



SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE GIUGNO 2022

POWERED BY  **Talkwalker**

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

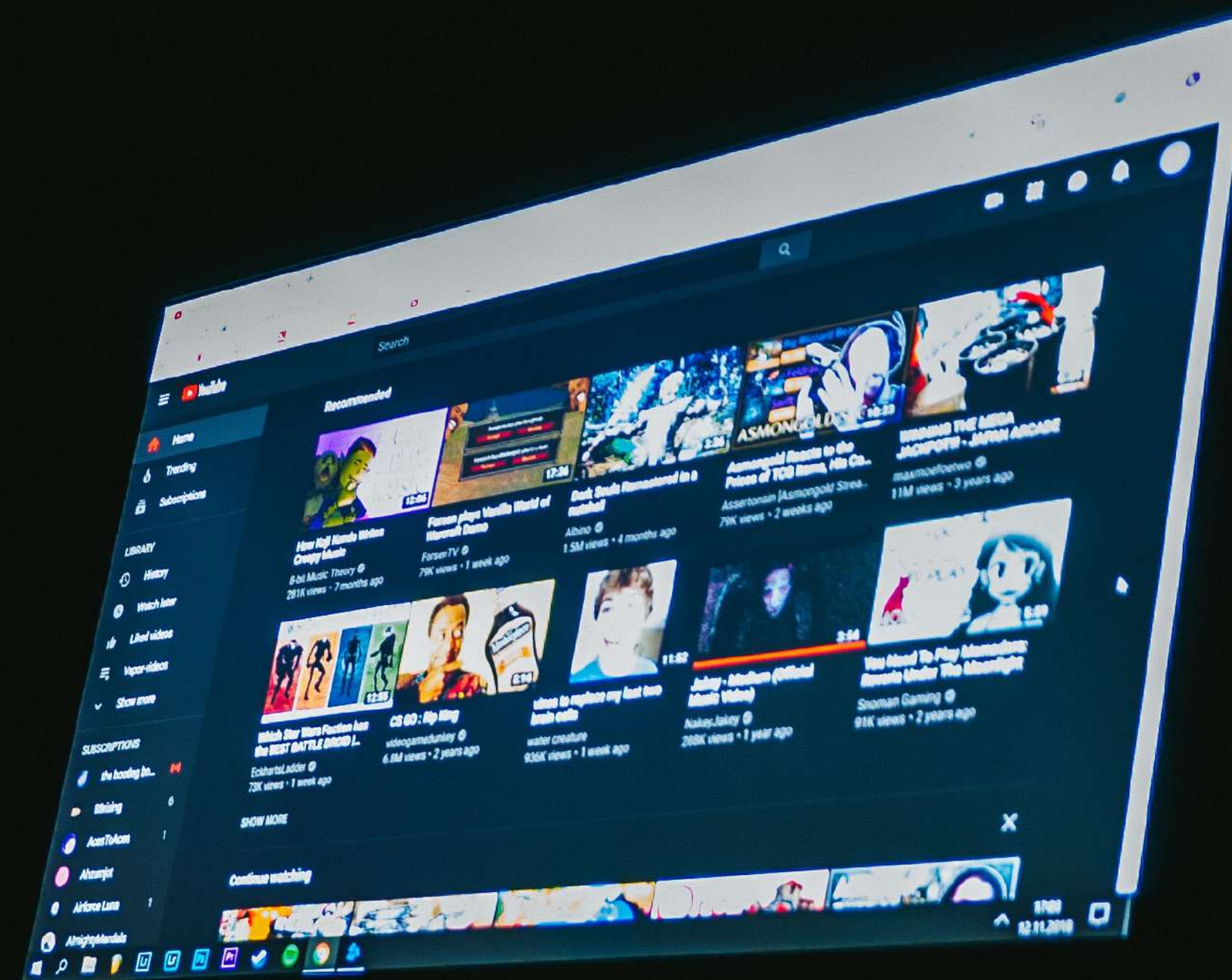
Tutti i dati utilizzati nelle analisi mensili, provengono dalla suite di **Talkwalker**, tool dedicato all'analisi delle conversazioni online e delle social performance di profili di brand o di influencer.

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 Giugno 2022?

