



# SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE - FEBBRAIO 2022

POWERED BY



# Il report YouTube



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.





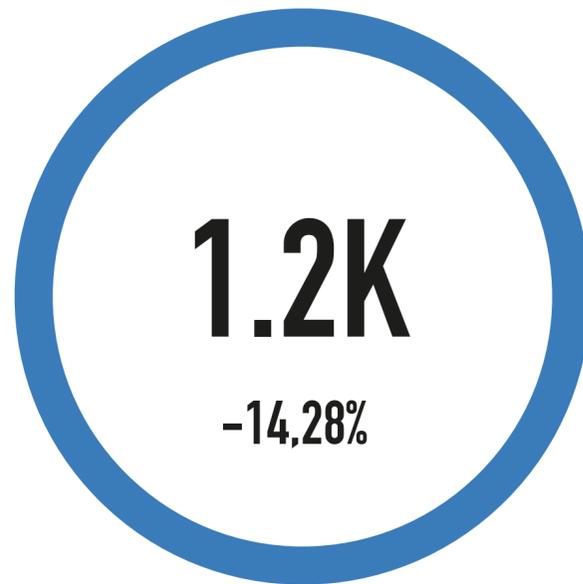
# Video sponsored quale scenario a Febbraio 2022?

---

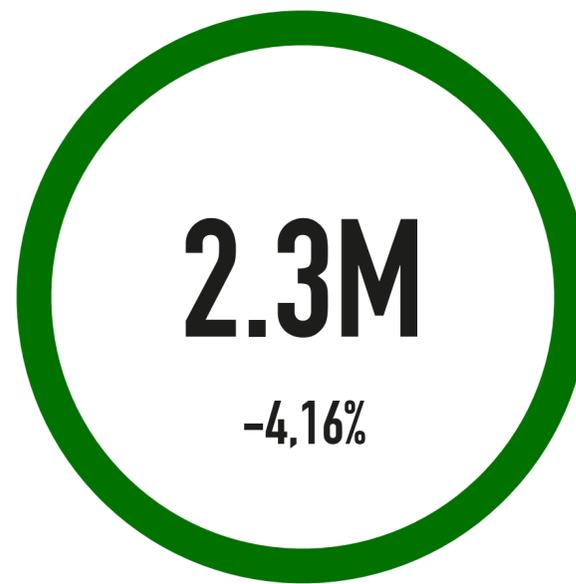
Presented to  
LaFleur  
Missing 1000000

Febbraio

## I video nati da collaborazione brand/influencer



**Numero video**



**Interazioni generate**



**Portata potenziale**

Febbraio

## Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Febbraio

## Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#Adv #notizie #advertising #nofakenews #vallestaffora  
#digitaladvertising #oltrepopavese  
#TeamTrote #VeroConsolino #TPOCPlays  
#rassegnastampa #TwoPlayersOneConsole #LuieSofi  
#StefePhere #VeraConsolina #pavia  
#ad #MeControTe #adv  
#notizieverificate #programmi #pubblicita #oggiinedicola #pavese



