OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

# SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE OTTOBRE 2021

POWERED BY Talkwalker

# 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**).

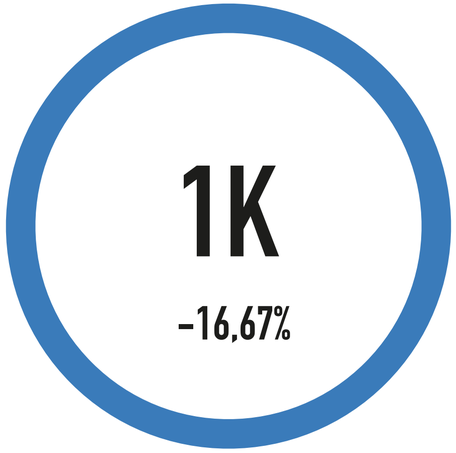
Di seguito gli hashtag analizzati: **#ad #adv #advertising #sponsored #sponsoredby #giftedby #gifted #sponsorizzato #suppliedby #supplied**

I risultati sono poi "puliti" attraverso l'isolamento e la disambiguazione dei contenuti trovati in fase di analisi.

# Video sponsored quale scenario a Ottobre 2021?

Ottobre

# I video nati da collaborazione brand/influencer




Numero video

Interazioni generate

Portata potenziale

Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

Ottobre

# Keyword più utilizzate nei video Sponsored

***Fonte**: Talkwalker*

Ottobre

# Hashtag utilizzati nei video Sponsored

***Fonte**: Talkwalker*

Ottobre

# Brand menzionati nei video Sponsored

Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

Ottobre

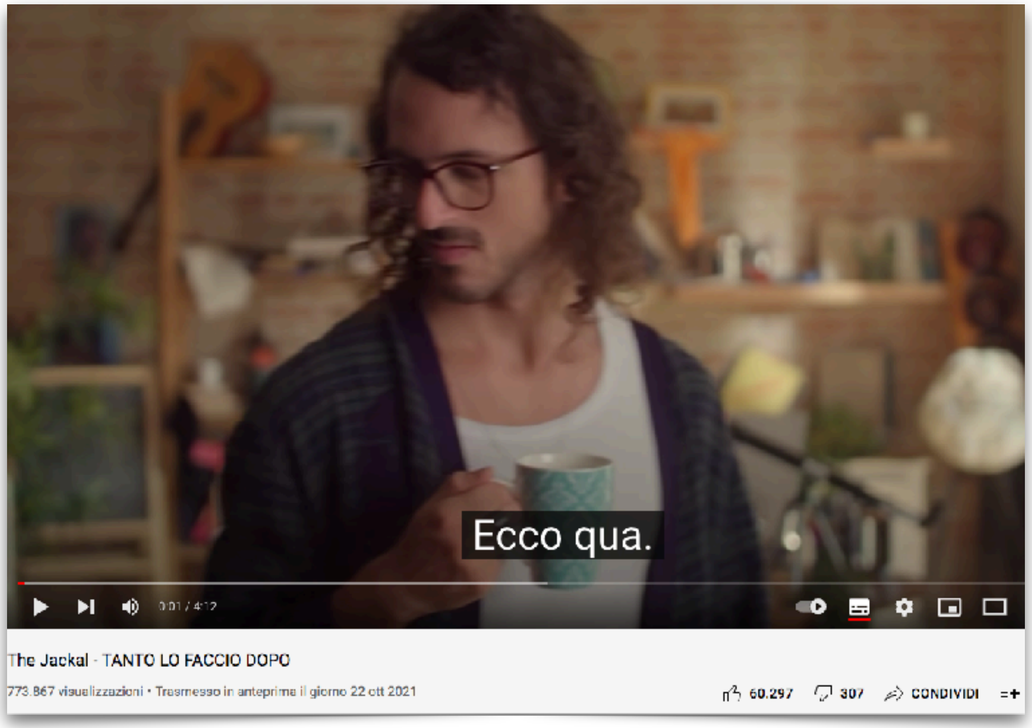
