



**SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE
NOVEMBRE 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 Novembre 2021?**



Novembre

I video nati da collaborazione brand/influencer

1.5K

+50%

Numero video

2.1M

+61,5%

Interazioni generate

44.6M

+86,6%

Portata potenziale



Novembre

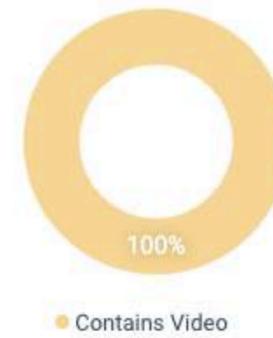
Brand menzionati nei video Sponsored



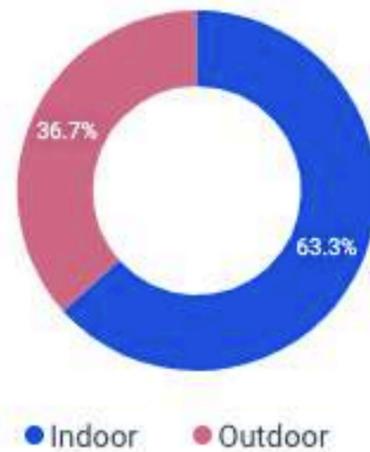
Novembre

YouTube Analisi Visual

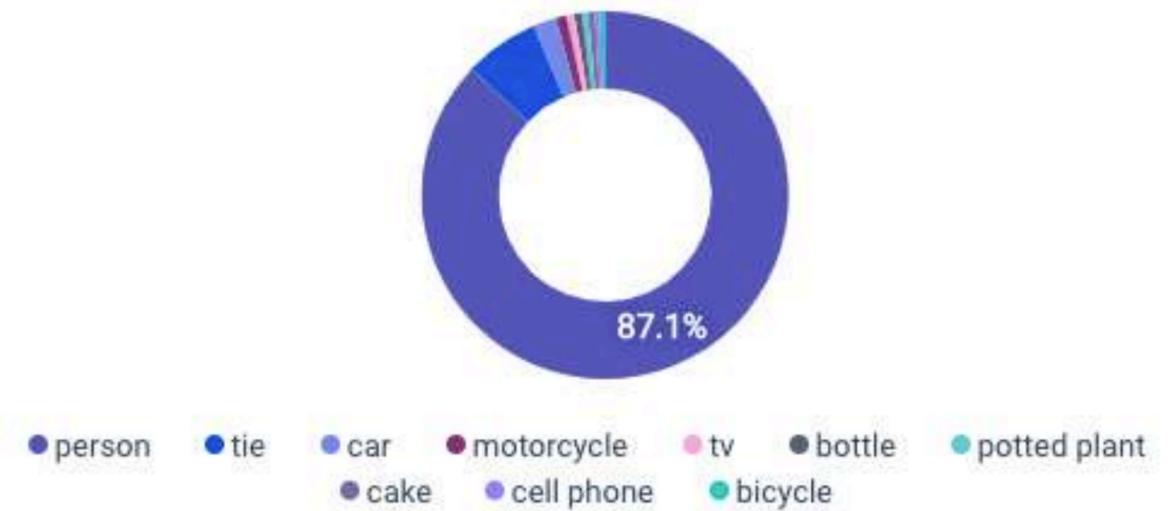
SHARE OF CONTENT



INDOOR/OUTDOOR SPLIT



TOP IDENTIFIED OBJECTS



Novembre

Top creator per attività Sponsored

| Influencer  | Posts | Reach | Reach per mention | Engagement ↓ | Engagement per mention |
|---|-------|--------|-------------------|--------------|------------------------|
|  Me contro Te | 32 | 19.6M | 612.6K | 626K | 19.6K |
|  TPOC Plays | 14 | 3.3M | 232.8K | 215.8K | 15.4K |
|  Two Players One ... | 12 | 2.7M | 223.2K | 189K | 15.8K |
|  DinsiemE | 12 | 3.6M | 299.4K | 133K | 11.1K |
|  The Jackal | 2 | 1.6M | 819K | 106.9K | 53.4K |
|  Stef&Phere | 5 | 986.4K | 197.3K | 81K | 16.2K |
|  POW3Rtv | 9 | 883.2K | 98.1K | 54.8K | 6.1K |
|  Jakidale | 1 | 477.2K | 477.2K | 37.3K | 37.3K |
|  GBR - Giochi per B... | 9 | 1.7M | 192.9K | 29.5K | 3.3K |
|  Basic Gaia | 5 | 304.2K | 60.8K | 25.5K | 5.1K |



