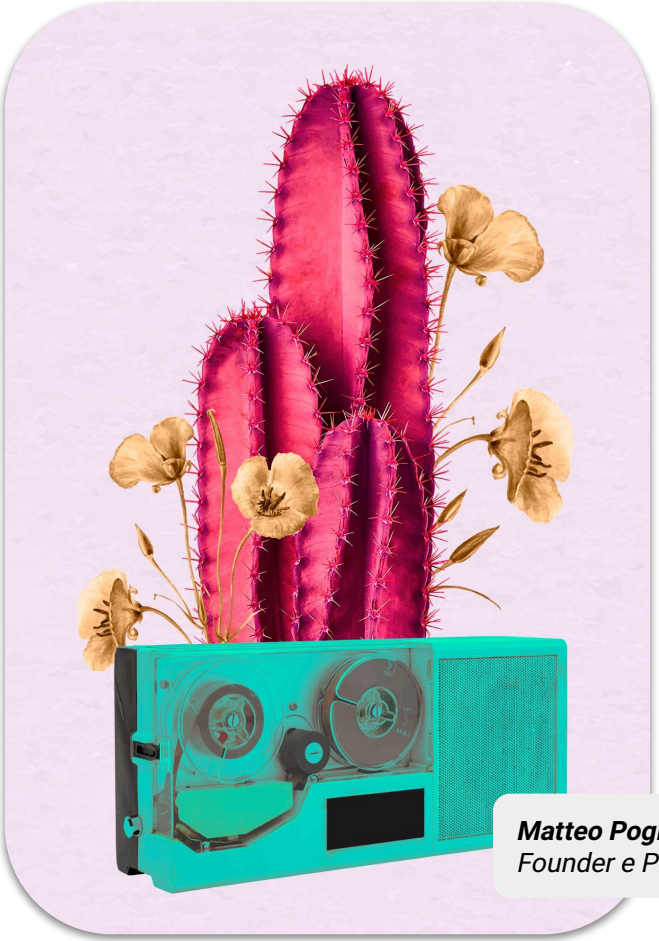
OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SANREMO 2025

INFLUENCER MARKETING REPORT



POWERED BY Inflead



SANREMO 2025
TRA TV, SOCIAL, TALENT E CREATOR

Sanremo anche nel 2025 si conferma come un **evento culturale di portata nazionale**, unicum in Italia, **ma forse nel mondo**. Un impatto che ovviamente tocca anche il mondo digital, social su tutti, portando effetti di grande rilevanza sia per gli artisti e partner coinvolti nel festival che per le aziende attive con progetti dedicati e di cui spesso influencer e creator sono base portante.

Questa nuova edizione del Report ONIM, nata in collaborazione con **Inflead**, vuole raccontare, insight alla mano, tutto questo, offrendo una visione più chiara e completa del fenomeno Sanremo.

Matteo Pogliani
Founder e Presidente Osservatorio Nazionale Influencer Marketing



1.

