

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK

DICEMBRE 2025





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

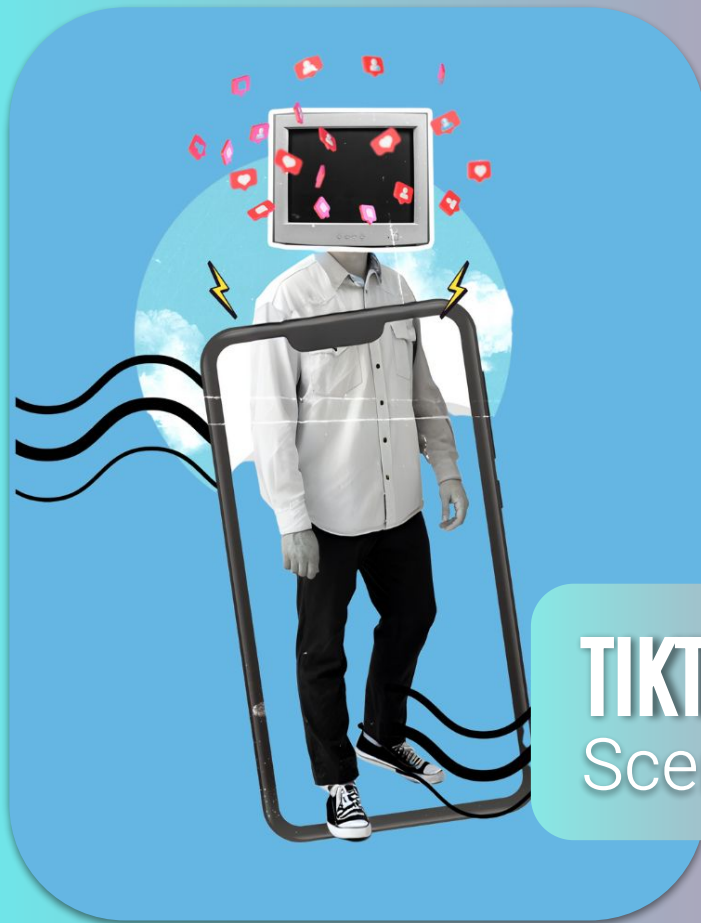
Tutti i dati utilizzati in queste analisi sono un'elaborazione di **TacTik**, **la Unit verticale TikTok di Openbox**, su fonte **Exolyt**, tool dedicato all'analisi e monitoraggio su TikTok.

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 Dicembre 2025

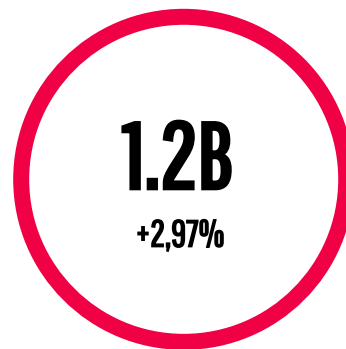
I video nati da collaborazione brand/influencer