Novembre

I video Sponsored più performanti

the jackal presenta

The Jackal - Gli effetti di GOMORRA sulla GENTE - Scontro Finale

1.352.653 visualizzazioni • Trasmesso in anteprima il giorno 9 nov 2021

64.587 NON MI PIACE CONDIVIDI

| METRICS | 61.3K | 1.1M | N/A |
|---------|--|------|-----|
| | 58.9K YouTube Likes, 556 YouTube Dislikes, 1.1M YouTube Views, 1.9K Comments | | |

#MeControTe #TeamTrote #Adv

CI NASCONDIAMO A CASA DI UNA FAN!! Scherzo INCREDIBILE dei Me contro Te!!

1.510.125 visualizzazioni • 2 nov 2021

43.899 NON MI PIACE CONDIVIDI SALV

| METRICS | 53.6K | 1.5M | N/A |
|---------|---|------|-----|
| | 43.8K YouTube Likes, 2.4K YouTube Dislikes, 1.5M YouTube Views, 7.4K Comments | | |



Novembre

I video Sponsored più performanti

The Jackal - L'anno in cui l'ITALIA ha vinto TUTTO?

580.307 visualizzazioni • Trasmesso in anteprima il giorno 19 nov 2021

45.264 NON MI PIACE CONDIVIDI SALVA

This is a YouTube video player showing a scene from the movie 'The Jackal'. The video is titled 'The Jackal - L'anno in cui l'ITALIA ha vinto TUTTO?'. It has 580,307 views and was released on November 19, 2021. The video player shows a man in a dark red sweater standing in a room with a brick wall. The video progress is at 0:01 / 3:18.

METRICS

45.6K

559.8K

N/A

44.4K YouTube Likes, 498 YouTube Dislikes,
559.8K YouTube Views, 656 Comments

SOFI NON SA SCEGLIERE LA BORSA DA INDOSSARE! TikTok #shorts

641.365 visualizzazioni • 21 nov 2021

33.264 NON MI PIACE CONDIVIDI

This is a YouTube video player showing a TikTok short. The video is titled 'SOFI NON SA SCEGLIERE LA BORSA DA INDOSSARE! TikTok #shorts'. It has 641,365 views and was released on November 21, 2021. The video player shows a woman in a colorful floral dress taking a selfie in a closet. The video progress is at 0:02 / 0:11.

