



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI POST SPONSORED YOUTUBE
AGOSTO 2023

POWERED BY  **Talkwalker**

Un report mensile

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 agosto 2023?

Agosto

I video nati da collaborazione brand/influencer

1.4K

-30%

Numero video

616.2K

-27,97%

Interazioni generate

12.5M

-28,98%

View



Agosto

Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Agosto

Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#cucitocreativo #gifted #ad #viral #curiosità
#FashionHub #VeroConsolino #fortnite
#riciclofacile #TwoPlayersOneConsole #Adv
#sweetsusi #StefePhere #VeraConsolina #shorts
#divertimento #adv #TPOCPlays #brothersewingmachine
#lifestyle #intrattenimento #fortniteneeds
#epicpartner #foryou



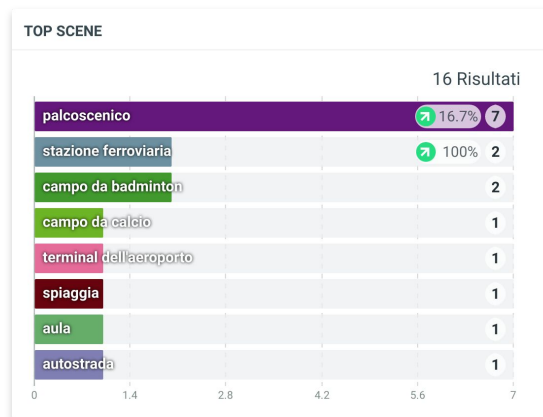
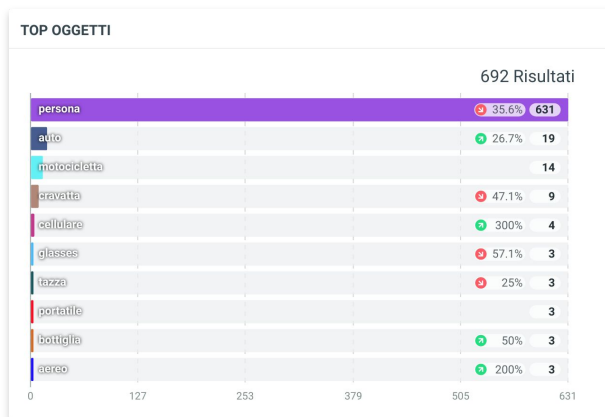
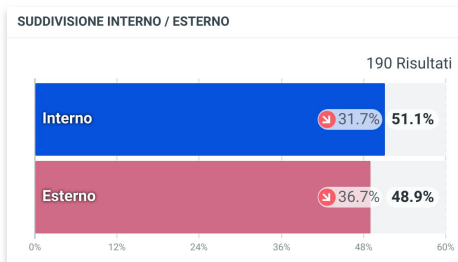
Agosto

Brand menzionati nei video Sponsored



Agosto

YouTube Analisi Visual



Agosto

Top creator per attività Sponsored

Influencer	Post	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
THE PSYCHIATRY ON LINE ITALIA V... http://www.youtube.com/	34 3%		7.7K -27.6%	226.2 -29.7%	242 30.8%	7.1 27%
Cittadellarte Fashion BEST http://www.youtube.com/	19 171.4%		207 213.6%	10.9 15.6%	1	0.1
Comune Lumezzane http://www.youtube.com/	13		119	9.2	0	0
KST Kpop Show Time http://www.youtube.com/	13 44.4%		20.6K 140.5%	1.6K 66.5%	1.1K 65%	86.1 14.3%
Sweet Susi cucito creativo facile http://www.youtube.com/	12 71.4%		176.5K 34.4%	14.7K -21.6%	573 37.1%	47.8 -20%
Blaziken68_x http://www.youtube.com/	11 -45%		212.7K -65.5%	19.3K -37.2%	16.7K -58.7%	1.5K -24.9%
Lucky Red http://www.youtube.com/	11 1K%		66.4K 86.6%	6K -83%	596 87.4%	54.2 -83%
Pavia Uno TV http://www.youtube.com/	11 175%		520 274.1%	47.3 36%	26 225%	2.4 18.2%
Nax http://www.youtube.com/	11 120%		122.8K 810.6%	11.2K 313.9%	10.4K 488.1%	949.5 167.3%
GossipIT http://www.youtube.com/	10 42.9%		16.3K 10.1%	1.6K -23%	202 4.7%	20.2 -26.7%



Agosto

I video sponsored più performanti



Bello fare il bagnino, dicevano! #iolabuttoli #casasurace #adv

Casa Surace 1,04 Min di iscritti

65.841

Condividi Scarica Salva

CORRISP.

