

# SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE

APRILE 2025





## 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 Aprile 2025

APRILE 2025



## I video sponsored più performanti

**2.7K**

-3,57%

**Numero video**

**1.4M**

-17,65%

**Interazioni generate**

**66.4M**

+6,92%

**Views**

Fonte: Talkwalker



APRILE 2025



# Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



APRILE 2025



# Hashtag utilizzati nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



APRILE 2025



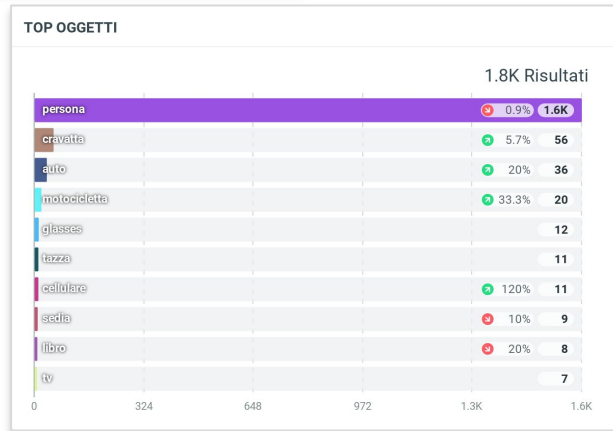
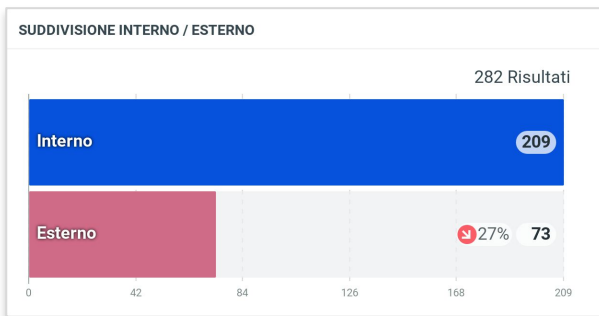
# Brand menzionati nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker

APRILE 2025

# Analisi Visual



Fonte: Talkwalker



APRILE 2025



# Top creator per attività sponsored

Influencer	Post	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
Chiamarsi Bomber <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	116 ↑22.1%		1.3M ↑5.7%	11.6K ↓-13.4%	20.1K ↓-25.2%	173.7 ↓-38.8%
Lo Spettacolo Militare <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	30 ↑7.1%		346.1K ↓-63.7%	11.5K ↓-66.1%	12K ↓-41.3%	399.5 ↓-45.2%
euronews (in Italiano) <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	27 ↓-10%		3K ↓-38.5%	112.7 ↓-31.6%	59 ↓-57.6%	2.2 ↓-52.8%
paoloruffini <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	27		1.5M	55.4K	3.1K	113.3
Affari e Geopolitica <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	24 ↑1.1K%		142.3K ↑217.3%	5.9K ↓-73.6%	4.3K ↑231.6%	178.6 ↓-72.4%
Economia Circolare magazine <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	20		690	34.5	12	0.6
Jugin Gamer <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	16		247	15.4	19	1.2
GialloZafferano <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	13 ↑116.7%		398.1K ↑86.3%	30.6K ↓-14%	9K ↑81.1%	694.8 ↓-16.4%
whiteradio <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	12		215	17.9	5	0.4
PSYCHIATRY ON LINE ITALIA - VIDEOCHANNEL <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a>	11 ↓-21.4%		23.5K ↑492%	2.1K ↑653.4%	5.8K ↑22K%	522.8 ↑2.9K%

Fonte: Talkwalker



APRILE 2025

# I video sponsored più performanti

1

lo sapevo lo sapevo  
**HO PERSO MIA FIGLIA AL SUPERMERCATO**

Come c'è volo si chiama il prosciutto rosa??? 🥰🥰 #casasilva #sitcom #padreefiglia #carrefour #adv

Casa Silva  
175.000 iscritti

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	<b>61.7K</b> 2.7M               N/D
	61.1K 'Mi piace' di YouTube, 2.7M Visualizzazioni YouTube, 590 Commenti

2

**DEDICATA**

UN FILM MINECRAFT ASSIEME a VOI al THE SPACE CERRO?! #adv

LolloLacustre  
1,26 Min di iscritti

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	<b>56.4K</b> 1.2M               N/D
	56.1K 'Mi piace' di YouTube, 1.2M Visualizzazioni YouTube, 345 Commenti



APRILE 2025

# I video sponsored più performanti

3

dell'Amore nella sua cultura

È il momento del suo sogno! @lorealparisit #Adv #Skincare #AgePerfect #Festadellamamma

