

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE

MAGGIO 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.

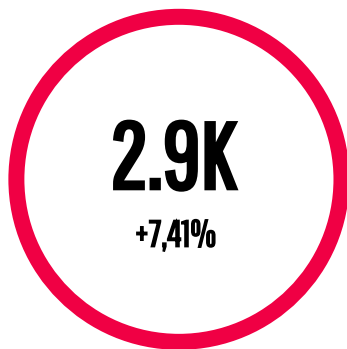




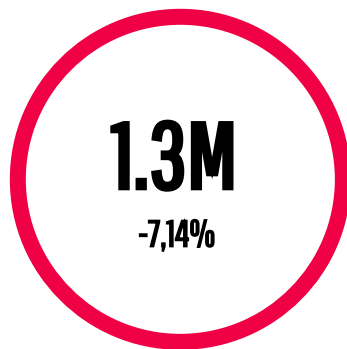
YOUTUBE

Scenario Maggio 2025

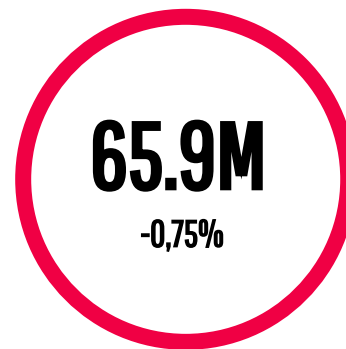
I video sponsored più performanti



Numero video



Interazioni generate



Views



MAGGIO 2025



Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



MAGGIO 2025



Hashtag utilizzati nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



MAGGIO 2025



Brand menzionati nei video Sponsored

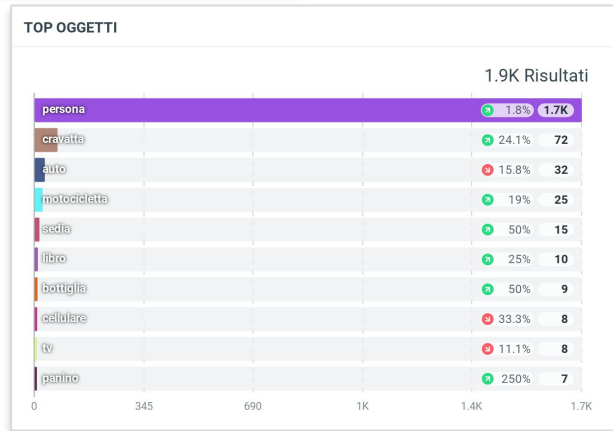
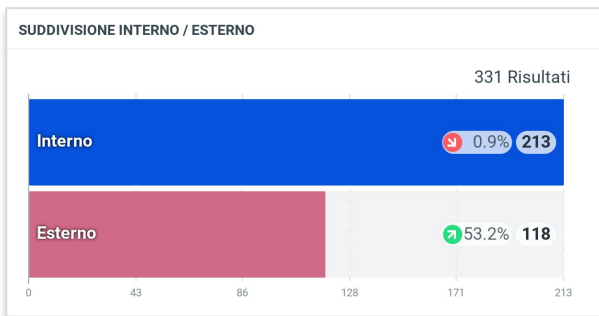


Fonte: Talkwalker



MAGGIO 2025

Analisi Visual



Fonte: Talkwalker



MAGGIO 2025

Top creator per attività sponsored

Influencer	Post	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
Chiamarsi Bomber http://www.youtube.com/	120 1.7%		2.6M 86.1%	21.7K 83%	31K 49.3%	258 46.8%
THE OF KING 208 http://www.youtube.com/	44		1.3K	30.5	78	1.8
Lo Spettacolo Militare http://www.youtube.com/	42 35.5%		367.4K 2%	8.7K -24.7%	14.8K 20.7%	353.5 -10.9%
euronews (in Italiano) http://www.youtube.com/	24 -20%		3.5K -8.2%	144.5 14.7%	115 35.3%	4.8 69.1%
Adnkronos http://www.youtube.com/	23 155.6%		13.3K 2.7K%	578.6 998.6%	16 1.5K%	0.7 526.1%
Camera di commercio di Torino http://www.youtube.com/	22		1.2K	53.6	29	1.3
David Pascucci - Trading & Merca... http://www.youtube.com/	20		31.9K	1.6K	3.4K	171
Affari e Geopolitica http://www.youtube.com/	19 -20.8%		36.2K -74.6%	1.9K -67.9%	2K -54.5%	102.6 -42.5%
K-pop Veneto http://www.youtube.com/	18		4.8K	267.5	400	22.2
TH3ONE http://www.youtube.com/	17 183.3%		59.9K -43.5%	3.5K -80%	1.1K -42.6%	67 -79.7%

Fonte: Talkwalker

MAGGIO 2025

I video sponsored più performanti

1

Ho messo questo TELEFONO IN LAVATRICE... Funziona Ancora!

