

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE

FEBBRAIO 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 Febbraio 2025

FEBBRAIO 2025



I video sponsored più performanti

2.2K

-8,33%

Numero video

1.5M

+25%

Interazioni generate

53.1M

+32,09%

Views

Fonte: Talkwalker



FEBBRAIO 2025



Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



FEBBRAIO 2025



Hashtag utilizzati nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



FEBBRAIO 2025



Brand menzionati nei video Sponsored

A word cloud of brand names mentioned in sponsored videos. The words are arranged in a cluster, with 'Instagram' being the largest and most central. Other prominent words include 'Facebook', 'YouTube', 'Twitter', 'Amazon', 'WhatsApp', 'Fortnite', 'LinkedIn', 'Spotify', and 'Anna'. The colors of the text are primarily dark blue, light blue, and black.

Amazon Facebook Anna
LinkedIn Instagram Spotify
Fortnite Twitter
WhatsApp YouTube

Fonte: Talkwalker

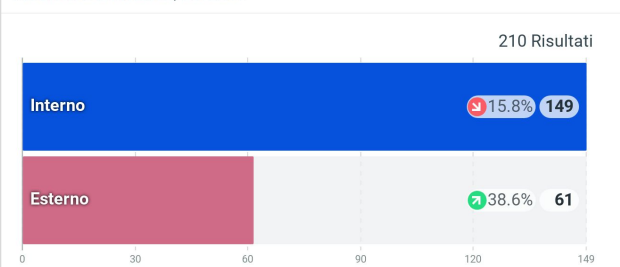


FEBBRAIO 2025



Analisi Visual

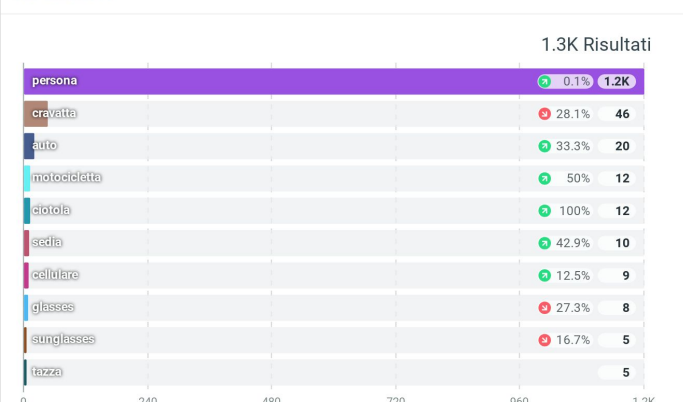
SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



TOP SCENE



TOP OGGETTI



Fonte: Talkwalker

FEBBRAIO 2025



Top creator per attività sponsored

Influencer	Post	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
IL MERCATINO DI AMAZON http://www.youtube.com/	25		410 -78%	16.4 -78%	48 -11.1%	1.9 -11.1%
Lo Spettacolo Militare http://www.youtube.com/	23		701.1K -1.2%	30.5K -1.2%	17.7K +10.3%	770.1 +10.3%
Renael - Rete Nazionale Agenzie ... http://www.youtube.com/	23		895	38.9	16	0.7
Raffaele Fotografia http://www.youtube.com/	20		19	1	6	0.3
euronews (in Italiano) http://www.youtube.com/	15 +50%		4.5K +214.9%	300.7 +110%	67 +31.4%	4.5 -12.4%
PSYCHIATRY ON LINE ITALIA - VI... http://www.youtube.com/	14 +27.3%		3.5K +46.4%	246.9 +15%	189 +35%	13.5 +6.1%
CSK_CYBERSTEAK_ http://www.youtube.com/	14 +40%		36.5K +619.7%	2.6K +414.1%	253 +184.3%	18.1 +103%
Borsa e Finanza http://www.youtube.com/	13 +160%		239 +141.4%	18.4 -7.1%	30 +200%	2.3 +15.4%
Il Sole 24 ORE http://www.youtube.com/	10		668 -72.5%	66.8 -72.5%	9 -76.3%	0.9 -76.3%
Safe Marketing http://www.youtube.com/	9		1.2K	136.9	20	2.2

Fonte: Talkwalker

FEBBRAIO 2025

I video sponsored più performanti

1



Il finale 🏆 Link in bio per un controllo @carVertical Codice STE20✅ (ADV)

daigiaste
407.000 iscritti

iscriviti

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	45.4K 1.1M N/D
45.3K 'Mi piace' di YouTube, 1.1M Visualizzazioni YouTube, 84 Commenti	

2



Sarah Toscano - Amarcord (Official Video - Sanremo 2025)

Sarah Toscano @
47.600 iscritti

iscriviti

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	37.7K 9.8M N/D
35.2K 'Mi piace' di YouTube, 9.8M Visualizzazioni YouTube, 2.4K Commenti	

FEBBRAIO 2025

I video sponsored più performanti

3



Ecco dove mi trasferisco (non me l'aspettavo)

Surry 3,04 Min di iscritti Abbonati Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

30.9K

303K

N/D

29.7K 'Mi piace' di YouTube,
303K Visualizzazioni YouTube, 1.2K Commenti

4



Dentro il CAVEAU SEGRETO dell'Arma dei Carabinieri

Surry 3,04 Min di iscritti Abbonati Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

