



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST SPONSORED YOUTUBE GENNAIO 2024

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 Gennaio 2024?

Gennaio

I video nati da collaborazione brand/influencer

2.1K

-12,50%

Numero video

909K

-24,25%

Interazioni generate

15.9M

-42,60%

View



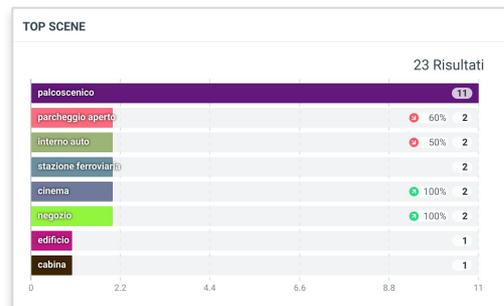
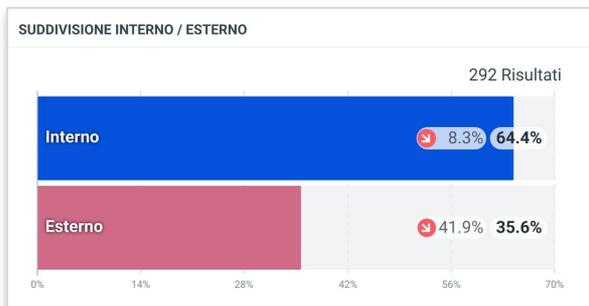
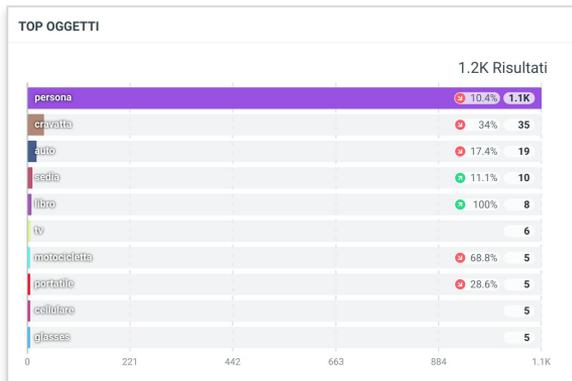
Gennaio

Brand menzionati nei video Sponsored



Gennaio

YouTube Analisi Visual



Gennaio

Top creator per attività Sponsored

Influencer	Post	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
PSYCHIATRY ON LINE ITALIA - VIDEOCHANNEL http://www.youtube.com/	24 -31.4%		5.4K -23%	225.2 12.3%	320 -19.6%	13.3 17.3%
MesbetTV http://www.youtube.com/	22 69.2%		161.2K 93.6%	7.3K 14.4%	26.8K 71%	1.2K 11.1%
Two Players One Console http://www.youtube.com/	19		1.5M -27.1%	79.4K -27.1%	101.8K -13.4%	5.4K -13.4%
St3pNy2 http://www.youtube.com/	16 1.5K%		1.6M 1.3K%	98K -14.6%	114.6K 1.3K%	7.2K -14.8%
Ombra del 130 http://www.youtube.com/	15 114.3%		2.5K 15.9%	169.3 -45.9%	171 71%	11.4 -20.2%
Derma-Point http://www.youtube.com/	14 75%		17.2K -28.3%	1.2K -59%	4 100%	0.3 14.3%
Big Luca http://www.youtube.com/	14 180%		103.3K 197%	7.4K 6.1%	2.3K 211.8%	163.7 11.4%
Blaziken68_x http://www.youtube.com/	14 -12.5%		282.9K -6.7%	20.2K 6.7%	18.2K -12.5%	1.3K
euronews (in Italiano) http://www.youtube.com/	13 -31.6%		4.5K 14.1%	344.5 66.7%	150 80.7%	11.5 164.1%
Mirko_Zein http://www.youtube.com/	12 50%		108K 4.3%	9K -30.5%	6.6K 67%	552.4 11.3%



Gennaio

I video sponsored più performanti

In collaborazione con Warner Bros. Games



SUICIDE SQUAD: KILL THE JUSTICE LEAGUE [Walkthrough Gameplay ITA PS5 - PARTE 1] - SUPEREROI CATTIVI

MikeShowSha 3,4 Mio di iscritti

23.498

Condividi

Scarica

Grazie

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

23K

337.8K

N/D

22.5K 'Mi piace' di YouTube,
337.8K Visualizzazioni YouTube, 504 Commenti



pure quella stanza
che doveva diventare il mio studio.

The Jackal - Quante COSE si FANNO per i FIGLI

The Jackal 1,11 Mio di iscritti

23.185

Condividi

Scarica

Grazie

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

21.5K

338.8K

N/D

21.2K 'Mi piace' di YouTube,
338.8K Visualizzazioni YouTube, 303 Commenti



Gennaio

I video sponsored più performanti



Ecco perché pago le tasse in Italia e non sono scappato

Surry  3,071 Mio di iscritti

Abbonati 

 22.143   Condividi  Scarica  Grazie ...

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

 20.1K

 245.9K

 N/D

19.6K 'Mi piace' di YouTube,
245.9K Visualizzazioni YouTube, 554 Commenti



Perché Singapore vive nel 3000 (o forse no)