Giugno

I video nati da collaborazione brand/influencer

1.3K

Numero video

1.7M

-15%

Interazioni generate

35.5M

-20,7%

Views



Giugno

Keyword più

Giugno

Keyword più



Giugno

Hashtag utili

Giugno

Hashtag utili



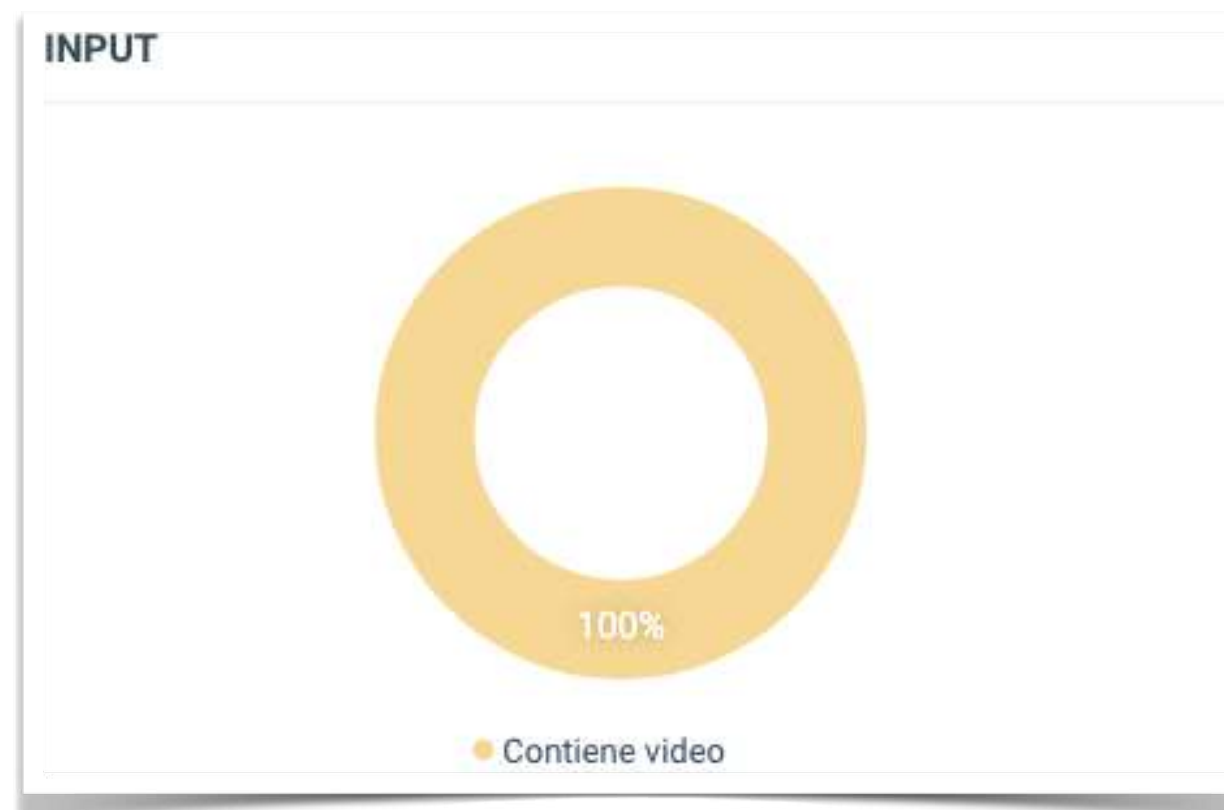
Giugno

Brand menzionati nei video Sponsored

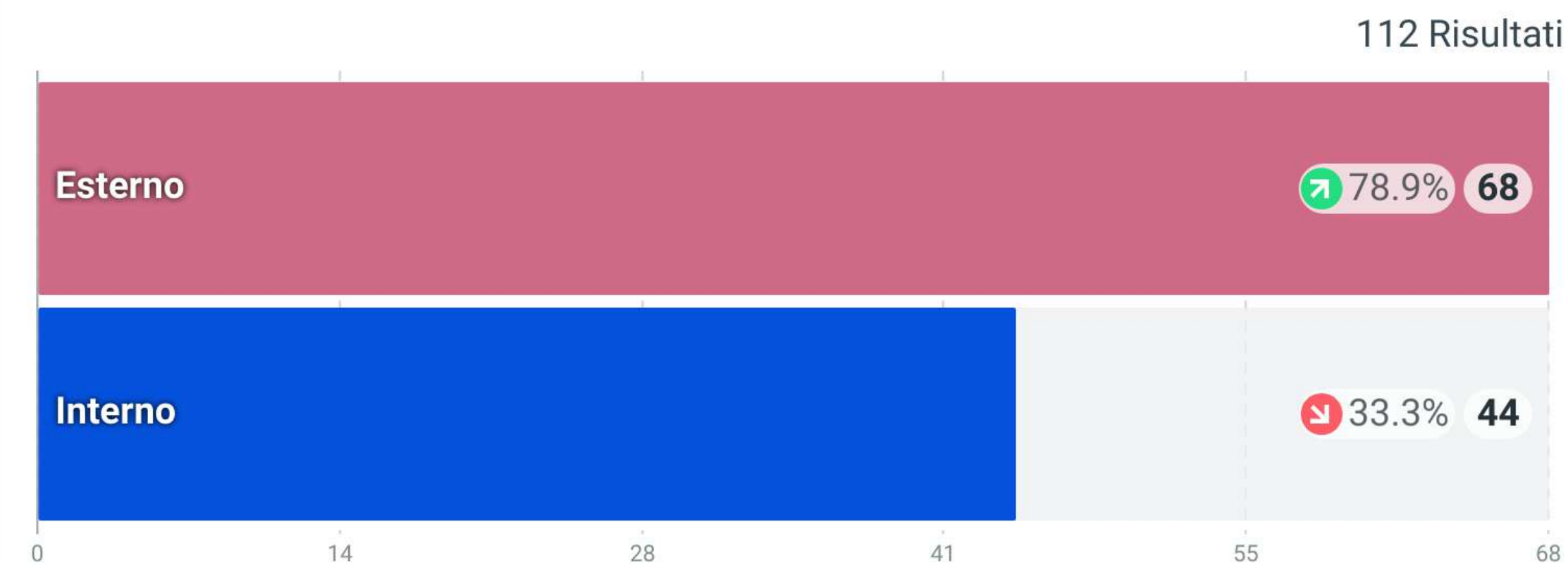


Giugno

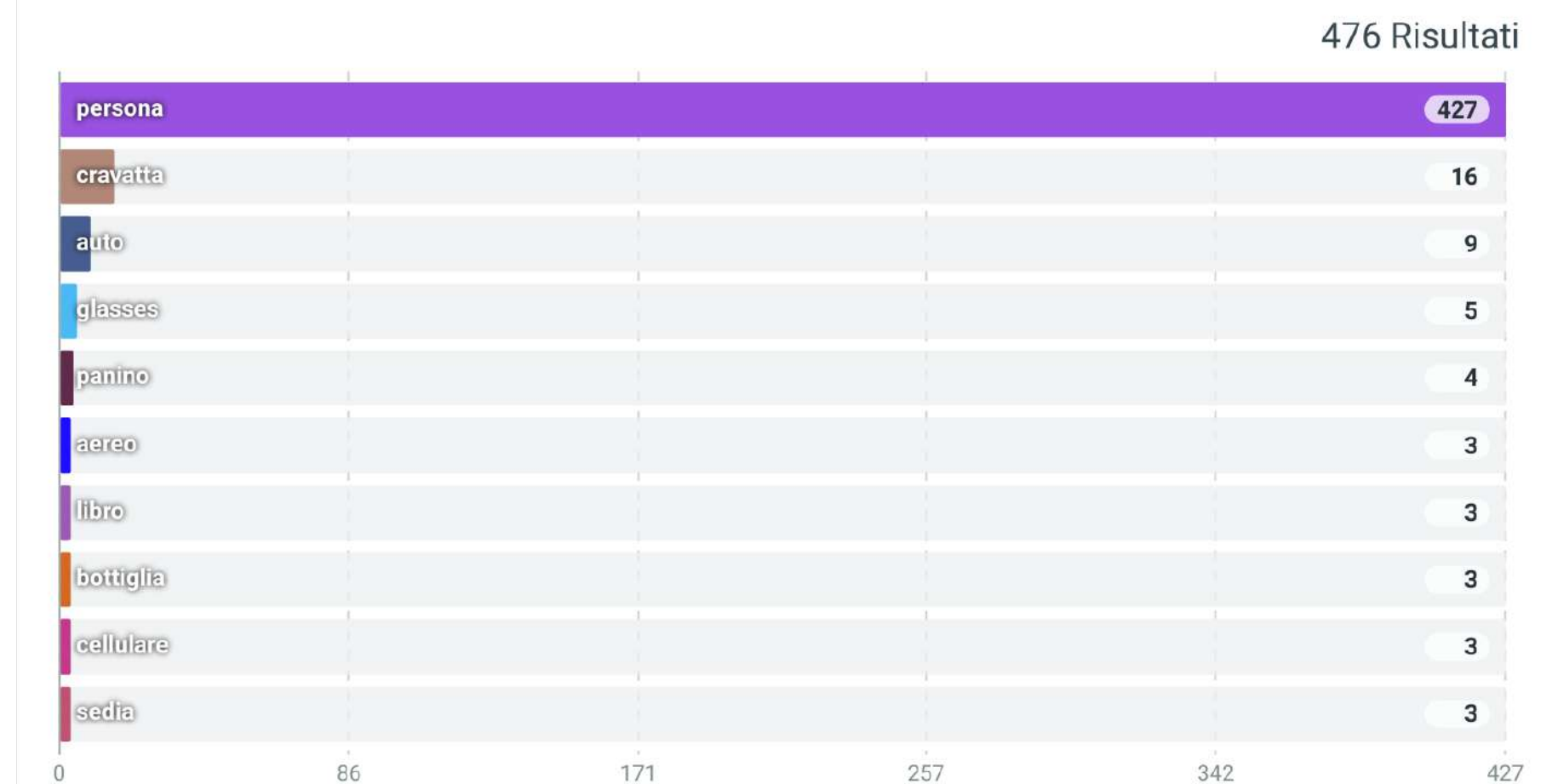
YouTube Analisi Visual



SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



TOP OGGETTI



Fonte: Talkwalker

Giugno

Top creator per attività Sponsored

INFLUENCER DI RILIEVO

Influencer 	Rete	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 Associazione Nazion... youtube.com		28		33.7K	1.2K	913	32.6