Numero video



Interazioni generate



Views



L'andamento delle attività collabs

861

-26,85%

**Video supportati
da media**

308

+5,84%

**Video realizzati da
profili verificati**





DICEMBRE 2025

Sentiment dei commenti

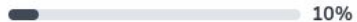
Neutral



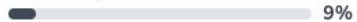
Irony



Admiration



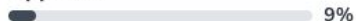
Curiosity



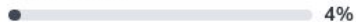
Love



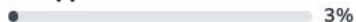
Approval



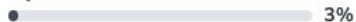
Confusion



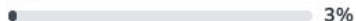
Disapproval



Optimism



Realization

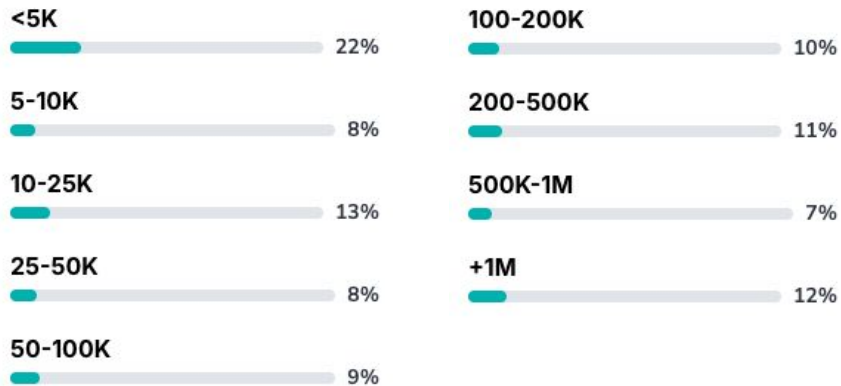


Irony **27%**  **73%** Not

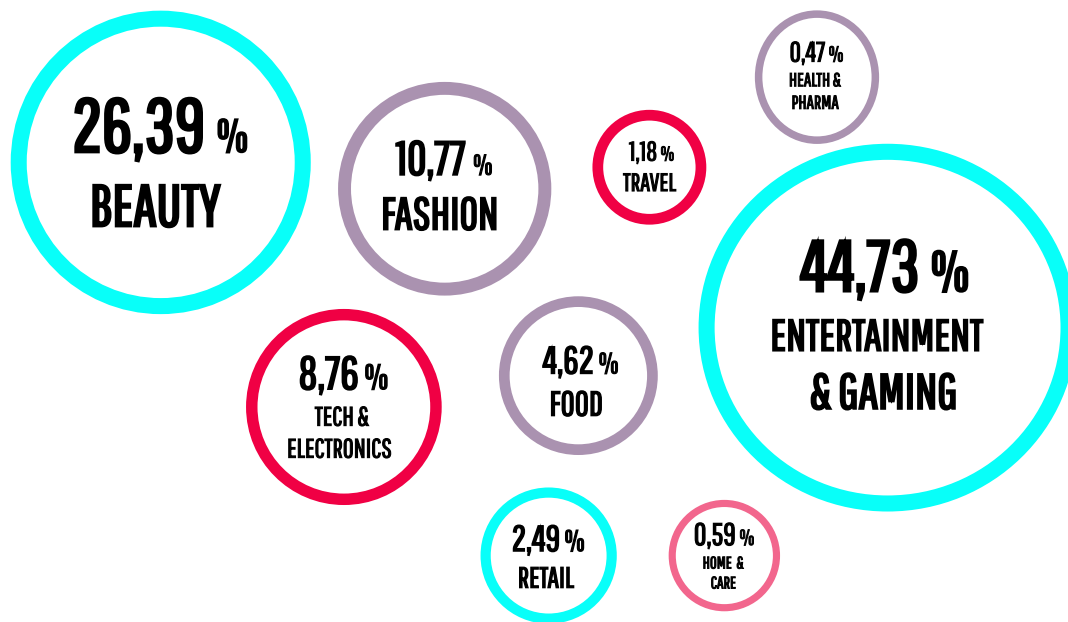
Fonte: Exolyt



Grandezza followerbase creator attivati



Attivazioni per settori



A dicembre cambia il vertice: **Entertainment & Media** sale prepotentemente al **44,73%** (+38,33%) e supera il settore **Beauty**, che scende al **26,39%** (-13,48%) dopo mesi di dominio.

Fashion perde leggermente quota, mentre **Tech & Electronics** resta stabile. **Food & Beverage** è in lieve calo così come **Retail**.

Travel cresce leggermente, mentre **Home & Care** e **Health & Pharma** rimangono marginali ma presenti, dopo l'assenza del mese precedente.

I video sponsored più performanti

1 @thisislexyslife x Air Wick Italia

Promoted

Positive

▶ 28.3M

♥ 66.1K

E 0.2%

⌚ 0:55

IT

lun 15 dicembre 2025

🌟 pomeriggio rilassante con Air Wick 🌟 @RECKITT BENCKISER COMMERCIAL I #adv #AirWick #Armonialstantanea #casa #routine ...

@thisislexyslife

Views	Likes
• 28.3M	• 66.1K
Comments	Shares
• 248	• 2.0K

2 @francesconuzzi x Biochetasi

Promoted

▶ 26.2M

♥ 61.3K

E 0.2%

⌚ 0:57

IT

lun 15 dicembre 2025

QUANDO IL FUORISEDE NON TORNA A NATALE

Ecco cosa succede quando riveli a nonna che non tornerai a casa per le vacanze di Natale... 😂 Però grazie a Biochetasi Dig...

@francesconuzzi

Views	Likes
• 26.2M	• 61.3K
Comments	Shares
• 413	• 2.3K

3 @pamelapaolini x Baci Perugina

Promoted

Positive

▶ 25.9M

♥ 50.5K

E 0.2%

⌚ 0:47

IT

lun 1 dicembre 2025

I gesti più semplici sono quelli che scaldano il cuore, per questo quest'anno ho deciso di regalare Baci Perugina ai mie...

@pamelapaolini Influencer

Views	Likes
• 25.9M	• 50.5K
Comments	Shares
• 260	• 1.2K

4 @jasminecarrisi x Azar

Promoted

▶ 21.3M

♥ 82.3K

E 0.4%

⌚ 0:31

IT

gio 18 dicembre 2025

ci vediamo su azar !!! 🤍 #azarpartner #adv

@jasminecarrisi Influencer

Views	Likes
• 21.0M	• 46.3K
Comments	Shares
• 101	• 1.2K

5 @mattianganga x Airbnb

Promoted

Positive

▶ 19.6M

♥ 37.3K

E 0.2%

⌚ 1:00

IT

mar 16 dicembre 2025

Di @airbnb come questi ce ne sono tantissimi tutti unici e particolari, è stato bellissimo passare del tempo con l'host ...

@mattianganga Influencer

Views	Likes
• 19.6M	• 37.3K
Comments	Shares
• 100	• 68

DICEMBRE 2025

I video sponsored più performanti

6

@catalinaganea11
x Garnier

Promoted
Positive

▶ 18.8M
♥ 18.2K
E 0.1%
⌚ 0:25
IT

ven 19 dicembre 2025
#ADV @garnieritalia Niente scuse, la pelle non aspetta! Con il siero Vitamina C+ di Garnier, addio macchie e glow ass...

