



SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE

AGOSTO 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.

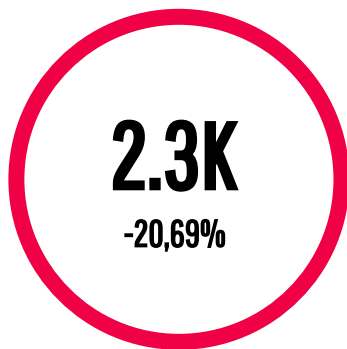




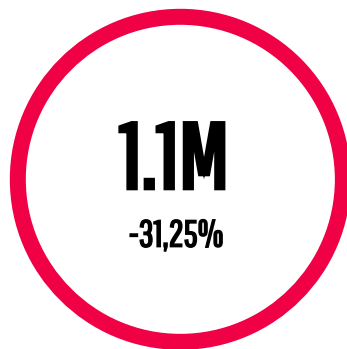
YOUTUBE

Scenario Agosto 2025

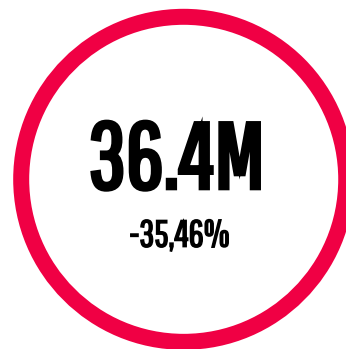
I video sponsored più performanti



Numero video



Interazioni generate



Views



AGOSTO 2025



Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



AGOSTO 2025



Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#ADV #arguelles #tzolkinmaya #attualità
#Pubblicità #SHEINforAll #skincare
#podcast #SHEINTrends #kin #perte #lealidelbruj
#shorts #adv #ad #gifted
#guerra #sincronariogalattico #Ucraina
#sincronario #Russia #kindelgiorno

Fonte: Talkwalker



AGOSTO 2025



Brand menzionati nei video Sponsored

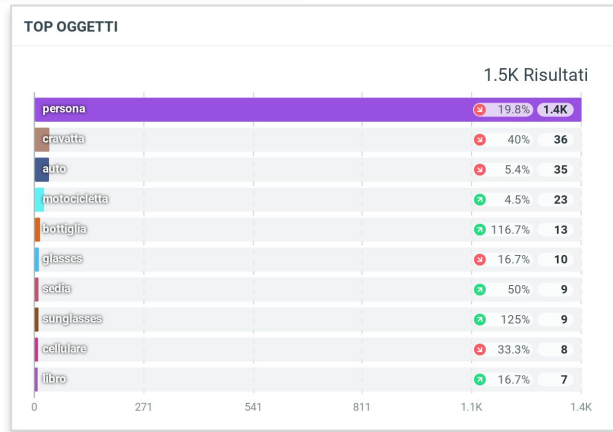
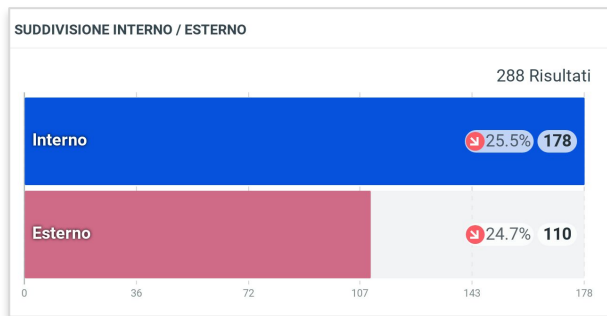