 Me contro Te youtube.com		24 ⬇️-11.1%		11.9M ⬇️-27.6%	494.6K ⬇️-18.6%	345.6K ⬇️-10.6%	14.4K ⬆️0.5%
 Two Players One Con... youtube.com		18 ⬆️5.9%		3.9M ⬇️-1.5%	219.2K ⬇️-7%	275.5K ⬆️5.7%	15.3K
 TPOC Plays youtube.com		18 ⬆️5.9%		4.5M ⬇️-2.9%	249.6K ⬇️-8.3%	353.5K ⬆️5.6%	19.6K
 Pavia Uno TV youtube.com		14		621 ⬆️619.8%	44.4 ⬆️619.8%	5 ⬆️400%	0.4 ⬆️400%
 ENDUchannel youtube.com		13 ⬆️160%		354.7K ⬆️110.4%	27.3K ⬇️-19.1%	1.7K ⬆️132.3%	130.1 ⬇️-10.7%
 Mirko_Zein youtube.com		12 ⬆️140%		104.6K ⬆️158.2%	8.7K ⬆️7.6%	6.4K ⬆️145.1%	537.4 ⬆️2.1%
 DinsiemE youtube.com		10 ⬇️-41.2%		2M ⬇️-67.1%	199.8K ⬇️-44%	68.7K ⬇️-59.3%	6.9K ⬇️-30.8%
 ChronoGP youtube.com		9 ⬇️-10%		267.5K ⬇️-90.3%	29.7K ⬇️-22.5%	11.4K ⬇️-23.4%	1.3K ⬇️-14.9%
 THE PSYCHIATRY ON... youtube.com		9		206	22.9	30	3.3



