



OSSERVATORIO  
NAZIONALE  
INFLUENCER  
MARKETING

**SCENARIO ED EVOLUZIONE  
DEI POST SPONSORED YOUTUBE  
OTTOBRE 2023**

POWERED BY  **Talkwalker**

# Un report mensile

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 2023?

---



Ottobre

## I video nati da collaborazione brand/influencer

**2.2K**

+10%

**Numero video**

**812.2K**

-2,37%

**Interazioni generate**

**21.4M**

+15,68%

**View**



Ottobre

## Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Ottobre

## Hashtag utilizzati nei video Sponsored



Ottobre

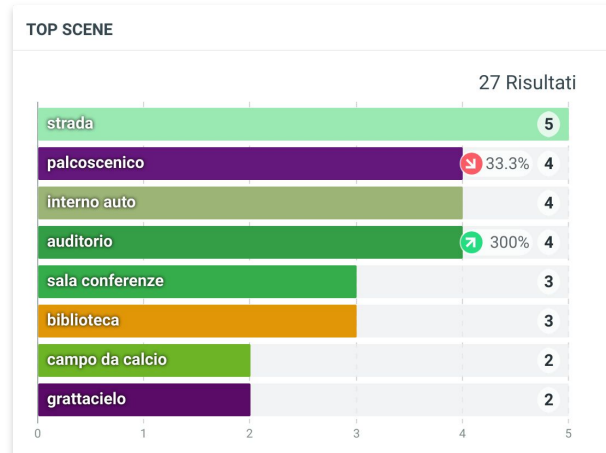
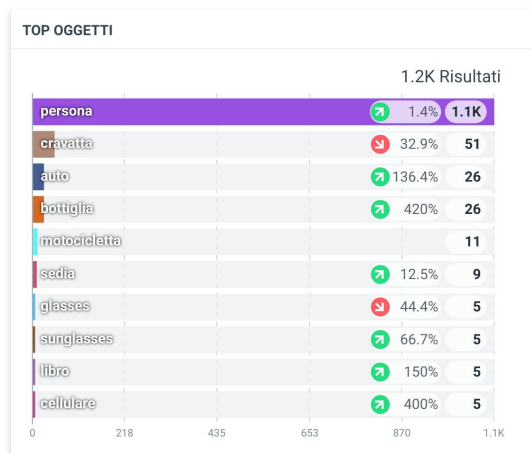
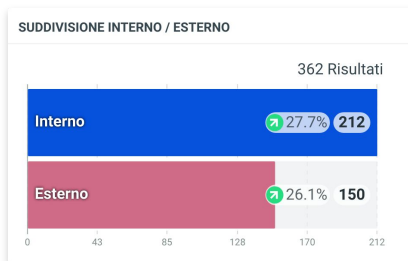
# Brand menzionati nei video Sponsored





Ottobre

# YouTube Analisi Visual



Ottobre

# Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Post 	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 THE PSYCHIATRY ON LINE ITALIA VIDEOCHANNEL <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	37		6.3K  -34.7%	170.3  -34.7%	244  -58.9%	6.6  -58.9%
 Kimberly T. Millionaire <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	30		6	0.2	0	0
 Il Sole 24 ORE <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	16  ↑100%		1.5K  -14.8%	92.8  -57.4%	71  ↑163%	4.4  ↑31.5%
 Marta Cerreto <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	16  ↑433.3%		101.9K  ↑328.7%	6.4K  -19.6%	7.9K  ↑378%	490.8  -10.4%
 euronews (in Italiano) <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	13  ↑550%		3.8K  ↑94.7%	291.6  -70%	79  ↑29.5%	6.1  -80.1%
 Mirko_Zein <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	13  ↓-7.1%		151.8K  -25.9%	11.7K  -20.2%	7.5K  -9%	575.4  -2%
 ItalianWineTour <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	11		159	14.5	0	0
 ShadowGamesItalia <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	10		29	2.9	1	0.1
 ChronoGP <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	10  ↑11.1%		96.5K  -42.8%	9.7K  -48.6%	3.7K  -44%	366.4  -49.6%
 DinsiemE <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	9  ↑50%		1.4M  ↑50.3%	150.4K	27.9K  ↑41.9%	3.1K  -5.4%



Fonte: Talkwalker

Ottobre

# Top creator per attività Sponsored



CORRISP.

