

# SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK

MARZO 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 Marzo 2025

# I video nati da collaborazione brand/influencer



**5.2K**

**Numero video**



**17.5M**

**Interazioni generate**



**1.7B**

**Views**

## L'andamento delle attività collabs

**415**

**Video supportati  
da media**

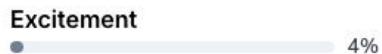
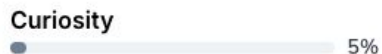
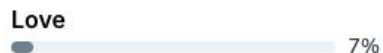
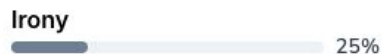
**244**

**Video realizzati da  
profili verificati**



MARZO 2025

# Sentiment dei commenti



# Grandezza followerbase creator attivati

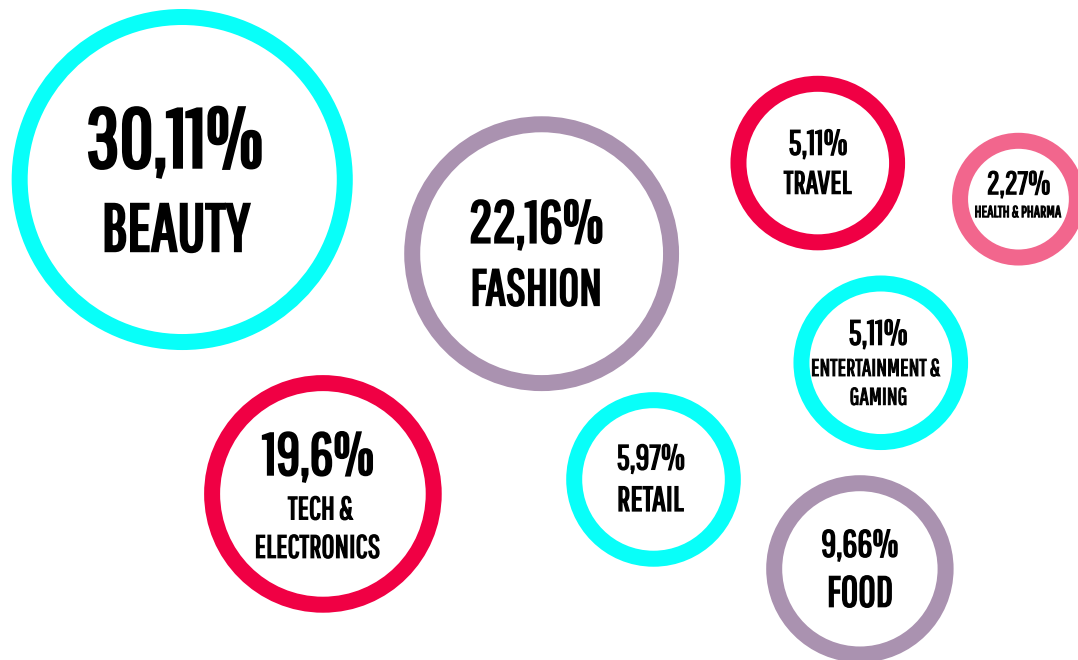




# Brand menzionati



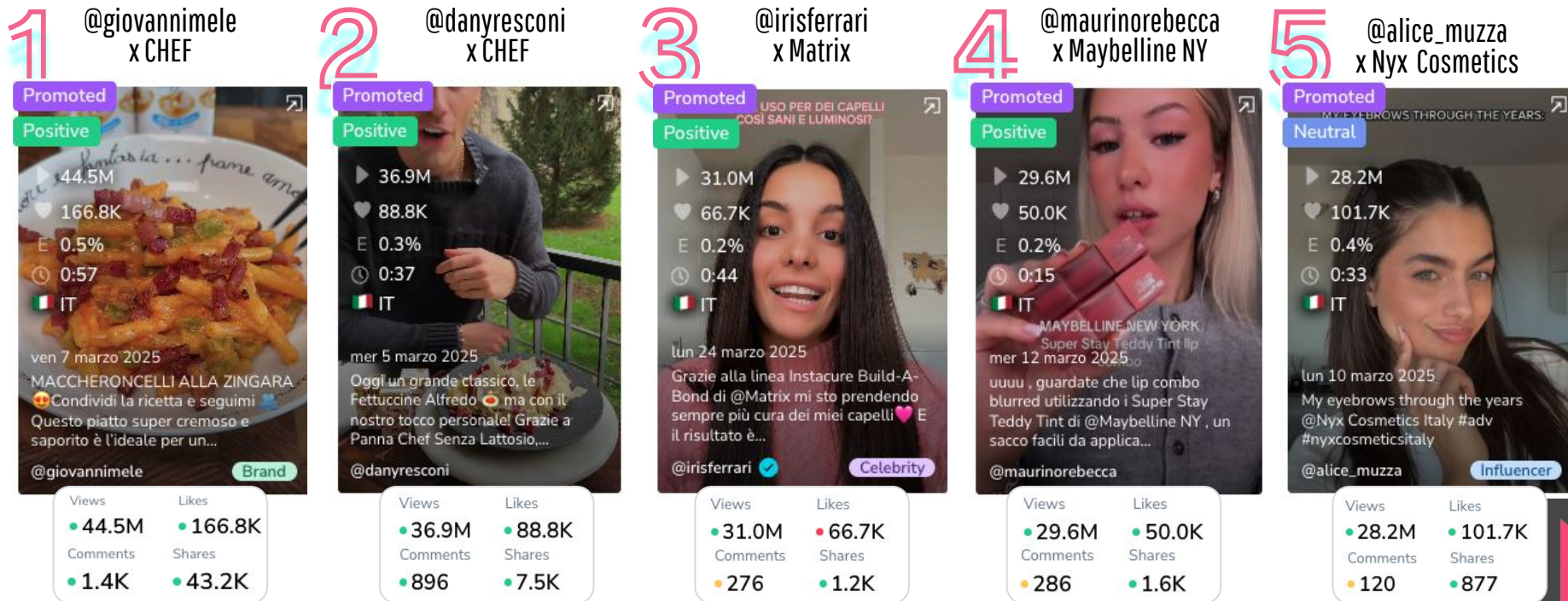
## Attivazioni per settori



Si evidenzia una predominanza del settore **Beauty**, che rappresenta oltre il 30% dei brand noti menzionati, confermando quanto questo ambito sia centrale nella comunicazione social e nelle collaborazioni con i creator. Seguono il **Fashion** (22,16%) e il **Food & Beverage** (9,66%), settori anch'essi ben radicati nelle strategie di influencer marketing. La presenza più contenuta dell'**Entertainment & Gaming** (5,11%) e dell'**Health & Pharma** (2,27%) suggerisce una minore frequenza d'inserimento diretto nei contenuti, ma non necessariamente una minore rilevanza strategica.

MARZO 2025

# I video sponsored più performanti



Fonte: Exolyt

# I video sponsored più performanti

6 @martinasocrate  
