

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE

LUGLIO 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.





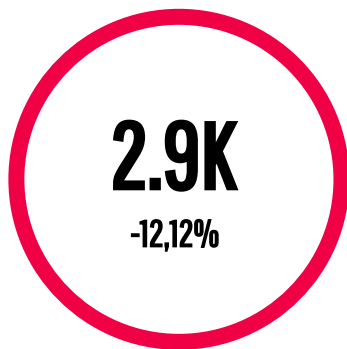
YOUTUBE

Scenario Luglio 2025

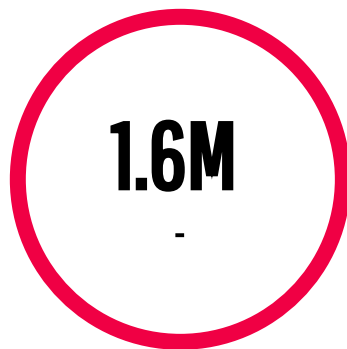
LUGLIO 2025



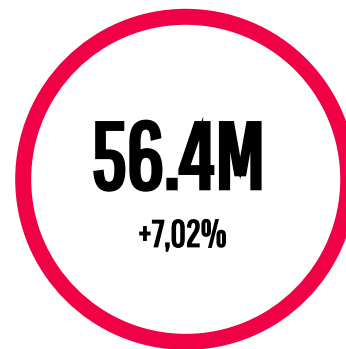
I video sponsored più performanti



Numero video



Interazioni generate



Views

Fonte: Talkwalker



LUGLIO 2025



Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



Hashtag utilizzati nei video Sponsored



LUGLIO 2025



Brand menzionati nei video Sponsored

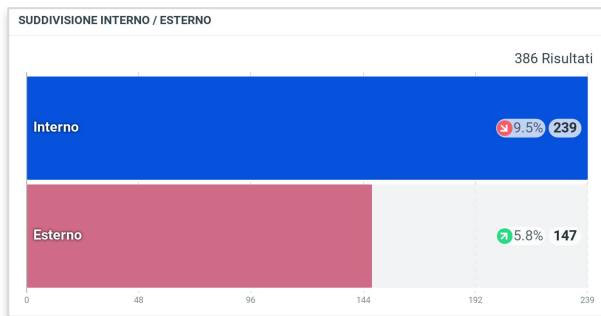


Fonte: Talkwalker



LUGLIO 2025

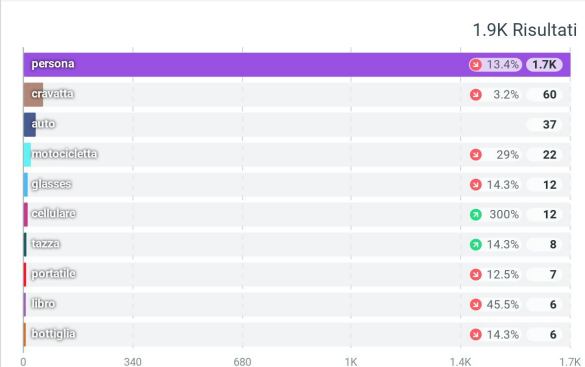
Analisi Visual



TOP SCENE



TOP OGGETTI



Fonte: Talkwalker



LUGLIO 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 ↓-3.9% | | 346K ↑11.8% | 7.1K ↑16.3% | 15.8K ↑21.3% | 323 ↑26.3% |
| Crisal Fashion Sport http://www.youtube.com/ | | 48 ↑182.4% | | 49.8K ↑147.7% | 1K ↓-12.3% | 224 ↑101.8% | 4.7 ↓-28.5% |
| David Pascucci - Trading & Mercati Finanziari http://www.youtube.com/ | | 29 ↑222.2% | | 35.1K ↑208.7% | 1.2K ↓-4.2% | 3.6K ↑411.2% | 123.9 ↑58.7% |
| Affari e Geopolitica http://www.youtube.com/ | | 22 ↑37.5% | | 237.1K ↑339.9% | 10.8K ↑219.9% | 14.1K ↑374.1% | 641.4 ↑244.8% |
| Samy gamer8 http://www.youtube.com/ | | 21 ↑320% | | 2.3K ↑278.1% | 107.7 ↓-10% | 241 ↑588.6% | 11.5 ↑63.9% |
| Mirko_Zein http://www.youtube.com/ | | 18 ↑28.6% | | 202.3K ↑60.8% | 11.2K ↑25.1% | 9.5K ↑45.5% | 525.1 ↑13.2% |
| TPOC exe http://www.youtube.com/ | | 18 ↑20% | | 1.4M ↑4.7% | 77.2K ↓-12.7% | 106.9K ↓-16.4% | 5.9K ↓-16.4% |
| PSYCHIATRY ON LINE ITALIA - VIDEOCHANNEL http://www.youtube.com/ | | 17 ↑112.5% | | 23.7K ↑3.9% | 1.4K ↓-51.1% | 5.5K ↑113.8% | 325.5 ↑0.6% |
| Il Sole 24 ORE http://www.youtube.com/ | | 15 ↓-44.4% | | 3.4K ↓-31.7% | 225.8 ↑22.9% | 24 ↓-70.4% | 1.6 ↓-46.7% |