ADV YT

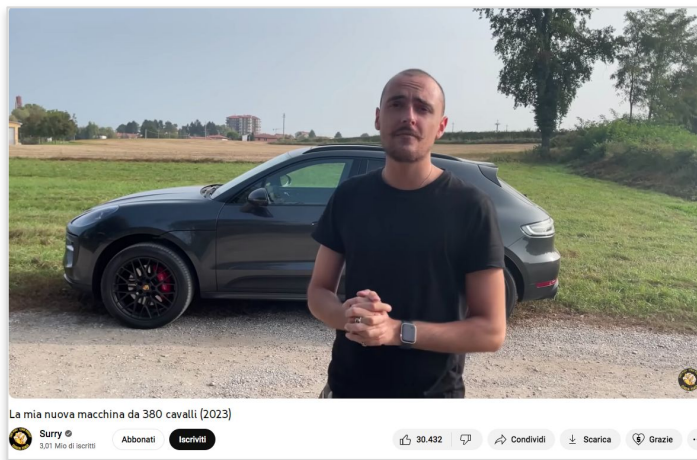
METRICHE

41.3K

384.1K

N/D

41.2K 'Mi piace' di YouTube,  
384.1K Visualizzazioni YouTube, 115 Commenti



CORRISP.

ADV YT

METRICHE

31.3K

515.7K

N/D

30.4K 'Mi piace' di YouTube,  
515.7K Visualizzazioni YouTube, 859 Commenti



Ottobre

# Top creator per attività Sponsored



BUTTO VIA TUTTO...

Jakidale •  
2,02 Mio di iscritti

iscritti

28.258 Condividi Scarica Clip ...

CORRISP.

ADV YT

METRICHE

28.7K

416.8K

N/D

28.2K 'Mi piace' di YouTube,  
416.8K Visualizzazioni YouTube, 449 Commenti



4000€ PER ENTRARE NELLA SFERA DI LAS VEGAS

Jakidale •  
2,02 Mio di iscritti

iscritti

24.822 Condividi Scarica Clip ...

CORRISP.

ADV YT

METRICHE

23.9K

444.2K

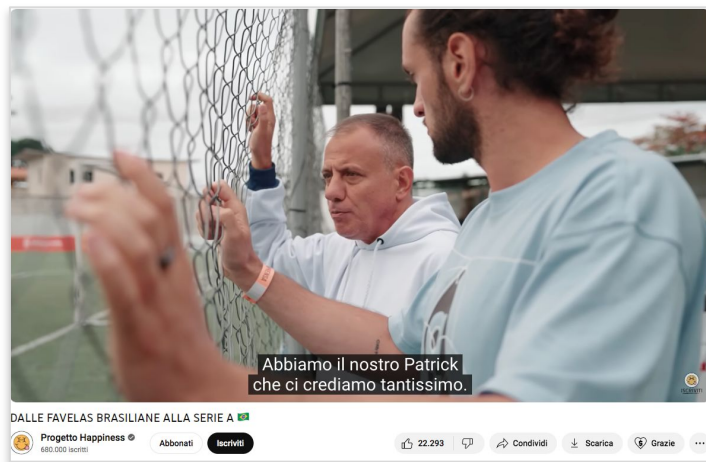
N/D

23.4K 'Mi piace' di YouTube,  
444.2K Visualizzazioni YouTube, 509 Commenti



Ottobre

# Top creator per attività Sponsored



CORRISP.

ADV YT

METRICHE

18.8K

310K

N/D

18.3K 'Mi piace' di YouTube,  
310K Visualizzazioni YouTube, 591 Commenti



CORRISP.

ADV YT

METRICHE

17.3K

226.8K


N/D

17.2K 'Mi piace' di YouTube,  
226.8K Visualizzazioni YouTube, 95 Commenti



Ottobre

# Top creator per attività Sponsored



di una EGA  
100% elettrica

da VICENZA a CAPONORD con AUTO 100% ELETTRICA! ⚡

SINNAGGAGHIRI  
694.000 iscritti

13.386

Condividi

Scarica

Grazie

CORRISP.

