

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK

NOVEMBRE 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.

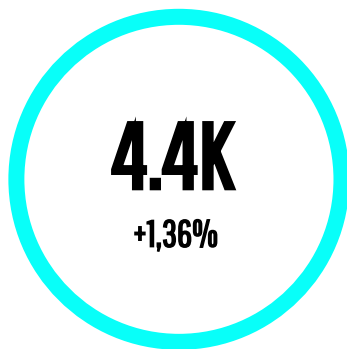




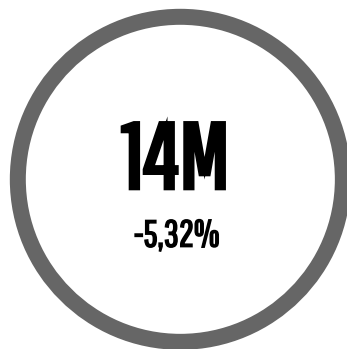
TIKTOK

Scenario Novembre 2025

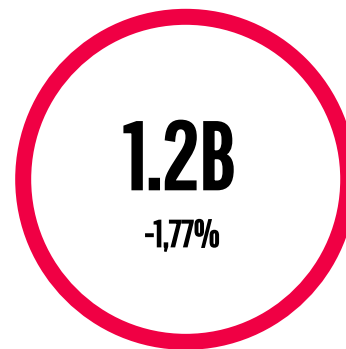
I video nati da collaborazione brand/influencer



Numero video



Interazioni generate



Views



L'andamento delle attività collabs

1.2K

+7,49%

**Video supportati
da media**

291

+2,11%

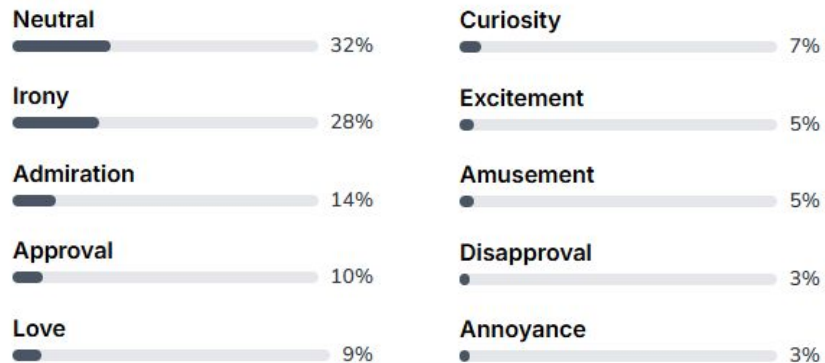
**Video realizzati da
profili verificati**





