

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK

OTTOBRE 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.





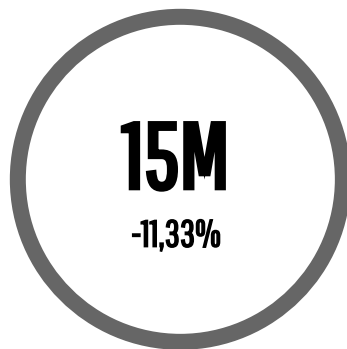
TIKTOK

Scenario Ottobre 2025

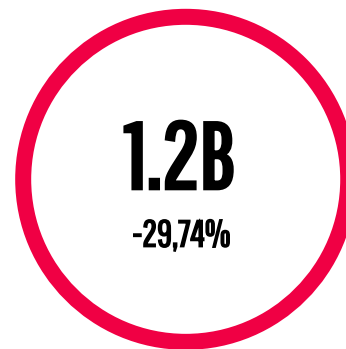
I video nati da collaborazione brand/influencer



Numero video



Interazioni generate



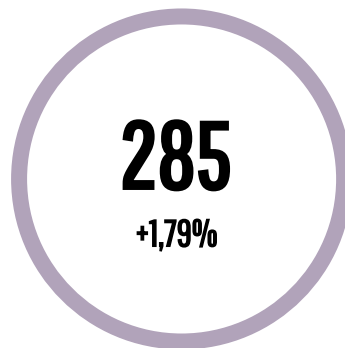
Views



L'andamento delle attività collabs



**Video supportati
da media**

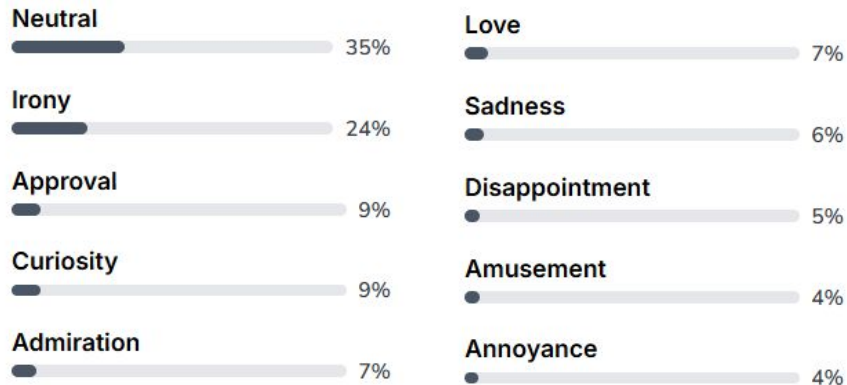


**Video realizzati da
profili verificati**



OTTOBRE 2025

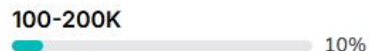
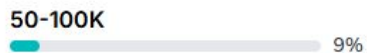
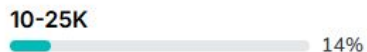
Sentiment dei commenti