ADV YT

METRICHE

13.2K

166.5K

N/D

13K 'Mi piace' di YouTube,

166.5K Visualizzazioni YouTube, 183 Commenti



LA APPLE DELLE STAMPANTI 3D

TechDale  
468.000 iscritti

13.214

Condividi

Scarica

Clip

CORRISP.

ADV YT

METRICHE

13.2K

258K

N/D

12.9K 'Mi piace' di YouTube,

258K Visualizzazioni YouTube, 233 Commenti



Ottobre

# Top creator per attività Sponsored



PAPÀ HO SPESO 400 EURO PER MANGIARE DENTRO UN TRAM a MILANO! \*LEGGENDARIO\*

Rimoldigno 726.000 iscritti

12.842

Condividi

Scarica

Grazie

CORRISP.

ADV YT

METRICHE

12.8K

173.2K

N/D

12.6K 'Mi piace' di YouTube,  
173.2K Visualizzazioni YouTube, 211 Commenti



SIAMO STATI TRUFFATI IN VIAGGIO!! - Tre uomini e un Camper 2 (ep.3)

xMurty 2.83 Mio di iscritti

13.039

Condividi

Scarica

Clip

CORRISP.

ADV YT

METRICHE

12.5K

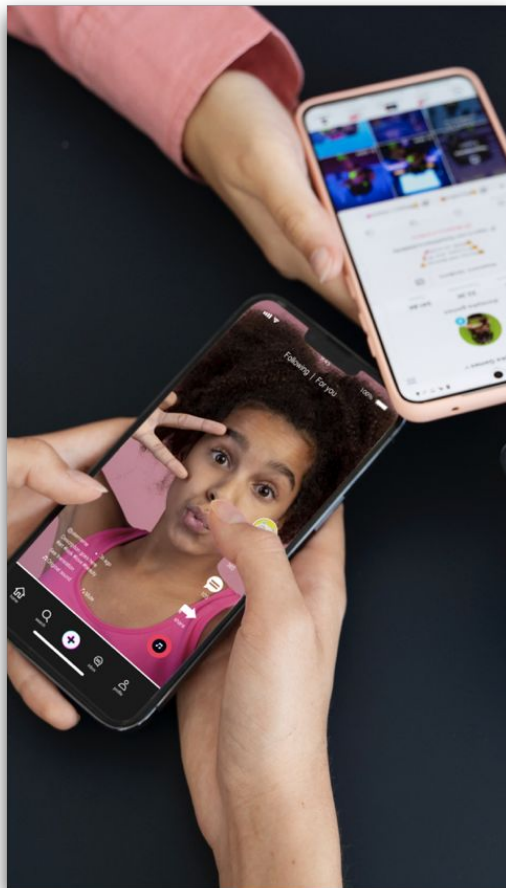
178.2K

N/D

12.4K 'Mi piace' di YouTube,  
178.2K Visualizzazioni YouTube, 177 Commenti



Anche su YouTube, come in Instagram, i video collab aumentano ma le interazioni registrano una leggera flessione. Nella top 10 dei video sponsored più performanti spiccano Nikolais e Jakidale. Assenti, stranamente, gli Shorts.



Ad ottobre aumenta il numero di video sponsored pubblicati e le relative views ma diminuiscono le interazioni.

I video pubblicati sono **2.2K** (+10% rispetto a settembre) e le views totali **21.4M**, quasi il 16% in più rispetto al mese precedente. Ciò che invece stupisce sono le interazioni che calano del **2,37%**, fermandosi a **812.2K**: evidentemente i video non sono così ingaggianti.

Dopo mesi di crescita degli Shorts, ad ottobre, nessun video della top 10 è in questo formato: gli utenti stanno forse tornando ad apprezzare i **long video**?

Osservando la classifica dei top creator per attività sponsored, interessante la prima posizione occupata da **PSYCHIATRY ON LINE ITALIA - VIDEO CHANNEL**.







# 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](http://www.onim.it)*



## FOUNDER



## PARTNER



## PARTNER ISTITUZIONALI



## PARTNER TECNOLOGICI



## 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)"