



SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK

GIUGNO 2025



POWERED BY  TACTIK



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.

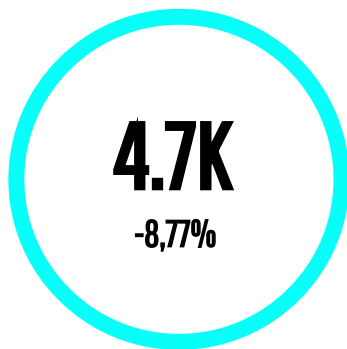




TIKTOK

Scenario Giugno 2025

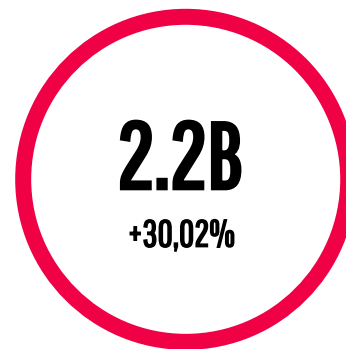
I video nati da collaborazione brand/influencer



Numero video



Interazioni generate



Views

L'andamento delle attività collabs

580

+18,61%

**Video supportati
da media**

252

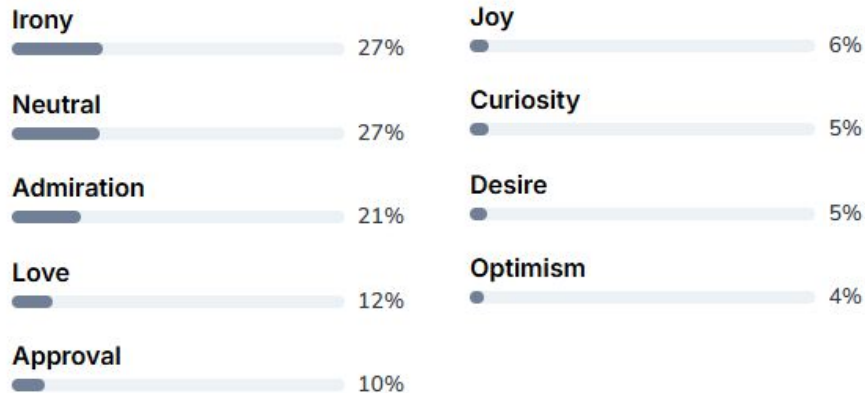
-

**Video realizzati da
profili verificati**



GIUGNO 2025

Sentiment dei commenti



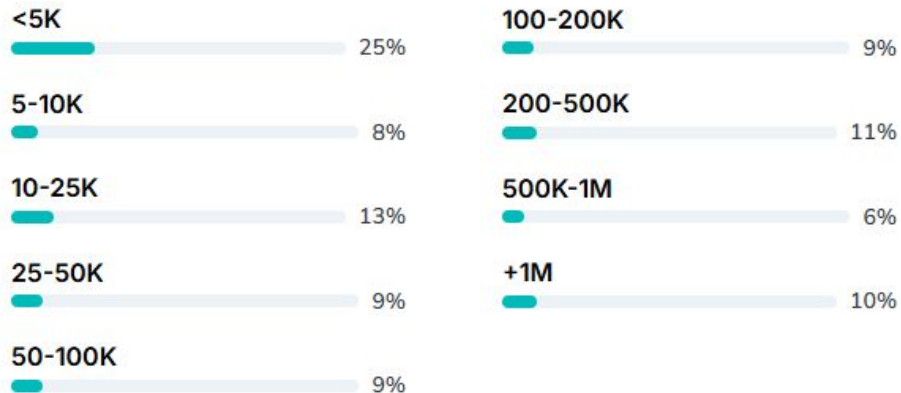
Irony 27%   73% Not



GIUGNO 2025



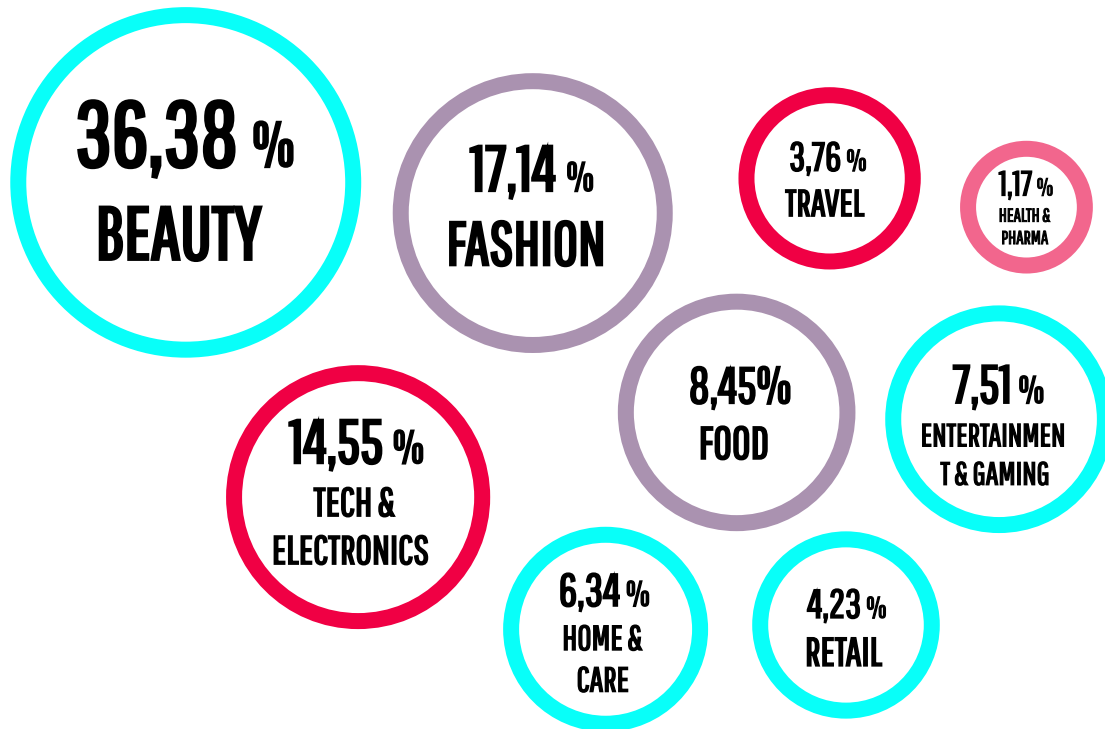