METODOLOGIA



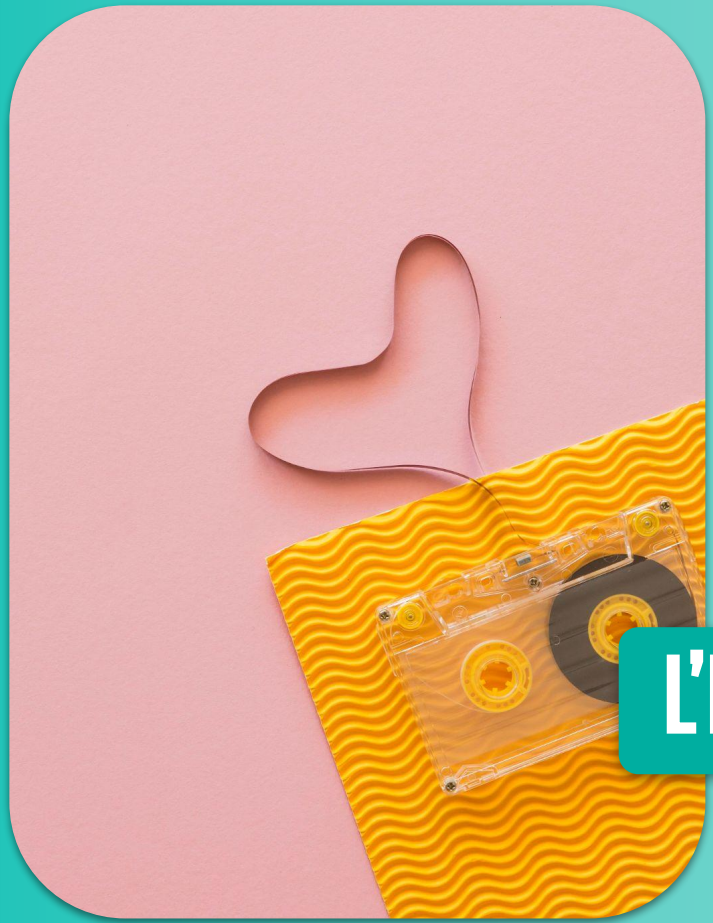
METODOLOGIA ANALISI

Per la realizzazione del seguente report sono state analizzate le **performance Instagram** dei profili dei cantanti, presentatori e presentatrici e brand sponsor.

Il **periodo analizzato è 10-16 Febbraio 2025**.

Per la prima parte di questo report sono state utilizzate sia **metriche di comune utilizzo**, come ad esempio Engagement Rate e numero di follower, sia **metriche proprietarie** di **Inflead** - piattaforma leader nell'analisi delle performance digitali di influencer, brand ed eventi - sviluppate per offrire un'analisi più approfondita delle performance social.

L'analisi riguardante le attività #ad connesse al Festival su Instagram, TikTok e YouTube è stata realizzata con **Talkwalker** ed **Exolyt**, tool dedicati all'analisi delle conversazioni online e delle social performance di profili di brand o di influencer. L'analisi è realizzata mediante una mappatura 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.



2.

L'IMPATTO DI SANREMO

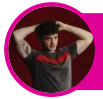
Classifica dei profili ordinati per numero di follower

La top 5 dei cantanti ordinati per numero di follower è rimasta invariata nell'arco del delta temporale analizzato.

	Artista	N. Follower 10/02	N. Follower 16/02	Variazione percentuale
	FEDEZ	13.808.777	13.823.341	+0,1%
	ELODIE	3.588.705	3.640.542	+1,4%
	TONYEFFEBABY777	3.065.860	3.155.053	+2,9%
	THEREALGUE	2.661.715	2.678.159	+0,6%
	ACHILLEIDOL	1.804.785	1.929.109	+6,8%

Sebbene le prime cinque posizioni siano rimaste invariate, l'andamento della crescita ha evidenziato alcune dinamiche interessanti. In particolare, **Achille Lauro ha registrato la crescita assoluta più elevata tra gli artisti già ai vertici della classifica**, mentre altri cantanti emergenti hanno ottenuto aumenti più significativi in termini percentuali.

Top 5 artisti per crescita assoluta di follower

Artista	Crescita follower
 LUCIO_CORSI	+ 470.201
 OLLY_NCLUSIVE	+462.931
 ACHILLEIDOL	+124.324
 SERENABRANCALE	+123.800
 ROSEVILLAIN	+122.666

Lucio Corsi ha registrato la **crescita più alta di follower**, con **oltre 276.000 nuovi follower in un solo giorno** (quello della finale), segno di un forte impatto della sua performance e della visibilità ottenuta. **Serena Brancale**, pur arrivando **24ª nella classifica finale**, ha guadagnato una **notevole attenzione sui social**, posizionandosi tra gli artisti con la crescita più elevata.