GianpaoloGolden 1,83 Mila di iscritti [iscritti](#)

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **40.6K** **1.1M** **N/D**

39.9K 'Mi piace' di YouTube,
1.1M Visualizzazioni YouTube, 739 Commenti

2

Questo telefono mi ha SALVATO LA GIORNATA! Ecco perché.

GianpaoloGolden 1,83 Mila di iscritti [iscritti](#)

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **40.1K** **1.4M** **N/D**

40K 'Mi piace' di YouTube,
1.4M Visualizzazioni YouTube, 142 Commenti



MAGGIO 2025

I video sponsored più performanti

3



UN NUOVO INIZIO - SOULCRAFT EP. 1

Kendal 2,06 Min di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 35.3K 235.2K N/D

34K 'Mi piace' di YouTube,
235.2K Visualizzazioni YouTube, 1.2K Commenti

4



COSTRUIAMO un SOPPALCO GIGANTE in CAPANNONE! RISTRUTTURO IL CAPANNONE EP.9

Ivan Giussani 450.000 iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 24.5K 163.4K N/D

24.1K 'Mi piace' di YouTube,
163.4K Visualizzazioni YouTube, 419 Commenti



MAGGIO 2025

I video sponsored più performanti

5



TAGLIO ALBERI! 🌲🌲 | Pinningum EP.5

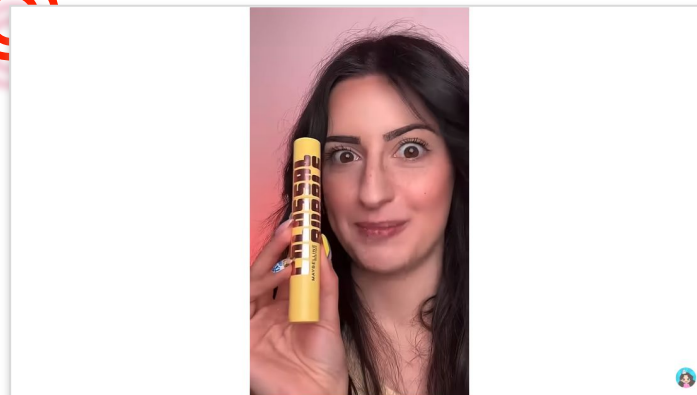
SINNAGGAGGHIRI
 778.000 iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 23.3K 274.8K N/D

23K 'Mi piace' di YouTube,
274.8K Visualizzazioni YouTube, 365 Commenti

6



IL MIO NUOVO MASCARA PREFERITO: Colossal Bubble di @maybellinenewyork

Arienne Makeup
 1.46 Mil di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 19.7K 956.9K N/D

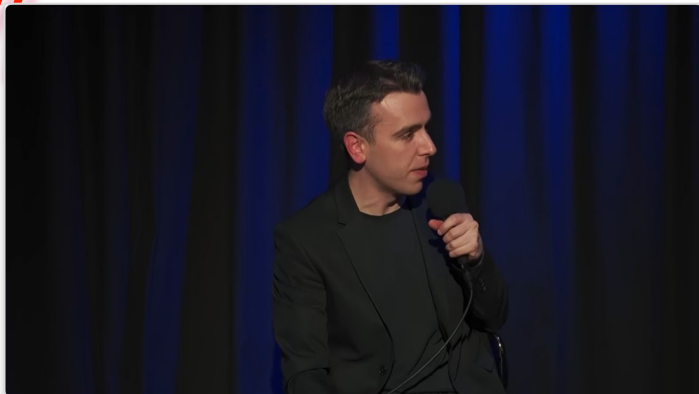
19.5K 'Mi piace' di YouTube,
956.9K Visualizzazioni YouTube, 131 Commenti



MAGGIO 2025

I video sponsored più performanti

7



LIVE! Le confessioni dei SESSUOLOGI: falsi miti, drammi moderni e strane convinzioni

ILLUMINA SHOW

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 18K 275.8K N/D

17.7K 'Mi piace' di YouTube,
275.8K Visualizzazioni YouTube, 350 Commenti

8



Il finale Per un controllo @carVertical link in bio !! Codice STE20 (adv)