# Top creator per attività Sponsored

| Influencer | Post | Portata | Portata per risultato | Engagement ↓ | Engagement per menzione |
|---|---|---|---|---|---|
| Two Players One ... | 14 | 3.3M | 237.1K | 253.5K | 18.1K |
| TPOC Plays | 12 | 3.6M | 304K | 179.2K | 14.9K |
| DinsiemE | 13 | 3.6M | 278.4K | 127.1K | 9.8K |
| Me contro Te | 7 | 3.6M | 508.9K | 104.2K | 14.9K |
| POW3Rtv | 9 | 778.9K | 86.5K | 58K | 6.4K |
| The Jackal | 1 | 648.5K | 648.5K | 55.9K | 55.9K |
| Michele Molteni | 3 | 507.7K | 169.2K | 49.7K | 16.6K |
| Basic Gaia | 6 | 363.3K | 60.6K | 33.5K | 5.6K |
| mammagiulia figli... | 2 | 601.8K | 300.9K | 31.6K | 15.8K |
| PIT | 1 | 336.1K | 336.1K | 27.6K | 27.6K |

***Fonte**: Talkwalker*

Ottobre

# I video Sponsored più performanti




| METRICHE | 55.9K | 648.5K | N/D |
|---|---|---|---|

**54.6K** 'Mi piace' di Youtube, **269** 'Non mi piace' Youtube,
**648.5K** Visualizzazioni Youtube, **1K** Commenti

| METRICHE | 41.2K | 314.4K | N/D |
|---|---|---|---|

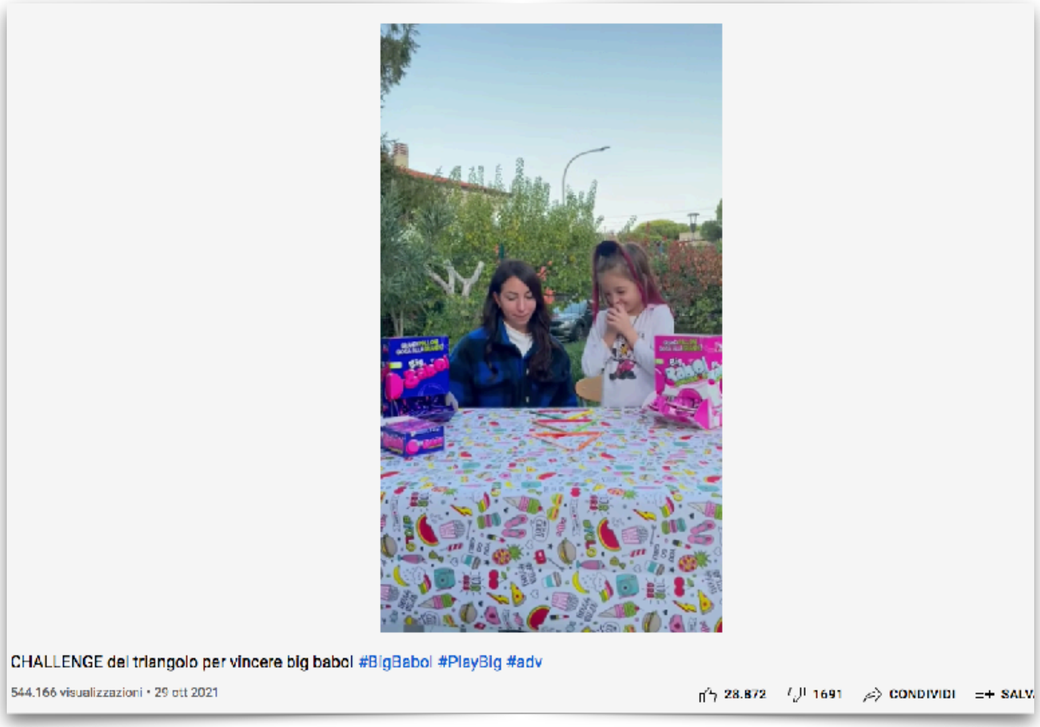
**40.6K** 'Mi piace' di Youtube, **273** 'Non mi piace' Youtube,
**314.4K** Visualizzazioni Youtube, **312** Commenti

Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

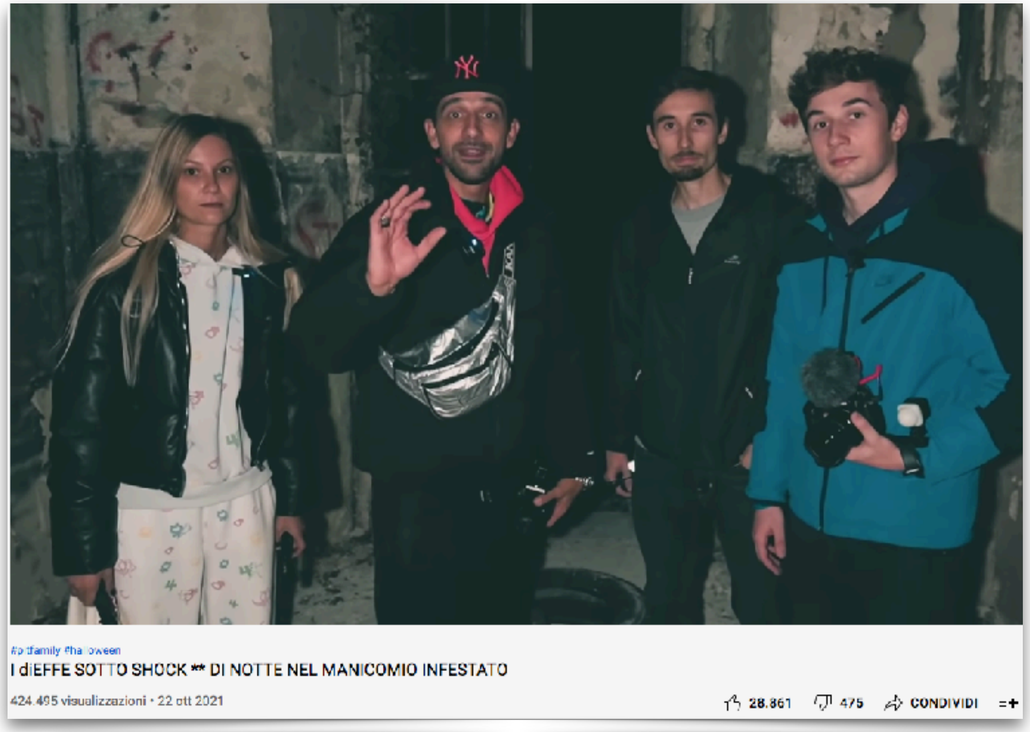
Ottobre

# I video Sponsored più performanti




| METRICHE | 28.4K | 496.5K | N/D |
|---|---|---|---|

**26.8K** 'Mi piace' di Youtube, **1.6K** 'Non mi piace' Youtube,
**496.5K** Visualizzazioni Youtube, **97** Commenti




| METRICHE | 27.6K | 336.1K | N/D |
|---|---|---|---|

**25.4K** 'Mi piace' di Youtube, **408** 'Non mi piace' Youtube,
**336.1K** Visualizzazioni Youtube, **1.8K** Commenti

***Fonte**: Talkwalker*

Ottobre

# I video Sponsored più performanti

#GuardiansOfTheGalaxy #GuardiansOfTheGalaxyITA #Guardianidellagalassia
MARVEL'S GUARDIANS OF THE GALAXY [Walkthrough Gameplay ITA - PARTE 1] - STAR LORD (Nuova Serie)
402.491 visualizzazioni • 22 ott 2021 27.844 262 CONDIVIDI CLIP SALVA

| METRICHE | 25.8K | 326K | N/D |
|---|---|---|---|

**25.1K** 'Mi piace' di Youtube, **218** 'Non mi piace' Youtube,
**326K** Visualizzazioni Youtube, **388** Commenti

LA MIA AUTO È DI CARTONE
185.361 visualizzazioni • 19 ott 2021 26.433 232 CONDIVIDI