METRICS

42.4K

592.6K

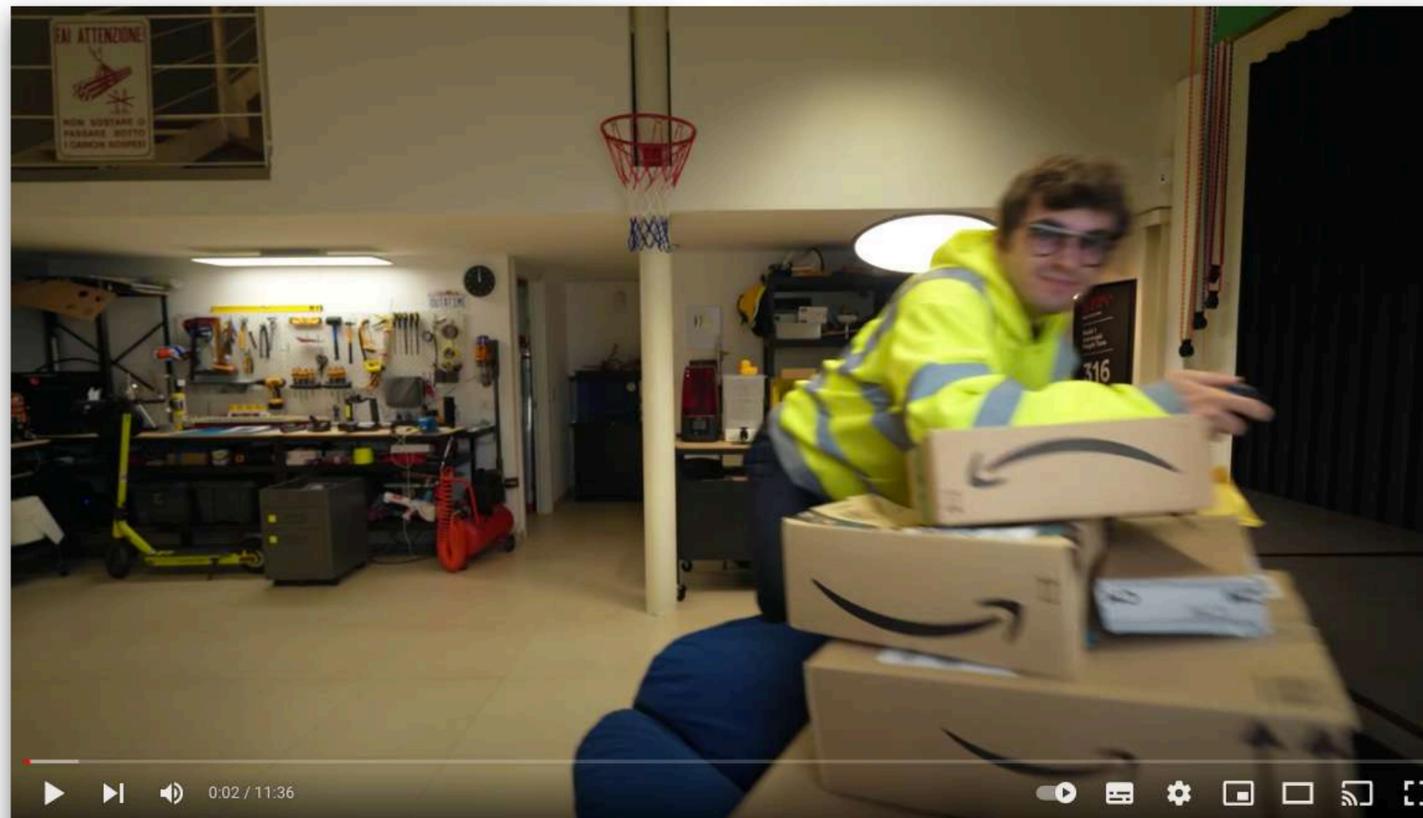
N/A

31.1K YouTube Likes, 2.2K YouTube Dislikes,
592.6K YouTube Views, 9.1K Comments



Novembre

I video Sponsored più performanti



#28 SU TENDENZE
MEGA UNBOXING DEL BLACK FRIDAY 2021
549.608 visualizzazioni • 26 nov 2021

