



OSSERVATORIO  
NAZIONALE  
INFLUENCER  
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE  
DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE  
GENNAIO 2023

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.



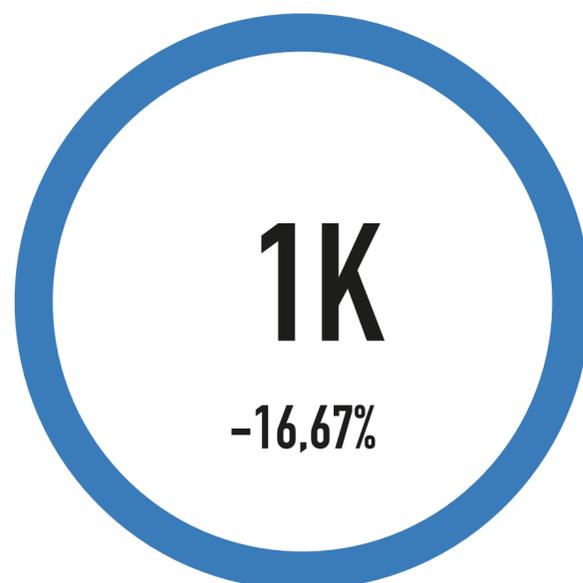


**Video sponsored  
quale scenario a Gennaio 2023?**

---

Gennaio

## I video nati da collaborazione brand/influencer



**Numero video**



**Interazioni generate**



**Views**

Gennaio

## Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Gennaio

## Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#StefePhere #fortnite  
#ad #VeroConsolino #Adv #short  
#notizie #vallestaffora #oltrepopavese #lomellina #oggiinedicola  
#TwoPlayersOneConsole  
#gifted #pavia #rassegnastampa #pavese  
#latvpertutti #VeraConsolina #adv  
#paviaunotv #programmi #notieverificate #nofakenews  
#itinerarinews #TPOCPlays