Fonte: Talkwalker

Giugno

I video Sponsored più performanti



COMPRO LA RUSPA PER IL MEGA BUNKER

1.033.149 visualizzazioni • 21 giu 2022

👍 101.380 💬 NON MI PIACE ➦ CONDIVIDI ⬇ SCARICA ✂ CLIP ≡+ SALVA

METRICHE

💬 97.7K

📺 921.9K

📈 N/D

95.5K 'Mi piace' di Youtube, 921.9K Visualizzazioni Youtube,
2.2K Commenti



#19 SU TENDENZE

SPENDO 50 MILA EURO PER IL TERRENO

816.353 visualizzazioni • 30 giu 2022

👍 65.704 💬 NON MI PIACE ➦ CONDIVIDI ⬇ SCARICA ✂ CLIP ≡+ SALVA

METRICHE

💬 65.4K

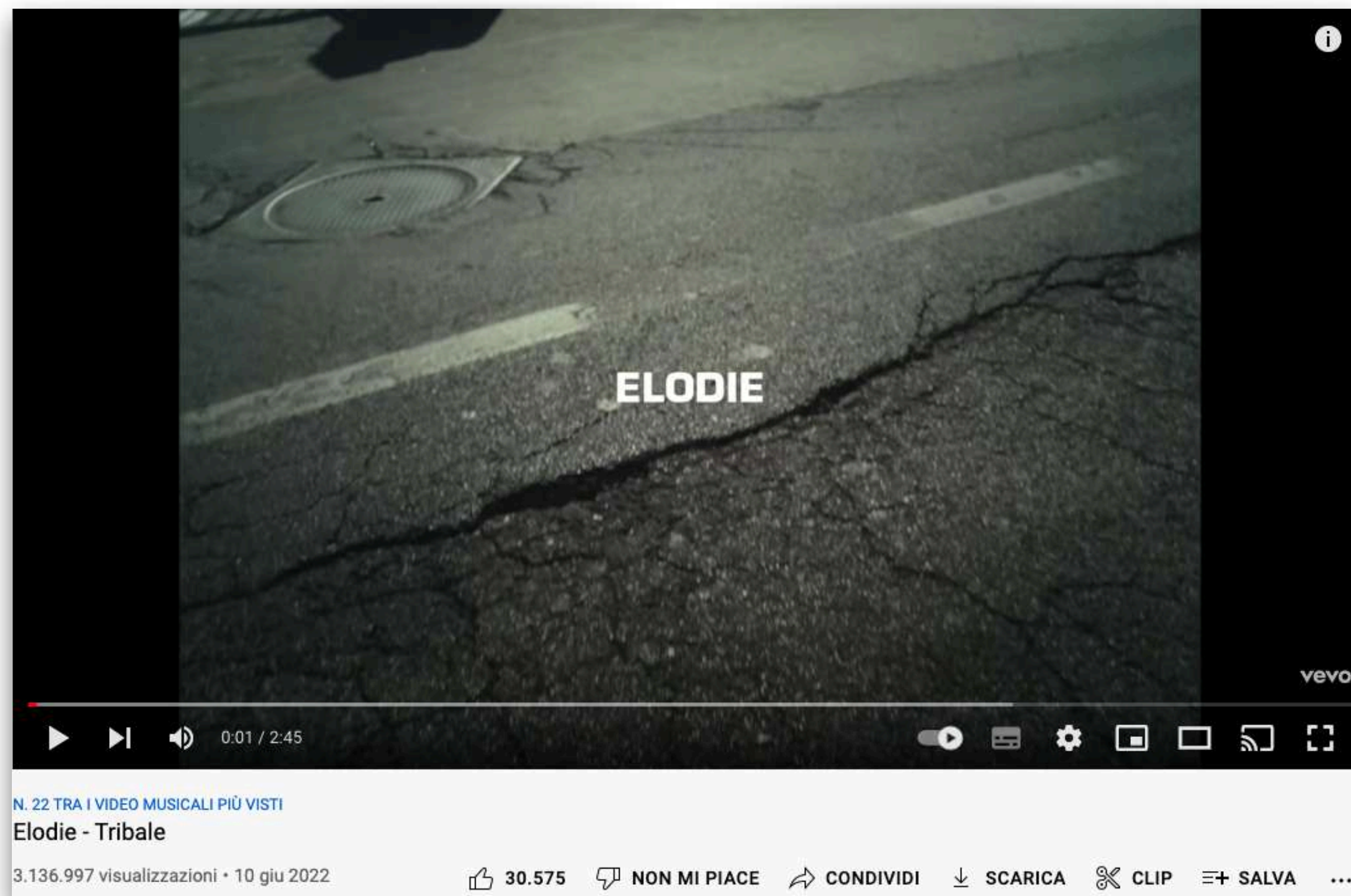
📺 779.5K

📈 N/D

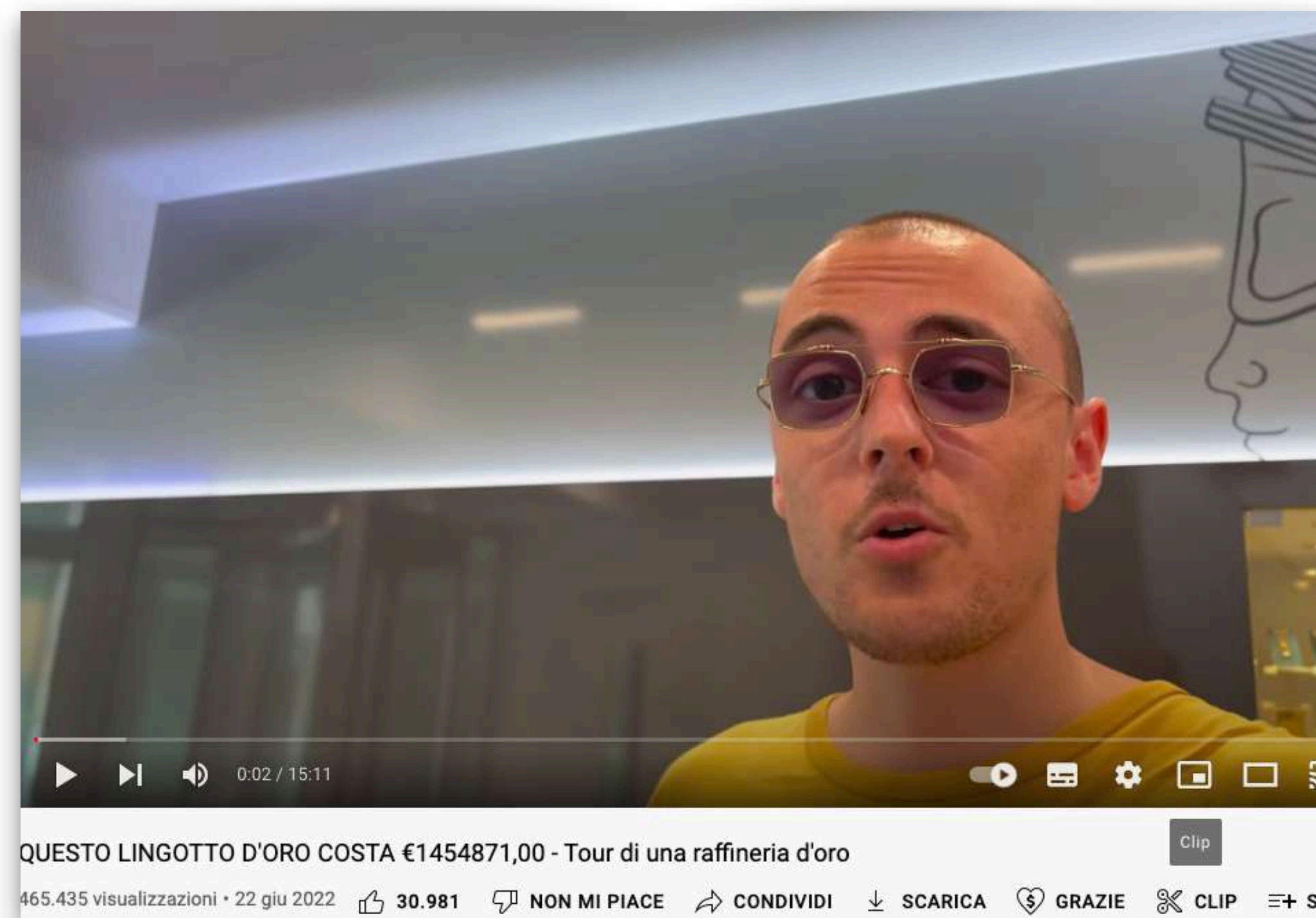
64.1K 'Mi piace' di Youtube, 779.5K Visualizzazioni Youtube,
1.3K Commenti

