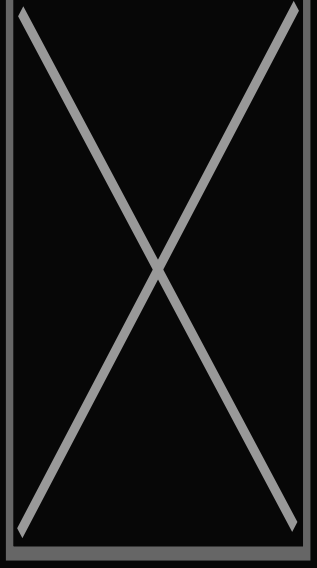
Ecco chi sono gli youtuber più influenti nel settore travel

Dalla sua nascita lo scorso settembre, l’Osservatorio sul tracciamento delle campagne di Influencer marketing realizzato da **Buzzoole**, influencer marketing solution provider leader in Europa in grado di connettere i brand ai content creator attraverso l’utilizzo dell'Intelligenza Artificiale, ha analizzato i profili Instagram dei creator italiani più influenti dei
settori fashion, travel, beauty, food, family ed entertainment, studiandone engagement per post e crescita mensile. Durante le analisi, l’Osservatorio ha potuto notare il grande utilizzo di video e la loro capacità di generare engagement, per questo motivo Buzzoole ha deciso di analizzare le performance degli influencer su YouTube.
Anche per i Ranking Youtube, la nuova ricerca che coinvolge i migliori creator della piattaforma video più nota al mondo, due le classifiche generate: Stars, canali con almeno 20.000 subscriber, e Rising Stars, account al di sotto dei 20.000 subscriber. A guidare l’analisi, la capacità di generare interazioni, nel caso specifico il numero di visualizzazioni per video prodotti e la crescita del canale (i nuovi iscritti acquisiti nel periodo di riferimento). Le classifiche fanno riferimento alle performance ottenute nell’arco di un anno.
Per la prima edizione dei Rankings YouTube, l’Osservatorio di Buzzoole ha analizzato i travel vlogger, tenendo conto dei numeri dei canali da marzo 2018 a marzo 2019.

Classifica Stars

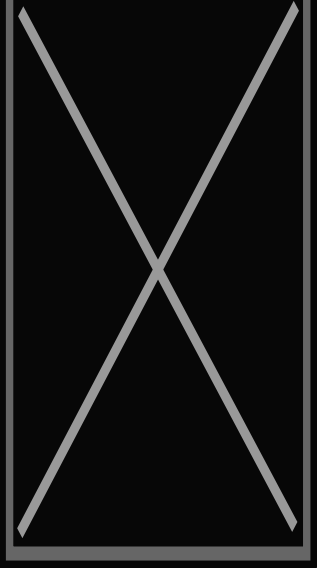


In vetta alla classifica si trova **Nicolò Balini**, meglio noto come Human Safari, fotografo e videomaker considerato un punto di riferimento per i travel influencer su YouTube. A soli 27 anni ha visitato almeno 60 Paesi e vanta circa 399.000 visualizzazioni per post e oltre 135.000 nuovi iscritti nell'ultimo anno.

Secondo posto per **Marcello Ascani**, vlogger che appassiona i propri iscritti con diari di viaggio e video-istruzioni. I suoi video contano una media di 85.000 visualizzazioni e nell'ultimo anno ha registrato un incremento di 70.000 subscriber.