Top artisti per variazione assoluta di follower nelle ultime tre edizioni

2023



MR. RAIN

+222K

2024



ANGELINAMANGO_

+445K

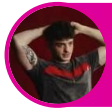
2025



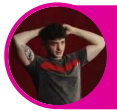
LUCIO_CORSI

+470K

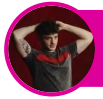
Top 5 artisti per variazione percentuale di follower

Artista	Variazione percentuale
 LUCIO_CORSI	+766,44%
 OLLY_NCLUSIVE	+123,70%
 CRISTICCHI	+61,98%
 SERENABRANCALE	+35,76%
 JOANTHIELE	+34,80%

Top 5 artisti per post pubblicati durante il Festival

Artista	Numero Post
 CRISTICCHI	30
 MARCELLABELLA.OFFICIAL	27
 ACHILLEIDOL	24
 FRANCESCA_MICHIELIN	21
 OLLY_NCLUSIVE	21

Top 5 artisti per Post Engagement

	Artista	Nr post	Post Engagement 16/02	Crescita assoluta follower
	TORMENTOTHEREAL	11	31%	+ 9.282
	JEAZYFROMDAHOOD	9	27,7%	+21.894
	BRESHBANDICOOT	15	21,2%	+111.988
	OLLY_NCLUSIVE	21	18,2%	+462.931
	LUCIO_CORSI	13	14%	+470.201

Tormento e Joshua hanno registrato **engagement percentuali più alti rispetto a Lucio Corsi** e **Olly**, che hanno **ottenuto la crescita assoluta più elevata di numero di follower** pur avendo un numero di post pubblicati relativamente contenuto. Da ciò emerge che **un'elevata attività social non sempre si traduce in maggiore coinvolgimento o crescita** ed infatti troviamo solo uno degli artisti (Olly) che risulta anche tra coloro che hanno pubblicato il maggior numero di post.

Analisi dell'Influencing Value

In concreto, **quante persone sono riuscite a influenzare durante il festival i cantanti di Sanremo?**
Abbiamo analizzato i loro trend di Influencing Value nell'arco della settimana.

INCREMENTI SIGNIFICATIVI

- **Olly** ha registrato una **crescita straordinaria**, passando **da 536.480 il 10 febbraio a 2.354.852 il 16 febbraio**, con un'impennata tra il 12 e il 14 febbraio.
- **Lucio Corsi** è passato **da 67.288 a 1.631.135**, con un salto notevole dal 14 febbraio in poi.
- **Bresh** ha avuto una **crescita costante, da 983.729 a 2.513.584**, indicando un impatto crescente sulla sua audience.
- **Rose Villain** ha mostrato un aumento importante, **da 1.539.381 a 2.606.657**, soprattutto dopo il 14 febbraio.
- **Clara** ha visto un trend di crescita simile, passando **da 1.267.754 a 2.521.261**.



Analisi dell'Influencing Value

In concreto, **quante persone sono riuscite a influenzare durante il festival i cantanti di Sanremo?**
Abbiamo analizzato i loro trend di Influencing Value nell'arco della settimana.

FLUTTUAZIONI INTERESSANTI

- **Fedez**, nonostante la perdita di follower delle prime serate, ha avuto un **incremento rilevante il 16 febbraio** (da 11.610.677 a 12.292.973), indicando una rinnovata attenzione sul suo profilo.
- **Francesca Michielin** ha raggiunto un **picco il 13 febbraio** con 966.883, ma poi è **calata** fino a 536.408.
- **Elodie** ha avuto una **flessione tra il 12 e il 13 febbraio**, per poi risalire leggermente, suggerendo un impatto meno costante.
- **Rkomi** ha mantenuto una **crescita moderata fino al 14 febbraio**, per poi registrare un **incremento molto significativo il 16 febbraio** raggiungendo 2.226.912 utenti.