ADV YT


METRICHE

61.1K

1.2M

N/D

61K 'Mi piace' di YouTube,
1.2M Visualizzazioni YouTube, 133 Commenti



#mercuri_88 #shorts What's your fav Ninja Turtle? #ad #TartarugheNinja #TMNT #Leonardo

mercuri_88 10,1 Min di iscritti

55.765

Condividi Scarica Salva

CORRISP.

ADV YT

METRICHE

56.1K

799K


N/D

55.6K 'Mi piace' di YouTube,
799K Visualizzazioni YouTube, 509 Commenti



Agosto

I video sponsored più performanti



PROVO LA COLLEZIONE DI HARRY POTTER di SHEGLAM 🧙‍♀️

Arienne Makeup 800.000 iscritti

55.336

Condividi


Scarica

Grazie

CORRISP. ADV YT

METRICHE **55.6K** **615.6K** **N/D**

53.4K 'Mi piace' di YouTube,
615.6K Visualizzazioni YouTube, 2.2K Commenti



MI SONO TATUATO LA SCHIENA

Surry 3,01 Min di iscritti

Abbonati

iscritti

20.142

Condividi

Scarica

Grazie

CORRISP. ADV YT


METRICHE **20.4K** **278.8K** **N/D**

19.8K 'Mi piace' di YouTube,
278.8K Visualizzazioni YouTube, 559 Commenti



Agosto

I video sponsored più performanti



#mercuri_88 #shorts What's your fav Ninja Turtle? #ad #TartarugheNinja #TMNT #Raffaello

mercuri_88 10.1 Mil di iscritti

19.681

Condividi

Scarica

Salva

CORRISP.

ADV YT


METRICHE

18.7K

262.4K

N/D

18.4K 'Mi piace' di YouTube,
262.4K Visualizzazioni YouTube, 220 Commenti



Pizza a canotto fatta in casa col nuovo forno Effeuno #shorts *supplied

2foodfitlovers 329.000 iscritti

16.670

Condividi

Scarica

Salva

CORRISP.

ADV YT

METRICHE

16.6K

236.6K

N/D

16.5K 'Mi piace' di YouTube,
236.6K Visualizzazioni YouTube, 85 Commenti



Agosto

I video sponsored più performanti

Pova la tua vicina d'ombrellone litiga con tutti

E voi siete più litigiosi o più peace and love? #GelatiCoop #CosiBuonoChe @coopitalia #adv

MARYNA
1,25 Min di iscritti

44.615

Condividi

Scarica

Grazie

CORRISP.

ADV YT

METRICHE

14.8K

154.2K

N/D

14.7K 'Mi piace' di YouTube,
154.2K Visualizzazioni YouTube, 99 Commenti

SPIAGGIA DI SANSONE

ESTATE 2023 🌞 - LE SPIAGGE PIÙ BELLE ALL'ISOLA D'ELBA 🍷 - iPantellas

iPantellas
6,22 Min di iscritti

13.887

Condividi

Scarica

Grazie

CORRISP.