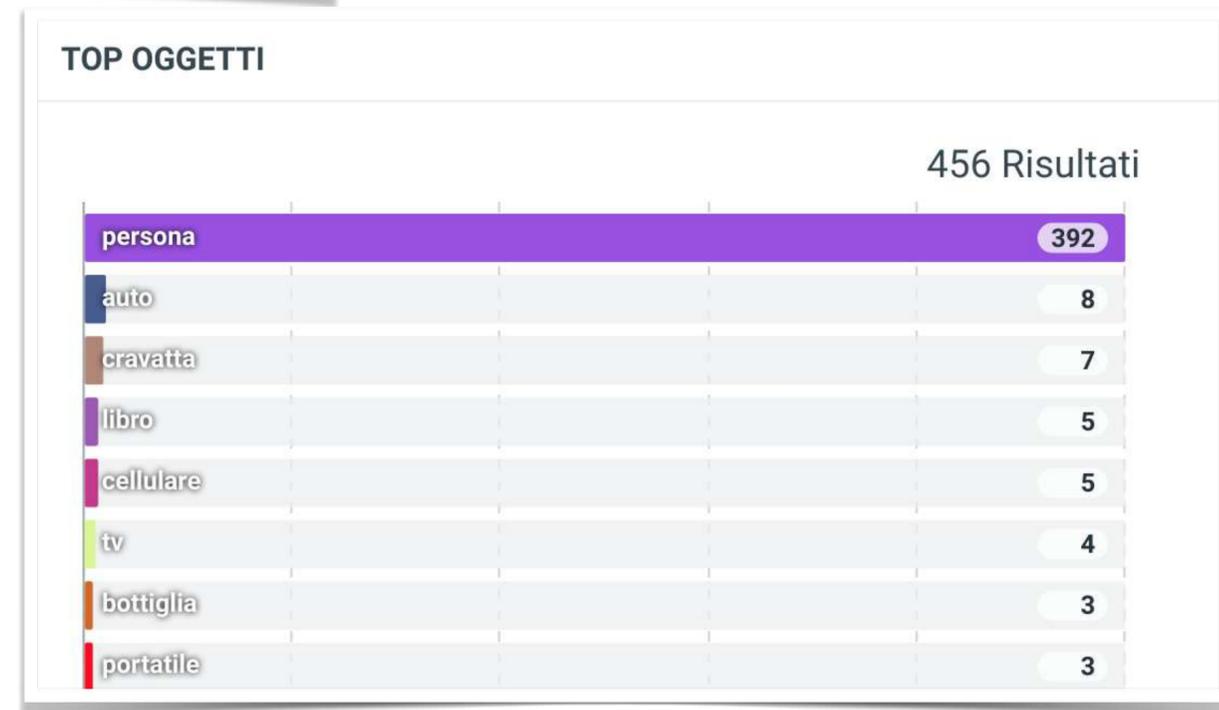
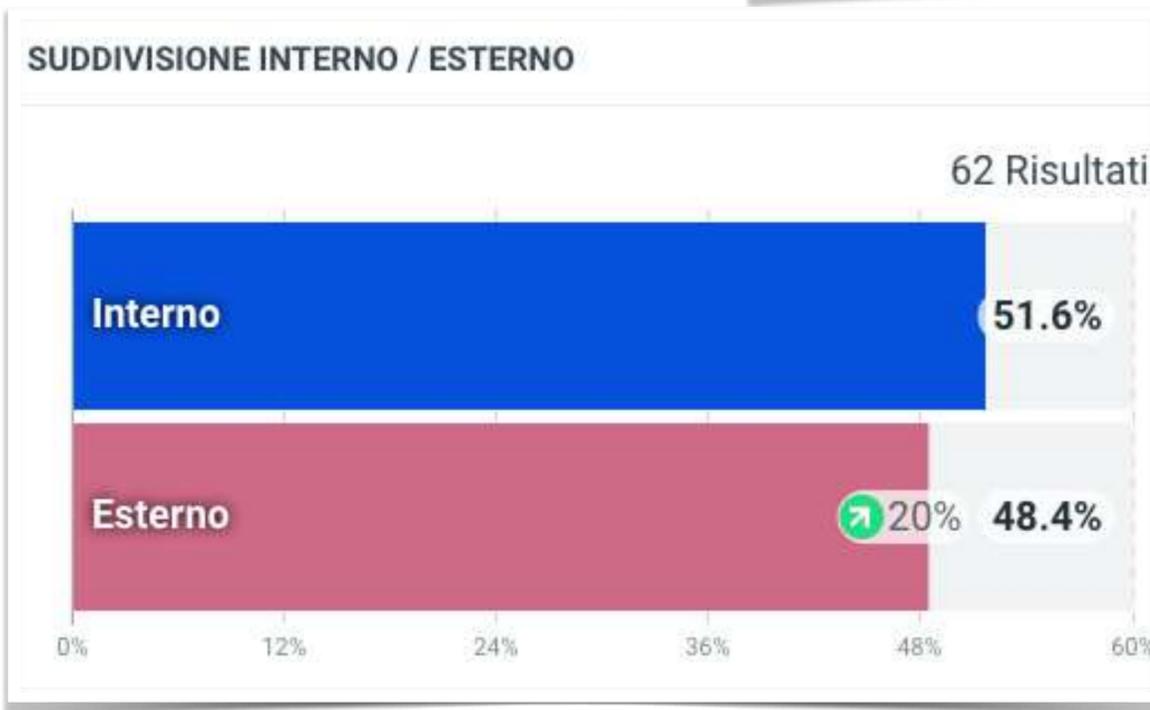
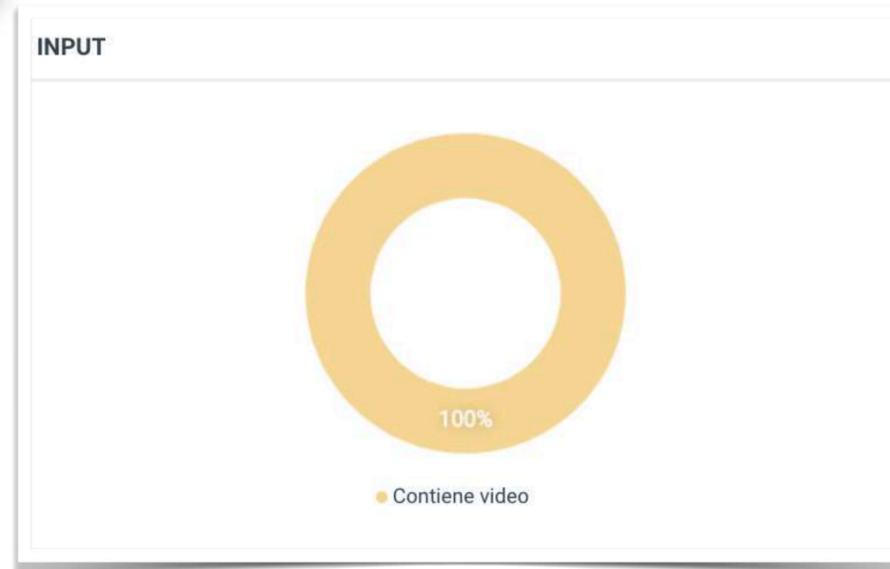
Febbraio

