

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE APRILE 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 ad Aprile 2022?**

Aprile

I video nati da collaborazione brand/influencer

1.3K

Numero video

2.2M

+10%

Interazioni generate

43.8M

-2,2%

View



Aprile

Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Aprile

Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#TeamTrote #lomellina
#vallestaffora
#notizie #TPOCPlays #adv
#Adv #VeroConsolino #programmi
#oggiinedicola
#TwoPlayersOneConsole
#rassegnastampa #VeraConsolina #pavese
#LuieSofi #paviaunotv
#latvpertutti #StefePhere #pavia
#oltrepopavese
#notizieverificate #MeControTe #nofakenews
#itinerarinews

Aprile

Brand menzionati nei video Sponsored

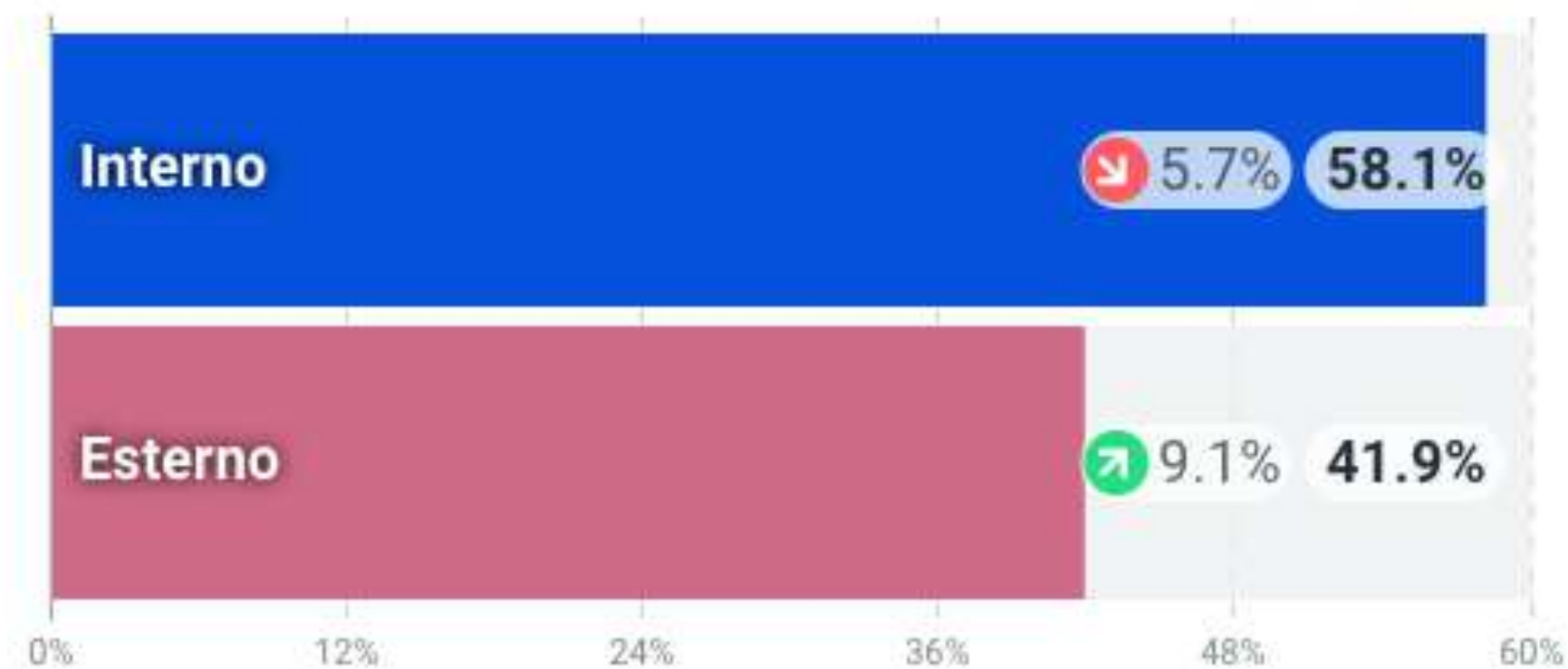


Aprile

YouTube Analisi Visual

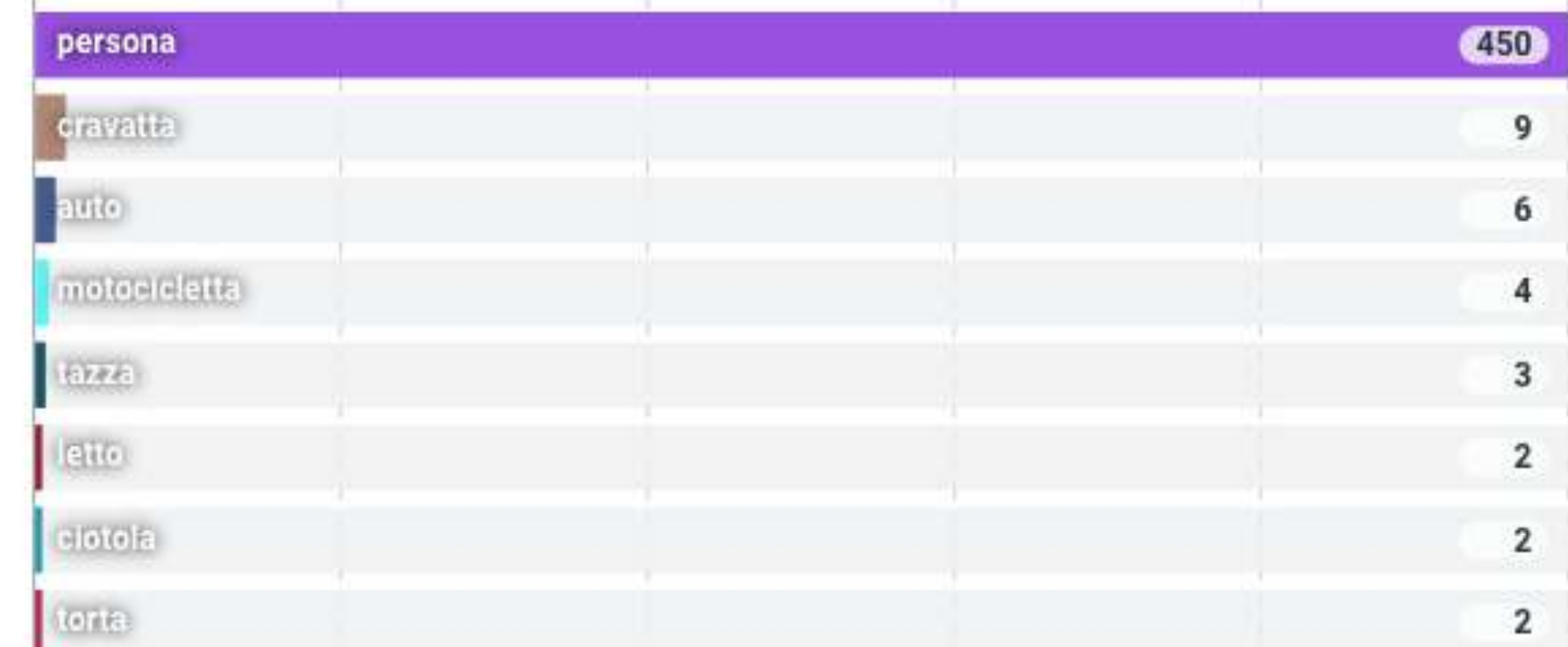
SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO

