



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE DICEMBRE 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 Dicembre
2024?**



Dicembre

I video nati da collaborazione brand/influencer

2.7K

-3,57%

Numero video

1.3M

-7,14%

Interazioni generate

28.7M

-21,37%

View



Dicembre

Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Dicembre

Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#adv #ad

#fattisullanatura
#fattiperibambini
#animali
#imparalitaliano
#italiano
#fattisuglianimali

#apprendrel
#Italienischlernen



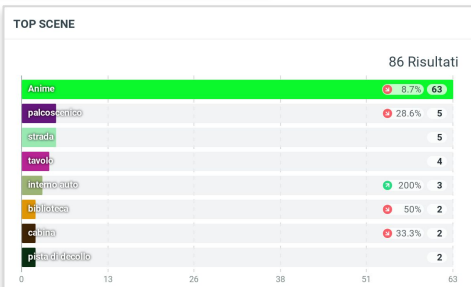
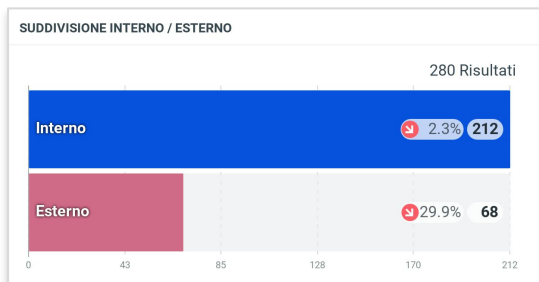
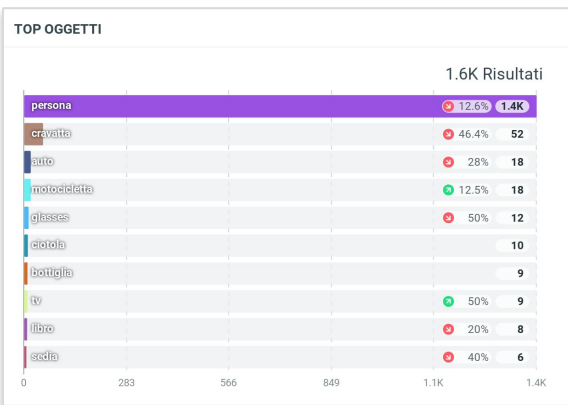
Dicembre

Brand menzionati nei video Sponsored



Dicembre

YouTube Analisi Visual



Fonte: Talkwalker

Dicembre

Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Post 	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 Simba Stickers Fatti sugli Animali http://www.youtube.com/	76		129	1.7	55	0.7
 3DSong3D http://www.youtube.com/	38  -19.1%		3.9K  64%	102.5  102.8%	56  166.7%	1.5  229.8%
 IL MERCATINO DI AMAZON http://www.youtube.com/	30		1.1K	36.4	80	2.7
 THE OF KING 208 http://www.youtube.com/	29		1.1K	37.6	78	2.7
 @AyameAtsuko http://www.youtube.com/	27  107.7%		7.4K  512.2%	274.1  194.7%	321  322.4%	11.9  103.4%
 Gianluca Lamberti http://www.youtube.com/	24  -22.9%		148.6K  -22.9%	6.2K  -7.4%	20.2K  -7.4%	839.7  -35.4%
 euronews (in italiano) http://www.youtube.com/	22  -21.4%		6K  -39.5%	274.9  -23%	103  -49.3%	4.7  -35.4%
 GialloZafferano http://www.youtube.com/	19  26.7%		476.5K  44.8%	25.1K  14.3%	18.6K  73.5%	979.2  37%
 Telepace http://www.youtube.com/	19		4.3K	226.7	125	6.6
 gianlucarcossiv http://www.youtube.com/	17  -19%		83.1K  -36.6%	4.9K  -21.6%	5.7K  -24.2%	334.6  -6.3%



Fonte: Talkwalker

Dicembre

I video sponsored più performanti



SIAMO D'ACCORDO! | Momo e Kika ADV

Momo e Kika
557.000 iscritti

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

32.3K

508.1K

N/D

32.3K 'Mi piace' di YouTube,
508.1K Visualizzazioni YouTube, 74 Commenti



Provate a \$p4ccia4r3 a uno \$p4ccia4t0re [Detto Fatto Ep.78] theShow

theShow
4.15 Min di iscritti

Abbonati

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

31.2K

587.5K

N/D

30.4K 'Mi piace' di YouTube,
587.5K Visualizzazioni YouTube, 784 Commenti



Dicembre

I video sponsored più performanti



APPROVATE l'OUTFIT FINALE? 🔥 @shein_official #sheinmen #SHEInmenswear #SHEInforAll 📺 #ad

Marco e Mattia Munda 1,59 Min di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 24.6K 375K N/D

24.3K 'Mi piace' di YouTube,
375K Visualizzazioni YouTube, 250 Commenti



Che tipo siete? Non vale dire tutti 😊 *adv @HvonGimbomGmbH #cat #gattoneo #gatto #catlover

Federico Santali 179.000 iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 24.1K 280.3K N/D

23.2K 'Mi piace' di YouTube,
280.3K Visualizzazioni YouTube, 906 Commenti



Dicembre

I video sponsored più performanti



The Jackal - NATALE al TAVOLO dei BAMBINI



CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

24.1K

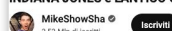
486.3K

N/D

23.6K 'Mi piace' di YouTube,
486.3K Visualizzazioni YouTube, 471 Commenti



INDIANA JONES e L'ANTICO CERCHIO [Walkthrough Gameplay ITA - PARTE 1] - INDY è TORNATO!!



CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

23K

283.6K

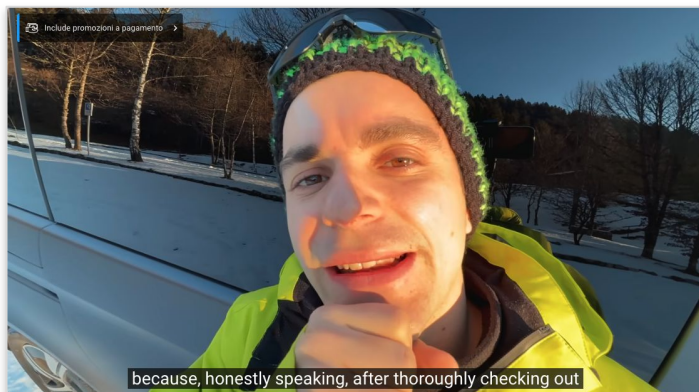
N/D

22.6K 'Mi piace' di YouTube,
283.6K Visualizzazioni YouTube, 427 Commenti



Dicembre

I video sponsored più performanti



IL MIO NUOVO SUPER MEZZO



CORRISP.

ADV YOUTUBE

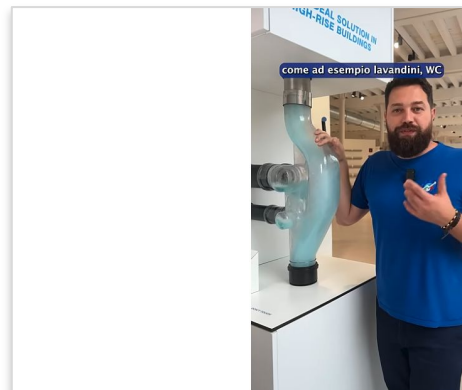
METRICHE

22.4K

446K

N/D

21.7K 'Mi piace' di YouTube,
446K Visualizzazioni YouTube, 659 Commenti



Che cos'è la BRAGA MISCELATRICE e a cosa serve?



CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

20.4K

719.7K

N/D

20.3K 'Mi piace' di YouTube,
719.7K Visualizzazioni YouTube, 136 Commenti



Dicembre

I video sponsored più performanti



HO COSTRUITO UN MEGA SIMULATORE DI VOLO



CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

19.8K

368.4K

N/D

19.3K 'Mi piace' di YouTube,
368.4K Visualizzazioni YouTube, 503 Commenti



VIAGGIO DELL' EROE



CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

18.3K

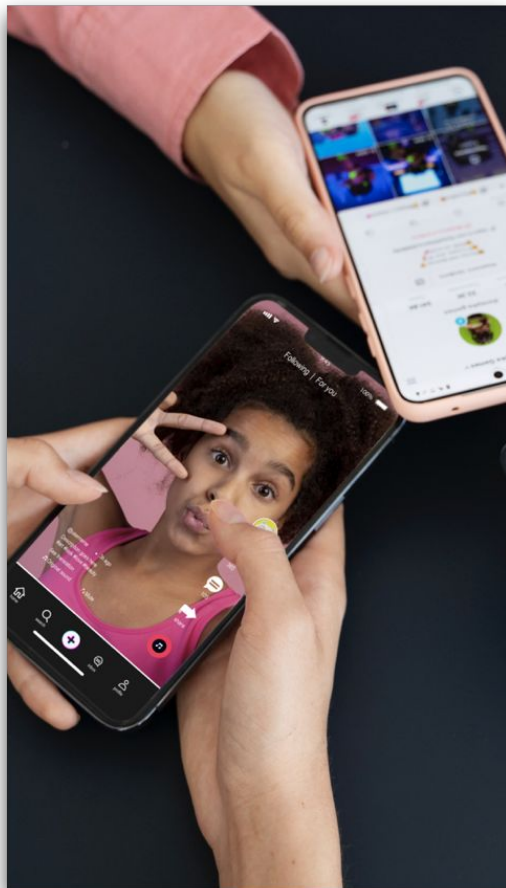
192K

N/D

18.2K 'Mi piace' di YouTube,
192K Visualizzazioni YouTube, 142 Commenti



YouTube chiude l'anno con una battuta di arresto per le attività di Influencer Marketing: a dicembre diminuiscono sia il numero di post che le relative performance. Jakidale conquista due posizioni della top 10 dei video più



Questo mese le attività con influencer/creator e brand **diminuiscono** rispetto a novembre.

I video sponsored pubblicati sono **2.7K**, il 2,57% in meno rispetto al mese precedente. Anche le performance sono diminuite: sono **1.3M** le interazioni generate (-7,14% rispetto a novembre), mentre si fermano a **28.7M** le views con una discesa del 21,37%.

Nella classifica dei 10 video più performanti del mese, a differenza del mese precedente, sono i long video a dominare con 6 contenuti su 10. Lato creator, **Jakidale** occupa due posizioni con una collab con *Ecoflow*, *Samsung* e *Nord VPN* e un'altra con *Microsoft Flight Simulator*.





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)"