39.256 NON MI PIACE CONDIVIDI SALVA

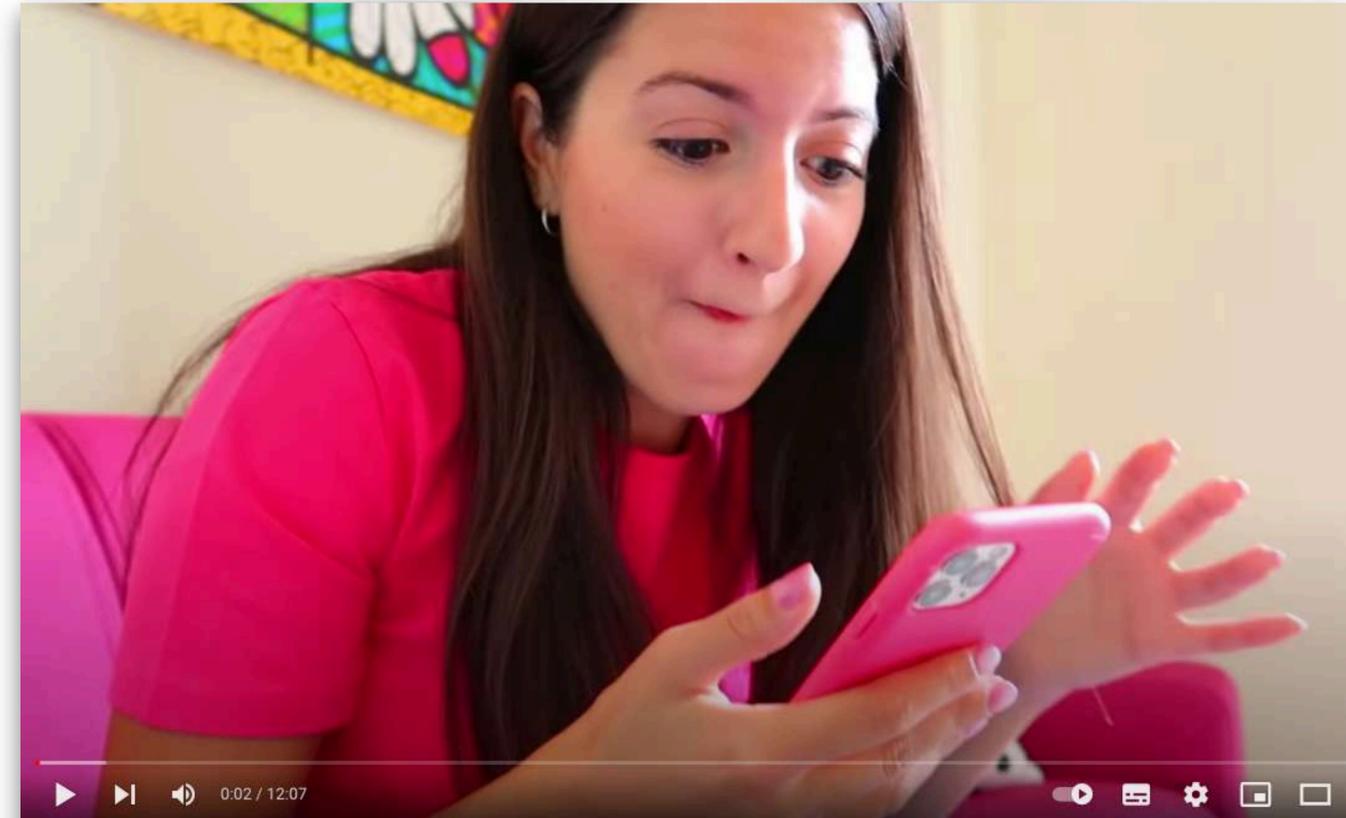
METRICS

37.3K

477.2K

N/A

36.2K YouTube Likes, 545 YouTube Dislikes,
477.2K YouTube Views, 565 Comments



#MeControTe #TeamTrote #LuieSoft
SCHERZO TELEFONICO AL SIGNOR S!!
1.435.075 visualizzazioni • 7 nov 2021

36.761 NON MI PIACE CONDIVIDI

METRICS

36.2K

1.2M

N/A

31.8K YouTube Likes, 1.8K YouTube Dislikes, 1.2M YouTube Views,
2.6K Comments



Novembre

I video Sponsored più performanti



0:00 / 0:22

SIGNOR S E PERFIDIA IMITANO SOFÌ E LUÌ! Tik Tok #Shorts

874.319 visualizzazioni • 24 nov 2021

32.298 NON MI PIACE CONDIVIDI SALVA

METRICS

34.5K

739.1K

N/A

28.4K YouTube Likes, 5.2K YouTube Dislikes, 739.1K YouTube Views, 797 Comments



0:01 / 15:09

#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina

AFFRONTO LA PROVA FINALE DI SQUID GAME! - MINECRAFT

467.113 visualizzazioni • 4 nov 2021

34.884 NON MI PIACE CONDIVIDI GRAZIE CLIP SA

METRICS

31.4K

367.1K

N/A

30.3K YouTube Likes, 388 YouTube Dislikes, 367.1K YouTube Views, 711 Comments



Novembre

I video Sponsored più performanti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina

RITORNO NELLA VITA IN CITTÀ DOPO 2 ANNI! - MINECRAFT

269.397 26.978 NON MI PIACE CONDIVIDI GRAZIE CLIP SALVA ...

