



**OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING**

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE - MAGGIO 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 Maggio 2022?**



Maggio

I video nati da collaborazione brand/influencer

1.3K

Numero video

1.8M

-18,1%

Interazioni generate

41.7M

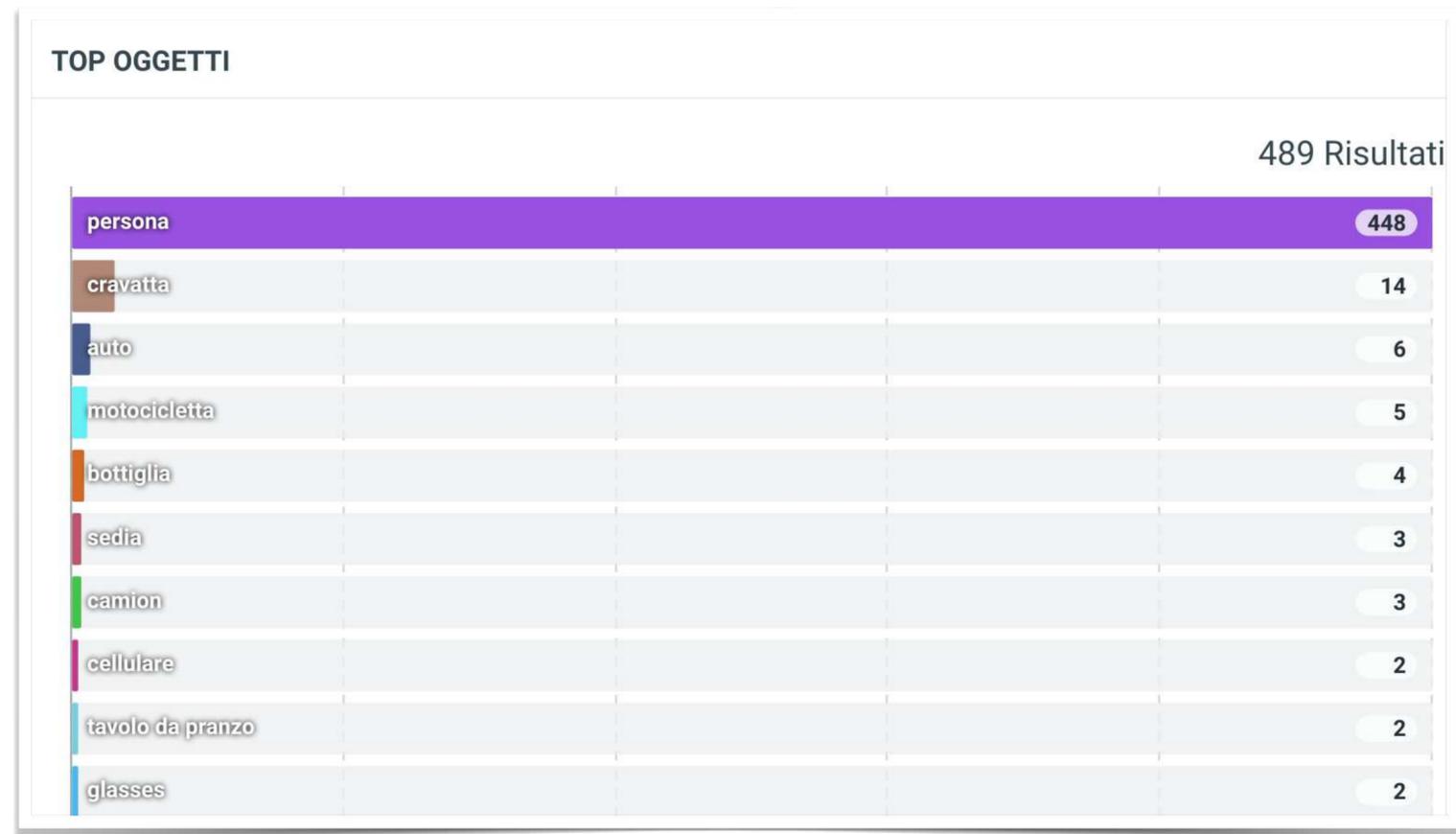
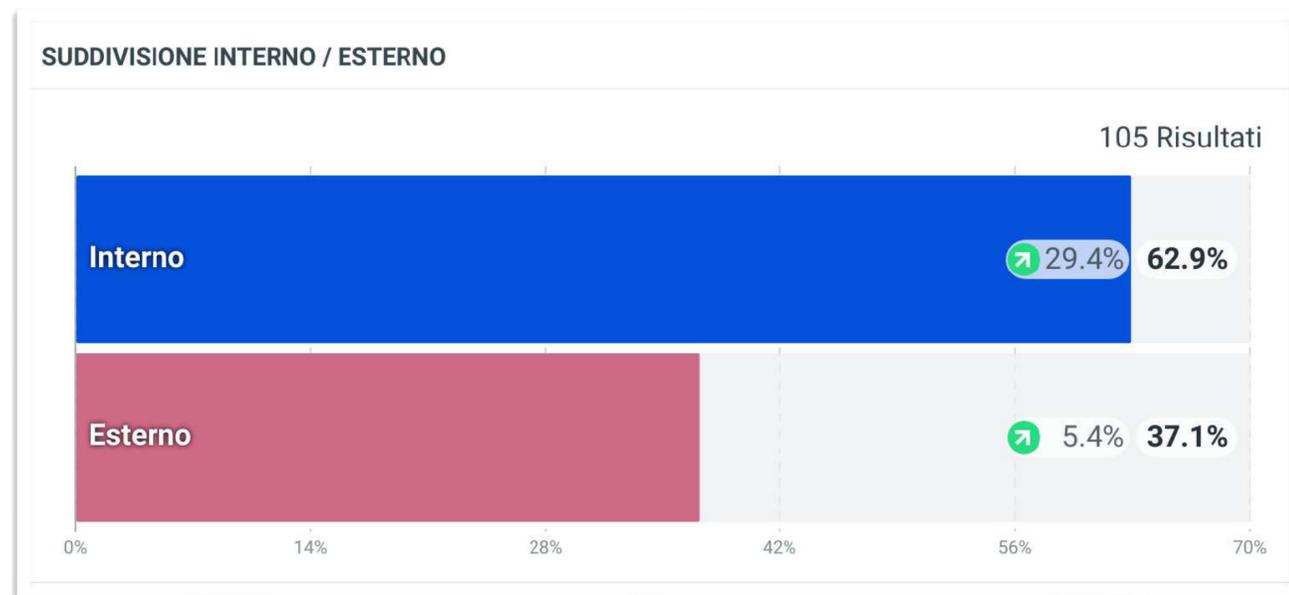
-4,7%