Fonte: Talkwalker



AGOSTO 2025

Analisi Visual



Fonte: Talkwalker



AGOSTO 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/		51 ↑4.1%		283.8K ↓-18.8%	5.6K ↓-22%	15.1K ↓-4.4%	296.7 ↓-8.1%
Fabrizio Romano in Italiano http://www.youtube.com/		38 ↑171.4%		2.5M ↑221.8%	66.6K ↑18.6%	118.2K ↑218.7%	3.1K ↑17.4%
Mirko_Zein http://www.youtube.com/		27 ↑50%		284.9K ↑17%	10.6K ↓-22%	13.1K ↑37.4%	486.3 ↓-8.4%
Affari e Geopolitica http://www.youtube.com/		22		177K ↓-26.8%	8K ↓-26.8%	10.3K ↓-27.8%	466.1 ↓-27.8%
PSYCHIATRY ON LINE ITALIA - VIDEOCHANNEL http://www.youtube.com/		18 ↑5.9%		3.9K ↓-83.9%	214.1 ↓-84.8%	207 ↓-96.3%	11.5 ↓-96.5%
Crisal Fashion Sport http://www.youtube.com/		17 ↓-64.6%		27.4K ↓-45.8%	1.6K ↑53%	51 ↓-77.3%	3 ↓-36%
Around The Game http://www.youtube.com/		17 ↑466.7%		6.1K ↑341.2%	358.4 ↓-22.1%	9 ↑200%	0.5 ↓-47.1%
Ibex Edizioni http://www.youtube.com/		15 ↑114.3%		18.5K ↓-29.4%	1.2K ↓-67.1%	853 ↓-57.8%	56.9 ↓-80.3%
Law&Crime Network in Italiano http://www.youtube.com/		15		4.1K	275.7	133	8.9
Le ali del brujo http://www.youtube.com/		15 ↑50%		6.9K ↑68%	458.8 ↑12%	704 ↑42.2%	46.9 ↓-5.2%

Fonte: Talkwalker

AGOSTO 2025

I video sponsored più performanti

1

UN NUOVO INIZIO - POKEMON SU MINECRAFT ITA

Corrisp. ADV YOUTUBE

METRICHE **32.3K** **274.1K** **N/D**

30.9K Mi piace' di YouTube,
274.1K Visualizzazioni YouTube, 1.4K Commenti

2

COME MI IMMAGINO IL RIENTRO A SCUOLA

Corrisp. ADV YOUTUBE

METRICHE **24.5K** **1.2M** **N/D**

23.8K Mi piace' di YouTube,
1.2M Visualizzazioni YouTube, 708 Commenti



AGOSTO 2025

I video sponsored più performanti

3



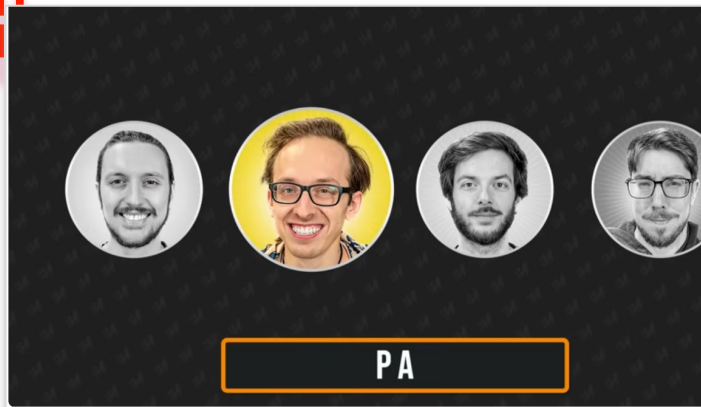
HO FARMATO DIAMANTI PER 24 ORE NEL MIO MONDO - ImperoCraft Ep. 212
 Kendal 2.1 Mil di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **18.7K** **186.5K** **N/D**

17.7K 'Mi piace' di YouTube,
 186.5K Visualizzazioni YouTube, 955 Commenti

4



CHI COMPLETA LA PAROLA VINCE! Spell Battle: ogni lettera è decisiva!
 NoobChannel 1.43 Mil di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **22.3K** **936.9K** **N/D**

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



I video sponsored più performanti

5



IL MIO CHARMANDER SI È EVOLUTO - POKEMON SU MINECRAFT Ep.2

Kendal • 2.1 Mila di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 18.4K 183.2K N/D

17.4K 'Mi piace' di YouTube,
183.2K Visualizzazioni YouTube, 1K Commenti

6



HO COSTRUITO UN NUOVO PONTE NEL MIO MONDO - PonteCraft Ep. 214

Kendal • 2.1 Mila di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 22.3K 183.5K N/D

