



SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK

MAGGIO 2025



UN REPORT MENSILE

Come si evolve l'Influencer Marketing su **TikTok** 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 con [Tactik](#), unit verticale su TikTok del gruppo **Openbox**, e all'utilizzo di appositi tool, 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

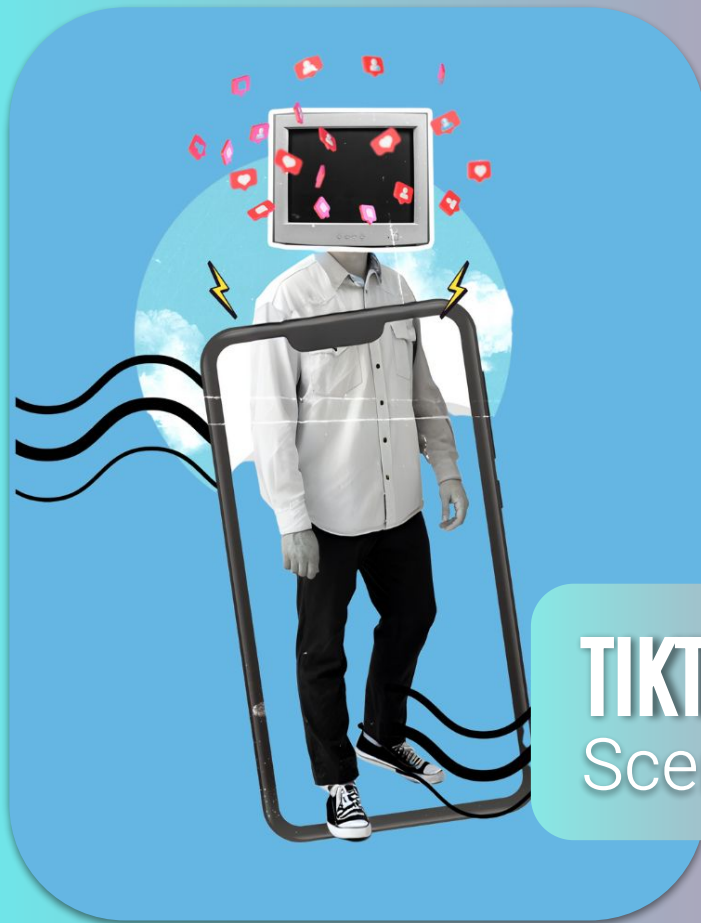
Tutti i dati utilizzati in queste analisi sono un'elaborazione di **TacTik**, **la Unit verticale TikTok di Openbox**, su fonte **Exolyt**, tool dedicato all'analisi e monitoraggio su TikTok.

L'analisi è realizzata mediante una mappatura degli 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.

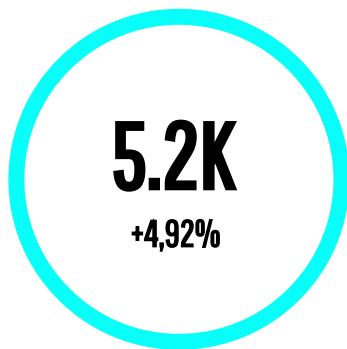




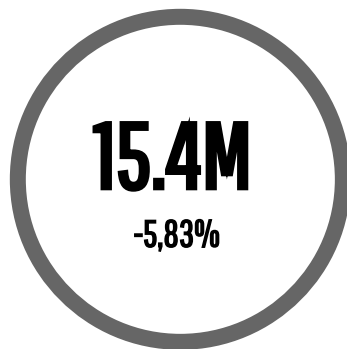
TIKTOK

Scenario Maggio 2025

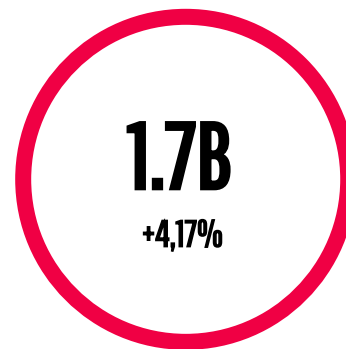
I video nati da collaborazione brand/influencer