86 Risultati



TOP OGGETTI

482 Risultati



Aprile

Top creator per attività Sponsored

INFLUENCER DI RILIEVO

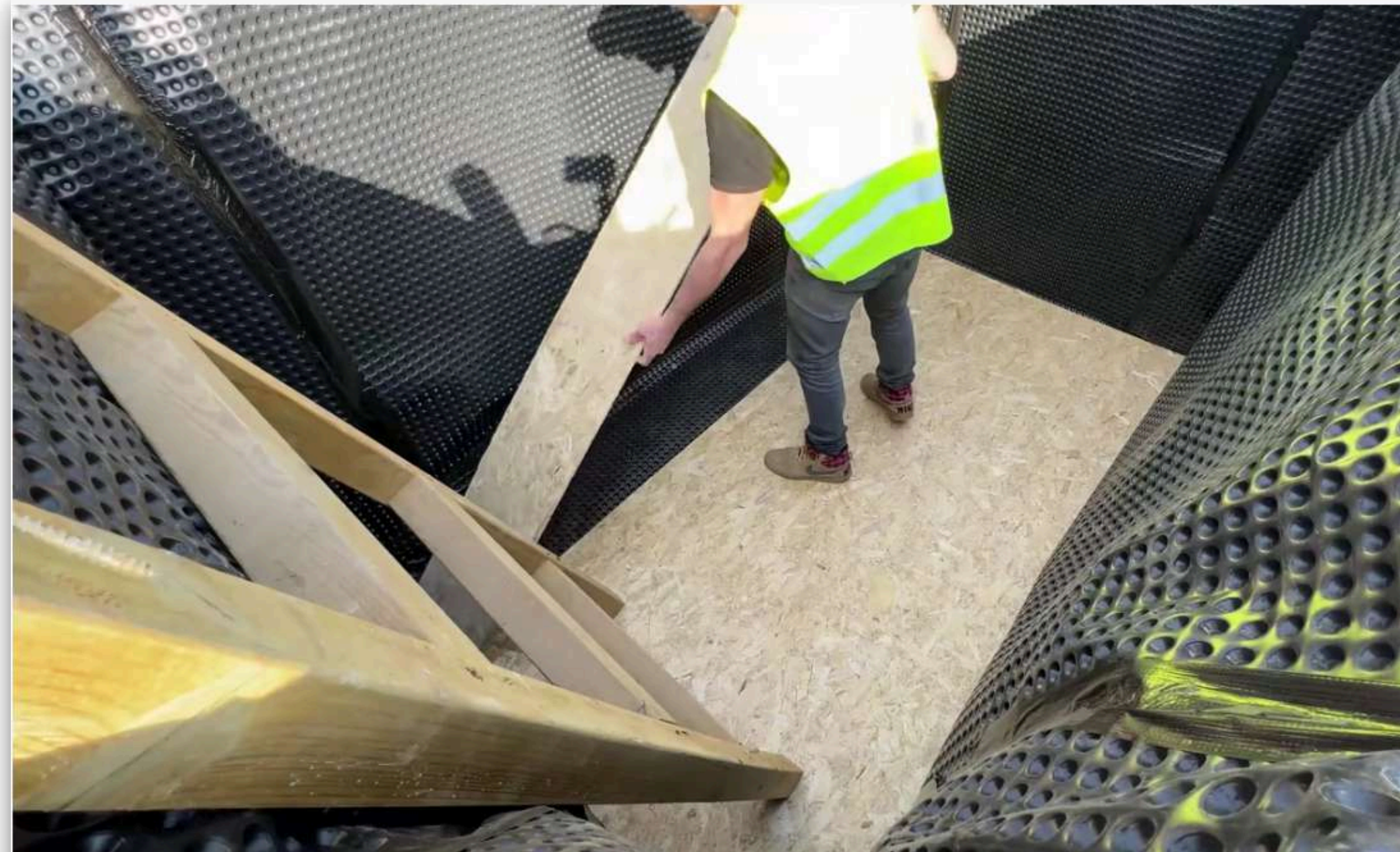
Influencer	Post	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement ↓	Engagement per menzione
 Michele Molteni	2 ↑100%		2.9M ↑2.1K%	1.5M ↑986.8%	394.8K ↑4.3K%	197.4K ↑2.1K%
 Me contro Te	26		14.2M ↓-21.3%	545.4K ↓-21.3%	358.2K ↓-13.5%	13.8K ↓-13.5%
 TPOC Plays	17 ↓-10.5%		4.5M ↓-24.2%	266.6K ↓-15.3%	335K ↓-16.1%	19.7K ↓-6.2%
 Two Players One C...	22 ↓-4.3%		4.8M ↓-19.6%	219.4K ↓-15.9%	320.5K ↓-14.3%	14.6K ↓-10.4%
 Dinsieme	18 ↓-18.2%		4.3M ↓-32.9%	238.3K ↓-18%	136.2K ↓-35.4%	7.6K ↓-21%
 POW3Rtv	8 ↑14.3%		885.9K ↑39.6%	110.7K ↑22.2%	64.1K ↑49%	8K ↑30.4%
 Charlotte M.	6		2.3M	380K	62K	10.3K
 PLAYERINSIDE	3 ↑200%		403.8K ↑345.3%	134.6K ↑48.4%	42.8K ↑403.9%	14.3K ↑68%
 Fatto in Casa da B...	6 ↑50%		899.7K ↓-5.8%	149.9K ↓-37.2%	36.5K ↓-4.2%	6.1K ↓-36.1%
 Nikolais	1		404.2K	404.2K	32.4K	32.4K



Fonte: Talkwalker

Aprile

I video Sponsored più performanti



#bunker #stanzasegreta
MINI BUNKER COMPLETATO!