Giugno

I video Sponsored più performanti



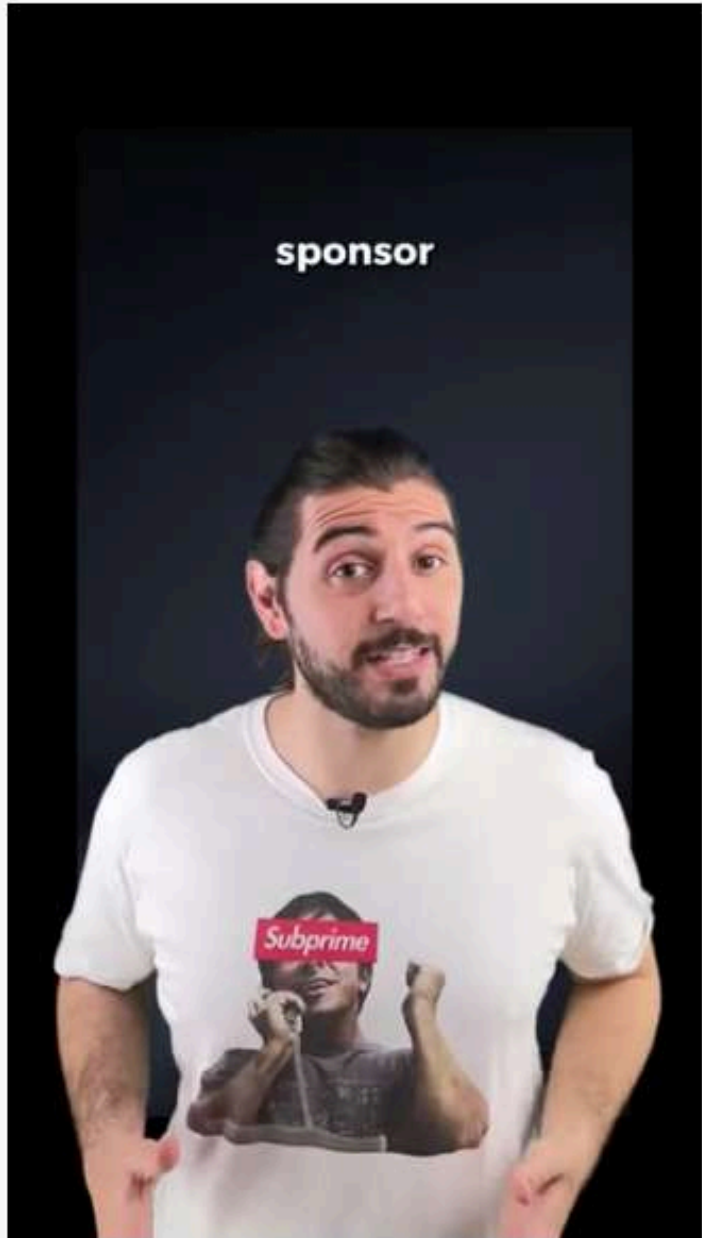
METRICHE	36.5K	2.5M	N/D
	27.3K 'Mi piace' di Youtube, 2.5M Visualizzazioni Youtube, 9.2K Commenti		



METRICHE	31.4K	464.1K	N/D
	30.9K 'Mi piace' di Youtube, 464.1K Visualizzazioni Youtube, 476 Commenti		

Giugno

I video Sponsored più performanti



Come Nike è riuscita a fregare Adidas | #shorts

648.623 visualizzazioni • 13 giu 2022

58.573 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA SALVA

METRICHE	30K	317.2K	N/D
	29.9K 'Mi piace' di Youtube, 317.2K Visualizzazioni Youtube, 82 Commenti		



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina

ABBIAMO CREATO LA NOSTRA MAPPA UFFICIALE DI MINECRAFT!

