



**OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING**

**SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE
AGOSTO 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 ad Agosto 2024?**

Agosto

I video nati da collaborazione brand/influencer

1.7K

-15%

Numero video

1M

-9,09%

Interazioni generate

23.7M

-7,42%

View



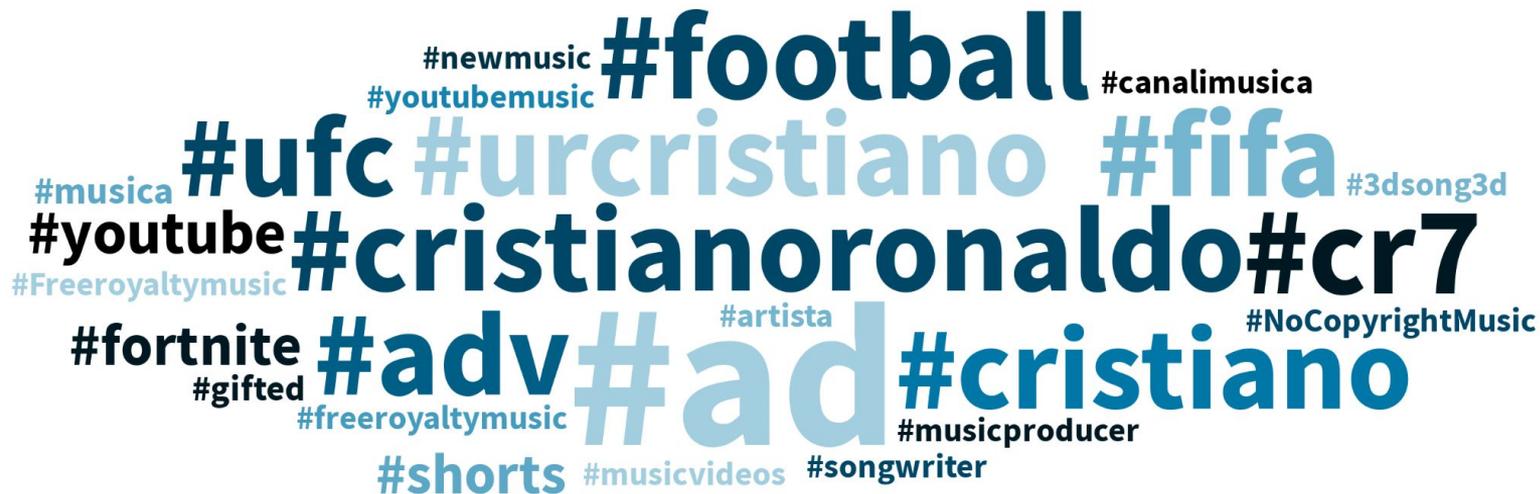
Agosto

Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Agosto

Hashtag utilizzati nei video Sponsored



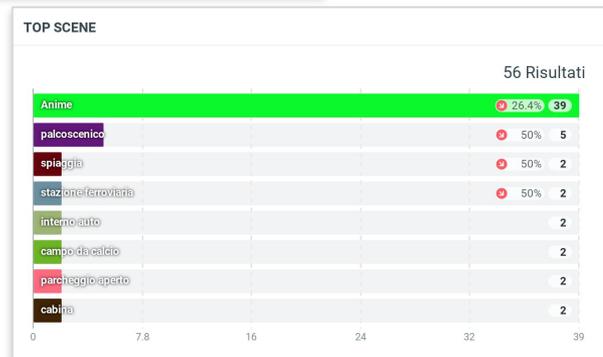
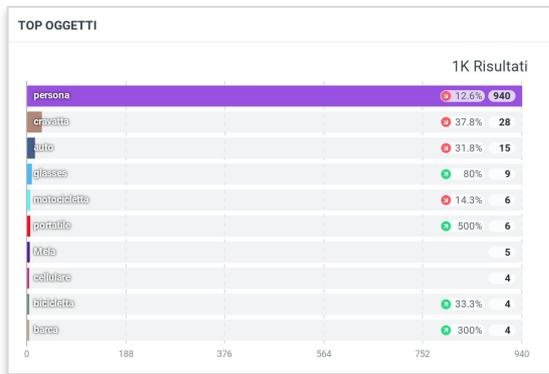
Agosto

