



**SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE
DICEMBRE 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.

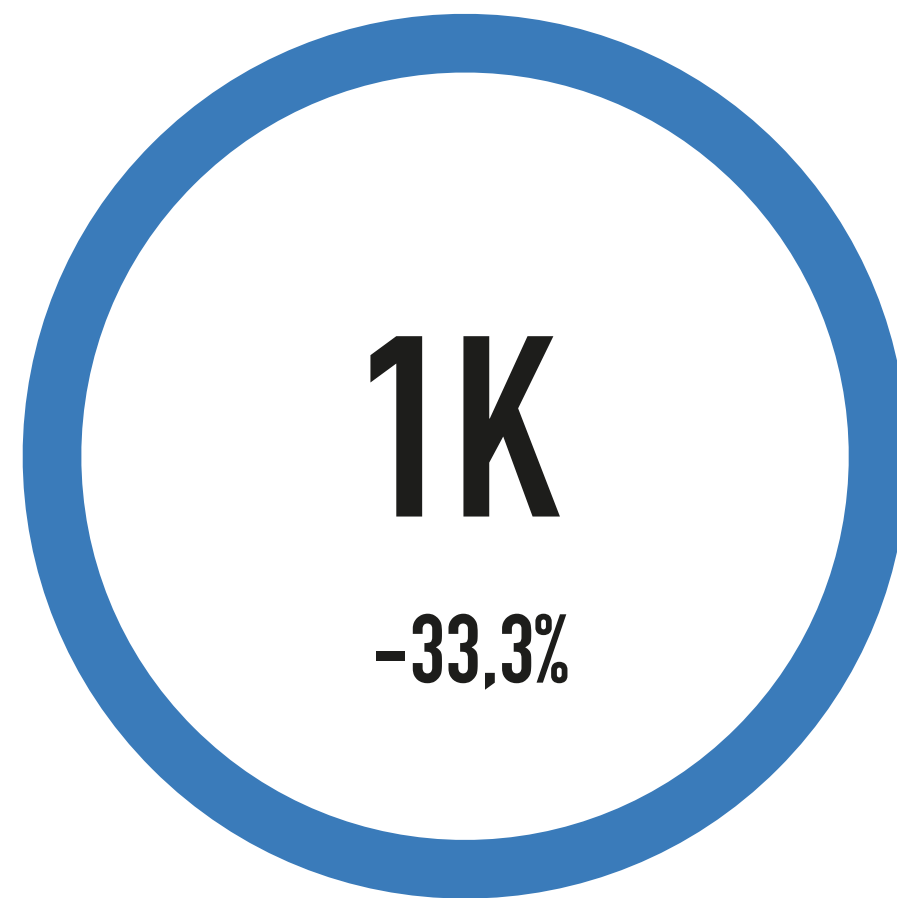


**Video sponsored
quale scenario a Dicembre 2021?**



Dicembre

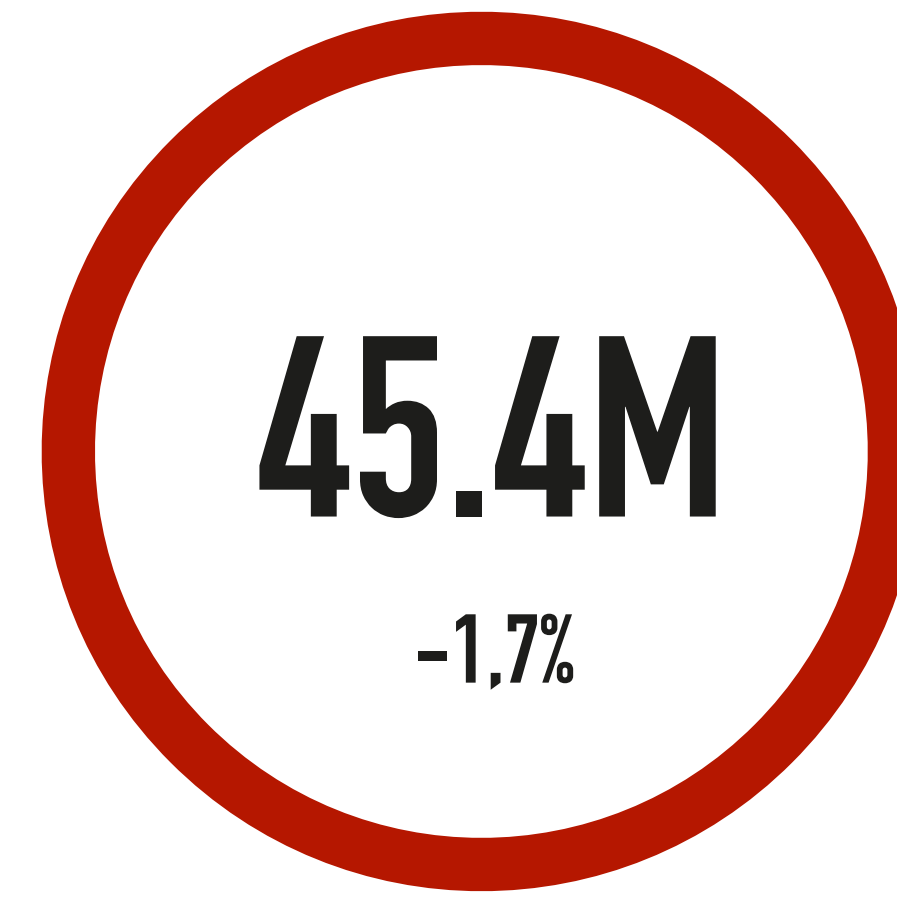
I video nati da collaborazione brand/influencer