Analisi dell'Influencing Value

In concreto, **quante persone sono riuscite a influenzare durante il festival i cantanti di Sanremo?**
Abbiamo analizzato i loro trend di Influencing Value nell'arco della settimana.

DECLINI O STASI

- **Tony Effe** ha visto **un calo costante, da 6.543.885 a 5.903.405,** suggerendo una perdita di engagement o interesse nei giorni analizzati.
- **Coma_Cose** ha registrato una diminuzione da 442.293 a 344.726, **segnalando una perdita di influenza nel periodo.**
- **Massimo Ranieri** ha avuto un **trend discendente,** passando da 49.022 a 40.671, indicando probabilmente un minor coinvolgimento del pubblico.



Top 5 conduttore e co-conduttori/conduttrici per crescita assoluta di follower

Presentatore/Presentatrici	Crescita follower
 BIANCABALTI	+137.595
 MAHMOOD	+29.038
 CARLOCONTI.TV	+28.301
 IOGEPPICUCCIARI	+22.335
 ALECATTELAN	+20.184

Bianca Balti è stata la co-conduttrice che ha guadagnato più follower (+137.595), molto probabilmente dovuto all'**attenzione mediatica generata dalla sua partecipazione**. Segue poi Mahmood (+29.038), ormai habituè del palco sanremese e personaggio fortemente legato alla scena musicale contemporanea. Sul podio anche il conduttore Carlo Conti con 28.3K nuovi follower.

Top 5 brand per crescita assoluta di follower

Brand	Crescita follower
RAIRADIO2	+18.859
COCACOLA	+3.276
COSTACRUISESOFFICIAL	+2.984
TIMOFFICIAL	+2.536
TICKETONE.IT	+1.803

@rairadio2 si distingue nettamente come il brand con il maggiore incremento di follower, grazie alla sua forte presenza all'interno della community di FantaSanremo, a un elevato numero di contenuti pubblicati e a numerose iniziative. **Coca-Cola**, pur essendo un brand globale e sponsor ufficiale di Sanremo, ha registrato una crescita inferiore rispetto a quanto ci si potesse attendere. **Costa Crociere**, **TIM** e **TicketOne** hanno registrato crescite moderate, suggerendo che il tipo di attivazione social potrebbe aver influito sui risultati ottenuti.

Top 5 brand per crescita percentuale di Influencing Value

Brand	IV 10/02	IV 16/02	Crescita %
BIOCHETASI_INTEGRATORI	160	1.381	+763%
RAIRADIO2	5.957	20.523	+245%
SIVOLA.IT	9.803	20.259	+107%
TIMOFFICIAL	10.399	15.505	+49%
GENERALIGROUP	685	757	+11%

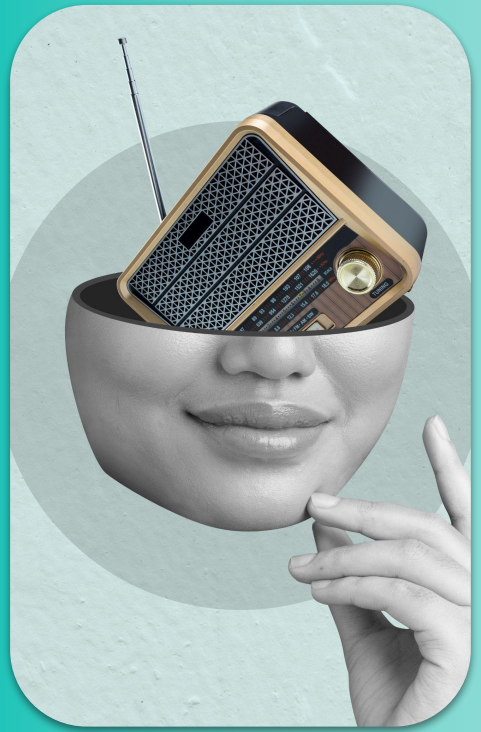
@biochetasi_integratori è il brand con la crescita percentuale più alta grazie alla sua partecipazione come sponsor del FantaSanremo, che ha probabilmente amplificato l'engagement e la visibilità del marchio.
@rairadio2 continua a confermarsi tra i brand protagonisti, con una crescita del +244,52% nell'Influencing Value, rafforzata da un'elevata produzione di contenuti.
@sivola.it ha più che raddoppiato il suo Influencing Value, confermando l'efficacia della sponsorizzazione del FantaSanremo.