NOVEMBRE 2025

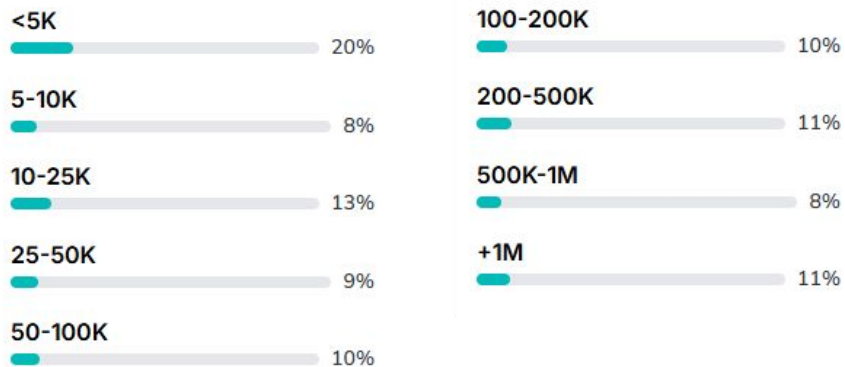
Sentiment dei commenti



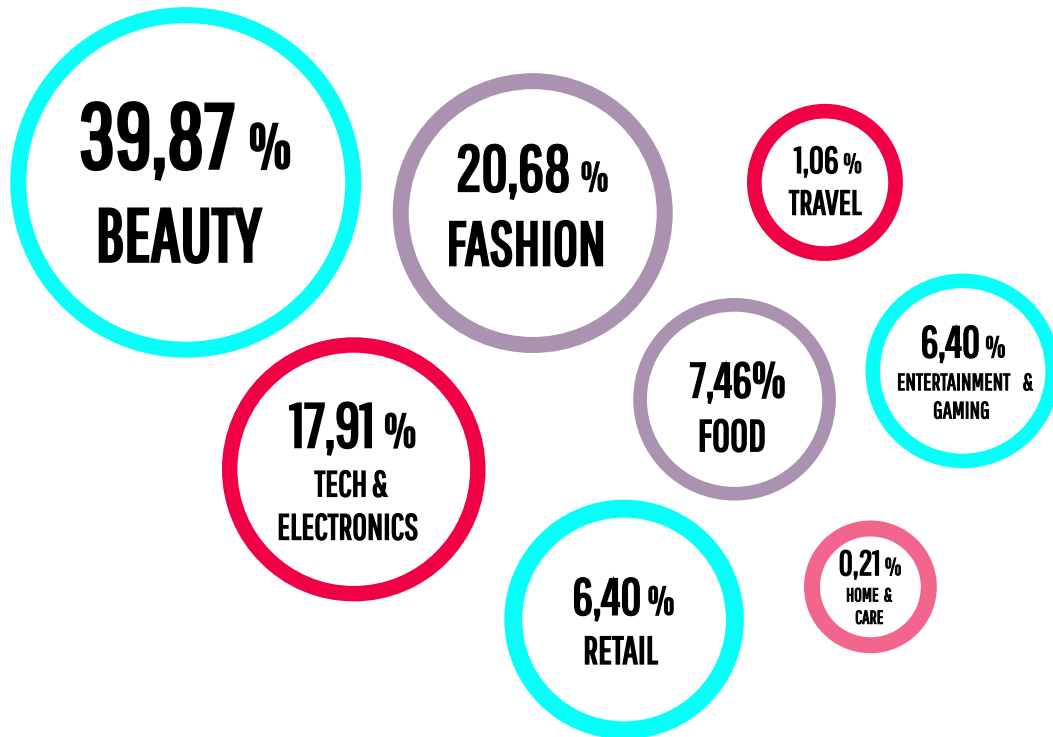
Fonte: Exolyt



Grandezza followerbase creator attivati



Attivazioni per settori



A novembre il settore **Beauty** scende al 39,87% (-7,09% rispetto ad ottobre) ma resta dominante per le attivazioni.

In lieve crescita **Fashion** (+0,55%) e **Food** (+1,59%).

Tech & Electronics cala al 17,91% (-2,22%) mentre **Entertainment & Gaming** si tiene stabile al 6,40%.

Retail resta fermo al 6,40%, **Travel** recupera leggermente (+0,78%) e **Home & Care** resta marginale (0,21%).

Health & Pharma continua a essere assente.

I video sponsored più performanti

1 @ede_mood x Nescafé

Promoted
Neutral

65.9M
116.4K
0.2%
0:52
IT

UN BEAT CON NESCAFÉ

lun 17 novembre 2025
LASCIA LIKE se bevi NESCAFÉ! #adv #beat #musica #nescafé #gentedelmattino

@ede_mood Influencer

Views	Likes
65.9M	116.4K
Comments	Shares
505	4.5K

2 @soloeleonoraslife x Baci Perugina

Promoted
Positive

23.7M
57.4K
0.2%
0:17
IT

addles started
#BaciPerugina

mar 4 novembre 2025
"Dai la possibilità ad ogni giornata di essere la più bella della tua vita." L'ho trovata dentro il mio cioccolatino Bac...

@soloeleonoraslife

Views	Likes
23.7M	57.4K
Comments	Shares
209	1.2K

3 @federicoarrigonii x Baci Perugina

Promoted
Positive

21.3M
50.4K
0.2%
0:38
IT

LA SERATA PERFETTA NON ESIS...

ven 14 novembre 2025
La serata perfetta esiste, e la perfezione non sta in grandi gesti, ma nel calore della compagnia e nella dolcezza di og...

@federicoarrigonii

Views	Likes
21.3M	50.4K
Comments	Shares
150	1.1K

4 @nickypassarella_ x L'Oréal Paris

Promoted

21.0M
46.3K
0.2%
0:21
IT

mar 18 novembre 2025
scusa loredana per averti sempre mangiato i cioccolatini, ma hai un gran bel beauty natalizio e una pochette @L'Oréal Pa...

@nickypassarella_

Views	Likes
21.0M	46.3K
Comments	Shares
101	1.2K

5 @carlacarcinella x Baci Perugina

Promoted

19.9M
30.5K
0.2%
0:49
IT

pausa caffè
#BaciPerugina

lun 3 novembre 2025
Un pomeriggio insieme, una tavola curata e un paio di Baci Perugina... la nostra pausa caffè perfetta

@carlacarcinella

Views	Likes
19.9M	30.5K
Comments	Shares
229	1.5K

NOVEMBRE 2025



I video sponsored più performanti

6 @ale_rubino97
x Vichy Laboratoires

Promoted

Positive

▶ 18.6M
♥ 95.0K
E 0.5%
⌚ 0:33
IT IT

dom 9 novembre 2025
cuscini da viaggio puliti con @Vichy Laboratoires 🧴 #adv #mevsdandruff #brushalaspalla #dercos #vichyhaircare
@ale_rubino97