View



Maggio

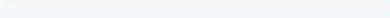
YouTube Analisi Visual



Maggio

Top creator per attività Sponsored

INFLUENCER DI RILIEVO

Influencer	Post	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 Me contro Te	28 ↑3.7%		16.1M ↓-3.7%	575.3K ↓-7.1%	385.7K ↓-3.1%	13.8K ↓-6.6%
 DinsiemE	17 ↓-10.5%		5M ↓-5.5%	296.6K ↑5.6%	152.4K ↓-1.7%	9K ↑9.9%
 UNISOB Napoli	17		461	27.1	7	0.4
 Two Players One Console	17 ↓-26.1%		3.7M ↓-30.7%	217.7K ↓-6.3%	251K ↓-26.7%	14.8K ↓-0.8%
 TPOC Plays	17 ↓-5.6%		4.5M ↓-12.4%	262K ↓-7.3%	329.9K ↓-8.3%	19.4K ↓-3%
 Pavia Uno TV	15 ↓-16.7%		97 ↓-45.8%	6.5 ↓-35%	1 ↓-50%	0.1 ↓-40%
 INVESTIMENTI BNP PARIB...	12 ↑33.3%		4.3K ↑250.1%	356.5 ↑162.6%	32 ↓-11.1%	2.7 ↓-33.3%
 CIAC Formazione	11		629	57.2	30	2.7
 ChronoGP	10		379.4K ↓-30.6%	37.9K ↓-30.6%	14.8K ↓-21.6%	1.5K ↓-21.6%
 saracosmesi	10 ↑25%		36.6K ↑45.5%	3.7K ↑16.4%	3.8K ↑47.6%	384 ↑18.1%



Maggio

I video Sponsored più performanti



Fare Colazione GRATIS Hotel Fingendosi Clienti: da 1 a 5 Stelle LUSO - [Si Può Fare?] - theShow

786.321 visualizzazioni... 43.411 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA GRAZIE CLIP SALVA

METRICHE 39K 635.2K N/D

38.5K 'Mi piace' di Youtube, 635.2K Visualizzazioni Youtube, 467 Commenti



Allora, Ciro, facciamo un taglio nuovo?