DAIGLASTE

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 17.5K 957.3K N/D

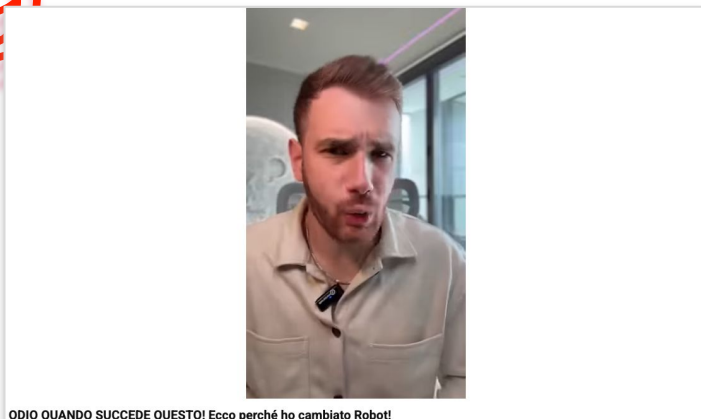
17.5K 'Mi piace' di YouTube,
957.3K Visualizzazioni YouTube, 24 Commenti



MAGGIO 2025



I video sponsored più performanti



ODIO QUANDO SUCCEDE QUESTO! Ecco perché ho cambiato Robot!

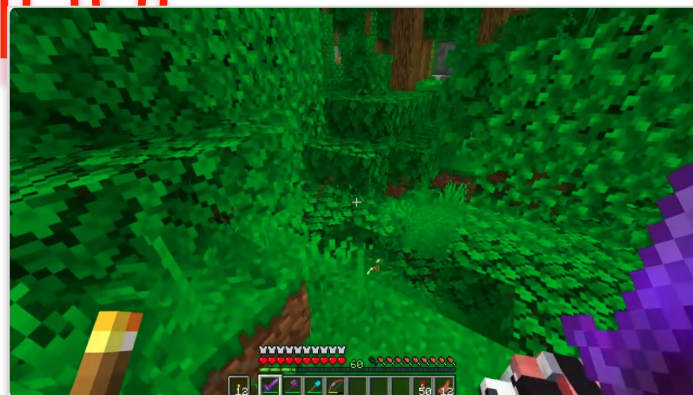
Gianpaolo Golden
1,83 Min di iscritti

Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 16.8K 491.8K N/D

16.7K 'Mi piace' di YouTube,
491.8K Visualizzazioni YouTube, 90 Commenti



HO QUASI DISTRUTTO IL MIO MONDO DI MINECRAFT - ImperoCraft Ep. 197

Kendal
2,06 Min di iscritti

Iscriviti

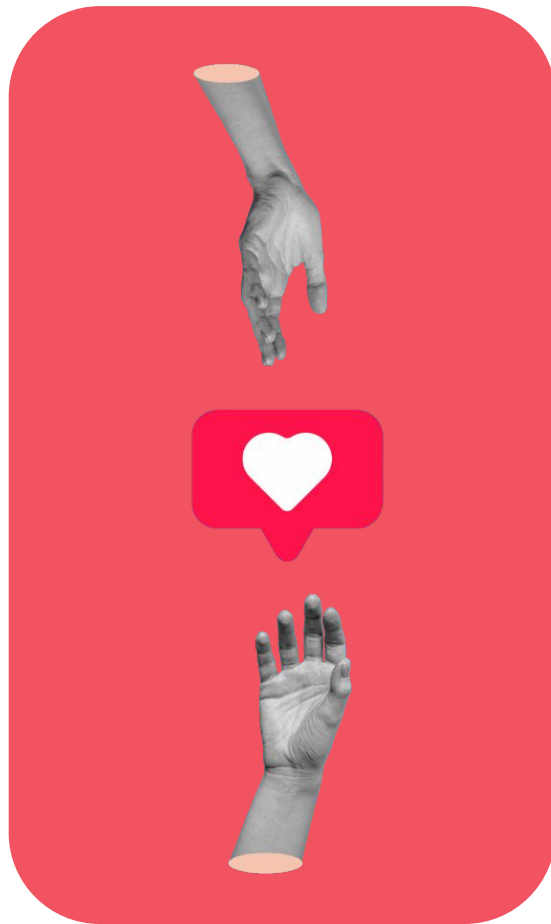
CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 16.8K 209.1K N/D

16K 'Mi piace' di YouTube,
209.1K Visualizzazioni YouTube, 777 Commenti



A Maggio, su YouTube, aumenta il numero di video sponsored ma diminuiscono sia le interazioni che le views. Pareggio tra shorts e long video nella top 10 dei video più performanti del mese: in classifica non domina nessun formato.



Questo mese le attività con creator e brand su YouTube registrano un calo su quasi tutti i kpi analizzati. L'unico dato in crescita è il numero di video: sono **2.9K** i video realizzati con creator e brand a maggio, il 7,41% in più rispetto al mese precedente. Le interazioni generate diminuiscono del 7,14% fermandosi a **1.3M** mentre le views subiscono una leggera flessione (-0,75%) attestandosi a **65.9M**.

Nella top 10 dei video più performanti del mese spicca **GianpaoloGolden** con 3 video, due dei quali rispettivamente medaglia d'oro e d'argento.

Kendal invece, con i suoi video a tema gaming, conquista due posizioni in classifica.



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)"

