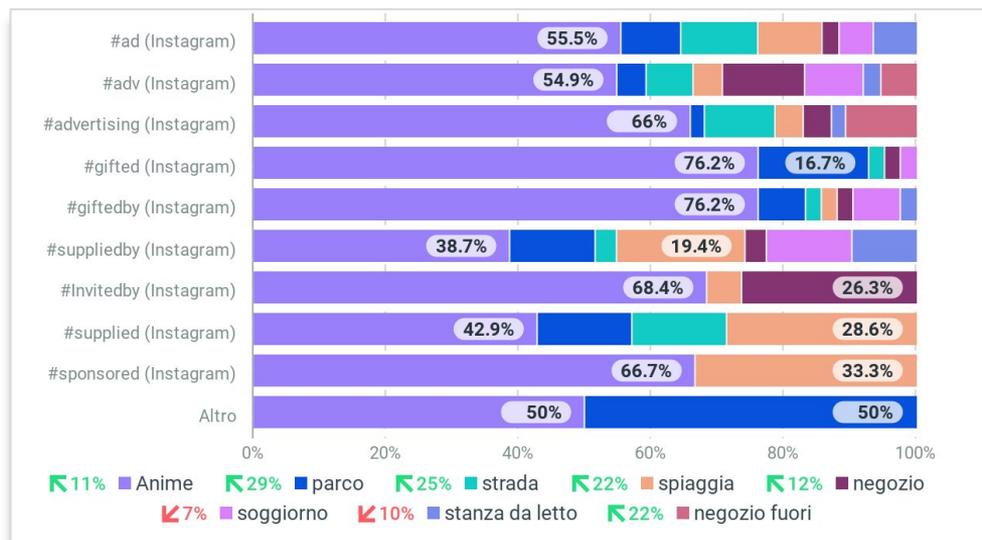
Novembre Analisi immagini



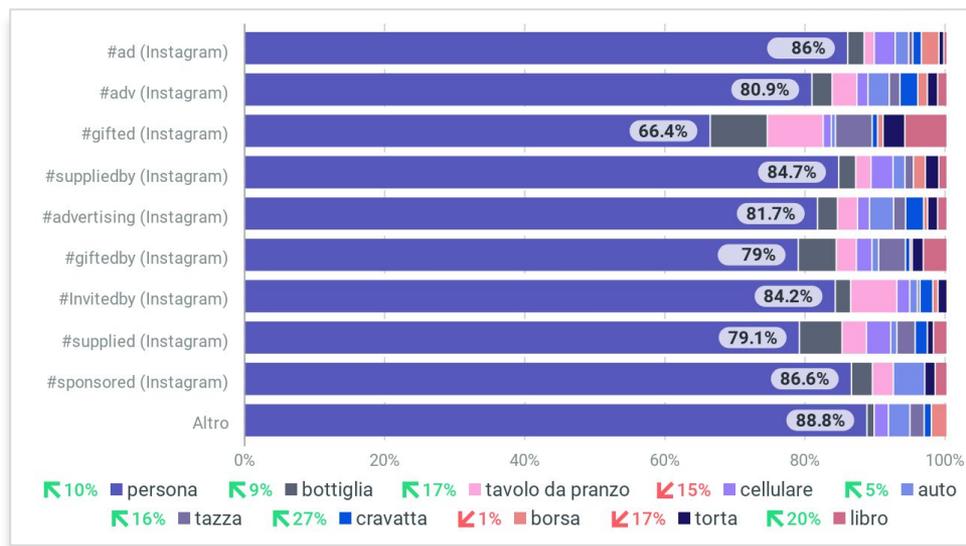
Novembre Analisi immagini



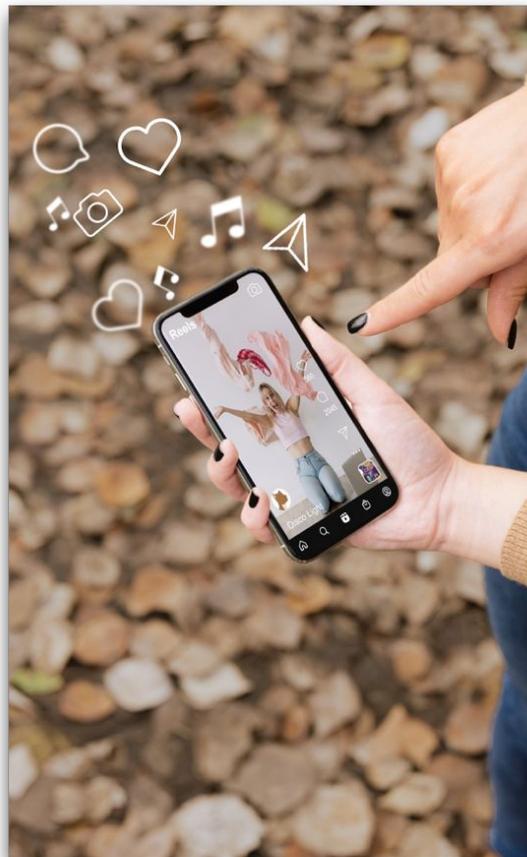
Novembre Analisi immagini



Novembre Analisi immagini



//
Le community stanno prendendo sempre più piede nelle campagne di Influencer Marketing: a Novembre, nella top 10 dei contenuti più performanti, troviamo infatti 5 i post pubblicati in collab tra una community e un brand



Guardando la classifica dei 10 contenuti più performanti del mese spiccano le collaborazioni tra brand e community, prima tra tutte **Webboh** con 3 post su 10. Sono **Giochi Preziosi**, **CoReVe** e **Medusa Film** che si sono affidati a Webboh per la promozione dei loro prodotti/servizi.

Gli altri brand che hanno scelto una community per una campagna di Influencer Marketing sono **Disney+** con **Insanity Page** e **Fondazione AIRC** con **Cronache di Spogliatoio**.

Analizzando i formati più utilizzati e più ingaggianti nelle collab tra influencer e brand, il **Reel** primeggia in entrambi i fronti. Questo mese è stato utilizzato nel 52% dei contenuti sponsored e ha generato 7.3M di interazioni.



Key Insight





Conclusioni

A Novembre non cambia lo scenario dell'Influencer Marketing: **sale il numero di post pubblicati e scendono le relative performance.**

Nella top 10 dei contenuti più performanti del mese spiccano le **community**, in particolare due campagne: *CoReVe Consorzio* con Webboh e *Fondazione AIRC* con Cronache di Spogliatoio. Medaglia d'oro riconfermata anche per questo mese ad **Alessia Lanza**.

Per il secondo mese consecutivo il **Reel** primeggia sia lato formato più utilizzato che formato più ingaggiante nelle collab con influencer e brand.





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)"