

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE

GENNAIO 2025



POWERED BY  **Talkwalker**



UN REPORT MENSILE

Come si evolve l'Influencer Marketing su **YouTube** in Italia? Questo mondo è in continuo cambiamento ed è quindi fondamentale analizzare come mutano le dinamiche che stanno alla base dei contenuti sponsorizzati.

Grazie alla collaborazione del nostro partner **Talkwalker**, ogni mese rilasceremo questo report che mira a cogliere le sfumature del cambiamento in atto e a fornire insight preziosi sulle principali collaborazioni tra brand e influencer.

Matteo Pogliani

Founder e Presidente Osservatorio Nazionale Influencer Marketing

METODOLOGIA

Tutti i dati utilizzati in queste analisi 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.





YOUTUBE

Scenario Gennaio 2025

GENNAIO 2025



I video sponsored più performanti

2.4K

-11,11%

Numero video

1.2M

-7,69%

Interazioni generate

40.2M

+40,70%

Views

Fonte: Talkwalker



GENNAIO 2025



Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



GENNAIO 2025



Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#gifted #youtube
#epicpartner
#shorts #adv #ad
#SHEINforAll
#gaming #fortnite #podcast

Fonte: Talkwalker



GENNAIO 2025



Brand menzionati nei video Sponsored



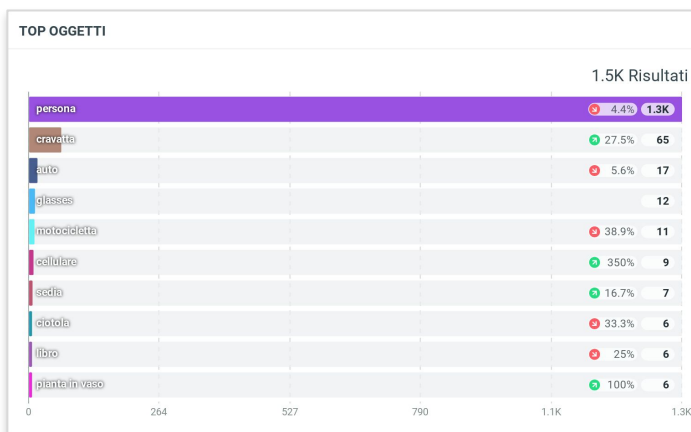
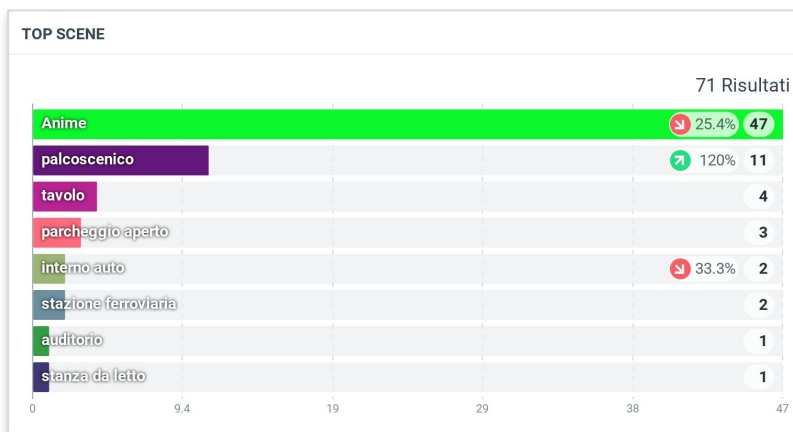
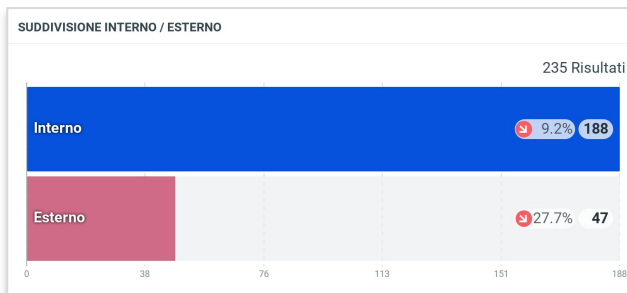
Fonte: Talkwalker