METRICHE

259.1K

1.8M

N/D

234.5K 'Mi piace' di Youtube,
1.8M Visualizzazioni Youtube, 24.5K Commenti



COSTRUISCO UN MINI BUNKER

METRICHE

135.7K

1.1M

N/D

124.8K 'Mi piace' di Youtube,
1.1M Visualizzazioni Youtube, 10.9K Commenti

Aprile

I video Sponsored più performanti



#adv
Una giornata di addestramento militare [Vlog Collaterale] - Nikolais w/ Nissolino Academy

METRICHE

32.4K

404.2K

N/D

32.3K 'Mi piace' di Youtube,
404.2K Visualizzazioni Youtube, 146 Commenti



IL SENATORE DEL TG1 CI HA RISPOSTO. In un modo o nell'altro... #Insider

METRICHE

27.3K

249.8K

N/D

24.9K 'Mi piace' di Youtube,
249.8K Visualizzazioni Youtube, 2.4K Commenti

Aprile

I video Sponsored più performanti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina
PHERE SI È ARRABBIATA NELLA VITA IN CITTÀ 2! - MINECRAFT Ep.28

METRICHE

27.1K

328.4K

N/D

23.8K 'Mi piace' di Youtube,
328.4K Visualizzazioni Youtube, 3.3K Commenti



The Jackal - ...e se esistesse UN NUOVO MONDO?

METRICHE

25K

374K

N/D

24.6K 'Mi piace' di Youtube,
374K Visualizzazioni Youtube, 444 Commenti

Aprile

I video Sponsored più performanti



ECCO IL CARBURANTE DEL FUTURO!

METRICHE

24.9K

384.8K

N/D

24.4K 'Mi piace' di Youtube,
384.8K Visualizzazioni Youtube, 492 Commenti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina
HO POTENZIATO LA MIA NUOVA ARMATURA OP NELLA VITA IN CITTÀ 2! - MINECRAFT Ep.22

METRICHE

23.7K

306.6K

N/D

22.3K 'Mi piace' di Youtube,
306.6K Visualizzazioni Youtube, 1.4K Commenti

Aprile

I video Sponsored più performanti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina

CERCO IL NUOVO RICERCATO DELLA VITA IN CITTÀ 2! - MINECRAFT Ep.31

METRICHE

23.2K

306.1K

N/D

21.9K 'Mi piace' di Youtube,
306.1K Visualizzazioni Youtube, 1.3K Commenti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina

RINIZIA LA VITA IN CITTÀ 1! - MINECRAFT

METRICHE

22.8K

227K

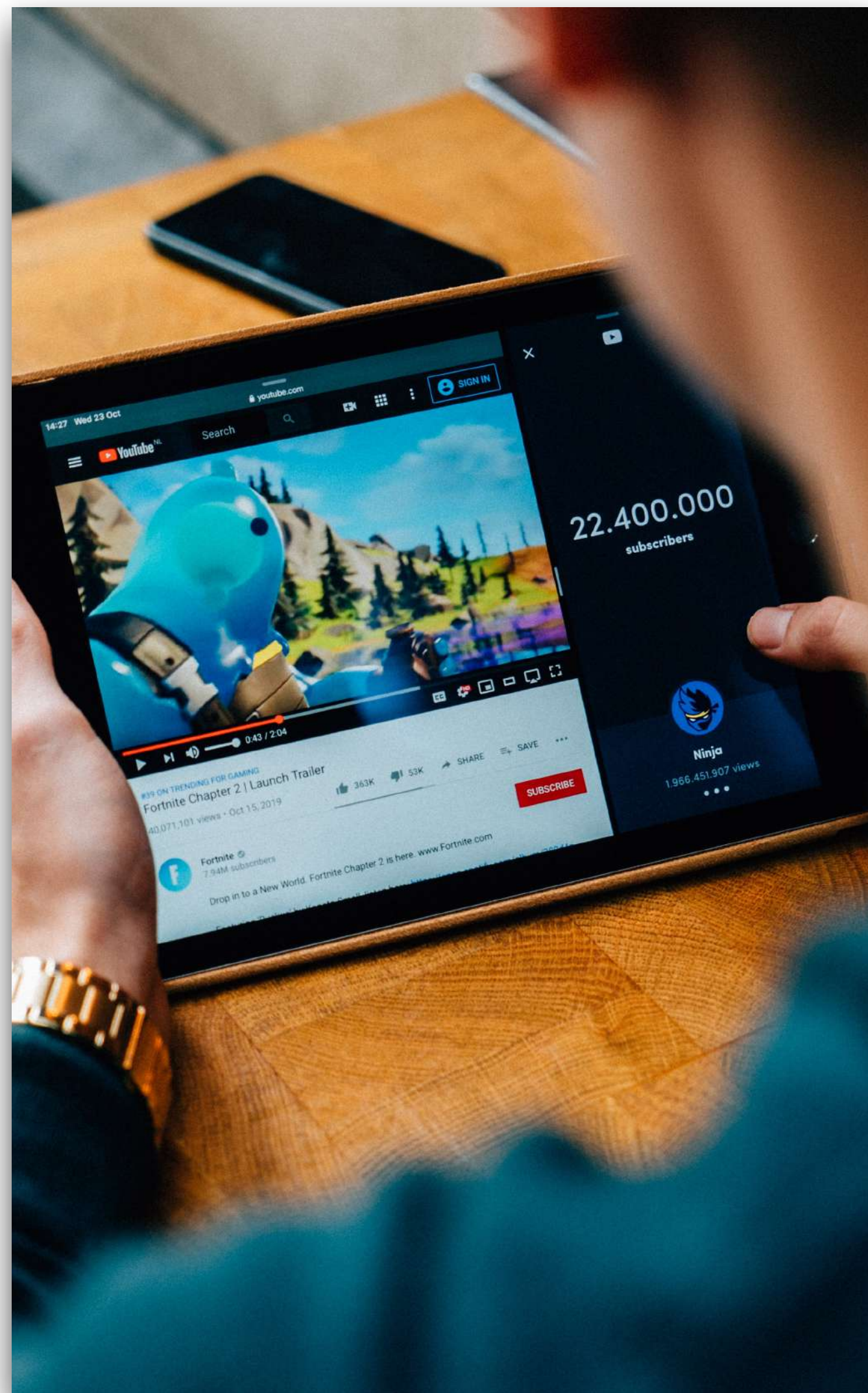
N/D

20.7K 'Mi piace' di Youtube,
227K Visualizzazioni Youtube, 2.1K Commenti



Talkwalker

Restano stabili le attività di IM su YouTube in termini di volumi (1.300 video) e, in parte, di view generate (43,8 Milioni). Crescono in modo importante, invece le interazioni con un +10%, sintomo dell'impatto positivo dei contenuti prodotti.



YouTube si conferma **canale importante per le attività di IM**, con numeri stabili riguardo le collabs realizzate. Invariate, di massima, anche le views che si mantengono però du volumi di grande rilevanza, andando **oltre quota 43 Milioni**.

In crescita le interazioni generate a voler dimostrare quanto i contenuti nati in sinergia brand/creator **possano esser un driver importante**.

A livello di topic ancora buona presenza del **gaming**, con ben 4 video nella top 10 dei post con maggiore engagement dedicato a **Minecraft**. Da segnalare sono soprattutto i video fortemente creativi di **Molteni** (la realizzazione di un mini bunker in collaborazione con **Satispay**).



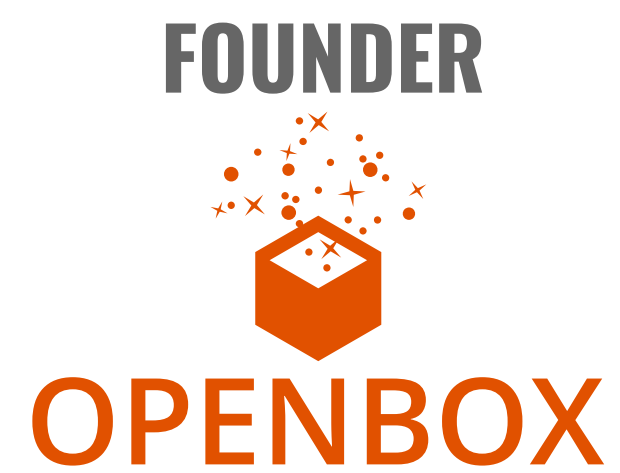
Chi siamo

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





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)”