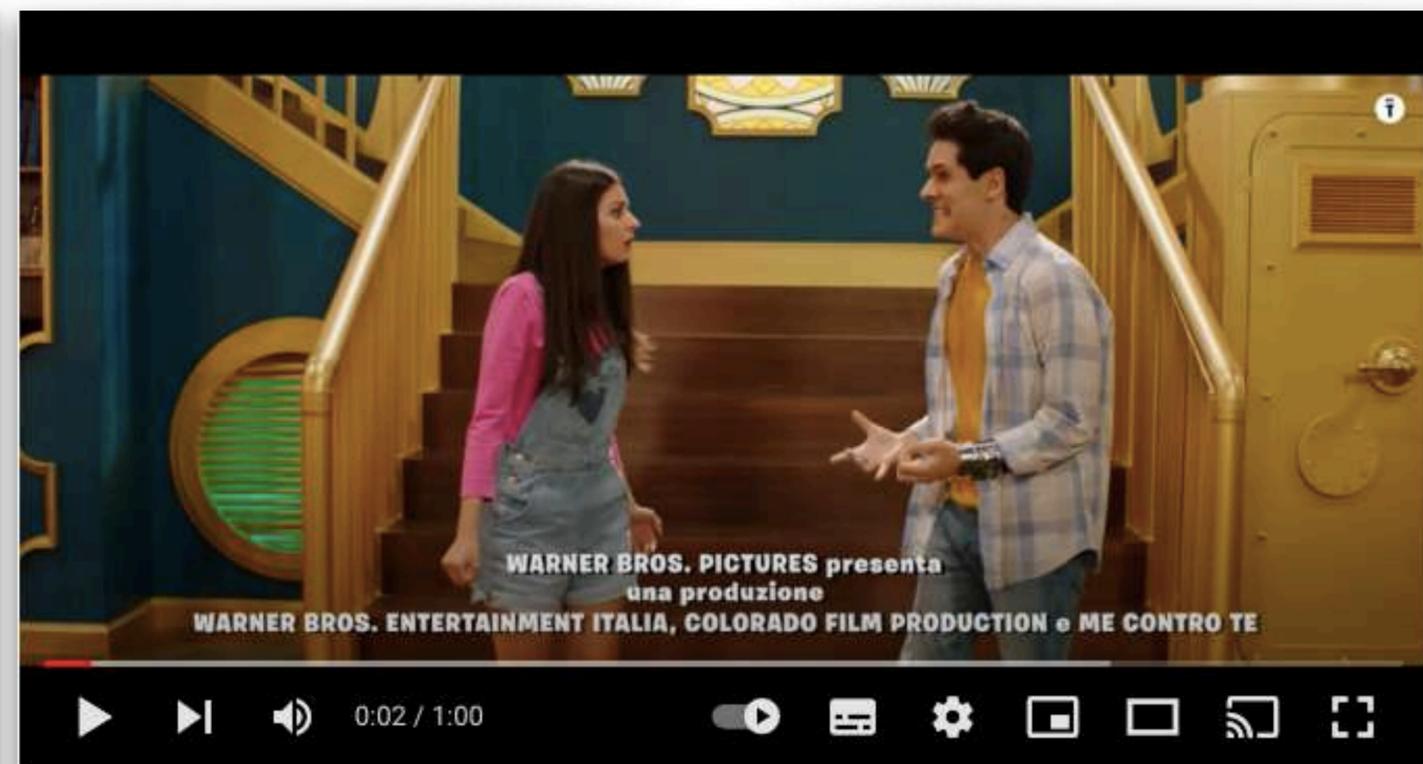
METRICS

29.6K

238.4K

N/A

24.6K YouTube Likes, 187 YouTube Dislikes,
238.4K YouTube Views, 4.9K Comments



#MeControTe #TeamTrote #LuieSofi

ME CONTRO TE IL FILM 3 - PERSI NEL TEMPO (Trailer)

1.522.794 visualizzazioni... 26.614 NON MI PIACE CONDIVIDI SALVA ...