| METRICHE | 25.4K | 160.5K | N/D |
|---|---|---|---|

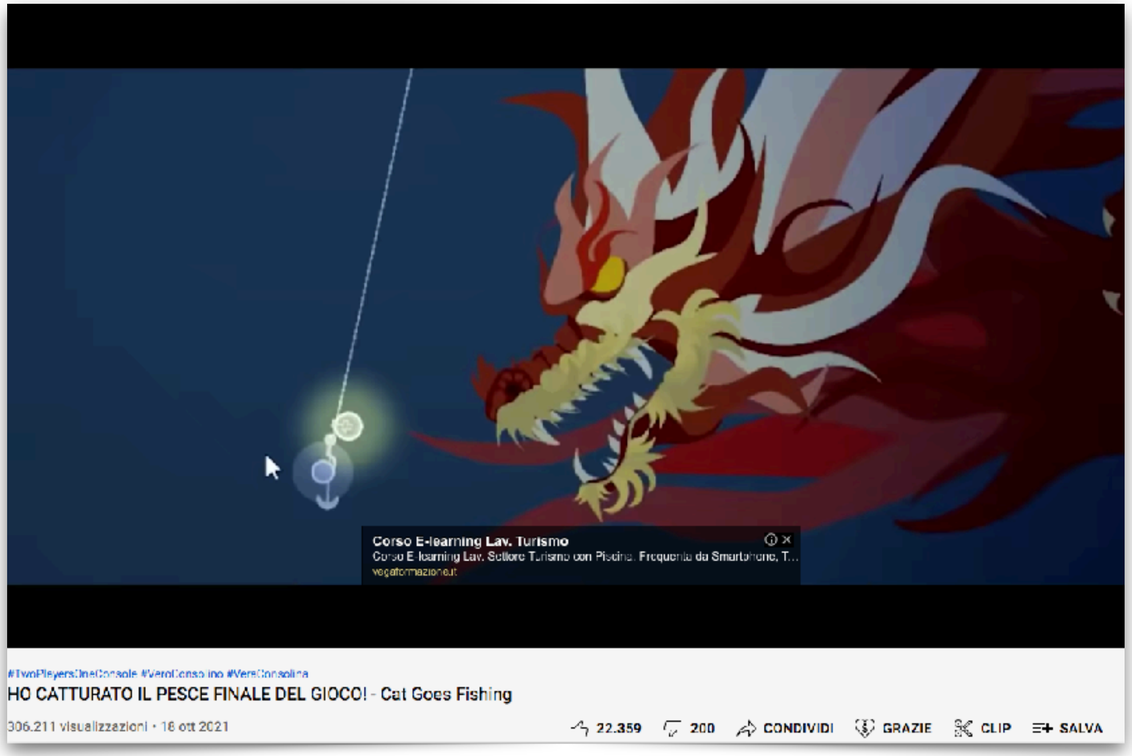
**24.5K** 'Mi piace' di Youtube, **208** 'Non mi piace' Youtube,
**160.5K** Visualizzazioni Youtube, **689** Commenti

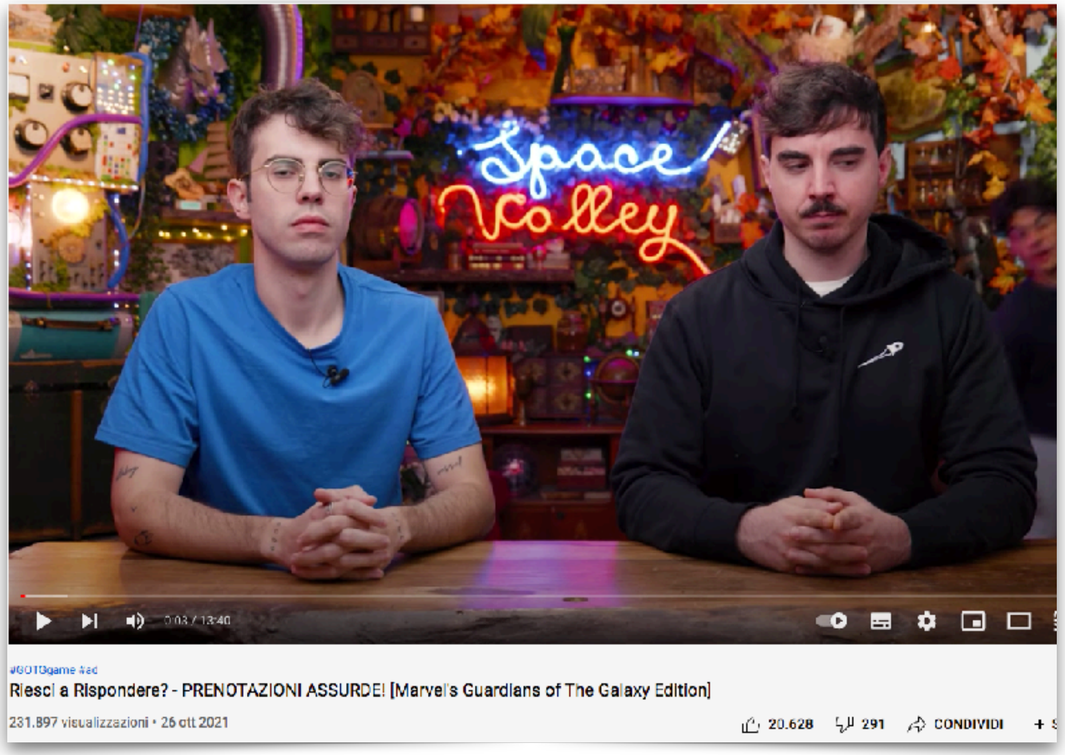
Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