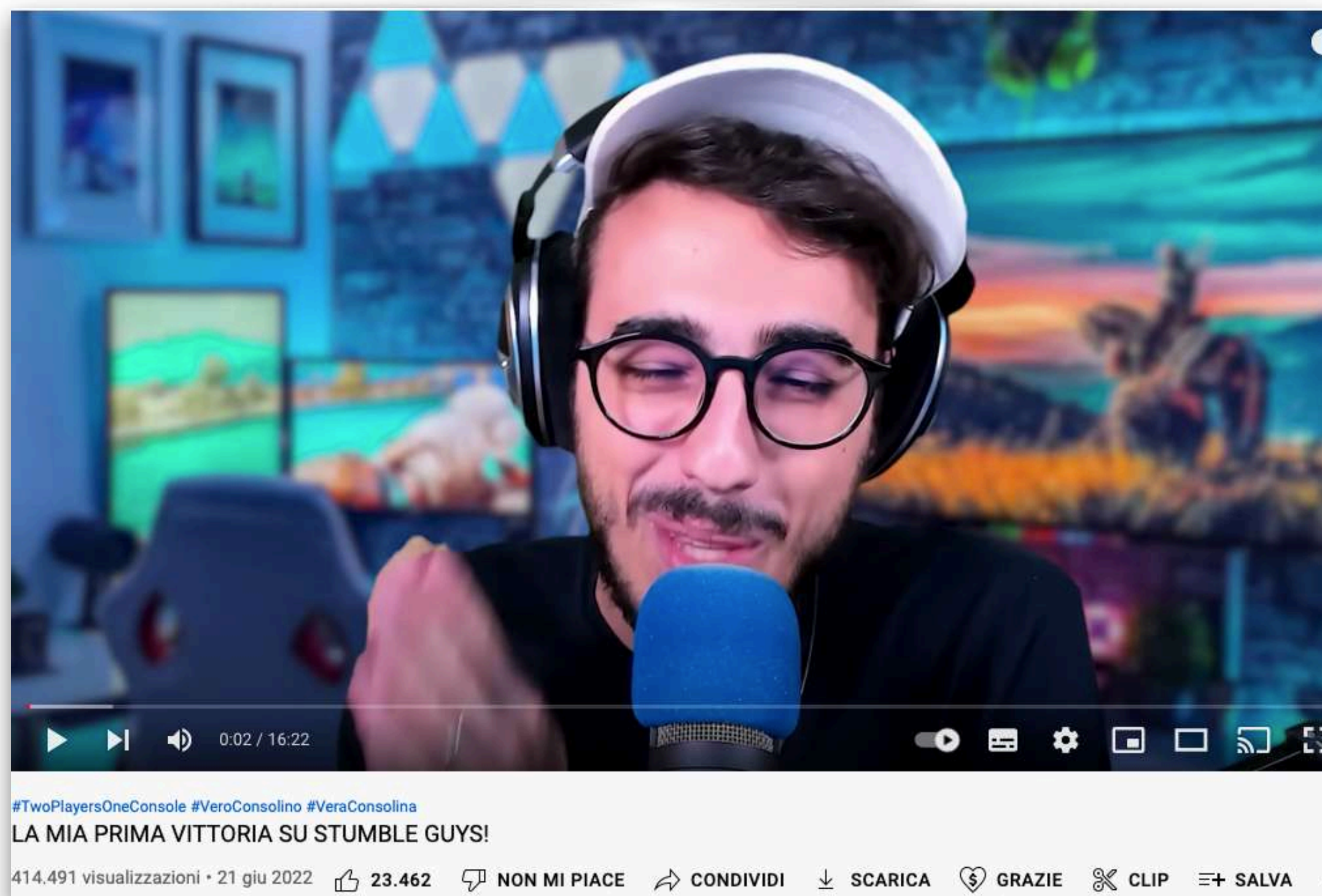
342.397 visualizzazioni • 8 giu 2022

24.255 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA GRAZIE CLIP SALVA

METRICHE	24.8K	315.3K	N/D
	23.3K 'Mi piace' di Youtube, 315.3K Visualizzazioni Youtube, 1.6K Commenti		

Giugno

I video Sponsored più performanti



METRICHE	23.7K	389.8K	N/D
	22.8K 'Mi piace' di Youtube, 389.8K Visualizzazioni Youtube, 924 Commenti		



METRICHE	23.5K	585.8K	N/D
	21.6K 'Mi piace' di Youtube, 585.8K Visualizzazioni Youtube, 1.9K Commenti		

Giugno

I video Sponsored più performanti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina

PHERE UTILIZZA L'X-RAY IN MINIERA NELLA VITA IN CITTÀ 2! - MINECRAFT Ep.54

261.428 visualizzazioni • 27 giu 2022 19.794 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA GRAZIE CLIP SALVA

METRICHE

23.1K

260.4K

N/D

19.8K 'Mi piace' di Youtube, 260.4K Visualizzazioni Youtube,
3.4K Commenti



#TPOCPlays #VeroConsolino #VeraConsolina

ALLA RICERCA DELLA NETHERITE NELLA VITA IN CITTÀ 2! - MINECRAFT Ep.47

277.686 visualizzazioni • 10 giu 2022 21.331 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA GRAZIE CLIP SALVA