GENNAIO 2025



Analisi Visual



Fonte: Talkwalker

GENNAIO 2025



Top creator per attività sponsored

Influencer	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
Ayame_Atsuko http://www.youtube.com/	51 ↑88.9%		17.7K ↑135.3%	346.8 ↑24.6%	673 ↑109%	13.2 ↑10.7%
IL MERCATINO DI AMAZON http://www.youtube.com/	30		959 ↓-53.9%	32 ↓-53.9%	65 ↓-18.7%	2.2 ↓-18.7%
Lo Spettacolo Militare http://www.youtube.com/	24 ↑166.7%		717.6K ↑133.3%	29.9K ↓-12.5%	16.7K ↑117.8%	697 ↓-18.3%
Fondazione Articolo 49 http://www.youtube.com/	23		294	12.8	4	0.2
Gianluca Lamberti http://www.youtube.com/	21 ↓-12.5%		152.6K ↑2.2%	7.3K ↑16.8%	23.6K ↑16.8%	1.1K ↑33.5%
THE KING77& LADYKING91 http://www.youtube.com/	19		1.2K	62.9	90	4.7
TH3ONE http://www.youtube.com/	18 ↑5.9%		112.5K ↓-45.1%	6.3K ↓-48.1%	6.1K ↓-35.4%	339.5 ↓-39%
Blaziken68_x http://www.youtube.com/	17 ↑21.4%		227.1K ↑1.1%	13.4K ↓-16.8%	18.1K ↑12.2%	1.1K ↓-7.6%
PSYCHIATRY ON LINE ITALIA - VIDEOCHANNEL http://www.youtube.com/	16 ↑14.3%		3.3K ↑3%	206.8 ↓-9.9%	191 ↑7.3%	11.9 ↓-6.1%
Adnkronos http://www.youtube.com/	15 ↑7.1%		729 ↓-6.9%	48.6 ↓-13.1%	5	0.3

Fonte: Talkwalker

GENNAIO 2025



I video sponsored più performanti

1



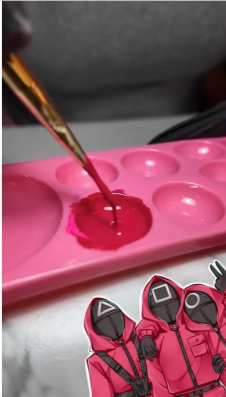
I finale 🍷 Fai un controllo @carVertical codice STE20. Link in bio di IG: daigiaste 🚗 (ADV)

daigiaste
367.000 iscritti

iscriviti

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	🗣️ 81.2K ↕️ 1.5M 📈 N/D
	80.9K 'Mi piace' di YouTube, 1.5M Visualizzazioni YouTube, 302 Commenti

2



UNGHIE TTE A TEMA SQUID GAME 2

Arienne Makeup 🎨
1.39 Min di iscritti

iscriviti

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	🗣️ 52.6K ↕️ 1M 📈 N/D
	51.9K 'Mi piace' di YouTube, 1M Visualizzazioni YouTube, 689 Commenti

Fonte: Talkwalker

GENNAIO 2025

I video sponsored più performanti

3



Andrea Alongi, volevo rimanere un tossico - One More Time

PODCAST ONE MORE TIME d...
466.000 iscritti

Abbonati

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

38.1K

842.8K

N/D

35.7K 'Mi piace' di YouTube,
842.8K Visualizzazioni YouTube, 2.4K Commenti

4



PROVO IL SUSHI PIÙ FAMOSO VS SCONOSCIUTO su JUST EAT | PRATTQUELLO

Pratt
598.000 iscritti

Abbonati

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

37.7K

549.9K

N/D

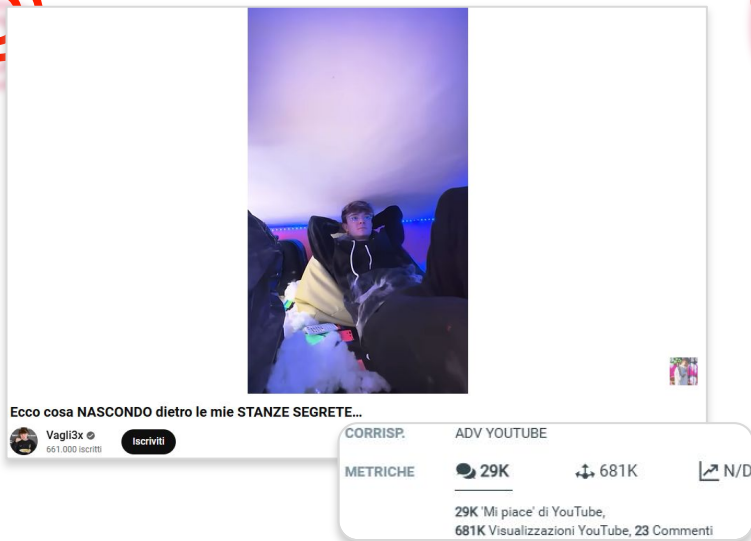
37.6K 'Mi piace' di YouTube,
549.9K Visualizzazioni YouTube, 85 Commenti

GENNAIO 2025



I video sponsored più performanti

5



6



Fonte: Talkwalker

GENNAIO 2025



I video sponsored più performanti

7



LO SMARTPHONE CHE NON PUOI SCARICARE!