Ottobre

# I video Sponsored più performanti




| METRICHE | 22.8K | 289.6K | N/D |
|---|---|---|---|

21.8K 'Mi piace' di Youtube, 196 'Non mi piace' Youtube,
289.6K Visualizzazioni Youtube, 814 Commenti

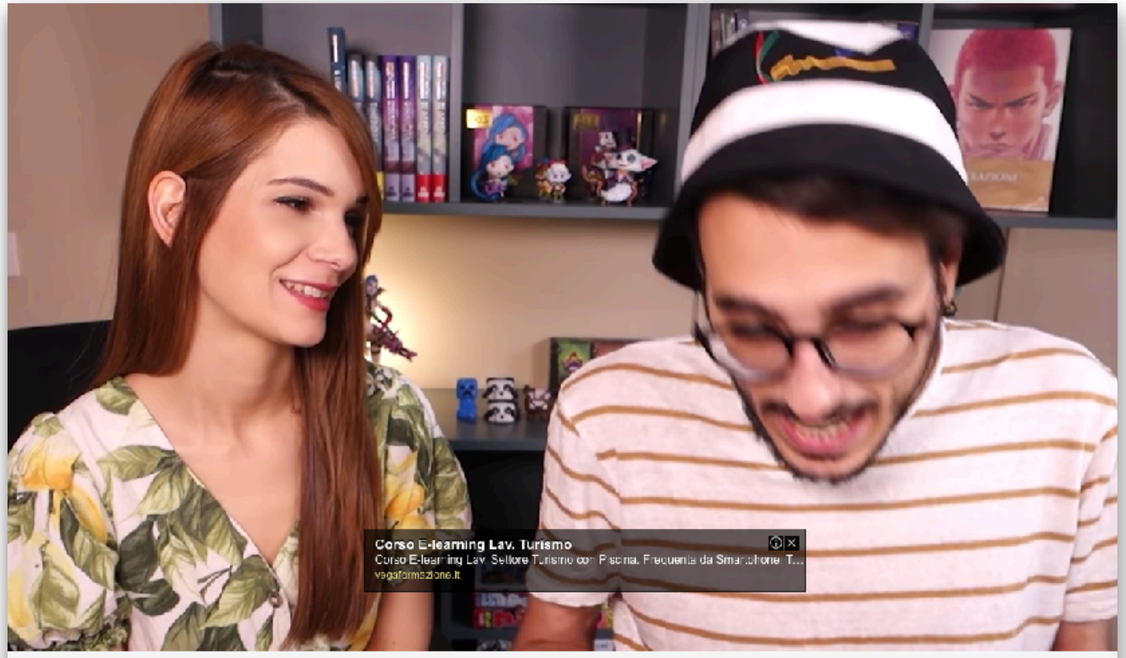
| METRICHE | 20.9K | 226.8K | N/D |
|---|---|---|---|

20.3K 'Mi piace' di Youtube, 287 'Non mi piace' Youtube,
226.8K Visualizzazioni Youtube, 283 Commenti

***Fonte**: Talkwalker*

Ottobre

# I video Sponsored più performanti




#Adv #ColazioneDaPro #KelloggsKrave
HO (NON) CATTURATO IL PESCE DRAGO FINALE! - Cat Goes Fishing
237.014 visualizzazioni • 12 ott 2021
20.043 216 CONDIVIDI GRAZIE CLIP SALVA

| METRICHE | 20.6K | 278.8K | N/D |
|---|---|---|---|

**19.8K** 'Mi piace' di Youtube, **211** 'Non mi piace' Youtube,
**278.8K** Visualizzazioni Youtube, **534** Commenti

#TPOCPlaya #VeroConsolina #VeraConsolina
CASA ALTISSIMA DI SQUID GAME DA 45.000.000€! - MINECRAFT
676.851 visualizzazioni • 12 ott 2021
22.403 518 CONDIVIDI GRAZIE CLIP SALVA