Shinhai Ventura  
101.000 iscritti

Corrispondenza: ADV YOUTUBE

Metriche: 49.3K Mi piace, 1.9M Visualizzazioni YouTube, N/D Commenti

49.2K 'Mi piace' di YouTube,  
1.9M Visualizzazioni YouTube, 121 Commenti

4

Ho Comprato il CORSO che sta ROVINANDO YouTube

Poldo  
698.000 iscritti

Corrispondenza: ADV YOUTUBE

Metriche: 40.2K Mi piace, 305.7K Visualizzazioni YouTube, N/D Commenti

37.9K 'Mi piace' di YouTube,  
305.7K Visualizzazioni YouTube, 2.4K Commenti



APRILE 2025

# I video sponsored più performanti

5

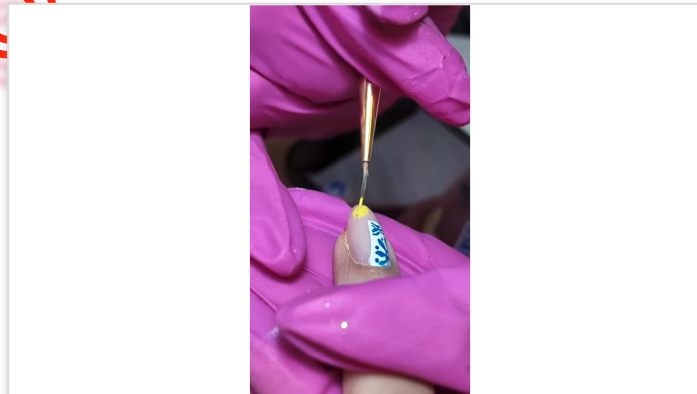


SONO STATO CACCIATO DAL CASINÒ: La verità sul gioco d'azzardo

**Jakidale**   
 2,14 Mil di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE  
 METRICHE **35.5K** **674.7K** **N/D**  
 34.9K 'Mi piace' di YouTube,  
 674.7K Visualizzazioni YouTube, 645 Commenti

6



PINTEREST SCEGLIE DINUOVO LE MIE UNGHIE

**Arienne Makeup**   
 1,44 Mil di iscritti


CORRISP. ADV YOUTUBE  
 METRICHE **33.9K** **946.7K** **N/D**  
 33.2K 'Mi piace' di YouTube,  
 946.7K Visualizzazioni YouTube, 719 Commenti



APRILE 2025

# I video sponsored più performanti

7



Ti rilascio in 60 secondi #asmr @vichylaboratoires #pelledasogno #MevsDehydration#vichyskincare#adv

Chiara ASMR 1,24 Mil di iscritti

Abbonati Iscriviti

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	24.9K                     970.9K                     N/D
24.8K 'Mi piace' di YouTube, 970.9K Visualizzazioni YouTube, 52 Commenti	

8



TRASFORMO dei BANCALI in MOBILI ECONOMICI per il CAPANNONE! EP.7

Ivan Giussani 448.000 iscritti

Iscriviti

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	21.9K                     180.1K                     N/D
21.2K 'Mi piace' di YouTube, 180.1K Visualizzazioni YouTube, 704 Commenti	



APRILE 2025

# I video sponsored più performanti



10

MIXA UREA CICA REPAIR

PREPARO IL MIO BEAUTY PER PUNTA CANA #adv

Samara Tramontana  
201.000 iscritti

iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **21.6K** ↕ 2.6M N/D

21.6K 'Mi piace' di YouTube,  
2.6M Visualizzazioni YouTube, 19 Commenti

STORIA DEL COMUNISMO: com'è nato, perché è fallito, cosa resta oggi

Nova Lectio  
1,38 Mln di iscritti

Abbonati

iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

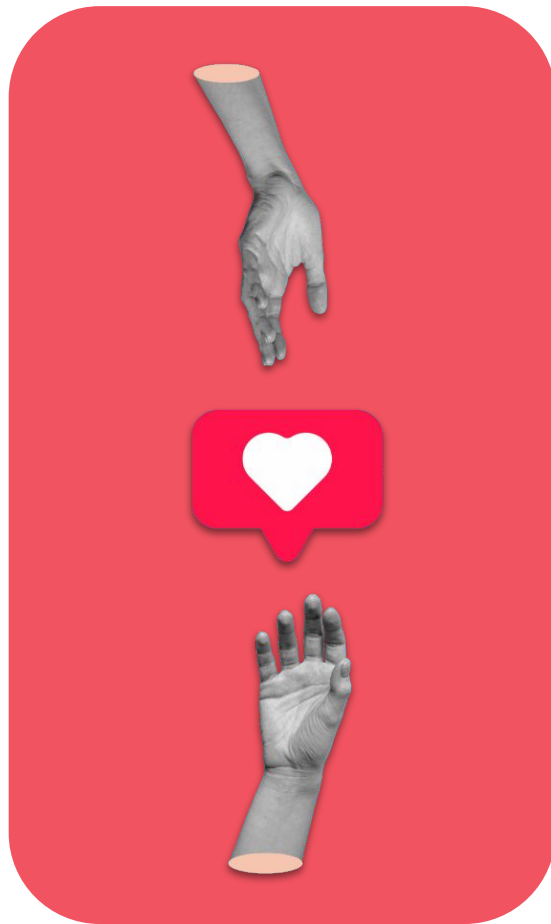
METRICHE **20.8K** ↕ 370.2K N/D

17.8K 'Mi piace' di YouTube,  
370.2K Visualizzazioni YouTube, 3K Commenti



**Meno video, meno interazioni ma più views: è questo il quadro delle attività di Influencer Marketing ad Aprile su YouTube.**

**Nella top 10 dei video più performanti dominano gli Short, 6 contenuti sono in questo formato.**



Ad Aprile le attività di Influencer Marketing su YouTube hanno registrato un calo su tutti i KPI, ad eccezione delle views, che sono aumentate.

I video sponsored sono **2.7K**, il 3,57% in meno rispetto a Marzo; anche le interazioni sono diminuite fermandosi a **1.4M** (-17,65% rispetto al mese precedente). L'unico dato che è salito sono le **views** arrivando a **66.4M** con un incremento quasi del 7% rispetto a Marzo.

Nella top10 dei video più performanti del mese continuano a dominare gli **Short** con 6 contenuti su 10.

Lato settori, la classifica è molto eterogenea ma spiccano **beauty** e **tech**.



**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





OSSERVATORIO  
NAZIONALE  
INFLUENCER  
MARKETING

# CONTATTI

[INFO@ONIM.IT](mailto:INFO@ONIM.IT)

[WWW.ONIM.IT](http://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)"