Grandezza followerbase creator attivati



Fonte: Exolyt

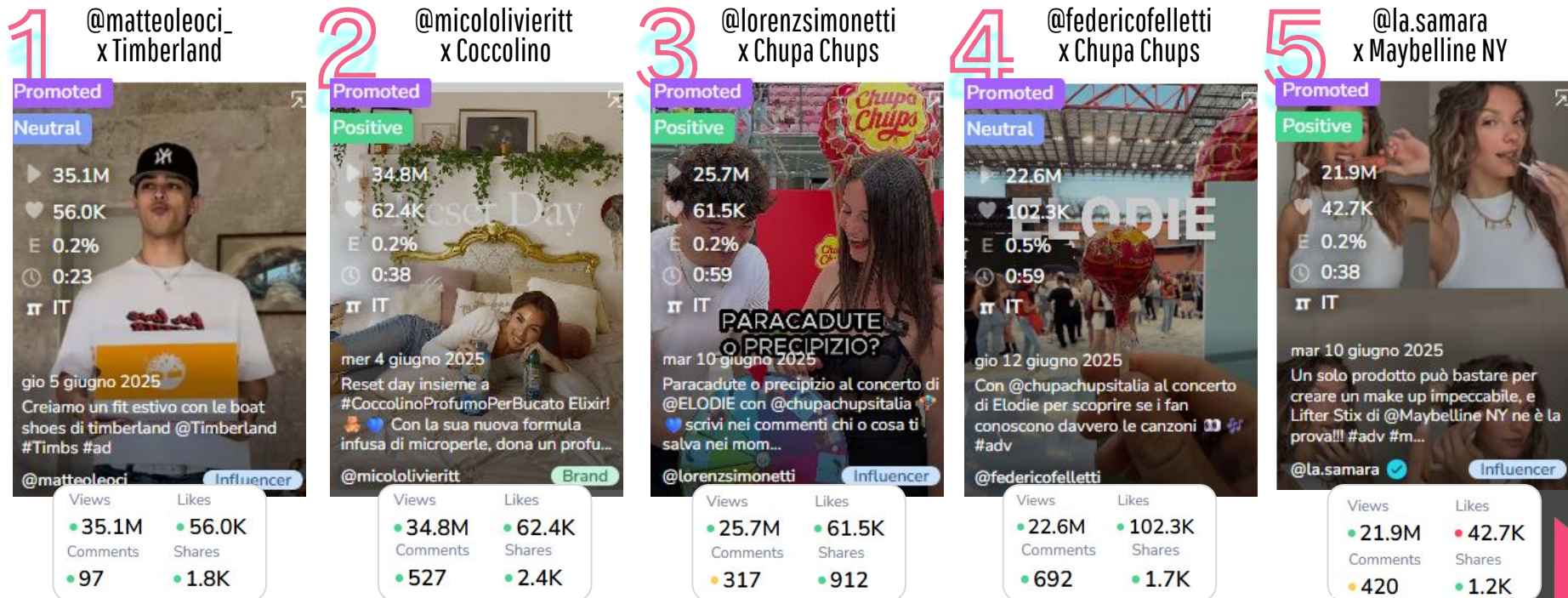


Attivazioni per settori



A giugno il **Beauty** cresce ancora e si conferma primo settore per attivazioni (36,38%). **Food & Beverage** è la categoria che cresce di più in termini relativi, passando dal 5,14% di maggio all'**8,45%** (+64,40%). Torna a crescere anche il comparto **Health & Pharma** e debutta tra i settori attivi **Home & Care**, con un'incidenza del **6,34%**, a dimostrazione di un ampliamento del perimetro merceologico dell'IM. In calo invece **Fashion**, **Travel** e, soprattutto, **Tech & Electronics** e **Retail**. Stabile ma in lieve discesa l'**Entertainment**.