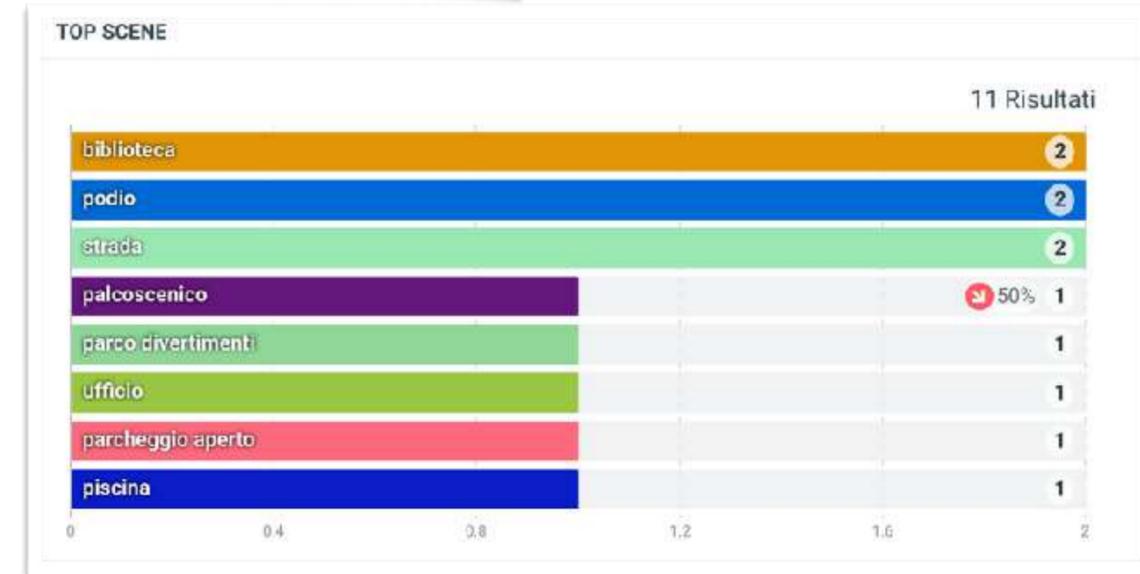
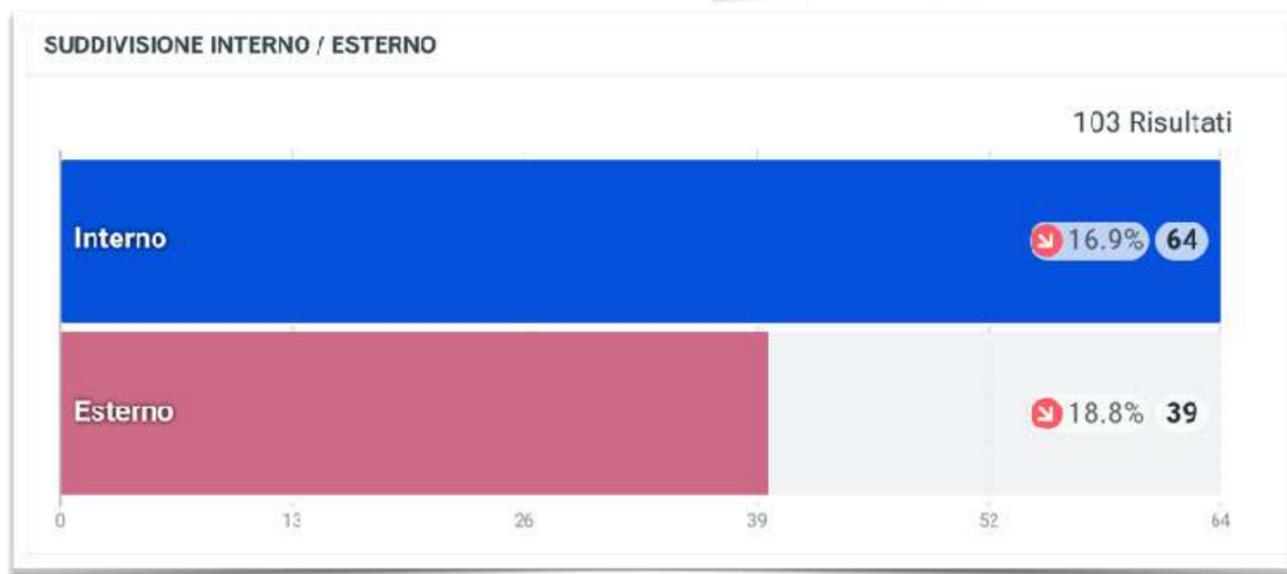