Numero video



Interazioni generate



Views

L'andamento delle attività collabs

489

+5,62%

**Video supportati
da media**

252

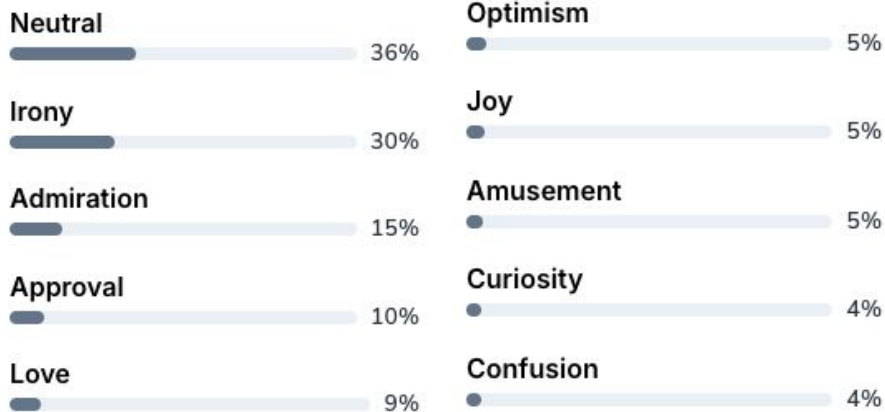
-3,08%

**Video realizzati da
profili verificati**



MAGGIO 2025

Sentiment dei commenti



MAGGIO 2025



Grandezza followerbase creator attivati



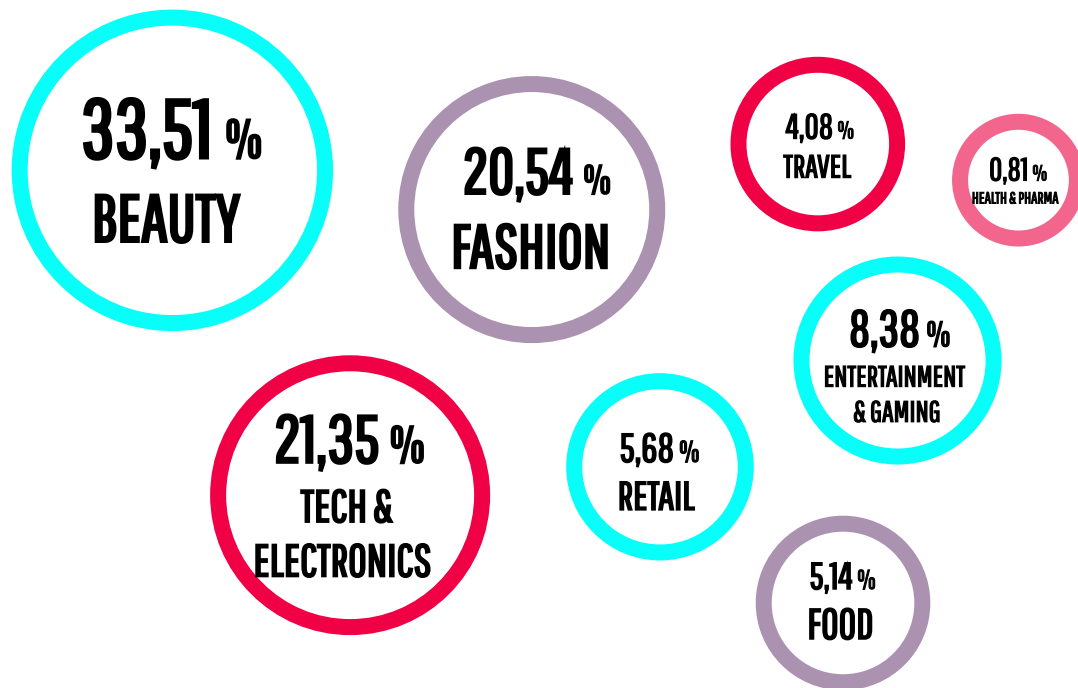
Fonte: Exolyt



Brand menzionati



Attivazioni per settori



Il **Beauty** si conferma ancora una volta il comparto dominante nelle strategie di IM su TikTok crescendo fino al **33,51%**.

