

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE

DICEMBRE 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 Dicembre 2025

DICEMBRE 2025



I video sponsored più performanti

3.9K

+14,71%

Numero video

2M

+11,11%

Interazioni generate

100.3M

+5,58%

Views

Fonte: Talkwalker



Keyword più utilizzate nei video sponsored



DICEMBRE 2025



Hashtag utilizzati nei video sponsored



Fonte: Talkwalker

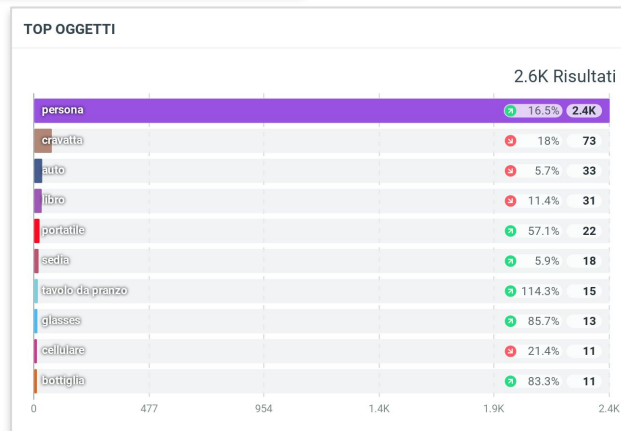
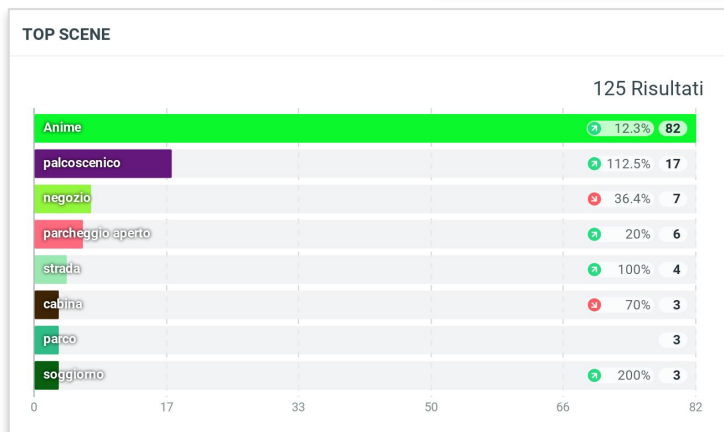
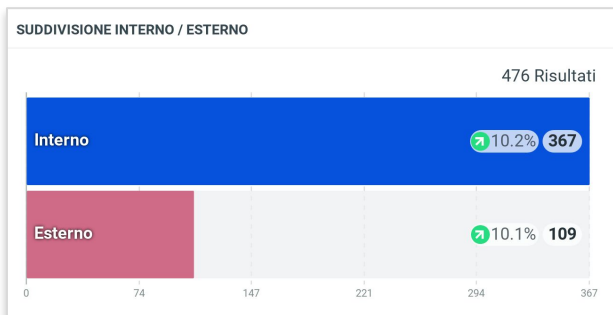