OTTOBRE 2025



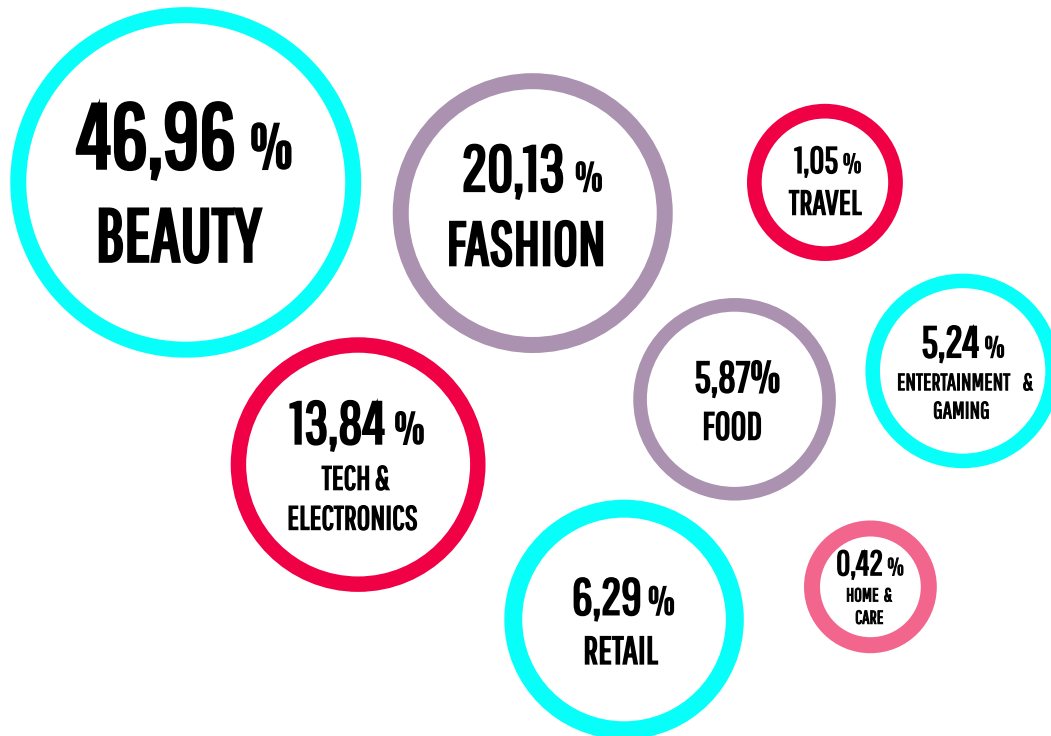
Grandezza followerbase creator attivati



Fonte: Exolyt



Attivazioni per settori



A ottobre il settore **Beauty** cresce ancora toccando il **46,96%** delle attivazioni (+21,44%) e consolidando il suo ruolo dominante.

In aumento anche **Entertainment & Gaming** (+9,17%) e **Tech & Electronics** (+5,89%) e Food (+4,82%).

Fashion cala al **20,13%** (-13,23%) ma rimane il secondo comparto per attivazioni.

In forte discesa **Retail** (-18,63%), **Travel** (-64,16%) e soprattutto **Home & Care** (-86,88%), mentre **Health & Pharma** si azzera.

I video sponsored più performanti

1 @laura.giovannini
x Amazon Haul



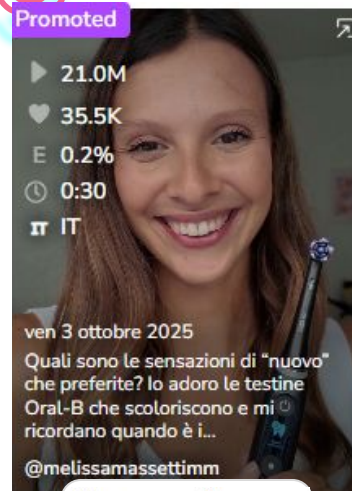
Views	Likes
• 33.4M	• 66.7K
Comments	Shares
• 698	• 2.6K

2 @martinasocrate
x Amazon Haul



Views	Likes
• 21.8M	• 24.4K
Comments	Shares
• 157	• 1.4K

3 @melissamassettimm
x Oral-B



Views	Likes
• 21.0M	• 35.5K
Comments	Shares
• 294	• 1.5K

4 @auch.official
x Honor



Views	Likes
• 16.6M	• 28.4K
Comments	Shares
• 269	• 120

5 @latuacosmetologa
x Mixa



Views	Likes
• 15.2M	• 22.6K
Comments	Shares
• 197	• 867

I video sponsored più performanti

6 @latuacosmetologa x Garnier

Promoted

▶ 14.5M
♥ 33.3K
E 0.2%
⌚ 0:43
IT

lun 6 ottobre 2025

🌟 Come posso far passare velocemente un brufolo? Ti spiego ora 3 semplici accortezze da avere, firmate @garnieritalia ...

@latuacosmetologa

Views	Likes
• 14.5M	• 33.3K
Comments	Shares
• 234	• 2.2K

7 @the.saints.stuff x Maybelline NY

Promoted

Positive

▶ 12.8M
♥ 31.0K
E 0.3%
⌚ 0:34
IT

mer 1 ottobre 2025

NON FARE COME FANNO
Per il tuo viso...

Vi siete già innamorati del Superstay Matte Ink di @Maybelline NY? Io sì, da anni! Vi piace il nuovo pack? #maybelline...