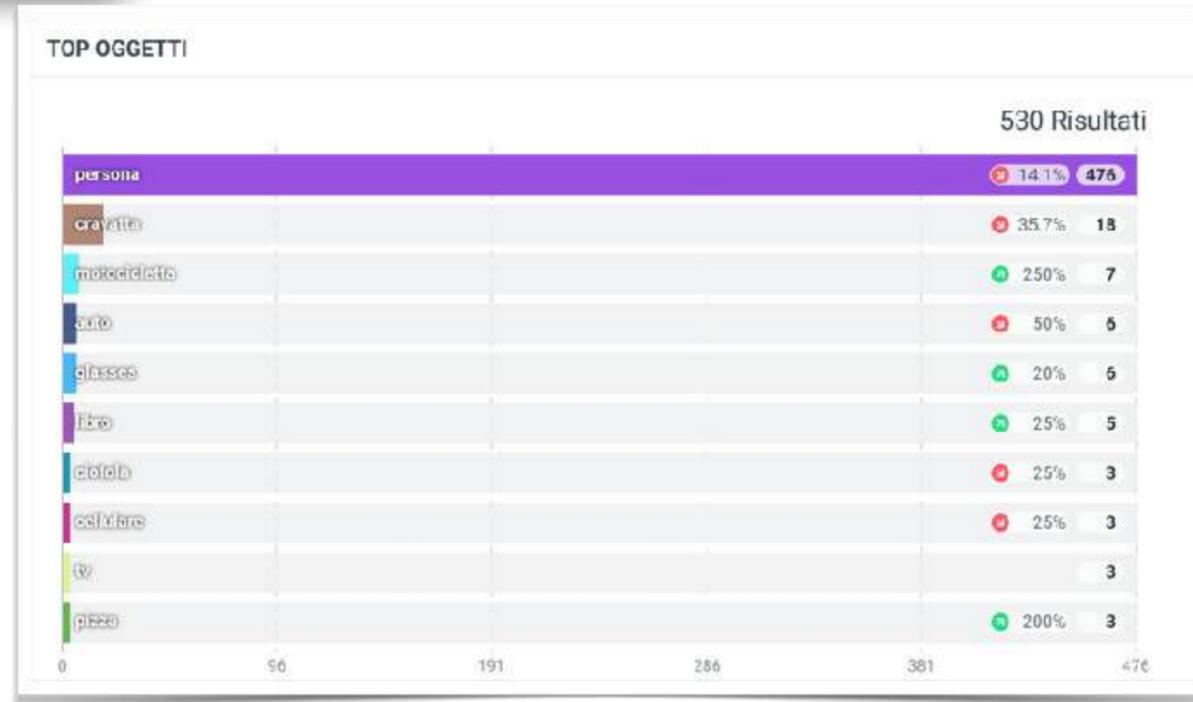
Gennaio