Brand menzionati nei video sponsored



DICEMBRE 2025

Analisi Visual



Fonte: Talkwalker



DICEMBRE 2025



Top creator per attività sponsored

Influencer	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
Dpm Tapes http://www.youtube.com/	63		2M	32.5K	16.4K	261
i24NEWS Italiano http://www.youtube.com/	51		2K	39.5	51	1
Affari e Geopolitica http://www.youtube.com/	48 ↓ -9.4%		282.5K ↓ -16.9%	5.9K ↓ -8.2%	21.2K ↑ 3.2%	442.3 ↑ 13.9%
Lo Spettacolo Militare http://www.youtube.com/	46 ↓ -40.3%		460.6K ↓ -43.6%	10K ↓ -5.6%	18.9K ↓ -34.4%	411.1 ↑ 9.7%
Mappe e Motivi Notizie http://www.youtube.com/	43 ↑ 186.7%		3.5K ↑ 1.8K%	80.7 ↑ 568.6%	188 ↑ 3.7K%	4.4 ↑ 1.2K%
Radio Manà Manà Sport Roma http://www.youtube.com/	35 ↑ 45.8%		93.1K ↑ 48.1%	2.7K ↑ 1.6%	699 ↑ 32.1%	20 ↓ -9.4%
Le Bestevem http://www.youtube.com/	29		67K	2.3K	15.5K	535.6
Jacopo Marini http://www.youtube.com/	28		23.3K ↓ -33.7%	833.2 ↓ -33.7%	3K ↓ -36.5%	108.6 ↓ -36.5%
Law&Crime Network in Italiano http://www.youtube.com/	26 ↓ -16.1%		11.1K ↑ 18.9%	427.8 ↑ 41.8%	340 ↓ -3.7%	13.1 ↑ 14.8%
Lo Spettacolo di Infografiche http://www.youtube.com/	26 ↑ 23.8%		15.8K ↓ -61.3%	607.8 ↓ -68.7%	476 ↓ -57.6%	18.3 ↓ -65.7%

Fonte: Talkwalker

DICEMBRE 2025

I video sponsored più performanti

1

Questi panini, solo in Italia li facciamo!

LA TRADIZIONE IN UN PANINO 🍞 #chefmaxmariola

Chef Max Mariola 🍳
1,05 Mil di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 38K 2.1M N/D

37.4K 'Mi piace' di YouTube,
2.1M Visualizzazioni YouTube, 587 Commenti

2

Ciro.exe

CIRO: La Storia del PRIMO Vero TROLL ITALIANO

Poldo 🍌
735K iscritti

Abbonati

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 27.9K 300.7K N/D

26.5K 'Mi piace' di YouTube,
300.7K Visualizzazioni YouTube, 1.4K Commenti



DICEMBRE 2025

I video sponsored più performanti

3

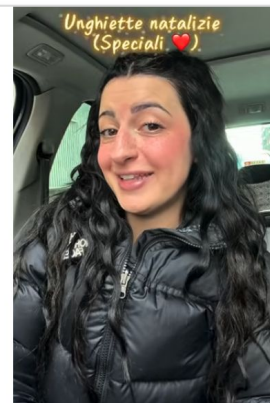


VIVO 24 ORE COME RICCARDO DOSE E DADDA! *È stata una pessima idea!*

xMurry @ e Riccardo Dose @ [Iscriviti](#)

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	<p>25.6K ↕ 467.3K ↗ N/D</p> <p>25.4K 'Mi piace' di YouTube, 467.3K Visualizzazioni YouTube, 130 Commenti</p>

4



UNGHIE SPECIALI DI NATALE ❤️🎄🌲

Arienne Makeup @ [Iscriviti](#)

1.59 Min di iscritti

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	<p>21.2K ↕ 688.8K ↗ N/D</p> <p>20.8K 'Mi piace' di YouTube, 688.8K Visualizzazioni YouTube, 465 Commenti</p>



DICEMBRE 2025



I video sponsored più performanti

5



Prof di inglese

Le prof l'ultimo giorno prima delle vacanze di Natale #prof #scuola #perte #studenti #studio

Metie Lezioni
1.99K iscritti

iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 18.8K 885.8K N/D

18.6K 'Mi piace' di YouTube,
885.8K Visualizzazioni YouTube, 207 Commenti

6



PROVIAMO 100 PRODOTTI GRINCH VIETATI DI AMAZON comprati dal Dottor Timoti per 24 ore!