METRICS

28.1K

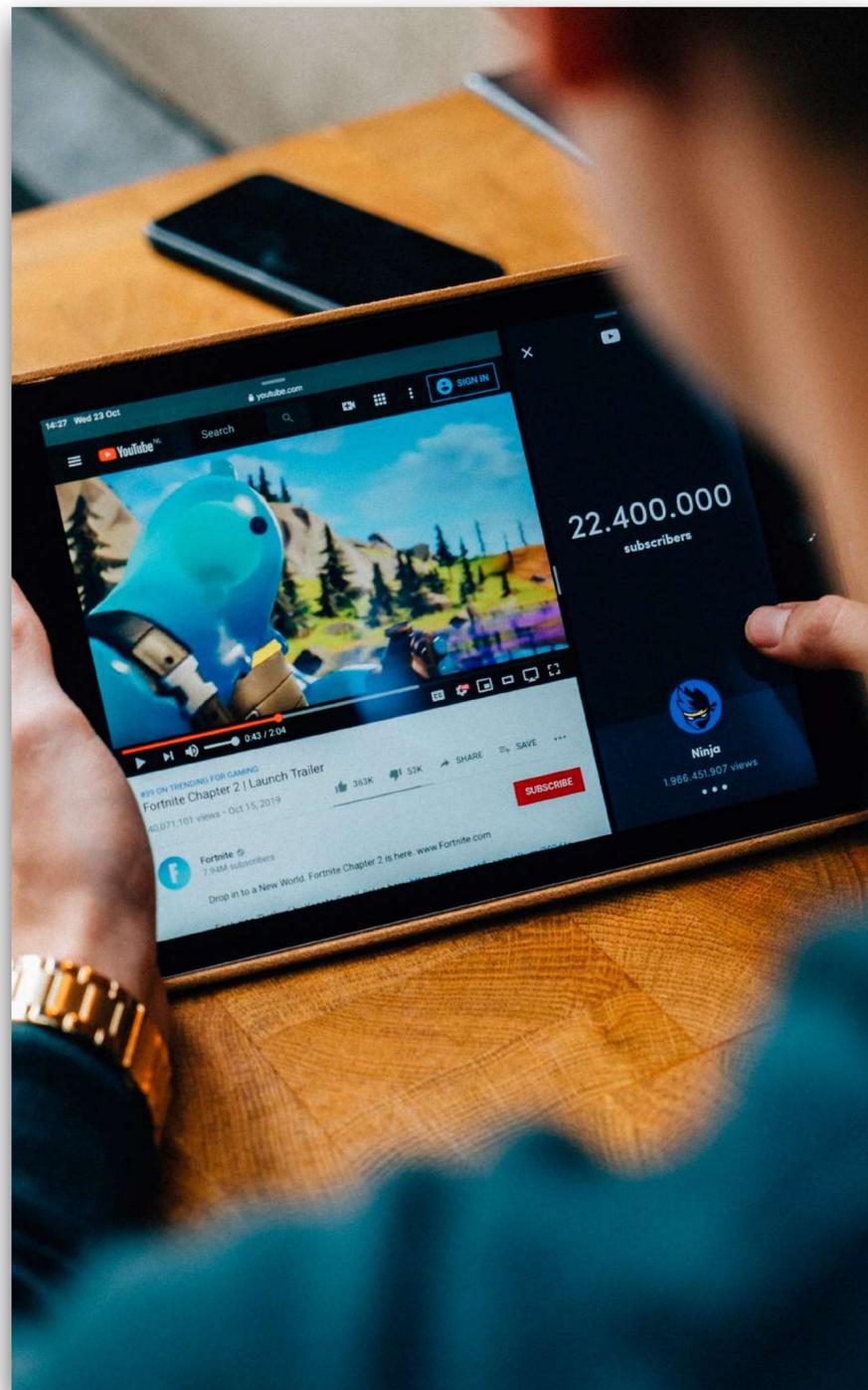
1.3M

N/A

25.1K YouTube Likes, 1.4K YouTube Dislikes, 1.3M YouTube Views,
1.6K Comments



L'attività sponsored di YouTube cresce rispetto al mese precedente in ordine di volumi, ma soprattutto di interazioni generate. Il canale si dimostra ancora una volta un ottimo driver a livello di engagement, ideale per attivare relazioni tra brand e utenti.



Tornano a crescere i video *collabs* realizzati in piattaforma, così come la porta potenziale. A salire in modo rilevante rispetto al mese precedente sono soprattutto **le interazioni (+61,5%)**.

Tra le collaborazioni emergono fortemente quelle a carattere **media**, con video dedicati all'uscita di **film e serie TV (The Jackal per Gomorra e Me Contro Te per il nuovo film)**.

Interessante notare come tra i top video ci sia uno **shorts**, formato ancora nuovo per il canale, ma che potrebbe fortemente crescere viste le dinamiche lato esperienze utenti (es. Reels e TikTok).





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)”