The Jackal - NOI ABITUDINARI: Perché abbiamo PAURA DI CAMBIARE?

663.911 visualizzazioni... 42.870 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA CLIP SALVA

METRICHE 39K 525.8K N/D

38.2K 'Mi piace' di Youtube, 525.8K Visualizzazioni Youtube, 776 Commenti



Maggio

I video Sponsored più performanti



HO COSTRUITO IL LEGO TITANIC

653.436 visualizzazioni • 24 mag 2022 39.019 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA CLIP SALVA

METRICHE

38.2K

576.1K

N/D

36.9K 'Mi piace' di Youtube, 576.1K Visualizzazioni Youtube, 1.3K Commenti



SONO IN UNA SERIE NETFLIX

512.959 visualizzazioni... 39.859 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA GRAZIE CLIP SALVA

METRICHE

37.9K

460.4K

N/D

37.2K 'Mi piace' di Youtube, 460.4K Visualizzazioni Youtube, 696 Commenti



Maggio

I video Sponsored più performanti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina
SCENDO NELLE PROFONDITÀ DELLA MINIERA NELLA VITA IN CITTÀ 2! - MINECRAFT Ep.34
282.675 visualizzazioni... 23.675 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA GRAZIE CLIP SALVA ...

METRICHE	24.3K	279.7K	N/D
	23.5K 'Mi piace' di Youtube,	279.7K Visualizzazioni Youtube,	710 Commenti



#MeControTe #TeamTrote #LuieSofi
REGALO UNA FERRARI ALLA MIA RAGAZZA!!
698.873 visualizzazioni · 14 mag 2022 20.622 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA CLIP SALVA ...

METRICHE	23.4K	613.5K	N/D
	18.7K 'Mi piace' di Youtube,	613.5K Visualizzazioni Youtube,	4.7K Commenti



Maggio

I video Sponsored più performanti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina
ESPLORO LA VITA IN CITTÀ 2 PER 24H E TROVO QUESTO... - MINECRAFT Ep.35
285.577 visualizzazioni... 21.903 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA GRAZIE CLIP SALVA ...

METRICHE	23.3K	282.8K	N/D
	21.8K 'Mi piace' di Youtube, 282.8K Visualizzazioni Youtube, 1.5K Commenti		



#StefePhere #VeroConsolino #VeraConsolina
PROVO 10 GIOCATTOLI DI TIKTOK CON I MIEI GATTI!
358.445 visualizzazioni • 5 mag 2022 23.392 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA CLIP SALVA ...

METRICHE	22.9K	321.6K	N/D
	22.4K 'Mi piace' di Youtube, 321.6K Visualizzazioni Youtube, 565 Commenti		



Maggio

I video Sponsored più performanti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina
BOTTINO GIGANTE DI MINERALI IN MINIERA NELLA VITA IN CITTÀ 2! - MINECRAFT Ep.32
312.270 visualizzazioni... 21.931 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA GRAZIE CLIP SALVA ...

METRICHE	22.9K	307.3K	N/D
	21.7K 'Mi piace' di Youtube, 307.3K Visualizzazioni Youtube, 1.1K Commenti		