 **GianpaoloGolden** ●
1,81 Min di iscritti

Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE  **19.3K**  **286.6K**  **N/D**

19.2K 'Mi piace' di YouTube,
286.6K Visualizzazioni YouTube, 148 Commenti

8



HO CATTURATO UN NUOVO ANIMALE RARO NEL MIO MONDO - ImperoCraft Ep. 171

 **Kendal** ●
2 Min di iscritti

Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE  **16.9K**  **214.9K**  **N/D**

15.9K 'Mi piace' di YouTube,
214.9K Visualizzazioni YouTube, 971 Commenti

Fonte: Talkwalker



GENNAIO 2025

I video sponsored più performanti



HO TROVATO LA CAPRA RARA NEL MIO MONDO - ImperoCraft Ep. 170



Kendal
2 Min di iscritti

iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

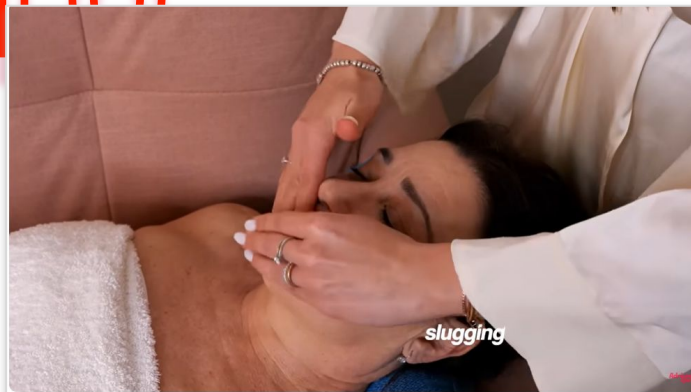
METRICHE

16.1K

245.2K

N/D

15.3K 'Mi piace' di YouTube,
245.2K Visualizzazioni YouTube, 757 Commenti



TRASFORMO CASA MIA IN UNA SPA RILASSANTE PER MIA MAMMA! 🧖‍♀️💆‍♀️



Adriana Spink
690.000 iscritti

iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

16K

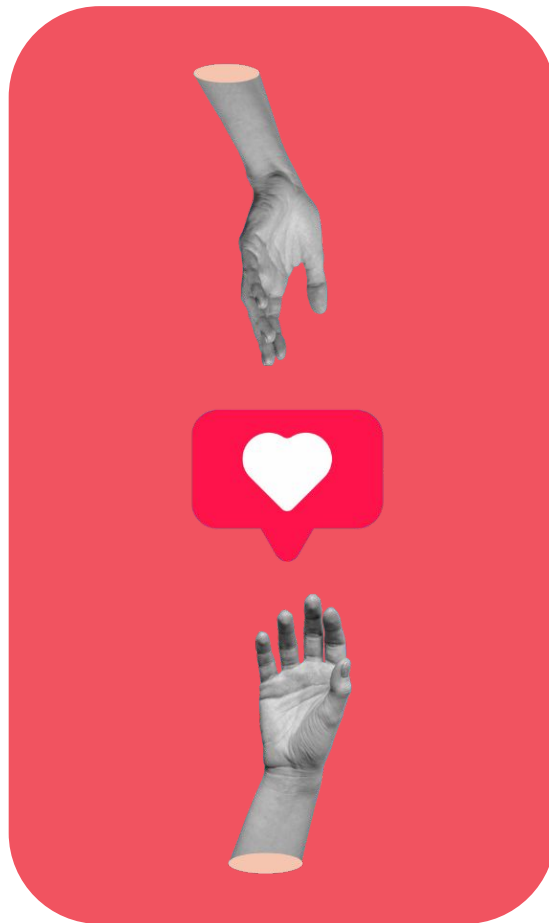
864.9K

N/D

15.9K 'Mi piace' di YouTube,
864.9K Visualizzazioni YouTube, 45 Commenti



Su YouTube, il nuovo anno apre con un aumento delle views dei contenuti adv che registrano un +40% rispetto a Dicembre. Tuttavia, a fronte di questa salita, si osserva una diminuzione sia del numero di video che delle interazioni.



Fonte: Talkwalker

A Gennaio diminuiscono tutti i kpi analizzati ad eccezione delle **views** che salgono del 40,70% attestandosi a **40.2M**. Il numero di video sponsored pubblicati è **2.4K**, l'11,11% in meno rispetto a Dicembre 2024 e le interazioni generate si fermano a **1.2M** (-7,69%).

Questo mese, la sfida sul formato più utilizzato nella top10 dei video più performanti del mese è vinta dagli **Shorts**, che battono i Long Video con 6 contenuti su 10.

In classifica torna il gaming con due contenuti di **Kendal**. Quest'ultimo si contende il podio per il/la creator con il maggior numero di contenuti adv nella top10 con **Arianne Makeup**, anch'essa presente con due contenuti.



**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





OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

CONTATTI

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)"