Numero video



Interazioni generate



Portata potenziale



Dicembre

Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Dicembre

Hashtag utilizzati nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker

Dicembre

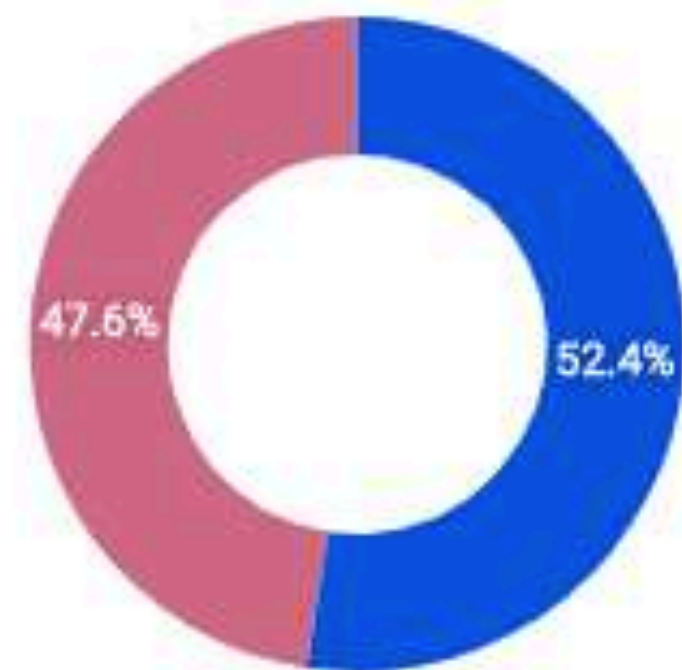
Brand menzionati nei video Sponsored



Dicembre

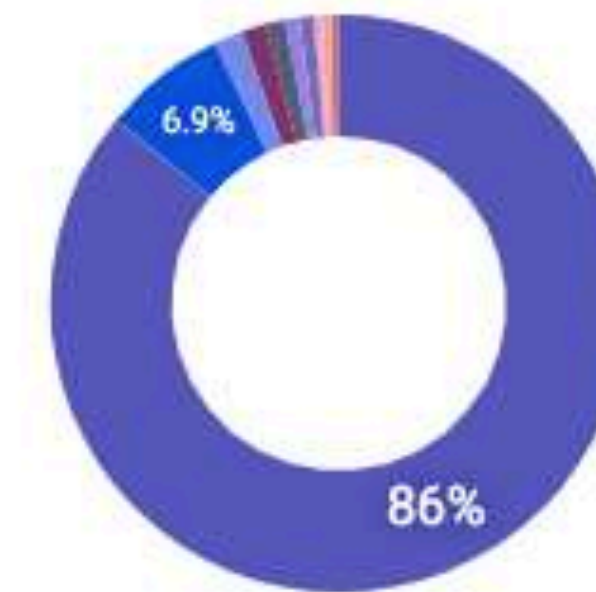
YouTube Analisi Visual

INDOOR/OUTDOOR SPLIT



● Indoor ● Outdoor

TOP IDENTIFIED OBJECTS




● person ● tie ● car ● motorcycle ● bottle ● glasses ● cup
● tv ● bowl ● book



Dicembre

Top creator per attività Sponsored

TOP INFLUENCERS

Influencer 	Posts	Reach	Reach per mention	Engagement 	Engagement per mention
 Me contro Te	32	16.6M	518.4K	510.8K	16K
 Two Players One ...	17	4.2M	248.1K	268.7K	15.8K
 TPOC Plays	19	4.5M	239K	246.6K	13K
 POW3Rtv	9	1.6M	177.3K	111.7K	12.4K
 DinsiemE	14	3.2M	229.5K	103.1K	7.4K
 Gigi II	34	1.2M	36.5K	98K	2.9K
 Stef&Phere	5	1.1M	229.5K	88.1K	17.6K
 Surry	3	729.7K	243.2K	60.1K	20K
 Kalpys	21	936.3K	44.6K	52.6K	2.5K
 Momo e Kika	2	605.7K	302.8K	51K	25.5K



Dicembre

I video Sponsored più performanti



#StefePhere #VeroConsolino #VeraConsolina