Top brand per numero di post pubblicati

Brand	Nr post pubblicati
RAIRADIO2	608
TIMOFFICIAL	51
RAIACCESSIBILITA	46
TICKETONE.IT	26
EUROSPIN_ITALIA_OFFICIAL	19

@rairadio2 ha dominato la comunicazione social pubblicando un **numero di post nettamente superiore agli altri brand**. Tra gli **sponsor**, il **più attivo** è stato **TIM**.

KEY INSIGHT



CHI OTTIENE IL PODIO IN TV VINCE ANCHE SUI SOCIAL

La classifica televisiva è ancora un elemento importante per la crescita dei profili social: il podio della crescita assoluta di follower vede uno scambio di posizioni tra il vincitore Olly (+462.931) e il secondo classificato alla kermesse Lucio Corsi (+470.201).

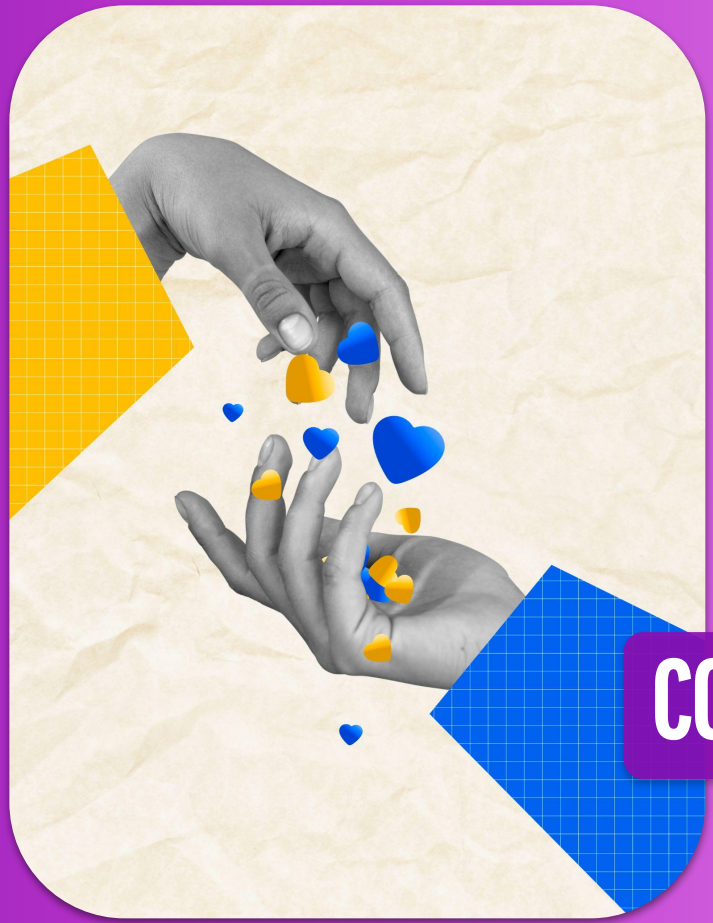
SANREMO 2025: TRA TV E RADIO

Il caso di successo di @rairadio2, account con il maggiore incremento di follower tra i brand, conferma l'importanza di una strategia digital attiva e integrata con la community. Questi dati dimostrano che la presenza a Sanremo rappresenta un'opportunità unica per accrescere la visibilità e il valore di influencing, ma per ottenere risultati concreti è fondamentale adottare strategie mirate e basate sui dati.