Al terzo posto, **Stepsover**, canale di Simone Monticelli e Lucia Gambelli, una coppia che ha deciso di abbandonare la vita da impiegati per inseguire il sogno di viaggiare a lungo termine. In viaggio da aprile 2017, attraverso YouTube condividono la propria esperienza in giro per il mondo registrando una media di 40.000 view per video con oltre 27.000 nuovi iscritti. Quarto posto per Stefano Tiozzo, fotografo naturalista e videomaker, lascia una carriera da dentista per inseguire la passione per la natura e i viaggi. I suoi video contano una media di 36.000 visualizzazioni e nell'ultimo anno ha registrato 48.000 nuovi iscritti al canale. Ultima posizione per Mattia Miraglio - Giro del mondo, canale YouTube che anticipa il suo obiettivo di girare il mondo a piedi. In viaggio da aprile 2014 condivide le sue giornate e le meraviglie del mondo contando 28.000 view per video e 20.000 nuovi subscriber nell'ultimo anno.

Classifica Rising Stars



Al primo posto tra le Rising Stars si posiziona **A Road to live**, canale della coppia formata da Marco Perencin e Chiara Pozzobon, che hanno condiviso i loro 6 mesi di viaggio in mini van in giro per l'Europa incuriosendo la community di YouTube e registrando una media di 17.000 visualizzazioni per video e 2.800 nuovi iscritti. Secondo posto per **The Random Walker**, Leonardo Gerotto, veneto di nascita e cittadino del mondo per adozione. I suoi video registrano una media di quasi 14.000 view medie e nell'ultimo anno il suo canale ha guadagnato 4.500 nuovi iscritti. Reduci da un viaggio in van di 7 mesi in Nuova Zelanda e 4 in giro per l'Europa, al terzo posto si trova **Vansweetfun**, canale gestito dal 2018 da Alessandro e Federica che registra una media di 13.000 visualizzazioni video e oltre 4.000 subscriber. Quarto e quinto posto per **Izzo Avventure e Due italiani in UK**. Il primo, Salvatore Izzo è un giovane napoletano che spinto dalla curiosità e dalla passione ha già visitato 66 Paesi, i secondi, Elisa e Luca vivono nel Regno Unito dal 2014 e sono sempre pronti per nuove avventure. I loro canali YouTbe registrano rispettivamente una media di 6.900 e 6.700 view per video e una crescita nel numero di iscritti nell'ultimo anno di 2.800 e 5.600.

I trend

I travel vlogger sono tutti accomunati da una forte passione per la condivisione, che si traduce in diari di viaggio o video tutorial, il cui obiettivo primario è condividere la loro esperienza a 360°. È proprio questo che caratterizza l'intenso rapporto che si viene a creare con le loro community: migliaia di iscritti curiosi e sognatori che seguono le avventure dei vlogger in giro per il mondo, sognando di poter seguire le loro orme o almeno prendere spunto per i propri viaggi. Molti travel creator coinvolgono inoltre i propri seguaci offline organizzando viaggi di gruppo per far rivivere Paesi e culture visti solo grazie ai loro video. Un rapporto di fiducia e talvolta di ammirazione su cui i brand possono far leva.

Si conferma, anche per i YouTuber del mondo viaggi, la grande versatilità dei travel creator intesa come possibilità di dare visibilità a prodotti e servizi oltre il proprio target di riferimento. Il travel creator, infatti, può essere l’ambassador ideale per prodotti che vanno al di là dei viaggi per raccontare accessori o food, e può essere un elemento di novità oltre che un'opportunità interessante per le aziende di ogni settore.
“La realizzazione, condivisione e fruizione di video rappresentano il trend in crescita sui canali social. Buzzoole ha quindi deciso di analizzare la piattaforma d’eccezione quando si parla di video, studiando le performance dei creator di YouTube”, commenta **Vincenzo Cosenza**, Responsabile Marketing Italia di Buzzoole. “Per la prima edizione dei Ranking YouTube, l’Osservatorio ha posto sotto la lente d’ingrandimento i creator viaggiatori che, grazie a contenuti spettacolari, riescono a far sognare il proprio pubblico e a mettere in risalto prodotti non necessariamente legati al settore travel. Il viaggio diventa, così, un contenitore di esperienze sulle quali i brand di diversi settori possono far leva per veicolare i propri messaggi"