DO UN VOTO AGLI YOUTUBERS ITALIANI!

METRICS

375.1K	2.4M	N/A
--------	------	-----

1.7K Comments, 368.9K Likes, 4.6K Shares, 2.5M Views, 2.4M Profile Followers



#realmeXmasParty #adv
Donne | TikTok Momo e Kika

METRICS

36K	420.6K	N/A
-----	--------	-----

36K YouTube Likes, 420.6K YouTube Views, 57 Comments



Dicembre

I video Sponsored più performanti



Da Milano a Parigi con il Frecciarossa

METRICS

34.9K

498.4K

N/A

34.3K YouTube Likes, 498.4K YouTube Views, 599 Comments



#BLUGIA #ADV

IL BLU NON è un COLORE PRIMARIO! 🤪

METRICS

34.1K

385.1K

N/A

32.7K YouTube Likes, 385.1K YouTube Views, 1.3K Comments



Dicembre

I video Sponsored più performanti



#7 NELLA SEZIONE TENDENZE PER LA MUSICA

Me contro Te - Ritornerai (Testo canzone Persi nel Tempo)

METRICS

29.3K

1.2M

N/A

25.9K YouTube Likes, 1.2M YouTube Views, 3.3K Comments



#MeControTe #TeamTrote #LuieSofi

LA MATTINA DI SOFÌ (Morning Routine)

METRICS

27K

616.2K

N/A

26.8K YouTube Likes, 616.2K YouTube Views, 282 Comments



Dicembre

I video Sponsored più performanti



#TwoPlayersOneConsole #VeroConsolino #VeraConsolina
SMENTISCO 30 MITI DI FORTNITE CAPITOLO 3!