# Brand menzionati nei video Sponsored



Febbraio

# YouTube Analisi Visual



Febbraio

# I video Sponsored più performanti



#SCIENZABRUTTA #Tassodelmiele #ad

Il tasso del MALE - SCIENZA BRUTTA

METRICHE

69.4K

859.2K

N/D

66.9K 'Mi piace' di Youtube, 859.2K Visualizzazioni Youtube, 2.5K Commenti



PARLARE MALE di MAMBOLOSCO e trovarselo alle spalle!!

METRICHE

43.3K

605.4K

N/D

42.8K 'Mi piace' di Youtube, 605.4K Visualizzazioni Youtube, 499 Commenti



Febbraio

# I video Sponsored più performanti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina  
BENVENUTI NELLA VITA IN CITTÀ 2! - Ep.1

METRICHE

36.9K

421.2K

N/D

34.7K 'Mi piace' di Youtube, 421.2K Visualizzazioni Youtube, 2.2K Commenti



PROBLEMI DI SAN VALENTINO!! TikTok  
#shorts

Me contro Te

ISCRIVITI

38.176

Non mi piace

570

Condividi

METRICHE

32.7K

515.1K

N/D

32.2K 'Mi piace' di Youtube, 515.1K Visualizzazioni Youtube, 487 Commenti



Febbraio

# I video Sponsored più performanti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina

HO GUADAGNATO LA MIA PRIMA MONETA D'ARGENTO! - VITA IN CITTÀ 2 MINECRAFT Ep.2

METRICHE

28.5K

386.7K

N/D

27.5K 'Mi piace' di Youtube, 386.7K Visualizzazioni Youtube, 989 Commenti



COREANI GIUDICANO SANREMO 2022! | Mahmood & Blanco, Elisa, Achille Lauro...

METRICHE

25.7K

287.9K

N/D

25K 'Mi piace' di Youtube, 287.9K Visualizzazioni Youtube, 752 Commenti



Febbraio

# I video Sponsored più performanti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina  
OTTENGO LA RICOMPENSA OP DEL LIVELLO 10! - VITA IN CITTÀ 2 MINECRAFT Ep.7

METRICHE

24.8K

310K

N/D

21.8K 'Mi piace' di Youtube, 310K Visualizzazioni Youtube, 3K Commenti



#TwoPlayersOneConsole #VeroConsolino #VeraConsolina  
SMENTISCO 30 MITI DI FORTNITE CAPITOLO 3!

METRICHE

24.6K

559.1K

N/D

24.1K 'Mi piace' di Youtube, 559.1K Visualizzazioni Youtube, 570 Commenti



Febbraio

# I video Sponsored più performanti



Plays #VeroConsolino #VeraConsolina  
OSTRA PRIMA CASA NELLA VITA IN CITTÀ 2! - MINECRAFT Ep.5

METRICHE

24.5K

336.1K

N/D

22.3K 'Mi piace' di Youtube,  
336.1K Visualizzazioni Youtube, 2.2K Commenti



#MeControTe #TeamTrote #LuieSofi  
TROVIAMO IL VERO HUGGY WUGGY e CI INSEGUE IN CASA NELLA VITA REALE! \*Poppy Playtime\*