METRICHE

22.7K

267.4K

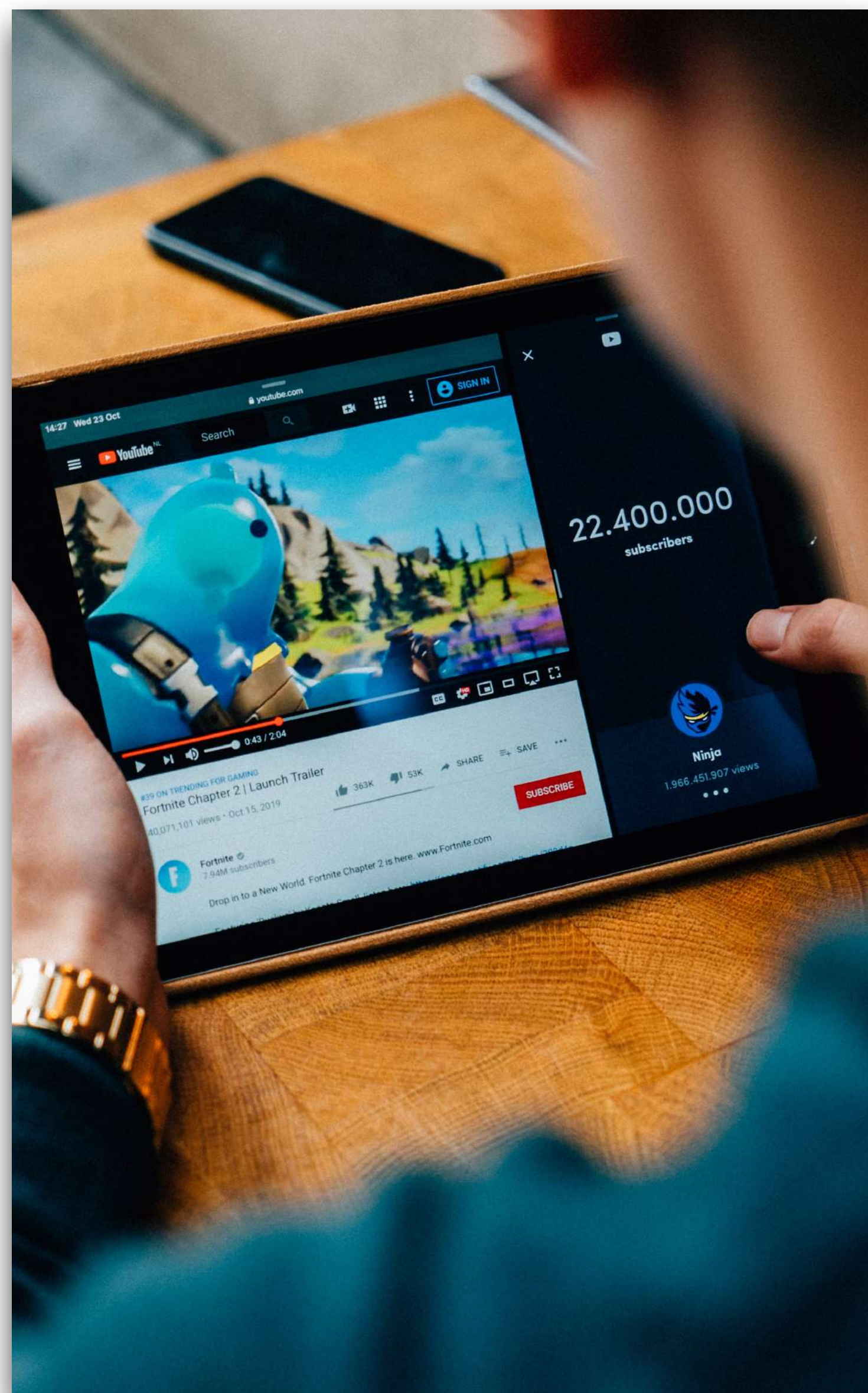
N/D

20.9K 'Mi piace' di Youtube, 267.4K Visualizzazioni Youtube,
1.8K Commenti



Talkwalker

L'attività sponsored di YouTube resta stabile in termini di contenuti, ma decresce come interazioni (-15%) e view (-20,7%). Il canale si dimostra ancora una volta ottimo a livello di diversificazione dei temi e della creatività, offrendo quindi opportunità diverse.



Se i video *collabs* realizzati in piattaforma restano stabili, diminuiscono interazioni e **view**, a dimostrazione di un mese meno d'impatto lato contenuti.

Tra le collaborazioni emergono video molto creativi come ad esempio quelli di **Surry** o **Molteni**, studiati per inserire placement ad hoc, ma mantenendo alto l'impatto.

Tra i top creator, oltre agli abituè **Me Contro Te** e **Two Players One Console**, trovano spazio **Surry** e figure più "atipiche", come **Starting Finance** ed **Elodie**.





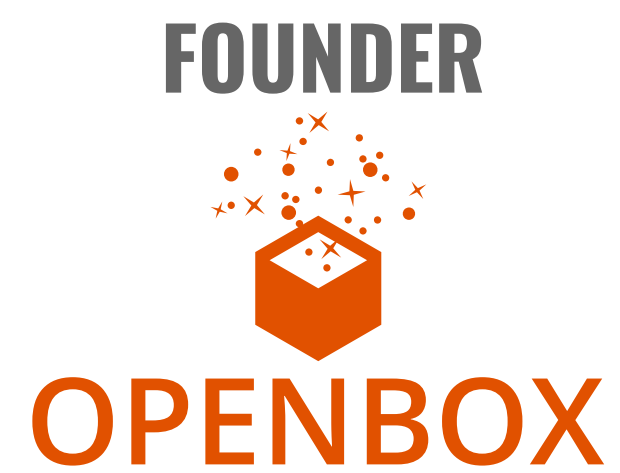
Chi siamo

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)”