@catalinaganea11 Influencer

Views	Likes
• 18.8M	• 18.2K
Comments	Shares
• 128	• 1.1K

7

@greta_lachimica
x La Roche-Posay

Promoted
Neutral

▶ 15.3M
♥ 19.0K
E 0.1%
⌚ 0:10
IT

mar 16 dicembre 2025
#adv Ti rubano la borsa, ma lui resta: Cicaplast Baume B5+ di @La Roche-Posay Il vero indispensabile nella routine: un ...

@greta_lachimica Brand

Views	Likes
• 15.3M	• 19.0K
Comments	Shares
• 65	• 718

8

@federica.gibellini
x Yankee Candle

Promoted
Positive

▶ 14.0M
♥ 6.7K
E 0.1%
⌚ 0:12
IT

sab 20 dicembre 2025
#adv | Rituali di Natale 🇩🇪🇮🇹🇺🇸 E con Yankee Candle questi momenti diventano ancora più speciali! ✨
Acquista le Yankee C...

@federica.gibellini Influencer

Views	Likes
• 14.0M	• 6.7K
Comments	Shares
• 139	• 325

9

@rafael.nistor
x Gorgonzola Dop

Promoted
Positive

▶ 12.9M
♥ 96.4K
E 0.8%
⌚ 0:52
IT

gio 4 dicembre 2025
#TentazioneInfinita per lo staff, con il mio risotto alla barbabietola e @Gorgonzola Dop #GorgonzolaDop #ConsorzioGor...

@rafael.nistor Influencer

Views	Likes
• 12.9M	• 96.4K
Comments	Shares
• 293	• 2.4K

10

@marcobuonanno
x Air Wick Italia

Promoted
Positive

▶ 12.7M
♥ 20.2K
E 0.2%
⌚ 0:46
IT

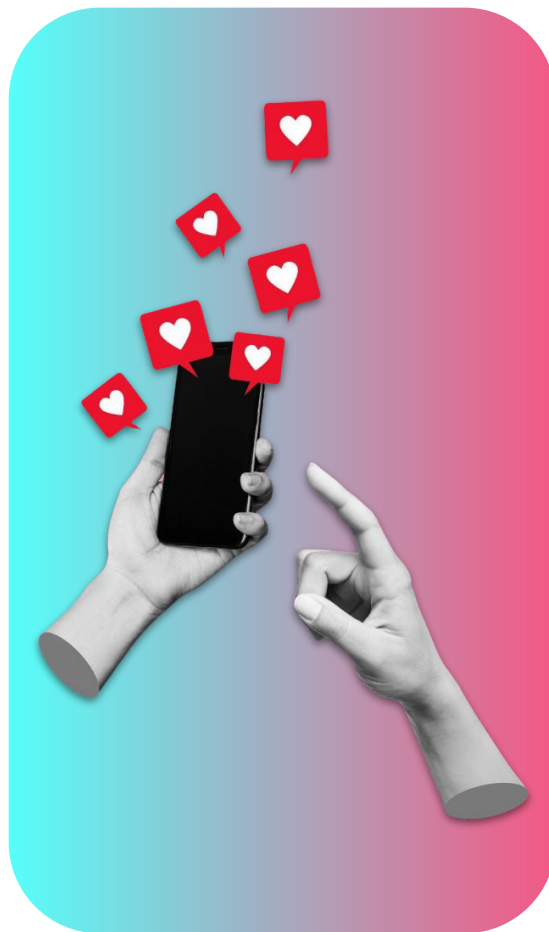
lun 15 dicembre 2025
Profumare casa di buono e dolce

Profumatore per la casa alla vaniglia che crea dipendenza 🌟 #adv #AirWick #Armonialstantanea #casa #relax @RECKITT B...

@marcobuonanno

Views	Likes
• 12.7M	• 20.2K
Comments	Shares
• 180	• 1.1K

Meno video ma più interazioni: è questo lo scenario che chiude l'anno per le attività di IM su TikTok in Italia. Sorprendente il balzo di Entertainment & Media che domina come settore con più attivazioni del mese, spodestando il Beauty.



Fonte: Talkwalker

Questo mese le attività con influencer e brand su TikTok subiscono una **flessione per il numero di video pubblicati**; le **performance** invece **aumentano**.

I video sponsored pubblicati a dicembre sono **3.5K**, quasi il 20% in meno rispetto al mese precedente. Le performance invece crescono: sono **15.1M** le interazioni e **1.2B** le views, rispettivamente il +7,09% e +2,97% rispetto a novembre.

Questo mese, per la prima volta, assistiamo ad una **discesa del numero di video sponsored supportati da media**. Questi scendono del 26,85% fermandosi a **861**.

Il settore **Entertainment & Media** spodesta il Beauty e diventa, questo mese, il settore con il maggior numero di attivazioni.



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)"