TV E NOTORIETÀ SOCIAL

I dati confermano che la presenza sul palco dell'Ariston può avere un effetto significativo sulla crescita dei profili social dei partecipanti, ma l'impatto varia notevolmente in base al profilo, alla notorietà pregressa, alla performance della serata, alla strategia adottata e alla capacità di generare engagement con il pubblico.

OSSERVATORIO NAZIONALE INFLUENCER MARKETING



3.

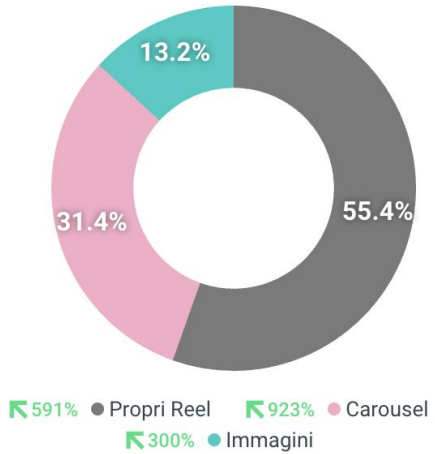
COLLABS

Performance delle collaborazioni Instagram tra brand e influencer a Sanremo

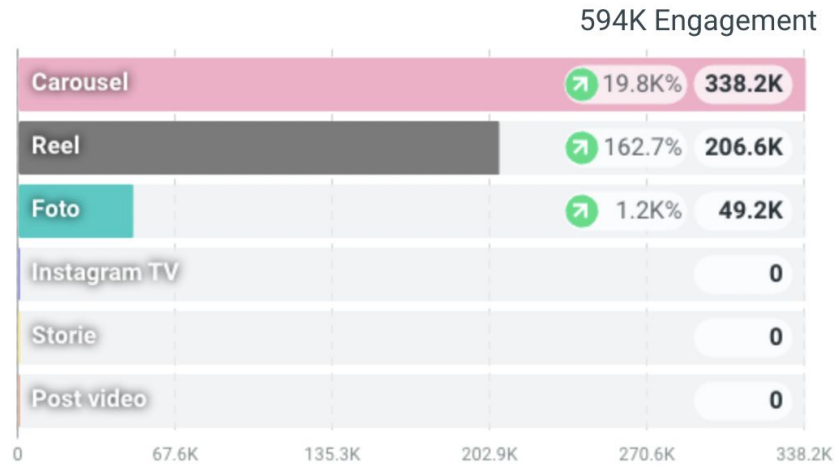


Tipologia di contenuti e performance

DISTRIBUZIONE DEI TIPI DI POST



TIPO DI POST CON PIÙ ENGAGEMENT



Keyword, hashtag ed emoji più utilizzate



Brand più citati



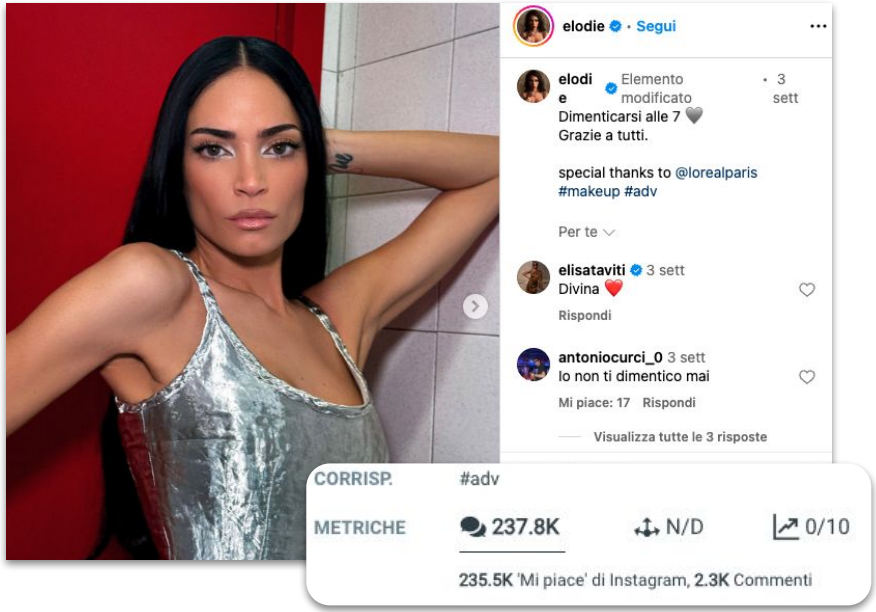
Top Collabs Post Instagram





Top Collabs Post Instagram





Performance delle collaborazioni YouTube tra brand e influencer a Sanremo



Keyword, hashtag ed emoji più utilizzate



Brand più citati



Top Collabs Video YouTube



Sarah Toscano - Amarcord (Official Video - Sanremo 2025)

Sarah Toscano
38.300 iscritti
Iscriviti

METRICHE	20.4K	3.7M	N/D

18.6K 'Mi piace' di YouTube,
3.7M Visualizzazioni YouTube, 1.8K Commenti



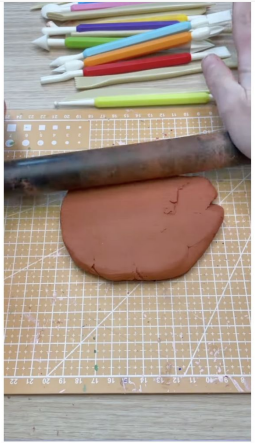