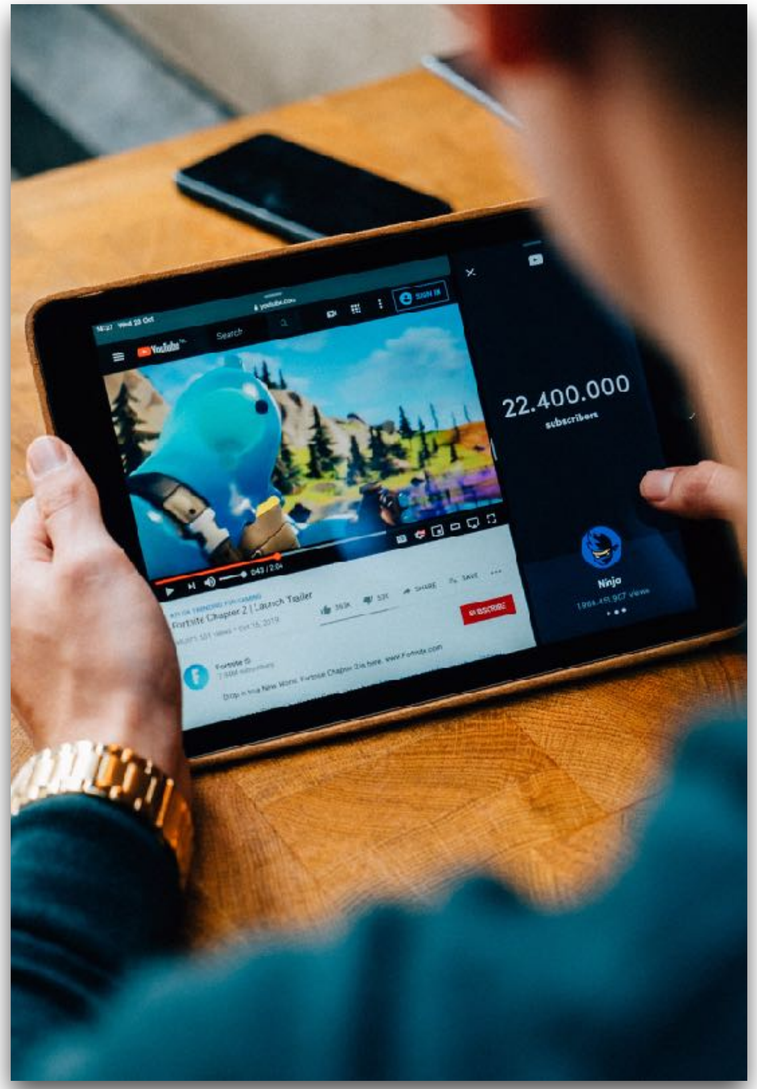
| METRICHE | 20.5K | 519.9K | N/D |
|---|---|---|---|

**19.7K** 'Mi piace' di Youtube, **417** 'Non mi piace' Youtube,
**519.9K** Visualizzazioni Youtube, **337** Commenti

Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

# L’attività sponsored di YouTube si conferma rilevante, ma in sensibile calo rispetto a Settembre (-16,67%).
# Un calo che segna anche le interazioni con un importante -23,53%.
# Lato top creator si evidenzia una maggiore trasversalità sia per settore che tipologia di video.