METRICS

26.1K

513.7K

N/A

25K YouTube Likes, 513.7K YouTube Views, 1.1K Comments



SOFÌ SCEGLIE COSA INDOSSARE PER ANDARE SULLA NEVE! Tik Tok Outfit Show #shorts

METRICS

25.7K

425K

N/A

23.9K YouTube Likes, 1.5K YouTube Dislikes,
425K YouTube Views, 253 Comments

Dicembre

I video Sponsored più performanti



I passaggi segreti del Quirinale - Tour Privato

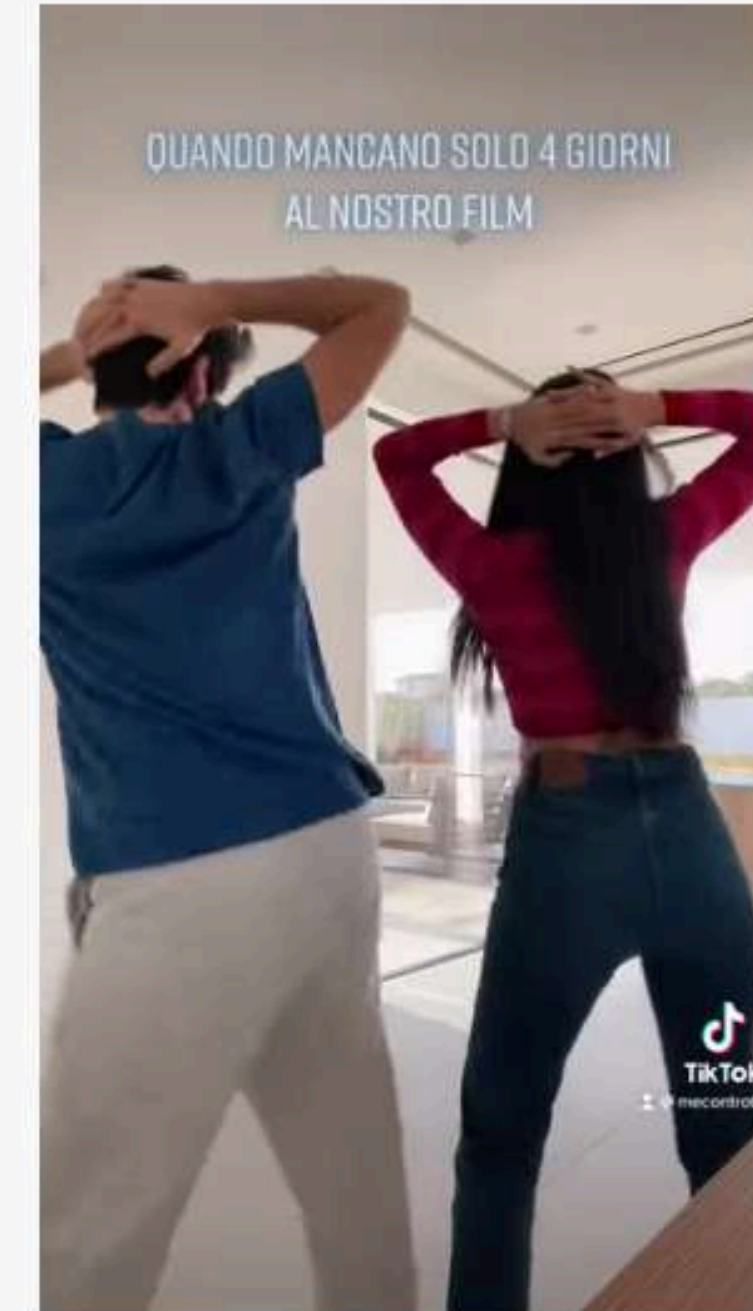
METRICS

25.2K

231.3K

N/A

24.7K YouTube Likes, 231.3K YouTube Views, 529 Comments



ME CONTRO TE TIKTOK BALLO!! #shorts

METRICS

24.1K

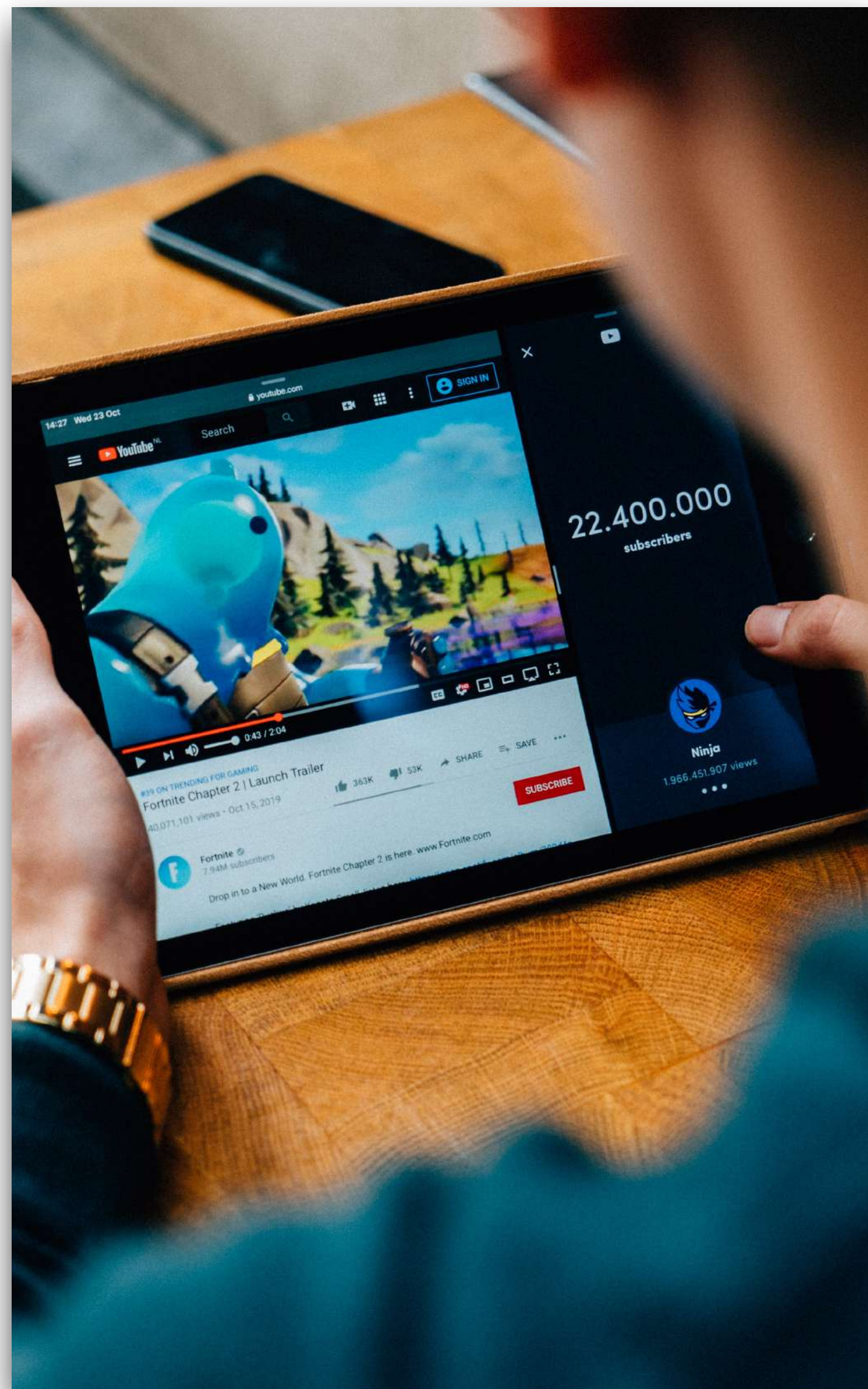
551.4K

N/A

23.6K YouTube Likes, 551.4K YouTube Views, 520 Comments



L'attività di IM realizzata in YouTube registra un lieve calo rispetto al mese precedente in ordine di volumi, ma non 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.



Cala l'attività di collaborazione tra creator e brand nel mese di Dicembre. Un **-33%** figlio, come in altri canali, delle Festività e della conseguente minor attività delle aziende.

