



SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE SETTEMBRE 2021

POWERED BY



Il report YouTube



Dopo l'analisi mensile, attivata da tempo su Instagram, ONIM integra anche **YouTube**, con un altro report dedicato a comprendere numeri, caratteristiche e trend dei **video nati da collaborazione tra creator e brand**.

Un'aggiunta in grado di contestualizzare ancora più in profondità lo scenario dell'**influencer marketing italiano**.

Anche in questo caso, il report nasce dalla collaborazione con il nostro partner **Talkwalker** e dalle potenzialità di analisi della suite.

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 **YouTube** 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.



**Video sponsored
quale scenario a Settembre 2021?**

YouTube^{RS}

Recommended



Elizabeth Warren...
Emergency...



Settembre

I video nati da collaborazione brand/influencer

1.2K

Numero video

1.7M

Interazioni generate

33M

Portata potenziale



Settembre

Brand menzionati nei video Sponsored



Settembre

Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Posts	Reach	Reach per mention	Engagement 	Engagement per mention
 Two Players One ...	18	5.8M	321.9K	382.6K	21.3K
 TPOC Plays	18	6M	333.6K	322.1K	17.9K
 DinsiemeE	13	4M	304.6K	127.7K	9.8K
 Me contro Te	4	3.4M	843.7K	84.7K	21.2K
 POW3Rtv	9	867.1K	96.3K	65.1K	7.2K
 Basic Gaia	9	495.6K	55.1K	47.9K	5.3K
 GiampyTek	1	280.4K	280.4K	34.8K	34.8K
 Ninna e Matti	5	953.1K	190.6K	34.7K	6.9K
 LoKk1	4	581.2K	145.3K	34.3K	8.6K
 Daniele Brogna	9	266K	29.6K	29.8K	3.3K



Settembre

I video Sponsored più performanti



513€ PER UNA PIZZA! Controllato per 24h dai TikTokers

632,461 views · Sep 28, 2021

44K 474 SHARE SAVE ...

EFPE 650K subscribers

SUBSCRIBE

METRICHE

44.2K

570.3K

N/D

42.2K 'Mi piace' di Youtube, 434 'Non mi piace' Youtube, 570.3K Visualizzazioni Youtube, 1.5K Commenti



RTT: 35mo (min) - 87mo (max)

1. HELL... PARK

IL GIOCO CHE METTE ALLA PROVA LA NOSTRA AMICIZIA! - Pico Park

731,513 views · Sep 2, 2021

35K 472 SHARE THANKS CLIP SAVE ...

Two Players One Console 2.65M subscribers

JOIN SUBSCRIBE

METRICHE

36.4K

540.7K

N/D

35.3K 'Mi piace' di Youtube, 365 'Non mi piace' Youtube, 540.7K Visualizzazioni Youtube, 683 Commenti



Settembre

I video Sponsored più performanti



REAZIONE AI TIK TOK DELL'INTESA VINCENTE (top meme 🤔)

356,575 views · Sep 8, 2021

39K 442 SHARE THANKS CLIP SAVE

GiampyTek 1.42M subscribers

JOIN SUBSCRIBE

METRICHE

34.8K

280.4K

N/D

33.8K 'Mi piace' di Youtube, 372 'Non mi piace' Youtube, 280.4K Visualizzazioni Youtube, 644 Commenti



3.TIME LIMIT 7/8

PARCO PICO

NON CADERE DALLA CORDA CON I TUOI AMICI! - Pico Park

340,354 views · Sep 21, 2021

29K 231 SHARE THANKS CLIP SAVE

Two Players One Console 2.68M subscribers

JOIN SUBSCRIBE

METRICHE

29K

324.8K

N/D

28.5K 'Mi piace' di Youtube, 227 'Non mi piace' Youtube, 324.8K Visualizzazioni Youtube, 345 Commenti



Settembre

I video Sponsored più performanti



#TwoPlayersOneConsole #AVaConsole #VeraConsole
HO CATTURATO IL PESCE ZOMBIE GIGANTE! - Cat Goes Fishing

391,216 views · Sep 22, 2021

25K 297 SHARE THANKS CLIP SAVE ...