ADV YT

METRICHE

10.4K

162K

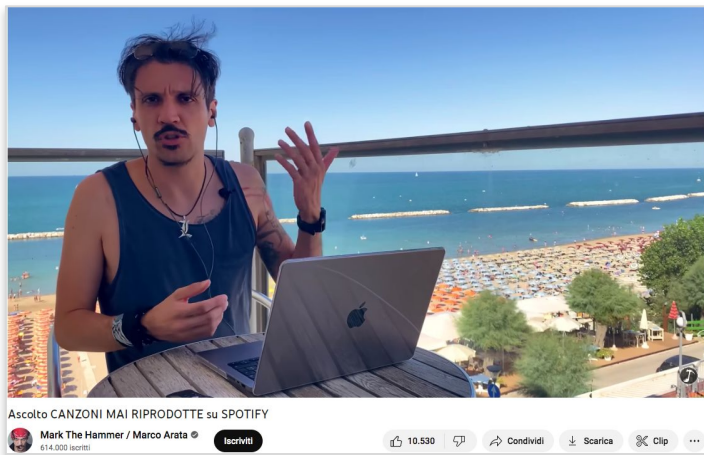
N/D

10.3K 'Mi piace' di YouTube,
162K Visualizzazioni YouTube, 135 Commenti



Agosto

I video sponsored più performanti



CORRISP. ADV YT

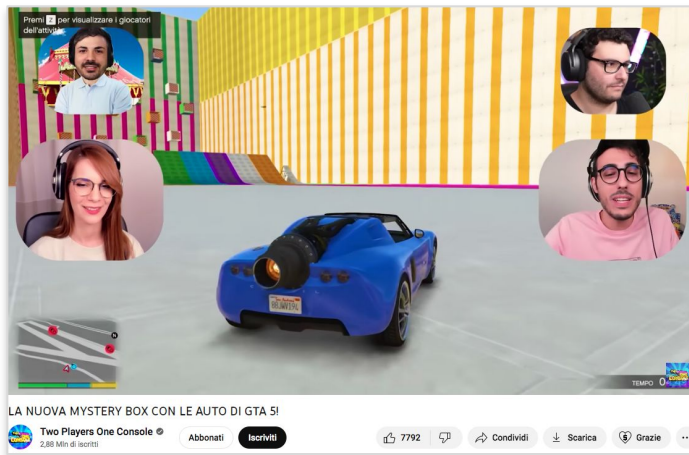
METRICHE

10.3K

118K

N/D

10.1K 'Mi piace' di YouTube,
118K Visualizzazioni YouTube, 286 Commenti



CORRISP. ADV YT

METRICHE

7.8K

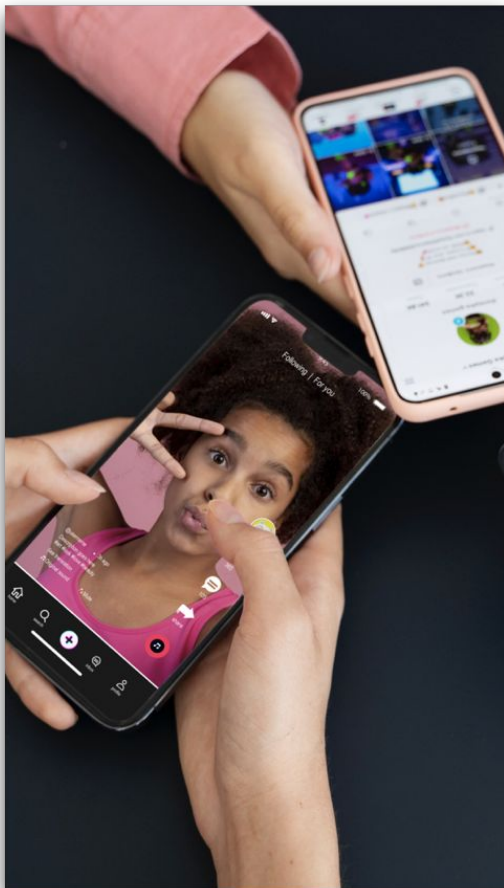
156.1K

N/D

7.7K 'Mi piace' di YouTube,
156.1K Visualizzazioni YouTube, 98 Commenti



Anche YouTube, come gli altri social analizzati, registra un calo di attività sponsored nel mese di agosto. Contenuti collabs, interazioni generate e views infatti, diminuiscono del 30%. Top 10 dominata dagli shorts.



A differenza del mese precedente, agosto registra un calo di performance su tutti i lati. Un fatto comprensibile data la mensilità meno business oriented.

I video realizzati sono solo **1.4K** (-30%), le interazioni generate **616.2K** (-27,97%) e le views **12.5M** (-28,98%).

Nella top 10 dei video collab più performanti del mese spicca Manuel Mercuri, aka **mercuri_88**, con due video divertenti per lanciare l'uscita del film "Tartarughe Ninja: Chaos Mutante".

Interessante anche la prima posizione di Casa Surace per il progetto a tema sostenibilità **#IoLaButtoLì** realizzato da *Save The Planet*.





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



PARTNER



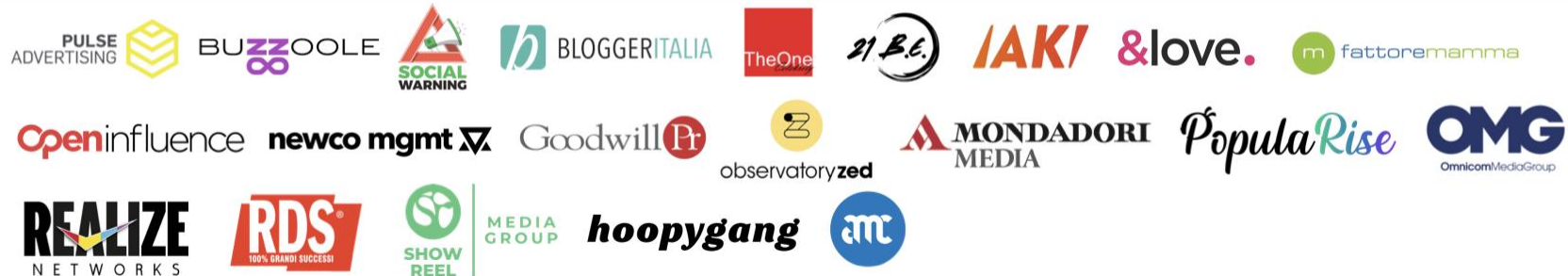
PARTNER ISTITUZIONALI



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)"