Brand menzionati nei video Sponsored



Agosto

YouTube Analisi Visual



Fonte: Talkwalker

Agosto

Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Post 	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 Song3D http://www.youtube.com/	33  312.5%		865  89.7%	26.2  -54%	3  -25%	0.1  -81.8%
 PSYCHIATRY ON LINE ITALIA - VI... http://www.youtube.com/	28  21.7%		48.9K  974.4%	1.7K  782.5%	5.3K  1.8%	189.7  1.4%
 Fondo per la Repubblica Digitale http://www.youtube.com/	20		10.8K	541.4	10	0.5
 Monster Hunter Italia http://www.youtube.com/	18		1.6K	89.2	26	1.4
 KST Kpop Show Time http://www.youtube.com/	18  350%		695  127.9%	38.6  -49.4%	112  160.5%	6.2  -42.1%
 Bike&Raft http://www.youtube.com/	14  250%		137.1K  187.7%	9.8K  -17.8%	9.8K  75.6%	696.6  -49.8%
 Ingegneria Italia http://www.youtube.com/	13  85.7%		1.1M  -50.6%	82.4K  -73.4%	45.5K  -24.2%	3.5K  -59.2%
 Arca di Noè Cooperativa Sociale http://www.youtube.com/	12		283	23.6	2	0.2
 Blaziken68_x http://www.youtube.com/	12  -40%		180.6K  -51.9%	15K  -19.9%	12.6K  -54.1%	1K  -23.5%
 Ombra del 130 http://www.youtube.com/	11  450%		1.7K  273.8%	154.3  -32%	164  382.4%	14.9  -12.3%



Agosto

I video sponsored più performanti



"La mamma sa spendere poco con i tuoi soldi" 🤪 @BidoItaliaOfficial #srrts #short #ad

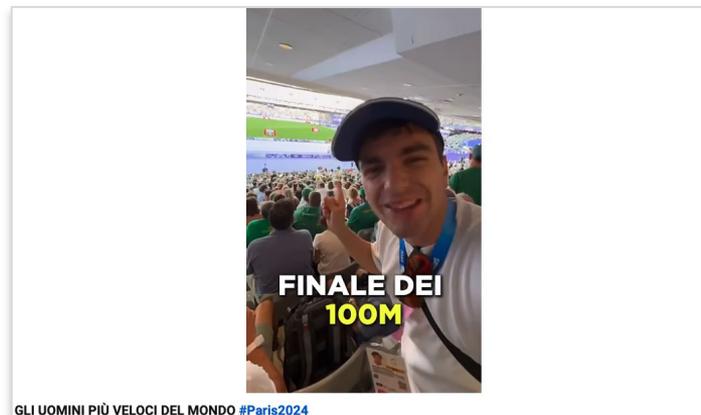
Nen e Nico
525.000 iscritti

Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 43.4K 1.1M N/D

43.3K 'Mi piace' di YouTube,
1.1M Visualizzazioni YouTube, 146 Commenti



GLI UOMINI PIÙ VELOCI DEL MONDO #Paris2024

Jakidale
2,1 Milia di iscritti

Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 32.1K 685.1K N/D

32K 'Mi piace' di YouTube,
685.1K Visualizzazioni YouTube, 73 Commenti



Agosto

I video sponsored più performanti



LA FOLLIA DELLE OLIMPIADI DI PARIGI 2024

Jakidale
2,1 Mil di iscritti

iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 23.4K 390.7K N/D

22.9K 'Mi piace' di YouTube,
390.7K Visualizzazioni YouTube, 416 Commenti



LA RS3 di JANNONE FA SCHIFO! 🤩

Denis Tarantello
220.000 iscritti

iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 18.7K 285.2K N/D

18.3K 'Mi piace' di YouTube,
285.2K Visualizzazioni YouTube, 365 Commenti



Agosto

I video sponsored più performanti



Dopo 35MILA euro e 10 MESI, IL MOSTRO È PRONTO!