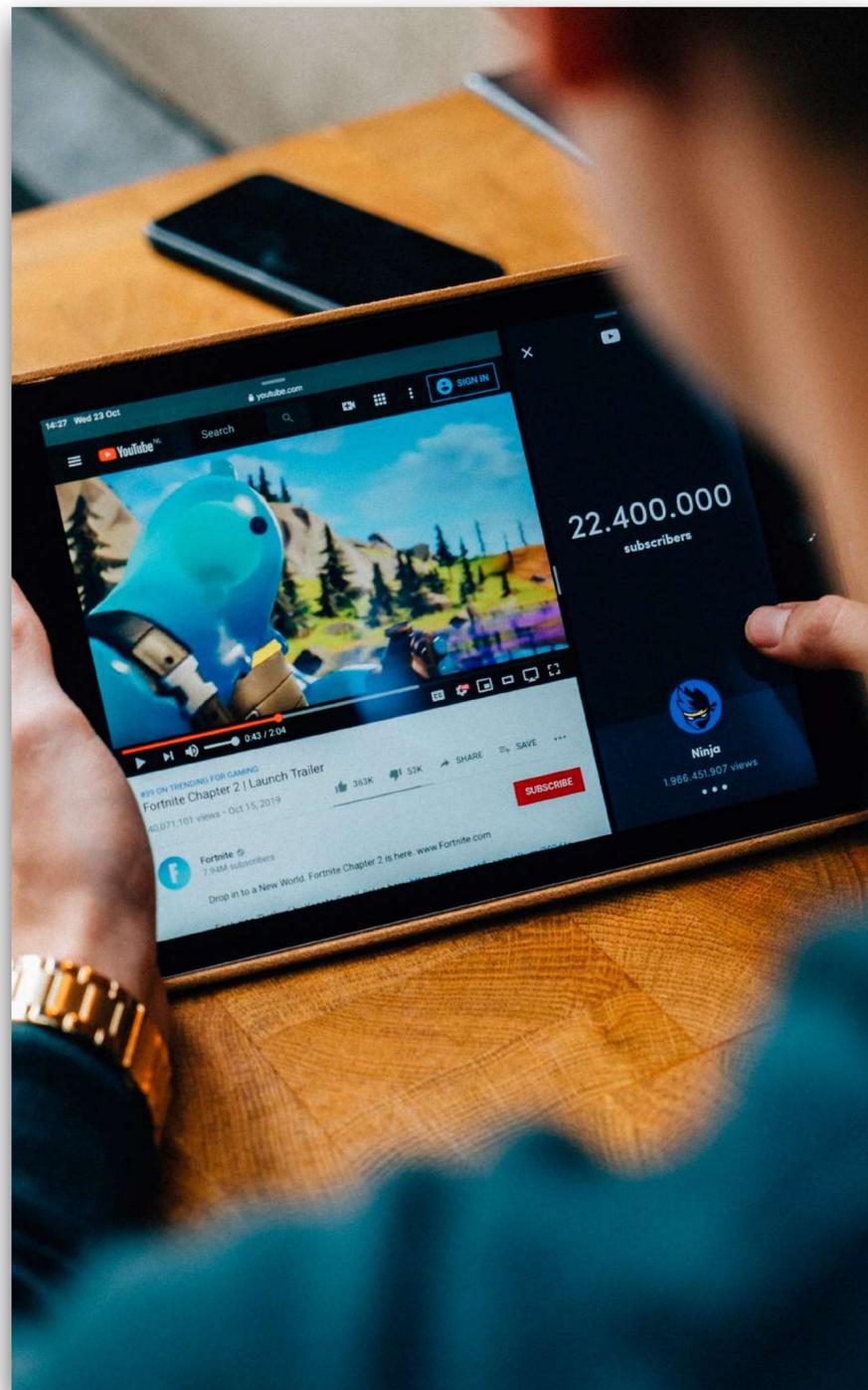


#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina
GUADAGNO LA PRIMA MONETA D'ORO DELLA VITA IN CITTÀ 2! - MINECRAFT Ep.42
19.264 visualizzazioni... 21.604 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA GRAZIE CLIP SALVA ...

METRICHE	22.7K	301.7K	N/D
	21.3K 'Mi piace' di Youtube, 301.7K Visualizzazioni Youtube, 1.4K Commenti		



I video nati da collaborazioni tra brand e creator e le performance generate restano per lo più stabili, confermando però un impatto di assoluto rilievo in termini sia di view (41.7 Milioni) che di interazioni (1.8 Milioni).



Seppur con numeri leggermente in calo, **l'attività di Influencer marketing in YouTube si conferma assolutamente primaria**, soprattutto in termini di impatto generato. Sono infatti **quasi 42 Milioni le view prodotte e 1.8 Milioni le interazioni**.

Performance che confermano ancora una volta la bontà del canale e il suo essere terreno fertile per le collabs con i creator.

Lato top video troviamo creator abituali come Two Players One Console, Me Contro te, The Jackal e The Show.

Interessante come **TikTok** risulti uno dei **topic più rilevanti nei video collabs** YouTube, a dimostrazione del **legame sempre più stretto** esistente tra i due canali.



Talkwalker



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

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)”