



SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE

GIUGNO 2025



POWERED BY  **Talkwalker**



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.





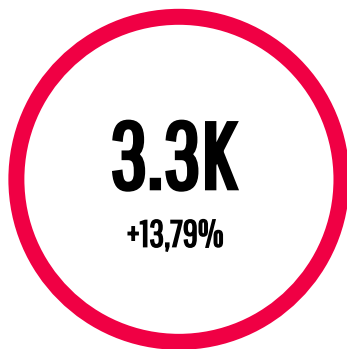
YOUTUBE

Scenario Giugno 2025

GIUGNO 2025



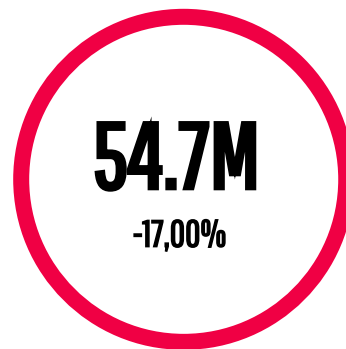
I video sponsored più performanti



Numero video



Interazioni generate



Views

Fonte: Talkwalker



GIUGNO 2025



Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



GIUGNO 2025



Hashtag utilizzati nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



GIUGNO 2025



Brand menzionati nei video Sponsored



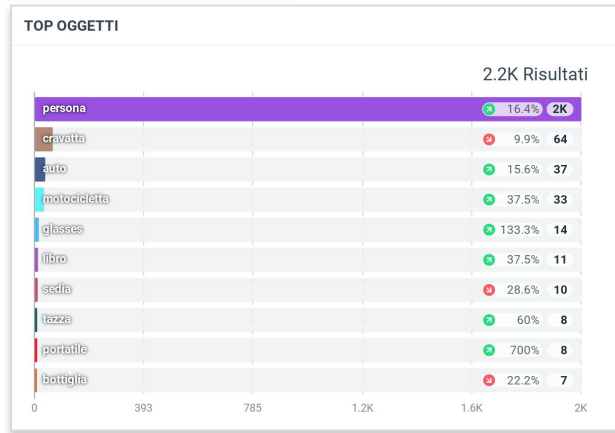
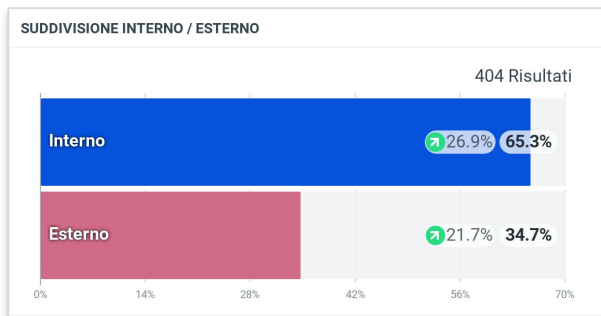
Fonte: Talkwalker



GIUGNO 2025



Analisi Visual



Fonte: Talkwalker



GIUGNO 2025



Top creator per attività sponsored

Influencer	Rete	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
Lo Spettacolo Militare http://www.youtube.com/		49 ↑19.5%		279.9K ↓-22.3%	5.7K ↓-35%	12K ↓-17%	245.5 ↓-30.6%
Il Sole 24 ORE http://www.youtube.com/		27 ↑237.5%		4.4K ↓-11.7%	162.7 ↓-73.8%	76 ↑145.2%	2.8 ↓-27.4%
Intelligenze Congiunte Podcast http://www.youtube.com/		25		139	5.6	12	0.5
IsiCult http://www.youtube.com/		23		52	2.3	0	0
euronews (in Italiano) http://www.youtube.com/		20 ↓-16.7%		13.2K ↑277%	659.4 ↑352.4%	110 ↓-4.3%	5.5 ↑14.8%
GialloZafferano http://www.youtube.com/		19 ↑137.5%		486.2K ↑73.7%	25.6K ↓-26.9%	11.2K ↑127.9%	587.5 ↓-4%
paoloruffini http://www.youtube.com/		19 ↑35.7%		3.1M ↑291.9%	163.3K ↑188.8%	79.6K ↑763.8%	4.2K ↑536.5%
Crisal Fashion Sport http://www.youtube.com/		17 ↑750%		19.8K ↑30.8K%	1.2K ↑3.5K%	111	6.5
RadioTrumanTV http://www.youtube.com/		16 ↑700%		2.3K ↑426.2%	140.8 ↓-34.2%	3	0.2 ↓-87.5%
Chiamarsi Bomber http://www.youtube.com/		13 ↓-88.7%		1.2M ↓-53.2%	88.8K ↑313.8%	10.8K ↓-63.4%	834.5 ↑224.1%

Fonte: Talkwalker

GIUGNO 2025

I video sponsored più performanti

1



Non ha più lo sprint di una volta - iBarbari #shorts

iBarbari.it
124.000 iscritti

tecnici

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **63.8K** **2.3M** **N/D**

63.7K 'Mi piace' di YouTube,
2.3M Visualizzazioni YouTube, 151 Commenti

2



DA BOLOGNA A FIRENZE A PIEDI CON GAMBE ROBOT

Jakidale @
2.14 Mil di iscritti

tecnici

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **40.6K** **823.2K** **N/D**

39.6K 'Mi piace' di YouTube,
823.2K Visualizzazioni YouTube, 995 Commenti



GIUGNO 2025

I video sponsored più performanti

3

Registrati su @BidItaliaOfficial con il codice TORRETTI e riceverai 30 crediti! **ADV**