METRICHE

24.5K

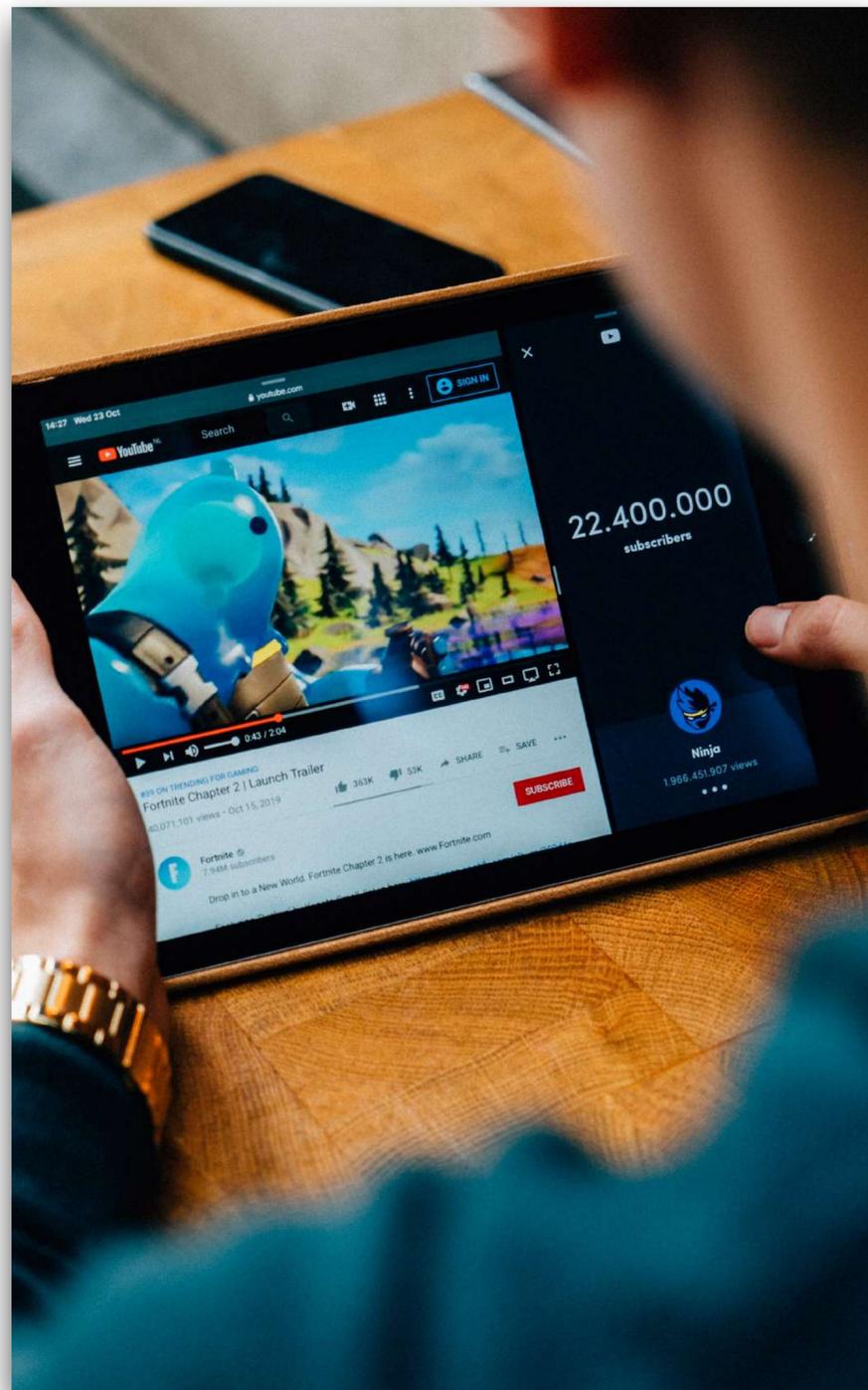
917.9K

N/D

22.9K 'Mi piace' di Youtube, 917.9K Visualizzazioni Youtube,  
1.5K Commenti



L'attività sponsored di YouTube si conferma rilevante e un ottimo driver per la sponsorizzazione dei contenuti per i brand, nonostante il sensibile calo rispetto al mese precedente: -14,28% in termini di volumi e -4,16% di interazioni generate.



Seppur in leggero calo rispetto al mese di Gennaio, sono **1.200 i video sponsorizzati**, segno di come YouTube sia un canale molto forte per attivare relazioni tra Brand e utenti.

Anche a Febbraio si conferma importante il **settore del Gaming** nello scenario dei contenuti sponsorizzati. Infatti ben 5 video relativi a questo topic si classificano nei 10 più performanti.

Rimangono comunque importanti le performance dei video a carattere **entertainment**, che si posizionano ai primi posti.

Interessante da segnalare nei top 10 è la presenza di un video a carattere **media** con tematica principale **Sanremo** che conquista forte interesse sia offline che online.





# 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  
  
OPENBOX

PARTNER



PARTNER TECNOLOGICI



PARTNER ISTITUZIONALI



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)”