x FRoSTA



Views	Likes
• 21.6M	• 97.4K
Comments	Shares
• 626	• 4.6K

7 @mariocaruso  
x CeraVe



Views	Likes
• 20.7M	• 266.6K
Comments	Shares
• 360	• 4.8K

8 @bealacosmetologa  
x Eau Thermale Avène



Views	Likes
• 20.0M	• 19.5K
Comments	Shares
• 93	• 1.1K

9 @noemiipiunti  
x Maybelline NY



Views	Likes
• 19.3M	• 49.4K
Comments	Shares
• 189	• 772

10 @elenahazinah  
x L'Oréal Paris



Views	Likes
• 19.0M	• 63.0K
Comments	Shares
• 472	• 1.2K



**TikTok si conferma in crescita per le attività con influencer e brand. Ottimi i valori in termini di quantità di video pubblicati ma, soprattutto, lato performance. Essenziale il supporto media.**



Le attività di Influencer Marketing prendono sempre più piede su TikTok. Confrontando le performance tra **TikTok e Instagram**, emerge un quadro interessante: se da un lato TikTok presenta ancora un volume di contenuti sponsorizzati significativamente inferiore rispetto a Instagram, dall'altro registra un numero di interazioni superiore. Andando nel dettaglio, i contenuti sponsored pubblicati su TikTok questo mese sono **5.2K** contro i 22.6K di IG. Lato interazioni generate invece si registra un **17.5M** per TT contro i 13.5M di IG. Questo risultato è probabilmente dovuto al forte **supporto media** promosso dalla piattaforma stessa. Non a caso, nella top10 dei video più performanti del mese troviamo solo contenuti supportati da campagne di advertising ("promoted").



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)"