Un calo solo a livello di contenuti prodotti: **le interazioni, infatti, si mantengono invariate**, dimostrando ancora una volta l'impatto positivo dei contenuti in piattaforma.

Accanto ai creator usuali (es: Me contro Te) e ai video connessi a gaming e intrattenimento troviamo questo mese tra i top 10 due video dal contenuto **maggiormente informativo** come **il tour del Quirinale** (in collaborazione con Google) e uno **sui colori primari** (in collaborazione con Benetton).

Una conferma della maggior ecletticità offerta dal canale.





Chi siamo

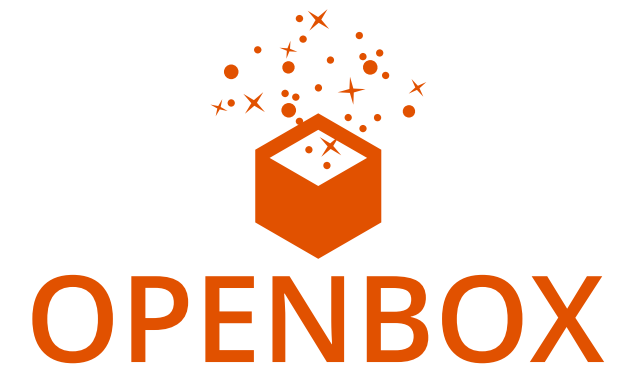
L'Osservatorio nasce con l'obiettivo di **informare e fare divulgazione** sui temi legati all'**Influencer Marketing**, proponendo best practice e dati sulla situazione del mercato italiano.

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



PARTNER ISTITUZIONALI



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)”