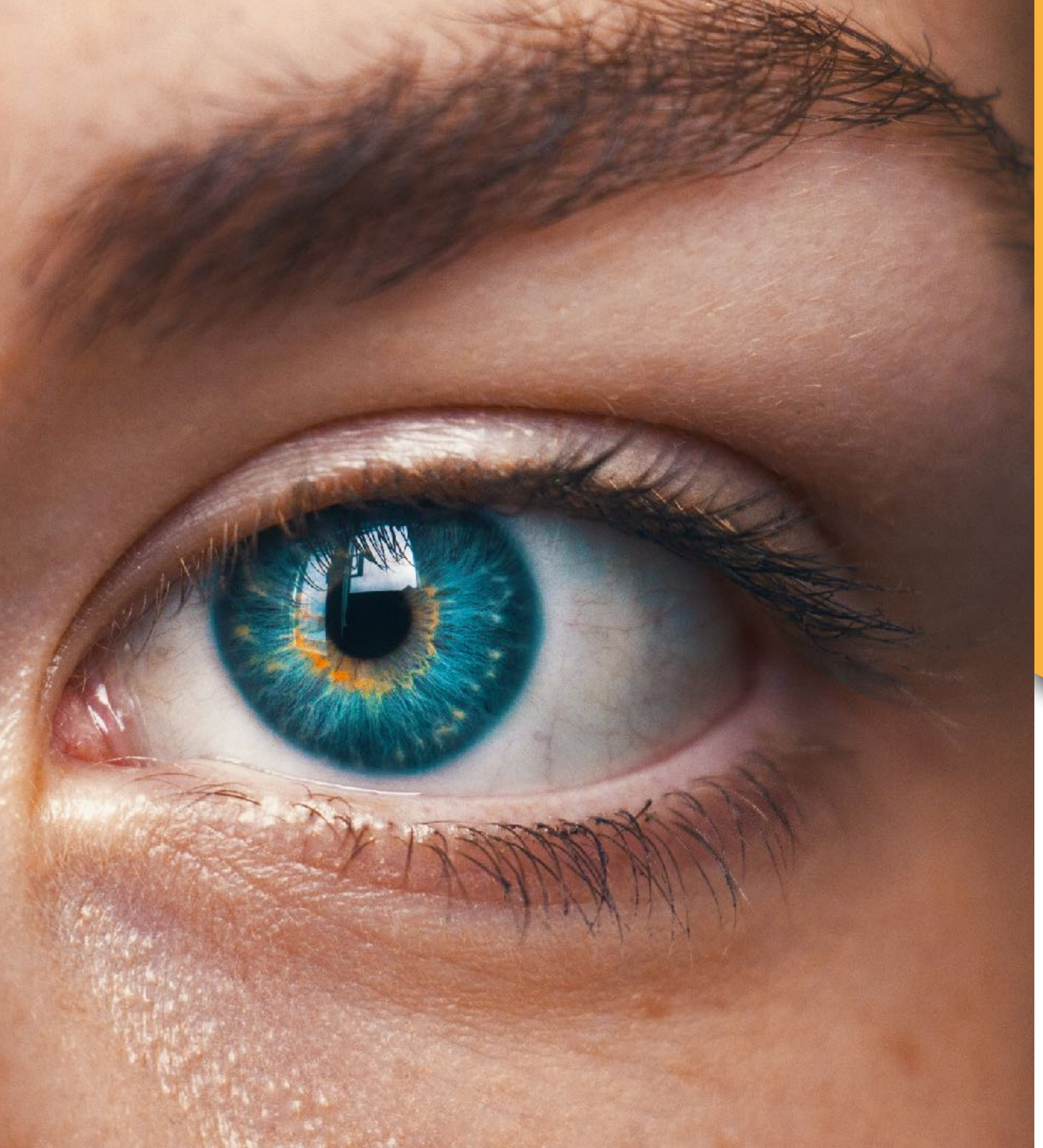



Seppur in leggero calo rispetto al mese precedente sono ancora **più di 1.000 i video nati in collaborazione tra creator e brand**, segno della centralità del canale nello scenario IM italiano.

Un calo che risulta ancora più netto lato **interazioni** e, soprattutto, **portata potenziale**.

Interessante notare che tra i **top sponsored video** troviamo una **maggiore diversificazione di topic** dei creator coinvolti e, quindi, anche dei video prodotti con spazio non solo per il gaming.

Talkwalker



# 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

## PARTNER

creationdose viralbeat friendZ ThisMARKETERsLife Be Curious GHIARONI&MUSIANI PUBLIC RELATIONS OSSERVATORIO BRANDED ENTERTAINMENT ZCOM PART OF ONEDAY GROUP MARKETERs academy FEEL studio

## PARTNER TECNOLOGICI

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

## PARTNER ISTITUZIONALI

IUSVE ISTITUTO UNIVERSITARIO

## ASSOCIATI

PULSE ADVERTISING BUZZOOLE immille digital heroes BLOGGERITALIA SOCIAL WARNING L'ECO DELLA STAMPA LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE 2MUCH!TV Associazione Italiana Influencer

Brad&K Productions &love. Openinfluence TheOne Celebrity fattoremamma 21 B.C. IAKI Goodwill Pr

# 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)"