Tintoria Sanremo Edition #04 Lucio Corsi

Tintoria Podcast
284.000 iscritti
Iscriviti

METRICHE	11.3K	301.2K	N/D

10.7K 'Mi piace' di YouTube,
301.2K Visualizzazioni YouTube, 604 Commenti

Top Collabs Video YouTube



HO CREATO IL PREMIO DI SANREMO #adv

Wendzy
198.000 iscritti
Iscriviti

METRICHE 7.3K 165.1K N/D

7.3K 'Mi piace' di YouTube,
165.1K Visualizzazioni YouTube, **46** Commenti



Tintoria Sanremo Edition #02 Enrico Melozzi

Tintoria Podcast
284.000 iscritti
Iscriviti

METRICHE 6.2K 134K N/D

5.5K 'Mi piace' di YouTube,
134K Visualizzazioni YouTube, **623** Commenti

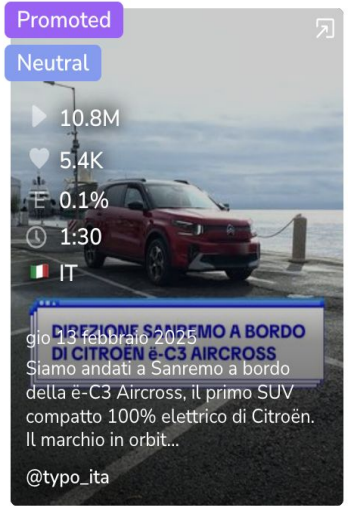
Performance delle collaborazioni TikTok tra brand e influencer a Sanremo



Keyword, hashtag ed emoji più utilizzate



Top collabs Video TikTok









KEY INSIGHT



INSTAGRAM CANALE DOMINANTE
Le collaborazioni tra brand e influencer a Sanremo sono per la maggioranza ad appannaggio di Instagram. I Reel si confermano, anche per Sanremo, il formato maggiormente utilizzato. Restano però significative le performance dei caroselli.

LE ADV DI SANREMO TROVANO SPAZIO ANCHE SU YOUTUBE
Le attivazioni su YouTube sono molto ridotte ma con prestazioni di grande rilievo, soprattutto lato views generate. Su tutte da segnalare le attivazioni del progetto Tintoria.