| euronews (in Italiano) http://www.youtube.com/ | | 14 ↓-30% | | 1.7K ↓-87.4% | 119.4 ↓-82% | 60 ↓-46.9% | 4.3 ↓-24.1% |

Fonte: Talkwalker

LUGLIO 2025

I video sponsored più performanti

1

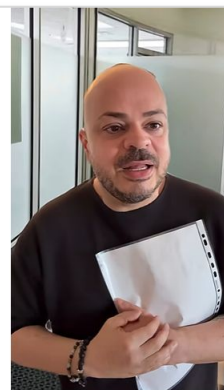


HO COSTRUITO LA PRIMA CASA DEL NUOVO PROGETTO - ImperoCraft Ep. 208

Xendal
 2,03 MIL di iscritti Iscriviti

| | |
|----------|---|
| CORRISP. | ADV YOUTUBE |
| METRICHE | 31.8K 210.1K N/D |
| | 30.2K 'Mi piace' di YouTube, 210.1K Visualizzazioni YouTube, 1.6K Commenti |

2



IMBARAZZI - DAL CONCESSIONARIO #adv #carfax

Giuseppe Mandrake Ninno
 1,03 Min di iscritti Iscriviti

| | |
|----------|--|
| CORRISP. | ADV YOUTUBE |
| METRICHE | 25K 602.1K N/D |
| | 24.8K 'Mi piace' di YouTube, 602.1K Visualizzazioni YouTube, 234 Commenti |



LUGLIO 2025

I video sponsored più performanti

3

Quando vai al mare non dimenticare nulla! | #momoekika #adv #airup

Momo e Kika
606.000 iscritti

Iscriviti

| CORRISP. | ADV YOUTUBE |
|--|--------------------------------------|
| METRICHE | 25K 927.5K N/D |
| 24.9K 'Mi piace' di YouTube, 927.5K Visualizzazioni YouTube, 127 Commenti | |

4

Si chiama Ulefone Armor 34 Pro

il telefono PIÙ ESTREMO #ulefone #armor34pro #smartphone #rugged #supplied

Izzy Il Mazic
86.900 iscritti

Iscriviti

| CORRISP. | ADV YOUTUBE |
|--|--------------------------------------|
| METRICHE | 24.1K 1.1M N/D |
| 23.5K 'Mi piace' di YouTube, 1.1M Visualizzazioni YouTube, 651 Commenti | |



LUGLIO 2025

I video sponsored più performanti

5



KENDAL, LOLLO e FAVIJ NELLE BEDWARS - MINECRAFT

Kendal
2,09 Mil di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 23.2K 197.9K N/D

22.6K 'Mi piace' di YouTube,
197.9K Visualizzazioni YouTube, 611 Commenti

6



Finalmente sigilliamo per sempre tutti questi nostri anni di sopportazione! Grazie a Sigillo Verona!