Alle sue spalle, **Tech & Electronics** che sale al **21,35%**, superando il Fashion che a maggio subisce una contrazione di oltre **-20%** rispetto al mese precedente.

Anche **Entertainment & Gaming** registra un calo, passando dal 9,75% di aprile all'**8,38%** di maggio. **Retail** e **Food** si mantengono su livelli marginali ma stabili, mentre i comparti **Health & Pharma** (**0,81%**) e **Travel** (**4,59%**) confermano un ruolo più contenuto all'interno delle strategie di attivazione dei brand.

I video sponsored più performanti

1 @ceppelando
x Head & Shoulders

Promoted

Positive

75.2M

84.6K

0.1%

0:36

IT

lun 26 maggio 2025

Anche Spam-Man utilizza Head&Shoulders! Lo so perchè sono il suo fotografo personale, non ci sono altri motivi giuro. @H...

@ceppelando

Views	Likes
• 75.2M	• 84.6K
Comments	Shares
• 346	• 2.5K

2 @ede_mood
x Chupa Chups

Promoted

Positive

40.5M

107.4K

0.3%

1:00

IT

lun 26 maggio 2025

faccio una HIT con i CHUPACHUPS MELODY POPS!

Creiamo una vera HIT con Chupa Chups Melody Pops #ChupaChups #MelodyPops! @chupachupsitalia #adv #havetalentmakeitpop #...

@ede_mood

Influencer

Views	Likes
• 40.5M	• 107.4K
Comments	Shares
• 1.9K	• 1.5K

3 @claudiadionigi13
x Cocolino

Promoted

33.9M

71.4K

0.2%

0:40

IT

lun 26 maggio 2025

lo faccio il bucato, lui fa finta 😂 Ma almeno adesso profuma tutto da paura con #CocolinoProfumoPerBucato aggiunto al ...

@claudiadionigi13

Views	Likes
• 33.9M	• 71.4K
Comments	Shares
• 452	• 2.2K

4 @quellagiovanna
x Canest

Promoted

Neutral

22.1M

48.5K

0.2%

0:55

IT

gio 22 maggio 2025

E tu? Hai Gyno-CanesCystil al tuo fianco? Oggi hai bevuto dell'ACQUA ?! #GynoCanesCystil #Bayer #integratore #adv #come...

@quellagiovanna

Influencer

Views	Likes
• 22.1M	• 48.5K
Comments	Shares
• 211	• 1.7K

5 @paolagatti98
x Algida

Promoted

21.9M

52.9K

0.3%

0:25

IT

gio 29 maggio 2025

Se ti lascia la punta del Cornetto Algida... allora sì, è vero amore. ❤️ #gelatolovers #assaggio #adv #gelato #gelatotime ...

@paolagatti98

Views	Likes
• 21.9M	• 52.9K
Comments	Shares
• 740	• 1.2K

I video sponsored più performanti

6 @vero88v
x GranTurchese

Promoted

Positive

▶ 20.8M

♥ 34.5K

E 0.2%

⌚ 0:35

IT

GranTurchese

ven 16 maggio 2025

Con GranTurchese il nostro risveglio ha qualcosa di unico, ogni mattina parte la nostra missione ed ha un solo obiettivo...

@vero88v

Views	Likes
20.8M	34.5K
Comments	Shares
194	802

7 @goglinogiovanna
x Sunsilk

Promoted

▶ 20.8M

♥ 22.3K

E 0.1%

⌚ 1:43

IT

mar 27 maggio 2025

TikTok: Vi do 3 consigli per ottenere delle Onde Meravigliose con Sunsilk 🥰💙 #SunsilkItalia #VogliamoIlTeamOnde #Onde...

@goglinogiovanna

Brand

Views	Likes
20.8M	22.3K
Comments	Shares
72	773

8 @vittoria.miles
x MayBelline NY

Promoted

Positive

▶ 19.9M

♥ 31.6K

E 0.2%

⌚ 0:23

IT

gio 1 maggio 2025

Se insieme al tuo bubble hairstyle vuoi avere delle ciglia "inflated" ovvero suuper voluminose devi assolutamente prova...