DinslemE
2.47 Min di iscritti

iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 18.4K 426.8K N/D

17.9K 'Mi piace' di YouTube,
426.8K Visualizzazioni YouTube, 449 Commenti



I video sponsored più performanti

7



IO E GRETA COMPRAMO 15 KG DI PACCHI SMARRITI! 🍪

SINNAGGAGHIRI • 792K iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 17.8K 253.3K N/D

17.5K 'Mi piace' di YouTube,
253.3K Visualizzazioni YouTube, 343 Commenti

8



Prof durante la verifica #prof #scuola #perte #studio #studenti

Metis Lezioni • 159K iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 15.9K 147.4K N/D

15.4K 'Mi piace' di YouTube,
147.4K Visualizzazioni YouTube, 513 Commenti



DICEMBRE 2025



I video sponsored più performanti



Volo con QSuite - La MIGLIORE Business Class del Mondo

Surry 3,05 Min di iscritti Abbonati Iscriviti

CORRISP: ADV YOUTUBE

METRICHE 15K 287.7K N/D

14.9K 'Mi piace' di YouTube,
287.7K Visualizzazioni YouTube, 183 Commenti



SIGNORINI, CORONA E IL PREZZO DEL SUCCESSO | TAVOLO PARCHEGGIO EP.116

Gianmarco Zagato e altri 2 Abbonati Iscriviti

CORRISP: ADV YOUTUBE

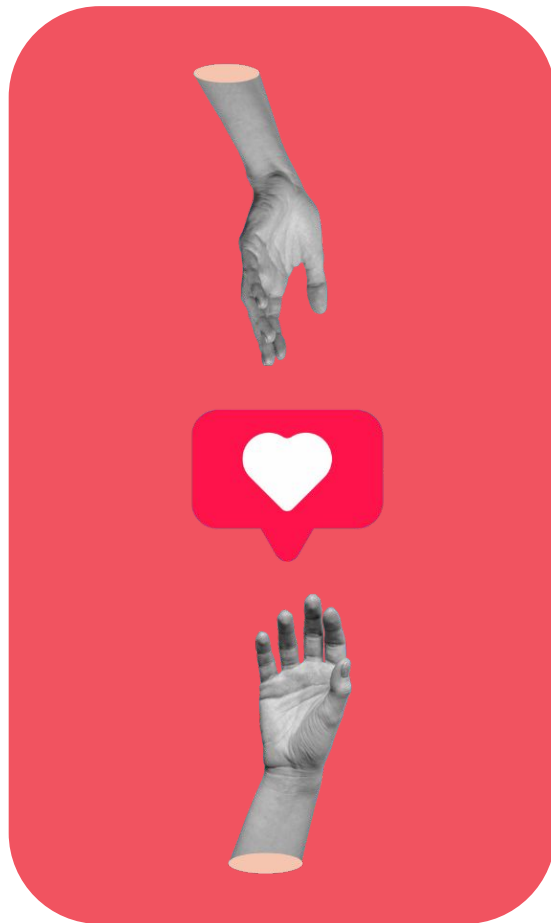
METRICHE 14.8K 381.9K N/D

14.4K 'Mi piace' di YouTube,
381.9K Visualizzazioni YouTube, 396 Commenti



Su YouTube le attività con influencer e brand chiudono il 2025 con ottimi risultati: tutti i kpi analizzati registrano una crescita.

Nella top 10 continuano a prevalere i long video con 6 contenuti in questo formato.



Fonte: Talkwalker

Le attività di Influencer Marketing tornano a **crescere** su YouTube a dicembre.

I video sponsored pubblicati crescono quasi del 15% rispetto al mese precedente, arrivando a **3.9K**. Le interazioni sono **2M**, l'11,11% in più rispetto a novembre. Infine, le views toccano quota **100.3M** registrando una crescita del 5,58%.

Nella top 10 dei video sponsored più performanti del mese prevalgono i **long video** con 6 video su 10. Interessante notare che 2 video su 10 sono **video pubblicati in collab** con più creator, segno che questa modalità di pubblicazione sta prendendo campo anche su YouTube.



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)"