ALTO ENGAGEMENT SU TIKTOK
Crescono le attivazioni su TikTok, canale che per la sua affinità al mondo musicale ben si presta alla sinergia con il Festival. Le prestazioni sono di assoluto rilievo sia in termini di views che di interazioni. Da segnalare l'ampio utilizzo del supporto advertising.

ENTERTAINMENT E SINERGIE
Interessante segnalare che molti dei contenuti collabs nascono non solo da progettualità più "ampie" e strutturate, ma da sinergie con realtà partner/editoriali connesse al Festival. Sono molti, ad esempio, i contenuti nati attraverso collaborazioni con Radio e magazine.

GLOSSARIO



INFLUENCING VALUE

quantifica il numero di persone reali che un influencer riesce a raggiungere e influenzare efficacemente, calcolato utilizzando algoritmi avanzati che analizzano le metriche di coinvolgimento degli ultimi 20 post o degli ultimi 6 mesi di attività.
Valutando like, commenti, visualizzazioni, frequenza di pubblicazione, dinamiche dei follower e tempistiche di pubblicazione, offre una chiara panoramica dell'impatto recente dell'influencer.

POST ENGAGEMENT

Il Post Engagement rappresenta la media dell'Engagement Rate dei post pubblicati da un creator.
L'Engagement Rate è calcolato come il rapporto tra l'engagement totale medio (somma di like e commenti ricevuti) e il numero di follower.
Questa metrica viene determinata analizzando gli ultimi 20 post pubblicati o, in alternativa, i contenuti condivisi negli ultimi 6 mesi di attività, offrendo così un indicatore affidabile della capacità del creator di generare interazioni sul proprio profilo.

CRESCITA FOLLOWER

La metrica Crescita Followers misura l'incremento del numero di follower di un profilo in un determinato arco temporale, fornendo un indicatore chiave della sua espansione e attrattività.
L'analisi della crescita tiene conto sia del valore assoluto (numero totale di nuovi follower acquisiti) sia della percentuale di incremento rispetto alla follower base iniziale. Questo approccio permette di confrontare in modo più accurato profili con dimensioni diverse, evidenziando chi ha registrato la maggiore evoluzione in termini di audience.
Un'alta crescita può essere influenzata da diversi fattori, tra cui la visibilità mediatica, la partecipazione a eventi rilevanti, strategie di content marketing efficaci o collaborazioni con altri creator e brand.



OSSERVATORIO NAZIONALE INFLUENCER MARKETING

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

OPENBOX

FORTYDEGREES
CONTAGIOUS INFLUENCER MARKETING

PARTNER

creationdose viralbeat ZOOCOM FEELSTUDIO

Ipsos OBE OSSERVATORIO BRANDED ENTERTAINMENT ThisMARKETERsLife Be Curious MARKETERs academy intarget: flowing digital

PARTNER ISTITUZIONALI

IUSVE ISTITUTO UNIVERSITARIO OIES OSSERVATORIO ITALIANO ESPORTS ASSOCIAZIONE ITALIANA INFLUENCER

PARTNER TECNOLOGICI

Talkwalker blogmeter INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE the fool DATA DRIVEN VALUE semrush vidoser Inflead

ASSOCIATI

PULSE ADVERTISING BUZZOOLE SOCIAL WARNING BLOGGERITALIA TheOne 21 B.E. IAKI &love. fattoremamma DOOM ENTERTAINMENT OMG OmnicomMediaGroup

Openinfluence newco mgmt Goodwill PR observatoryzed MONDADORI MEDIA PopulaRise REALIZE NETWORKS RDS SHOW REEL MEDIA GROUP

hoopygang Influeppy HONOR CONSULTING COMPETENCE at the heart of your reputation STARDUST GROUP Jungler thesnaps ILARIA BARBOTTI DIGITAL PR ATELIER

lesRAMÉ STUDIO Edelman CHATWIN

OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

CONTATTI

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)”