23.2K

501.8K

N/D

22.7K 'Mi piace' di YouTube,
501.8K Visualizzazioni YouTube, 443 Commenti

FEBBRAIO 2025

I video sponsored più performanti

5



HO CATTURATO UN PHANTOM NEL MIO MONDO - ImperoCraft Ep. 177

Kendal 2,04 Mil di iscritti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

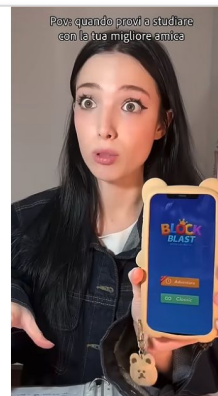
21.9K

206.6K

N/D

21.2K 'Mi piace' di YouTube,
206.6K Visualizzazioni YouTube, 709 Commenti

6



Pov: quando provi a studiare con la tua migliore amica

Pov: quando cerchi di studiare con la tua migliore amica [#BlockBlast](#)

Eleonora Olivieri 1,95 Mil di iscritti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

21.1K

336.9K

N/D

21K 'Mi piace' di YouTube,
336.9K Visualizzazioni YouTube, 123 Commenti



FEBBRAIO 2025

I video sponsored più performanti

7



IL GIOCO delle DOMANDE SCOMODE: Bad Choices

iNoobChannel 1,42 Min di iscritti Abbonati Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 20.8K 262.7K N/D

20.6K 'Mi piace' di YouTube,
262.7K Visualizzazioni YouTube, 198 Commenti

8



The Jackal - Il PARADOSSO dell'AMICIZIA

The Jackal 1,19 Min di iscritti Iscriviti

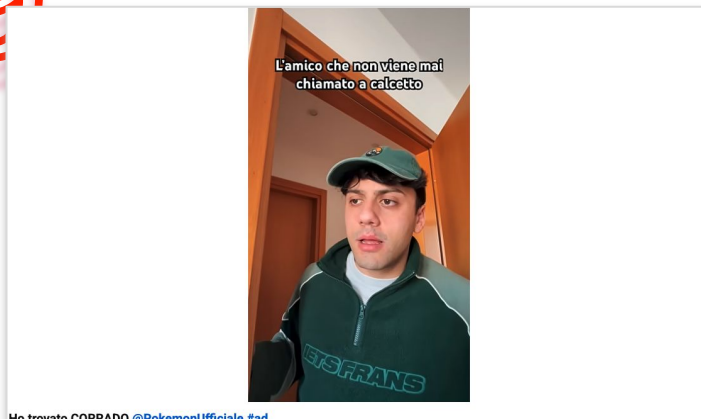
CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 19.5K 528.8K N/D

19.2K 'Mi piace' di YouTube,
528.8K Visualizzazioni YouTube, 297 Commenti

FEBBRAIO 2025

I video sponsored più performanti



Ho trovato CORRADO @PokemonUfficiale #ad



Mario Caruso
222.000 iscritti

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

19.1K

272.4K

N/D

19.1K 'Mi piace' di YouTube,
272.4K Visualizzazioni YouTube, 24 Commenti



CERCO LA VOLPE RARA NEL MIO MONDO - ImperoCraft Ep. 173



Kendal
2,04 Mln di iscritti

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

18.6K

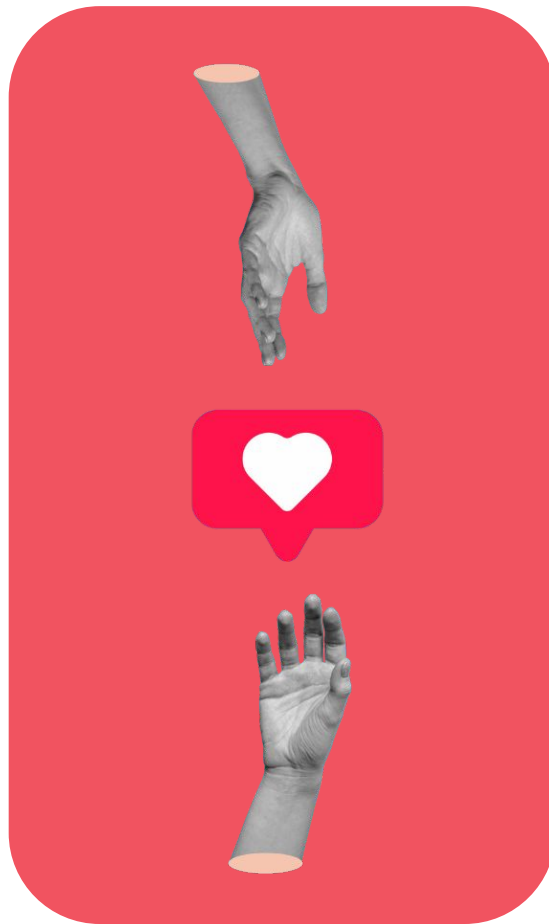
261.5K

N/D

17.2K 'Mi piace' di YouTube,
261.5K Visualizzazioni YouTube, 1.4K Commenti



Pochi contenuti ma molto ingaggianti: è questo lo scenario delle attività di Influencer Marketing su YouTube a Febbraio. Nella sfida tra Shorts e Long video, sono questi ultimi a spuntarla con 6 contenuti su 10 nella top10 dei video più performanti del mese.



Fonte: Talkwalker

A Febbraio continua a diminuire il numero di video sponsored in piattaforma, tuttavia aumentano le relative performance. I video con creator e brand sono **2.2K**, l'8,33% in meno rispetto a Gennaio. Le interazioni generate invece salgono del 25% fermandosi a **1.5M**, mentre le views sono **53.1M** registrando così una crescita del 32,09%.

Questo mese, i **Long video** si prendono la rivincita nei confronti degli Shorts come formato più utilizzato nella top10 dei video più performanti del mese: sono 6 i contenuti in questo formato.

In classifica aumenta la presenza del **gaming** ma troviamo anche automotive, entertainment e food.



**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)"