# Brand menzionati nei video Sponsored



Gennaio

# YouTube Analisi Visual



Gennaio

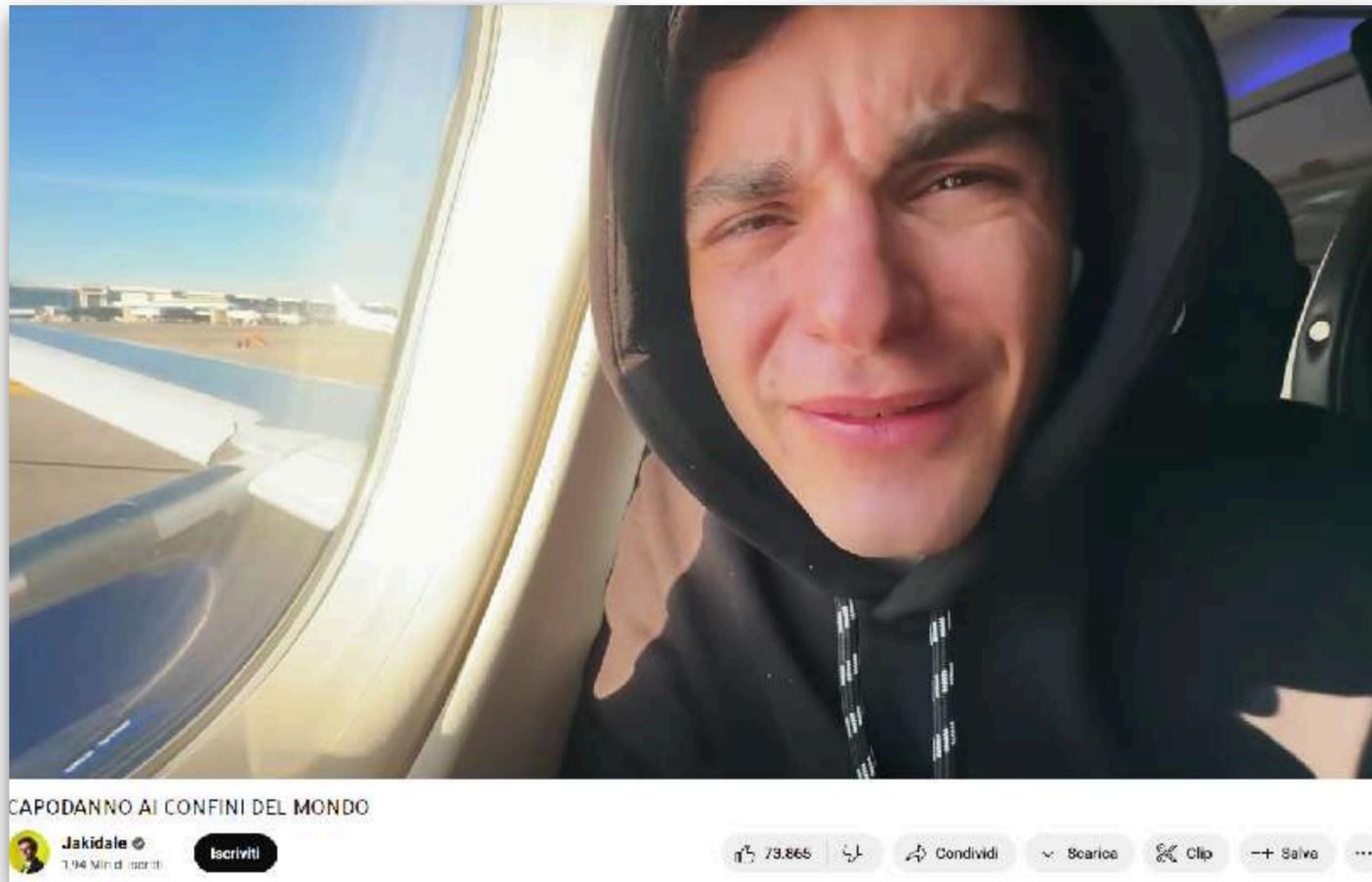
# Top creator per attività Sponsored

Influencer	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 TPOC Plays youtube.com	26 ↑23.8%		4.3M ↑20.1%	165.4K ↓-3%	277.5K ↑8%	10.7K ↓-12.8%
 Pavia Uno TV youtube.com	23 ↑27.8%		534 ↓-23.1%	23.2 ↓-39.8%	5 ↓-16.7%	0.2 ↓-34.8%
 WFC World Fighters Confederation youtube.com	19		486	25.6	4	0.2
 Two Players One Console youtube.com	19 ↓-17.4%		2.7M ↓-33.3%	141.5K ↓-19.2%	188.5K ↓-25.1%	9.9K ↓-9.3%
 Lombardia Live 24 youtube.com	10 ↓-23.1%		74 ↑1.1K%	7.4 ↑1.5K%	1	0.1
 Dinsieme youtube.com	9 ↓-10%		1.6M ↓-24.3%	182.6K ↓-15.9%	45.5K ↓-11.2%	5.1K ↓-1.3%
 Hooltras Media youtube.com	9 ↑800%		877K ↑695.4%	97.4K ↓-11.6%	75.6K ↑927.5%	8.4K ↑14.2%
 KALLARI XD youtube.com	9 ↑12.5%		205.3K ↑18.5%	22.8K ↑5.3%	10.7K ↑25.2%	1.2K ↑11.3%
 Stef&Phere youtube.com	8 ↑33.3%		846.5K ↑17.9%	105.8K ↓-11.5%	66.1K ↑19.4%	8.3K ↓-10.5%
 Mirko_Zein youtube.com	8 ↑14.3%		138K ↑4.7%	17.2K ↓-8.4%	7.4K ↑19.9%	928.8 ↑4.9%