 Luca Salvadori
627.000 iscritti

Abbonati

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

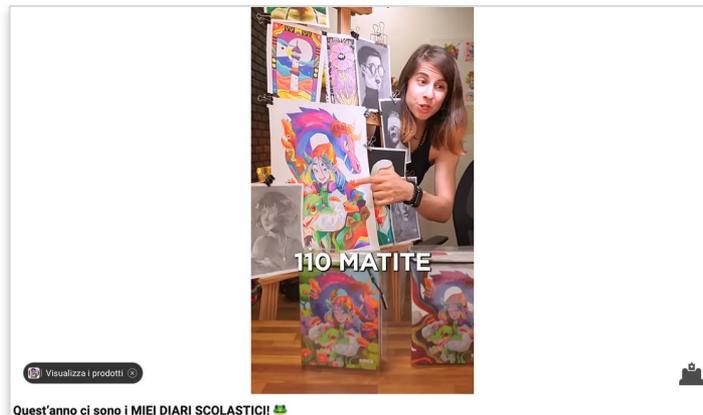
METRICHE

17.3K

194.4K

N/D

17K 'Mi piace' di YouTube,
194.4K Visualizzazioni YouTube, 323 Commenti



Quest'anno ci sono i MIEI DIARI SCOLASTICI! 🌱

 Fraffrog
1.011 Mili di iscritti

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

17.2K

461.5K

N/D

16.7K 'Mi piace' di YouTube,
461.5K Visualizzazioni YouTube, 491 Commenti



Agosto

I video sponsored più performanti

Includi promozioni a pagamento →

il software e il macchinario



NASCONDERE una PISTOLA ai controlli a RAGGI-X: è possibile?

Ingegneria Italia
619.000 iscritti

iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **40.1K** **1.4M** **N/D**

39.6K 'Mi piace' di YouTube,
1.4M Visualizzazioni YouTube, 580 Commenti



SEEEE 🤔🤔🤔 l'acqua va bevuta prima o dopo il caffè? #adv #kimbo

La Fisica Che Ci Piace ☺
689.000 iscritti

iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **16.3K** **461.1K** **N/D**

15.9K 'Mi piace' di YouTube,
461.1K Visualizzazioni YouTube, 344 Commenti



Agosto

I video sponsored più performanti



L'INTESA VINCENTE PIÙ FALLIMENTARE DELLA STORIA con @dadontheroad



CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **15.3K** ↕ 179.9K ↗ N/D

15K 'Mi piace' di YouTube,
179.9K Visualizzazioni YouTube, 273 Commenti



Sta tornando quel periodo! #Comix2025 #adv



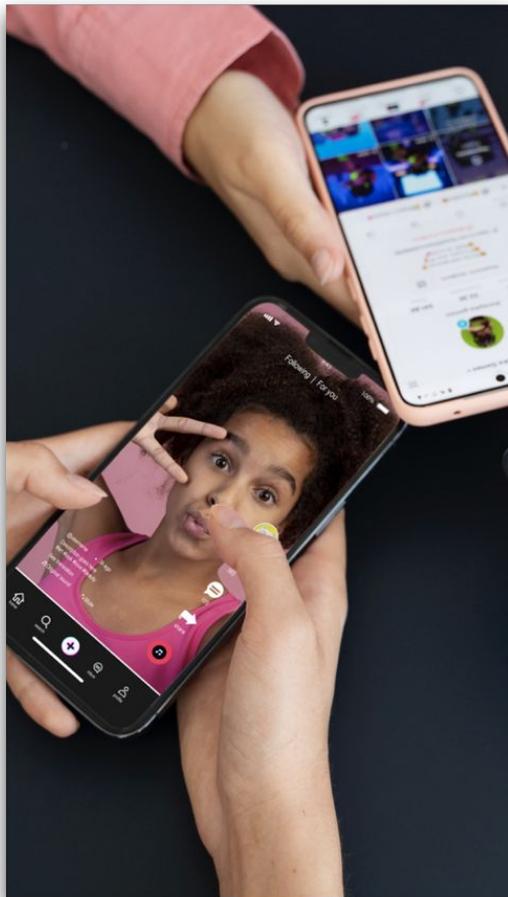
CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **13.9K** ↕ 127.9K ↗ N/D

13.7K 'Mi piace' di YouTube,
127.9K Visualizzazioni YouTube, 106 Commenti



Anche su YouTube, come in Instagram, nel mese di Agosto, si registra una flessione delle attività con creator e brand. Video pubblicati, views e interazioni diminuiscono, seppur in misura minore rispetto all'altro social.



Continua la **discesa** della attività sponsored su YouTube: ad agosto diminuiscono tutti i dati analizzati.

I video sponsored pubblicati sono **1.7K**, il 15% in meno rispetto a Luglio. Le interazioni generate scendono del 9% attestandosi su **1M**; infine le views si fermano a **23.7M** registrando una diminuzione del 7,42% rispetto al mese precedente. Queste discese probabilmente sono dovute alla pausa estiva di aziende, brand, creator e utenti durante il mese di Agosto.

Nella top 10 dei video più performanti del mese dominano ancora gli **Shorts**: 6 contenuti su 10 sono infatti in questo formato. **Jakidale** è l'unico creator a conquistare due posizioni in classifica.





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)"