@vittoria.miles

Influencer

Views	Likes
19.9M	31.6K
Comments	Shares
86	1.9K

9 @svevafischetti
x L'Oréal Paris

Promoted

▶ 19.1M

♥ 29.5K

E 0.2%

⌚ 0:23

IT

ven 2 maggio 2025

Pov: il mio stile personale è un mix di diversi aesthetic, più caratterizzati dal genere "soft girl". Questo rossetto Color Riche è un rossetto senza tempo e per celebrare 40 anni di colori ho associato queste 5 shade a 5 declinazioni del...

@svevafischetti

Influencer

Views	Likes
19.1M	29.5K
Comments	Shares
64	812

10 @giuliaamari
x Magnum

Promoted

Positive

▶ 18.1M

♥ 35.2K

E 0.2%

⌚ 0:20

IT

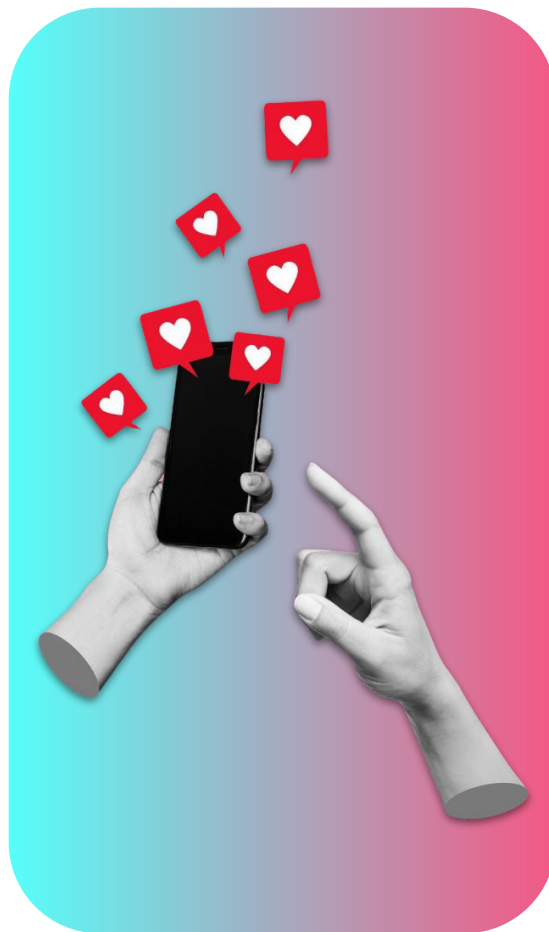
gio 29 maggio 2025

Ci sono giorni in cui solo un Magnum può capire quello che provo 💎💕 #gelatolovers #assaggio #adv #gelato #gelatotime ...

@giuliaamari

Views	Likes
18.1M	35.2K
Comments	Shares
474	1.3K

Più video sponsored e view ma meno interazioni; aumenta ancora l'utilizzo dell'advertising: è questo lo scenario delle attività di Influencer Marketing su TikTok a maggio.



Fonte: Talkwalker

Dopo la battuta di arresto di aprile, a maggio le attività con influencer e brand su TikTok tornano a **crescere** su quasi tutti i fronti. I video sponsored pubblicati questo mese sono **5.2K**, quasi il 5% in più rispetto a aprile. Anche le views salgono, toccando quota **1.7B** (+4,17% in più rispetto al mese precedente). L'unico dato che invece decresce sono le interazioni che non vanno oltre **15.4M** registrando così una discesa del 5,83%.

Guardando i video sponsored supportati da media si osserva, anche questo mese, un incremento. Sono **489** i video di campagne di IM spinti dall'advertising, il 5,62% in più rispetto ad aprile.

La top10 dei video sponsored più performanti del mese è molto **eterogenea** sia in termini di creator che di settori di prodotti/servizi sponsorizzati.



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)"