Asian Italian Love
271.000 iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 22.3K 936.9K N/D

22.1K 'Mi piace' di YouTube,
936.9K Visualizzazioni YouTube, 235 Commenti

LUGLIO 2025

I video sponsored più performanti

7



IL NUOVO PROGETTO NEL MIO MONDO - ImperoCraft Ep. 207

Kendal ●
2,09 Min di iscritti **iscriviti**

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE ● **22.3K** ↕ 183.5K ↗ N/D

20.9K 'Mi piace' di YouTube,
183.5K Visualizzazioni YouTube, 1.4K Commenti

8



Attenti a questo cosetto #plaud #plaudnotepin #gadget #tech #adv

Izzy Il Mazic ●
06.900 iscritti **iscriviti**

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE ● **20.2K** ↕ 868.9K ↗ N/D

20K 'Mi piace' di YouTube,
868.9K Visualizzazioni YouTube, 149 Commenti



LUGLIO 2025

I video sponsored più performanti



HO SPOSTATO TUTTI I MIEI COLLABORATORI CON L'HAPPY GHAST - ImperoCraft Ep. 206

Kendal ●
2,09 Mil di iscritti

Iscriviti

| | |
|----------|--|
| CORRISP. | ADV YOUTUBE |
| METRICHE | <p>🗨️ 20.1K ↕️ 177K 📄 N/D</p> <p>19.1K 'Mi piace' di YouTube, 177K Visualizzazioni YouTube, 990 Commenti</p> |



Mi lavo il viso con una NUVOLA @cerave

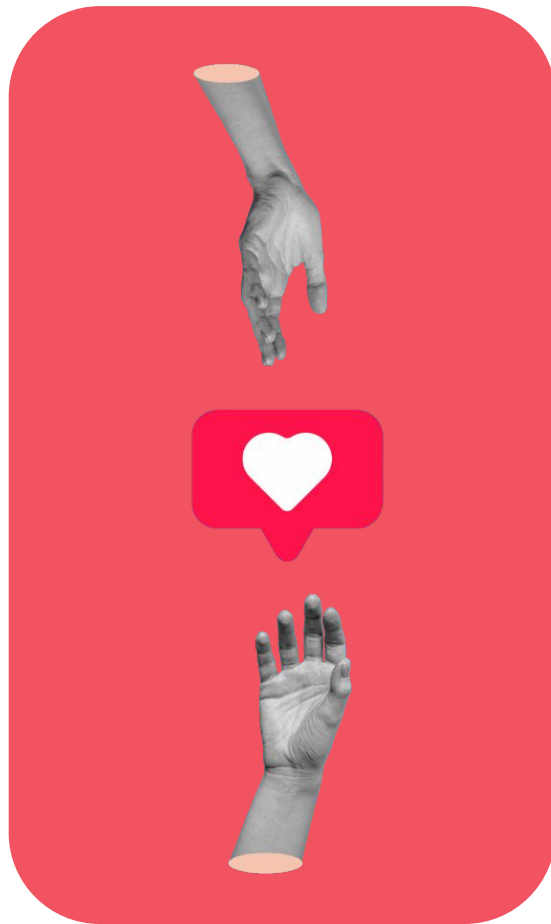
LIQUORSBEAUTY
105.000 iscritti

Iscriviti

| | |
|----------|---|
| CORRISP. | ADV YOUTUBE |
| METRICHE | <p>🗨️ 18.8K ↕️ 1.2M 📄 N/D</p> <p>18.7K 'Mi piace' di YouTube, 1.2M Visualizzazioni YouTube, 63 Commenti</p> |



Meno video ma più views, con le interazioni generate che restano stabili: è questo il quadro delle attività di Influencer Marketing a Luglio su YouTube. In top 10 spiccano gli shorts con 6 contenuti su 10.



Le attività con influencer e brand questo mese rilevano valori in crescita, o stabili, solo per le performance dei video sponsored pubblicati. Quest'ultimi invece non superano **2.9K**, registrando così una diminuzione del 12,12%. Le interazioni generate rimangono stabili a **1.6M** mentre le views salgono del 7,02% arrivando a **56.4M**.

Nella top 10 dei video sponsored più performanti del mese dominano, a differenza di Giugno, gli shorts. Sono infatti 6 i contenuti della classifica ad avere questo formato.

Lato creator, in classifica spiccano **Kendal** con i video a tema gaming e **Izzy il Mazic** con i video tech.



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)"