Gennaio

# I video Sponsored più performanti



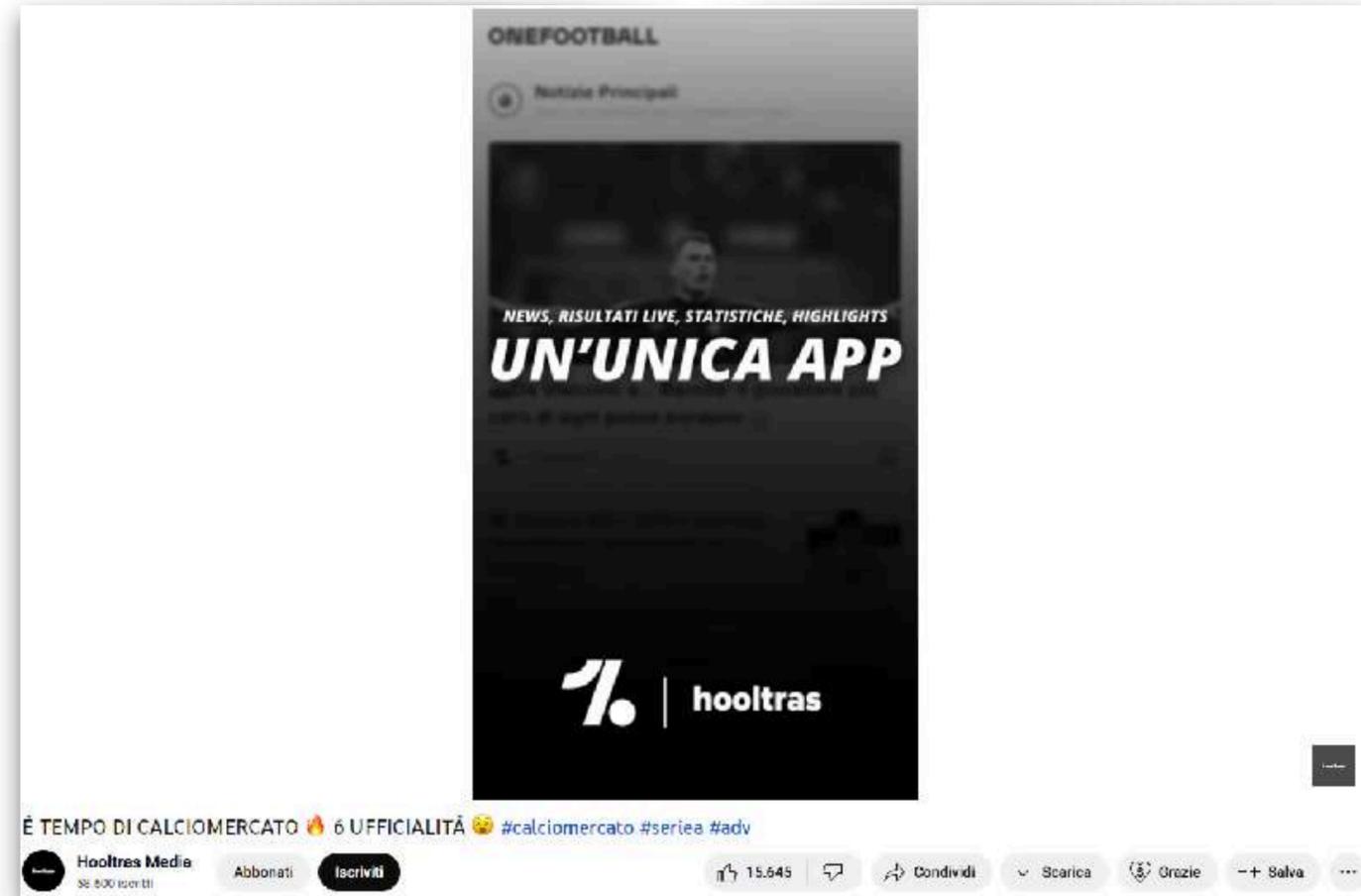
METRICHE

74.7K

772.9K

N/D

73.8K 'Mi piace' di YouTube,  
772.9K Visualizzazioni YouTube, 881 Commenti



METRICHE

15.6K

207.1K

N/D

15.6K 'Mi piace' di YouTube,  
207.1K Visualizzazioni YouTube, 53 Commenti



Gennaio

# I video Sponsored più performanti



**METRICHE** 14.6K 208.7K N/D

14.1K 'Mi piace' di YouTube,  
208.7K Visualizzazioni YouTube, 542 Commenti



**METRICHE** 14.2K 229.2K N/D

13.9K 'Mi piace' di YouTube,  
229.2K Visualizzazioni YouTube, 295 Commenti



Gennaio

# I video Sponsored più performanti



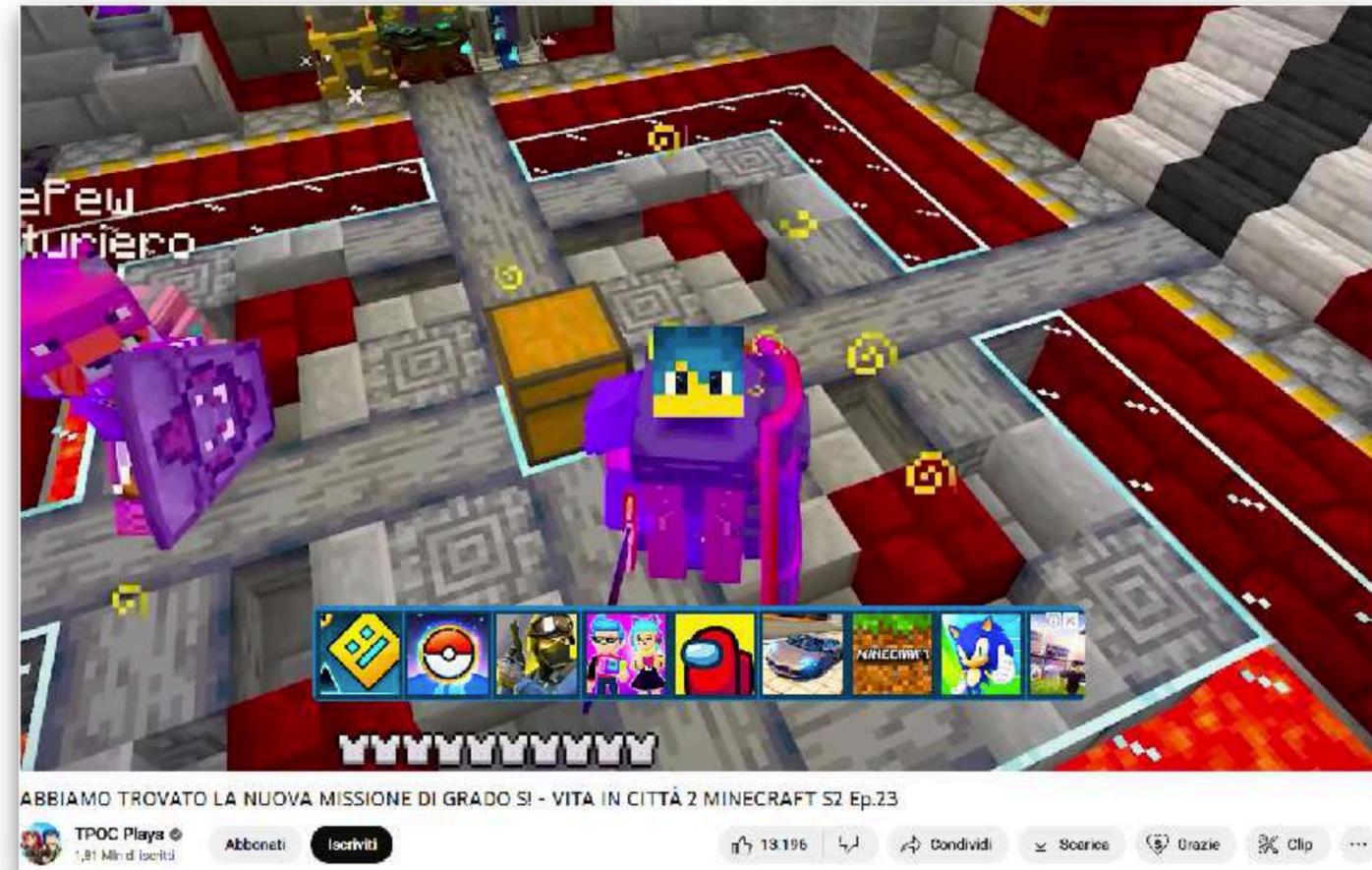
METRICHE

14.1K

179.9K

N/D

13.2K 'Mi piace' di YouTube,  
179.9K Visualizzazioni YouTube, 826 Commenti



METRICHE

13.7K

183.7K

N/D

13.2K 'Mi piace' di YouTube,  