Two Players One Console 2.4M subscribers

JOIN SUBSCRIBE

METRICHE

26.3K

381.3K

N/D

25.2K 'Mi piace' di Youtube, 292 'Non mi piace' Youtube, 381.3K Visualizzazioni Youtube, 739 Commenti



#TwoPlayersOneConsole #VeraConsole #VeraConsole
HO CATTURATO LO SQUALO LETALE GIGANTE! - Cat Goes Fishing

162,631 views · Sep 14, 2021

24K 332 SHARE THANKS CLIP SAVE ...

Two Players One Console 2.5M subscribers

JOIN SUBSCRIBE

METRICHE

24.6K

440.7K

N/D

23.8K 'Mi piace' di Youtube, 378 'Non mi piace' Youtube, 440.7K Visualizzazioni Youtube, 396 Commenti



Settembre

I video Sponsored più performanti



Cosa è Disposto a Fare un Uomo per conquistare una Donna? - [Esperimento Sociale] - theShow

387.736 views - Set 24, 2021

22K 1.2K SHARE SAVE

theShow 3.72M subscribers

JOIN SUBSCRIBE

METRICHE

23.7K 376.3K N/D

21.9K 'Mi piace' di Youtube, 1.2K 'Non mi piace' Youtube, 376.3K Visualizzazioni Youtube, 640 Commenti



NON SCEGLIERE L'ARMADIETTO SBAGLIATO A SCUOLA! Fidget Pop It Challenge | Me contro Te

1.180.859 views - Set 6, 2021

21K 1.3K SHARE SAVE

Me contro Te 6M subscribers

JOIN SUBSCRIBE

METRICHE

23.6K 1.1M N/D

21.1K 'Mi piace' di Youtube, 1.3K 'Non mi piace' Youtube, 1.1M Visualizzazioni Youtube, 1.3K Commenti



Settembre

I video Sponsored più performanti

\$10,355

CATALOG

Sell

Lvl. 14

Catch 2 Beakfish! [0/2]

376

#TwoPlayersOneConsole #VeroConsole #VeraConsole
HC TROVATO IL PESCE GIGANTE LEGGENDARIO - Cat Goes Fishing

417,689 views • Sep 8, 2021

22K 330 SHARE THANKS CLIP SAVE ...

Two Players One Console
2.68M subscribers

JOIN SUBSCRIBE

METRICHE

23.3K

428.8K

N/D

22.5K 'Mi piace' di Youtube, 322 'Non mi piace' Youtube,
428.8K Visualizzazioni Youtube, 529 Commenti

GLI OCCHIALI SMART DI FACEBOOK - Rayban Stories

362,195 views • Sep 10, 2021

22K 314 SHARE SAVE ...