@the.saints.stuff

Views	Likes
• 12.8M	• 31.0K
Comments	Shares
• 557	• 1.2K

8 @federicaaimi x Phyto Paris

Promoted

▶ 12.6M
♥ 15.8K
E 0.1%
⌚ 0:48
IT

mer 29 ottobre 2025

Phyto 7 Elixir Olio Sublimante Universale di @Phyto Paris mi salva sempre quando ho un bad hair day! 🌟 #adv#phytoparis

@federicaaimi

Views	Likes
• 12.6M	• 15.8K
Comments	Shares
• 112	• 1.5K

9 @sofiderose x Honor

Promoted

▶ 12.4M
♥ 31.6K
E 0.3%
⌚ 0:16
IT

mar 14 ottobre 2025

Ciao ciao carica batterie 📱 @Honor Italia #HONOR400Smart #AddioAnsiadaBatteria #adv

@sofiderose

Views	Likes
• 12.4M	• 31.6K
Comments	Shares
• 476	• 118

10 @almostfiorentina x KitKat

Promoted

tavolette

▶ 11.6M
♥ 23.4K
E 0.2%
⌚ 0:49
IT

ven 17 ottobre 2025

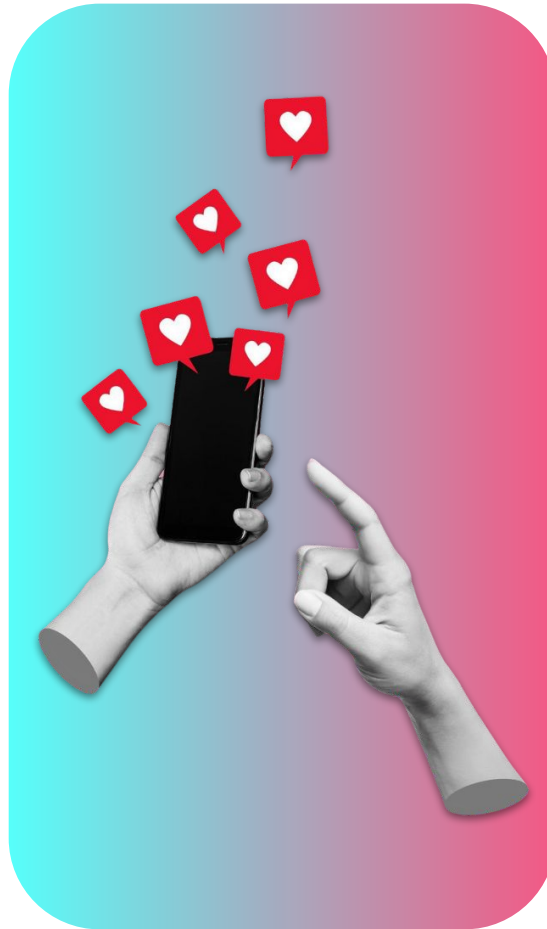
La KitKat Tablet al Caramello Salato è la mia preferita 🍫 #KitKat #KitKatTablet #ad #HaveABreakHaveAKitKat

@almostfiorentina **Influencer**

Views	Likes
• 11.6M	• 23.4K
Comments	Shares
• 163	• 1.3K

Anche su TikTok, questo mese, aumentano i contenuti realizzati con brand e creator ma diminuiscono le relative performance.

Nella top 10 Amazon, con il lancio di Amazon Haul, conquista le prime due posizioni.



Fonte: Talkwalker

Ad Ottobre, le attività con brand e creator su TikTok registrano una leggera salita per numero di video pubblicati ma un calo delle relative performance.

I video sponsored sono **4.3K**, il 7,38% in più rispetto a Settembre. Le interazioni generate diminuiscono dell'11,33% fermandosi a **15M**. Infine, le views scendono quasi del 30% attestandosi a **1.2B**.

Continua la salita dei video sponsored supportati da media, questo mese sono **1.1K**, il 24,86% in più rispetto al mese precedente.

Amazon, con il lancio della nuova sezione **Amazon Haul**, si aggiudica la medaglia d'oro e d'argento nella top 10 dei video sponsored più performanti del mese.



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)"