Nova Lectio  1,11 Mio di iscritti

Abbonati 

 19.546   Condividi  Scarica  Grazie ...

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

 20K

 452.8K

 N/D

18.9K 'Mi piace' di YouTube,
452.8K Visualizzazioni YouTube, 1K Commenti



Gennaio

I video sponsored più performanti



UN "FAN" HA DECISO DI UMILIARCI SUL PALCO DAVANTI A TUTTI! | ESPERIENZE D.M. A TEATRO #5

Awed 2.34 Mio di iscritti

19.217

Condividi

Scarica

Clip

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

17.4K

226.2K

N/D

17.2K 'Mi piace' di YouTube,
226.2K Visualizzazioni YouTube, 229 Commenti



Quanto mi costa mantenere la Porsche? (POV Driving)

Surry 3.81 Mio di iscritti

15.743

Condividi

Scarica

Grazie

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

15.2K

230.2K

N/D

14.8K 'Mi piace' di YouTube,
230.2K Visualizzazioni YouTube, 431 Commenti



Gennaio

I video sponsored più performanti



"Poche colonnine e tempi di ricarica lunghi": sfidiamo i pregiudizi testando un'auto 100% elettrica

Geopop  1,77 Mio di iscritti [Iscriviti](#)  12.028  [Condividi](#)  Scarica  Salva 

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

 13.3K  180K  N/D

11.1K 'Mi piace' di YouTube,
180K Visualizzazioni YouTube, 2.2K Commenti



Lorenzo Ruzza, il commerciante di orologi - One More Time

PODCAST ONE MORE TIME di Luca Cas...  [Abbonati](#) [Iscriviti](#)  9611  [Condividi](#)  Scarica  Grazie 

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

 9.7K  306K  N/D

9.4K 'Mi piace' di YouTube,
306K Visualizzazioni YouTube, 307 Commenti



Gennaio

I video sponsored più performanti



Include promozioni a pagamento

BENVENUTI ALLE
NEWS DELLA SETTIMANA
NOTIZIE, NUMBERS, SCOOP DAL MONDO VIDEOGAMES

"Sony CROLLERÀ nel 2024". Ma perché? | OCCHIO A NON FARVI BANNARE SU XBOX! | LIES OF P 2 #NEWS

PLAYERINSIDE 702.000 iscritti

9132 9132 Condividi Scarica Grazie

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

9.6K 111.6K N/D

9.1K 'Mi piace' di YouTube,
111.6K Visualizzazioni YouTube, 483 Commenti



Ho Provato SUICIDE SQUAD: KILL THE JUSTICE LEAGUE!! - COSA NE PENSO? Suicide Squad Gameplay ITA PSS

MikeShowSha 3.4 Mio di iscritti

9203 9203 Condividi Scarica Grazie

CORRISP.

ADV YOUTUBE

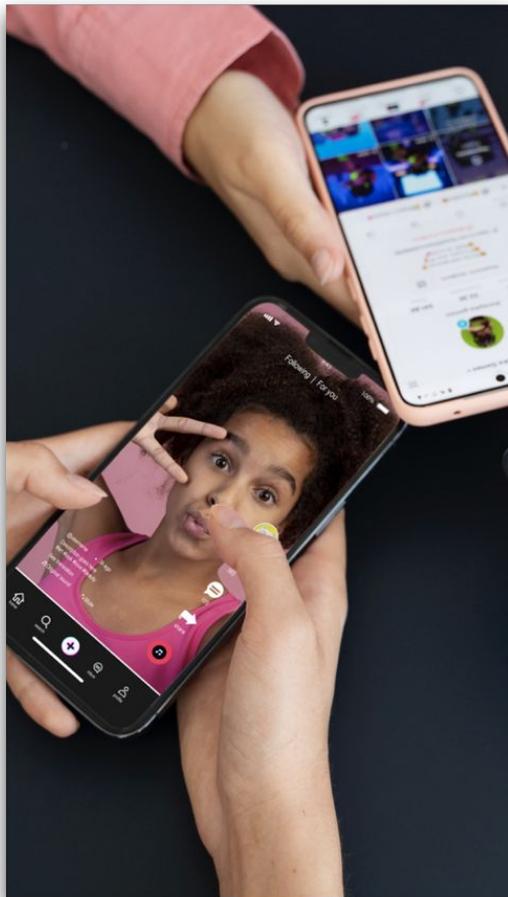
METRICHE

9.5K 134K N/D

9.2K 'Mi piace' di YouTube,
134K Visualizzazioni YouTube, 361 Commenti



//
L'attività sponsored di YouTube continua a decrescere anche nel mese di Gennaio. Tutti i dati analizzati registrano però un calo, soprattutto lato views. Completamente assenti tra le top collabs gli Shorts.



A Gennaio le attività di Influencer Marketing su YouTube registrano una **discesa**. Se nel mese precedente a calare erano state solo le performance, questo mese sono diminuiti anche i video sponsored pubblicati.

Quest'ultimi, infatti, sono **2.1K**, il 12,50% in meno rispetto a Gennaio. Lato interazioni generate e, soprattutto, views il gap rispetto al mese precedente è maggiore: le prime sono diminuite del **24,25%** attestandosi a 909K, le seconde hanno registrato un calo del 42,60% fermandosi a 15.9M views.

La top 10 dei video più performanti del mese è dominata da **MikeShowSha** e **Surry** con due contenuti ciascuno.





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 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)"