Torretti
297.000 iscritti

Abbonati **iscritti**

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **40K** **1.7M** **N/D**

39.9K 'Mi piace' di YouTube,
1.7M Visualizzazioni YouTube, 156 Commenti

4

HO COMPLETATO IL BEACON DI NETHERITE DOPO 2 ANNI - ImperoCraft EP. 204

Kendal
2.67 Mila di iscritti

Abbonati **iscritti**

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **32.7K** **295.1K** **N/D**

30.6K 'Mi piace' di YouTube,
295.1K Visualizzazioni YouTube, 2.1K Commenti



GIUGNO 2025



I video sponsored più performanti

5

I RIMEDI DELLA NONNA PER L'ESTATE 🍌🍌 @GARNIERIT

Arienne Makeup ●
1,47 Mil di iscritti

Corrispondente: ADV YOUTUBE

Metriche: 32.3K (Mi piace), 1.8M (Visualizzazioni), N/D (Commenti)

32.1K 'Mi piace' di YouTube,
1.8M Visualizzazioni YouTube, 206 Commenti

6

L'Incredibile MANUALE di INTERNET Scomparso nel Nulla

Poldo ●
703.000 Iscritti

Corrispondente: ADV YOUTUBE

Metriche: 26.8K (Mi piace), 252.9K (Visualizzazioni), N/D (Commenti)

25.8K 'Mi piace' di YouTube,
252.9K Visualizzazioni YouTube, 1.1K Commenti

Fonte: Talkwalker



GIUGNO 2025

I video sponsored più performanti

7



Gasparri con Maurizio Gasparri e Giuseppe Cruciani | Pulp Podcast #27

Pulp Podcast
239.000 iscritti

Abbonati

Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **24.3K** ↕ 743.1K ↗ N/D

21.7K 'Mi piace' di YouTube,
743.1K Visualizzazioni YouTube, 2.6K Commenti

8



LA CENA DI CLASSE

Le Coliche
423.000 iscritti

Abbonati

Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **22.7K** ↕ 506K ↗ N/D

21.8K 'Mi piace' di YouTube,
506K Visualizzazioni YouTube, 929 Commenti



GIUGNO 2025



I video sponsored più performanti



Enea, 10 anni e la mamma. Gifted By Galatine

paoloruffini 131.000 iscritti [Iscriviti](#)

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **21.6K** **888.6K** **N/D**

20.8K 'Mi piace' di YouTube,
888.6K Visualizzazioni YouTube, 847 Commenti



FALSISSIMO EP 12 - CALCIO SCOMMESSE - PARTE 1

FABRIZIO CORONA 558.000 iscritti [Abbonati](#) [Iscriviti](#)

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **19.8K** **484.8K** **N/D**

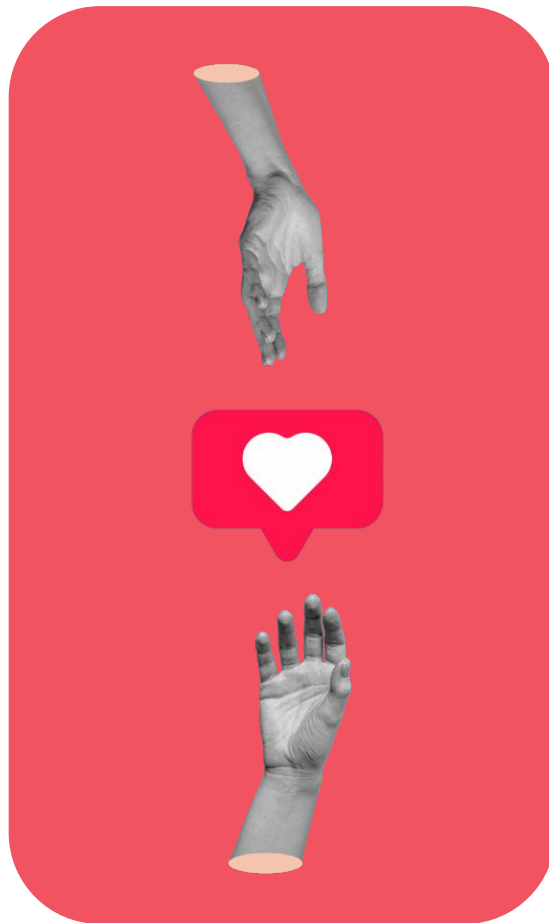
18.5K 'Mi piace' di YouTube,
484.8K Visualizzazioni YouTube, 1.4K Commenti

Fonte: Talkwalker



A giugno crescono sia il numero di video sponsored pubblicati che le interazioni generate, forte flessione invece per le views.

La sfida tra shorts e long video nella top 10 dei video più performanti del mese è vinta dai long video.



Fonte: Talkwalker

Le attività con influencer e brand questo mese crescono su tutti i fronti, ad eccezione dell'views. I video sponsored pubblicati sono **3.3K**, il 13,79% in più rispetto a maggio; anche le interazioni generate crescono arrivando a quota **1.6M** con un balzo del 23,08% rispetto al mese precedente. Le views invece subiscono una forte battuta di arresto non andando oltre **54.7M** (-17% rispetto a maggio). Questo quadro evidenzia come i video sponsored questo mese, pur avendo raggiunto un numero inferiore di utenti, abbiano generato un forte engagement da parte di chi li ha visti.

Nella top 10 dei video sponsored più performanti del mese dominano i **long video** e non spicca nessun creator in più di una posizione.



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)"