I video sponsored più performanti



GIUGNO 2025

I video sponsored più performanti

6 @sonogiovannino x Durex

Promoted

21.1M

48.7K

0.3%

0:46

IT

per

ven 13 giugno 2025

L'ultima è sicuramente la più rivoluzionaria 🍌

#durexnudesensation #adv

@sonogiovannino

Brand

Views	Likes
21.1M	48.7K
Comments	Shares
894	4.2K

7 @sarascereilli x Cipster

Promoted

Neutral

POV: l'amica ER-STRESSATA

20.8M

79.6K

0.4%

0:47

IT

mer 11 giugno 2025

Un'amica stressata, una giornata no e... una sola soluzione: 🍌 Cipster Lenticchie 🍌 Sembrano chips Cipster. Croccano come ch...

@sarascereilli

Views	Likes
20.8M	79.6K
Comments	Shares
841	2.5K

8 @aleperrella x Cipster

Promoted

Positive

quella persona fissata con DIETA E ALLENAMENTO

20.8M

58.9K

0.3%

0:58

IT PATATINE...FRITTE...

gio 12 giugno 2025

POV: sei a dieta ma non puoi abbandonare le tue chips preferite. La scienza non può spiegare questa logica, ma noi sì 😊 ...

@aleperrella_

Views	Likes
20.8M	58.9K
Comments	Shares
684	1.7K

9 @giugiolol4 x Nyx Cosmetics

Promoted

Positive

20.3M

26.9K

0.1%

0:59

IT

mer 4 giugno 2025

New lip, new energy 4 colors, 4 characters - all of them live rent-free in me 🍓🍓🍓🍓🍓🍓🍓🍓🍓🍓

@Nyx Cosmetics Italy #...

@giugiolol4

Influencer

Views	Likes
20.3M	26.9K
Comments	Shares
326	833

10 @martinastrazzer_ x Kérastase

Promoted

Positive

19.6M

39.5K

0.2%

0:15

IT

Quando ti dicono che il hair oiling non serve

miel capelli con Elixir Ultime di Kérastase 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌

sab 21 giugno 2025

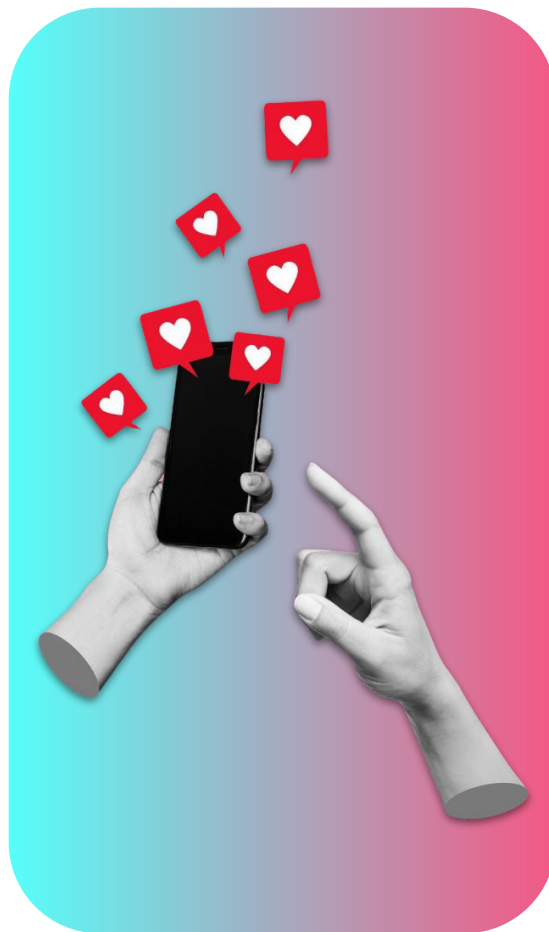
Avete mai provato l'Hair Oiling? Sicuramente quest'estate con Elixir Ultime di @Kérastase per ridare idratazione e lucen...

@martinastrazzer_

Influencer

Views	Likes
19.6M	39.5K
Comments	Shares
115	1.3K

Meno video ma più interazioni e views: questo mese le attività con creator e brand registrano ottimi valori lato interazioni e, soprattutto views. Aumentano ancora, e non di poco, i video supportati da media.



A giugno le attività di IM su TikTok salgono lato interazioni e, soprattutto, views ma registrano una flessione per il numero di video sponsored. Quest'ultimi scendono dell'8,77% rispetto a maggio, fermandosi a **4.7K**. Le interazioni generate invece arrivano a **17.1M** (+11,40% rispetto al mese precedente), mentre le views sono il dato che registra una crescita maggiore toccando quota **2.2B** con una crescita mensile del 30%.

Non si ferma neanche questo mese la salita del numero di video sponsored supportati da media. A giugno sono **580**, il 18,61% in più rispetto a maggio.

Nella top 10 dei video sponsored più performanti del mese spiccano **Chupa Chups** e **Cipster** con due contenuti a testa.



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



in

f



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)"