Views	Likes
• 18.6M	• 95.0K
Comments	Shares
• 280	• 1.8K

7 @massipedone
x Valentino Beauty

Promoted

Positive

▶ 18.1M
♥ 34.5K
E 0.2%
⌚ 0:51
IT IT

gio 6 novembre 2025
potranno criticarvi l'outfit, ma sicuramente non il profumo @Valentino.Beauty #adv #BornInRoma
@massipedone

Views	Likes
• 18.1M	• 34.5K
Comments	Shares
• 65	• 850

8 @alecolonna
x FRoSTA

Promoted

Positive

▶ 17.5M
♥ 38.4K
E 0.2%
⌚ 1:33
IT IT

lun 24 novembre 2025
#Stitch con @FRoSTA_italia @FRoSTA_italia @Cooker Girl cosa dici? ti piace questa ricetta rivisitata? A Fede è piaciut...
@alecolonna

Views	Likes
• 17.5M	• 38.4K
Comments	Shares
• 319	• 3.7K

9 @rachelesantoro
x Redken

Promoted

Positive

▶ 17.0M
♥ 61.1K
E 0.4%
⌚ 0:20
IT IT

ven 7 novembre 2025
L'ABC della mia haircare routine: il termoprotettore Leave-In by @Redken è il segreto per capelli più morbidi e forti ma...
@rachelesantoro

Views	Likes
• 17.0M	• 61.1K
Comments	Shares
• 159	• 1.6K

10 @angelicamasseraofficial
x Maybelline NY

Promoted

Neutral

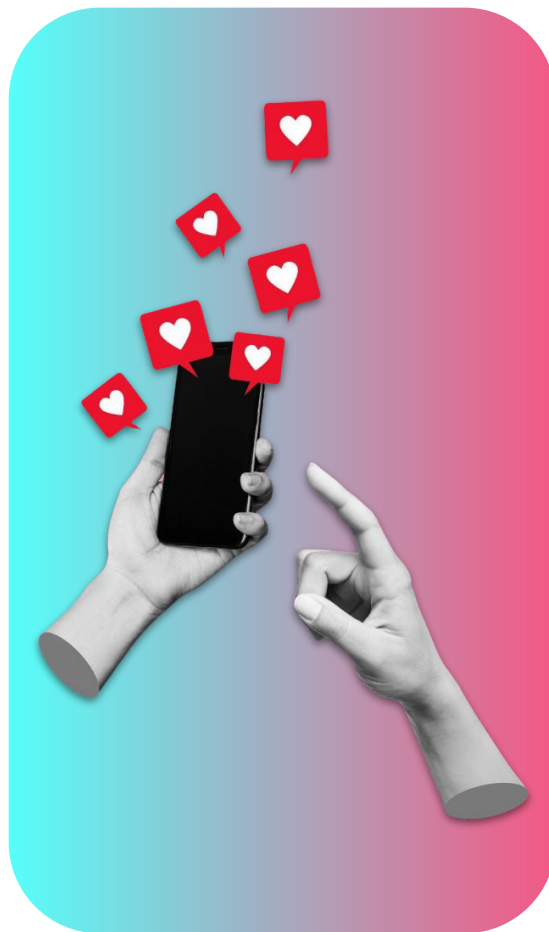
▶ 16.3M
♥ 59.1K
E 0.4%
⌚ 0:42
IT IT

lun 10 novembre 2025
"Adolescenti e make-up Per tua figlia tutto ciò che è suo non è tuo e tutto ciò che è tuo in realtà è suo, tipo i cofan...
@angelicamasseraofficial ✓

Views	Likes
• 16.3M	• 59.1K
Comments	Shares
• 161	• 1.8K

Fonte: Exolyt

Su TikTok, a differenza di Instagram, aumentano i video sponsored ma diminuiscono le performance.
In continua crescita l'utilizzo dell'advertising.
Centrali nelle attivazioni il Beauty e il Fashion.



Fonte: Talkwalker

Nel mese di novembre si osserva una salita del numero di video sponsored ma una leggera discesa nelle relative performance.

Sono **4.4K** i video pubblicati, l'1,36% in più rispetto ad ottobre. Le interazioni, invece, diminuiscono del 5,32% fermandosi a **14M** mentre le views sono **1.2B** (-1,77%).

Anche a novembre non si ferma la crescita dei video sponsored supportati da media, questo mese sono **1.2K**, il 7,49% in più rispetto ad ottobre, sintomo di una necessità sempre più concreta.

Nella top 10 dei video sponsored più performanti, domina Perugia che con i suoi iconici **Baci Perugia**, si prende 3 posizioni 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)"