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



AGOSTO 2025

I video sponsored più performanti

7



TONNARELLI CaCio E PEPE
€ 13

Provo L'OSTERIA di FRANCHINO ER CRIMINALEII! - Mangio TUTTO IL MENÙ!

xMurry @ 2:08 Min di Scelte Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **17.1K** **251.3K** **N/D**

16.1K 'Mi piace' di YouTube,
251.3K Visualizzazioni YouTube, 955 Commenti

8



HO POTENZIATO LA MIA SQUADRA POKEMON SU MINECRAFT - PokeCraft EP. 4

Kindel @ 2:1 Min di Scelte Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **16.1K** **196.9K** **N/D**

15K 'Mi piace' di YouTube,
196.9K Visualizzazioni YouTube, 1.1K Commenti



AGOSTO 2025

I video sponsored più performanti



HO TROVATO IL MIO PRIMO POKEMON RARO - POKECRAFT EP. 3

Kendal
2.1 Milioni di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **14.5K** **178.5K** **N/D**

13.4K 'Mi piace' di YouTube,
178.5K Visualizzazioni YouTube, 1.1K Commenti



HO RIFATTO LA STATUA DI KENDAL NEL MIO MONDO - ImperoCraft Ep. 211

Kendal
2.1 Milioni di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

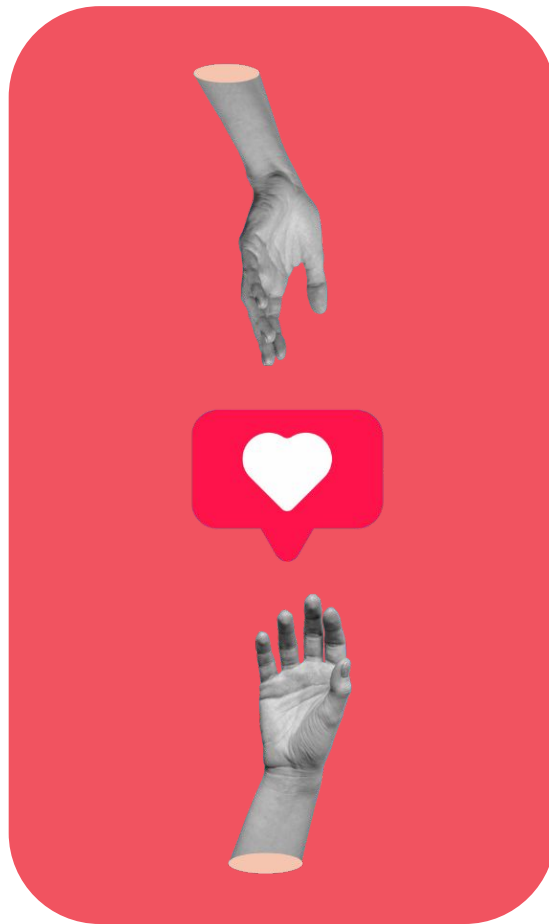
METRICHE **14.2K** **141.7K** **N/D**

13K 'Mi piace' di YouTube,
141.7K Visualizzazioni YouTube, 1.1K Commenti



Anche su YouTube, agosto è il mese off per le attività di Influencer Marketing.

Il numero di video, le interazioni generate e le views registrano una forte battuta d'arresto. Nella top 10 dei video più performanti del mese dominano i long video.



Fonte: Talkwalker

Il mese di agosto, in Italia, rappresenta il mese di pausa per la maggior parte dei lavoratori e questo, ovviamente, si riflette anche sul mondo Influencer Marketing.

Questo mese **tutti i dati analizzati subiscono una forte discesa**. Il numero dei video sponsored pubblicati non supera **2.3K**, il 20,69% in meno rispetto a luglio. Anche le interazioni generate registrano un forte calo fermandosi a **1.1M** (-31,25% rispetto al mese precedente). Il dato che diminuisce maggiormente sono le views con un -35,46% per un totale di appena **36.4M**.

Nella top 10 di agosto dominano, lato formato, i **long video**, con 9 contenuti su 10 e, lato settore, il **gaming**, con 7 contenuti su 10.



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)"