183.7K Visualizzazioni YouTube, 569 Commenti



Gennaio

# I video Sponsored più performanti



DIECI CALCIATORI PIÙ VELOCI AL MONDO #short #adv

Hootree Media  
14.321

Abbonati Iscriviti

Condividi Scarica Grazie Solva

METRICHE

13.6K

143.4K

N/D

13.5K 'Mi piace' di YouTube,  
143.4K Visualizzazioni YouTube, 113 Commenti



POTENZIAMO LA VOLPE A 9 CODE DI PHERE! - VITA IN CITTÀ 2 MINECRAFT 52 Ep.27

TPOC Plays  
1,01 Mln di iscritti

13.130

Abbonati Iscriviti

Condividi Scarica Grazie Clip

METRICHE

13.6K

169.1K

N/D

13K 'Mi piace' di YouTube,  
169.1K Visualizzazioni YouTube, 590 Commenti

Gennaio

# I video Sponsored più performanti



METRICHE

13.6K

152.3K

N/D

13.1K 'Mi piace' di YouTube,  
152.3K Visualizzazioni YouTube, 454 Commenti



METRICHE

13.2K

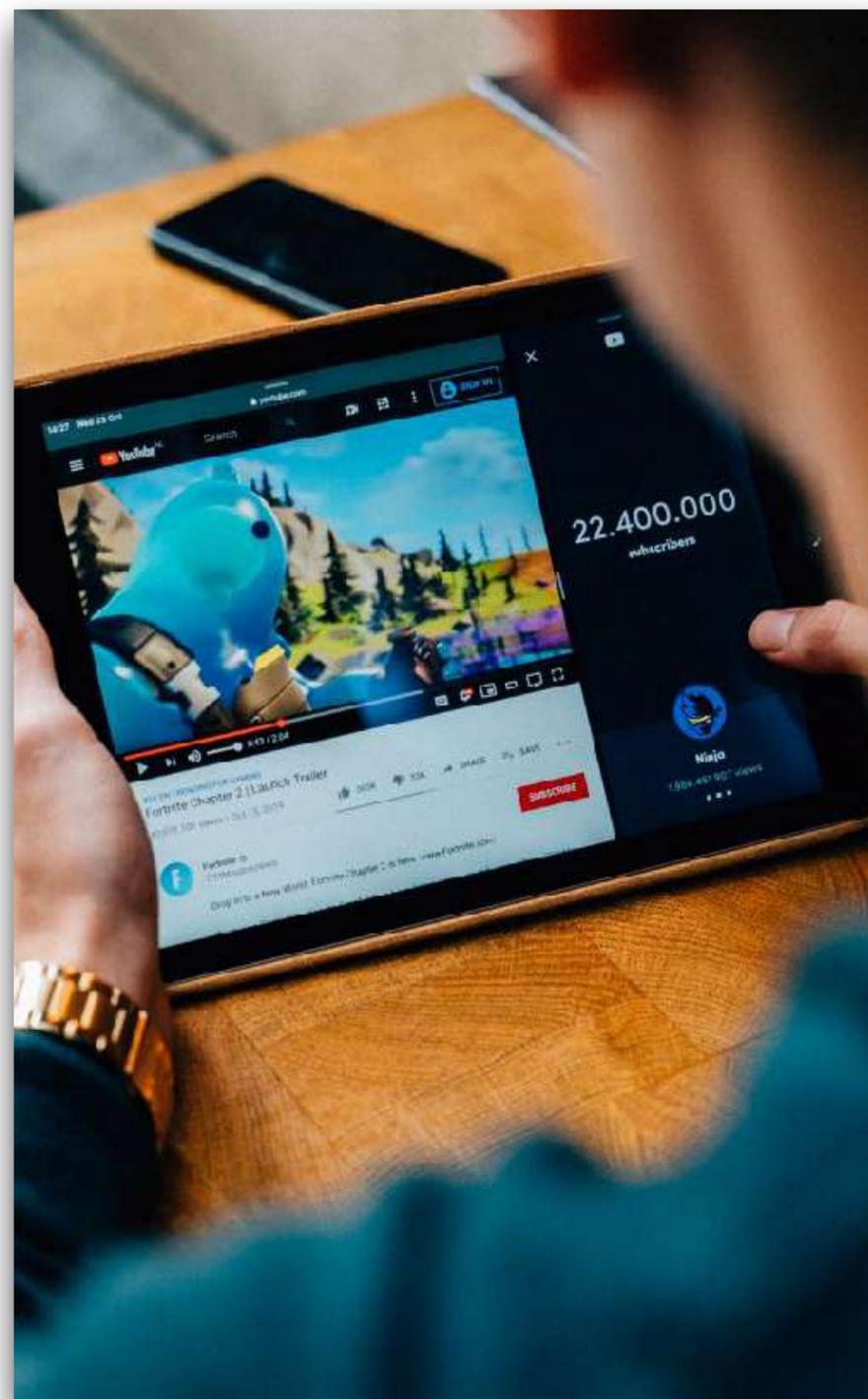
201.3K

N/D

12.9K 'Mi piace' di YouTube,  
201.3K Visualizzazioni YouTube, 290 Commenti



Dopo un fine anno di grande attività, Gennaio registra un calo delle attività collabs, fisiologico visto il mese di ripartenza. Tra i top content torna preponderante il gaming.



I **video collabs** realizzati in piattaforma a Gennaio risultano **in calo** su tutte le voci, dai **video realizzati (-16,67%)** alle **interazioni (-24,58%)**.

Anche le **views** registrano un **calo** percentuale, precisamente del **31,62%**.

Cali strettamente connessi a una mensilità, Gennaio, solitamente sottotono a livello di campagne e progettualità.

Tra le top collabs torna, rispetto agli ultimi mesi del 2022, una forte presenza di creator e video a tema **gaming**, in particolare **Minecraft**.



# 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



## 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)”