TechDals
26.2K subscribers

SUBSCRIBE

METRICHE

22.8K

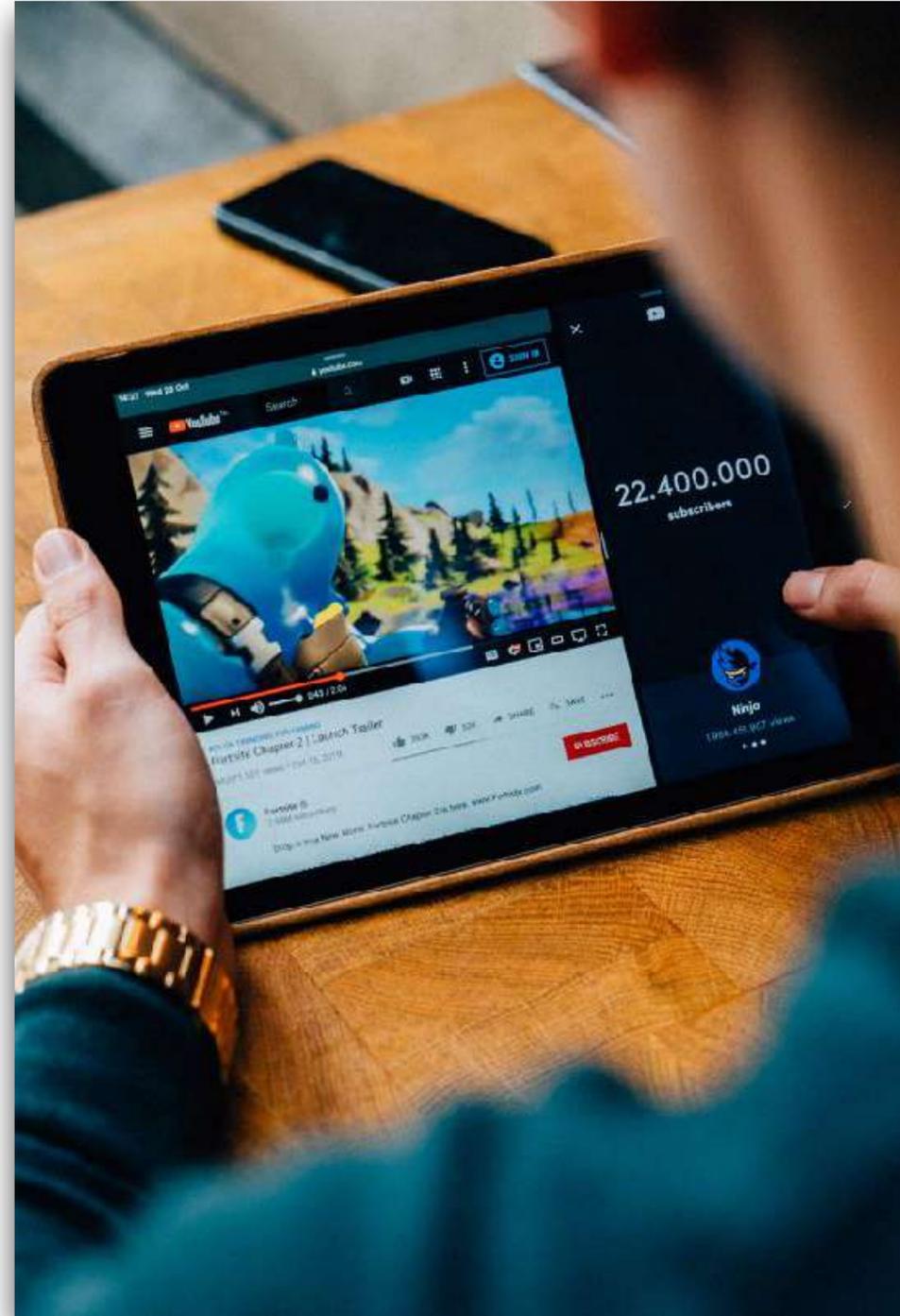
318.1K

N/D

22K 'Mi piace' di Youtube, 271 'Non mi piace' Youtube,
318.1K Visualizzazioni Youtube, 526 Commenti



L'attività sponsored si dimostra rilevante anche in YouTube, canale più complesso da gestire lato collaborazioni sia per questioni di formato che di budget. Alto il livello di interazioni prodotte.



1.200 video nati in collaborazione tra Creator e brand, questa l'attività di influencer marketing realizzata a Settembre su YouTube. Attività che porta con sé 1,7 milioni di interazioni e 33 milioni di portata potenziale.

Il gaming resta in evidenza, con *Two Players One Console* estremamente attivi e performanti nei video branded.

Forte anche il filone dell'intrattenimento, tra meme, *prank* e challenge.

Nella maggior parte dei casi le attività non sono video dedicati a brand e prodotto, ma si confermano estremamente utilizzati gli inserimenti degli stessi in video che trattano altri topic, seppur inerenti.





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 TECNOLOGICI



ASSOCIATI



PARTNER ISTITUZIONALI



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)"