

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE

GENNAIO 2026





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 #invited #invitedby**

I risultati sono poi "puliti" attraverso l'isolamento e la disambiguazione dei contenuti trovati in fase di analisi.

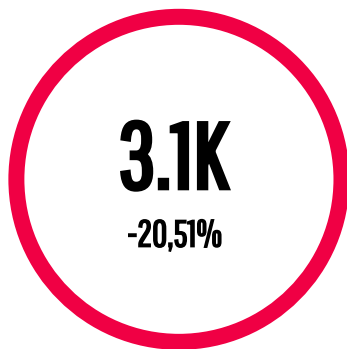




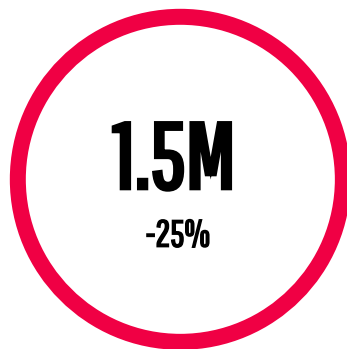
YOUTUBE

Scenario Gennaio 2026

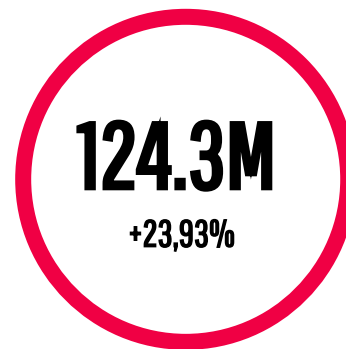
I video sponsored più performanti



Numero video



Interazioni generate



Views



Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Hashtag utilizzati nei video Sponsored



GENNAIO 2026



Brand menzionati nei video Sponsored



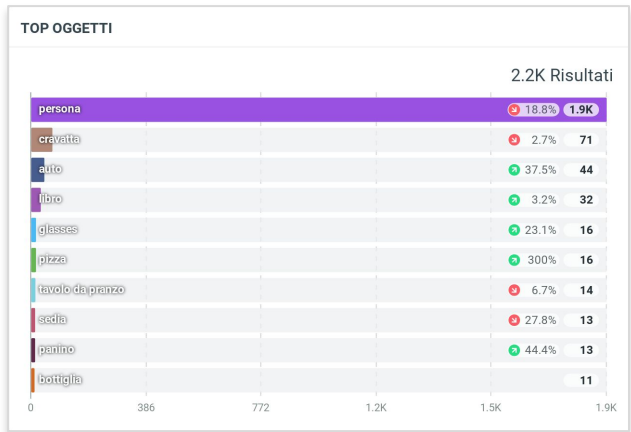
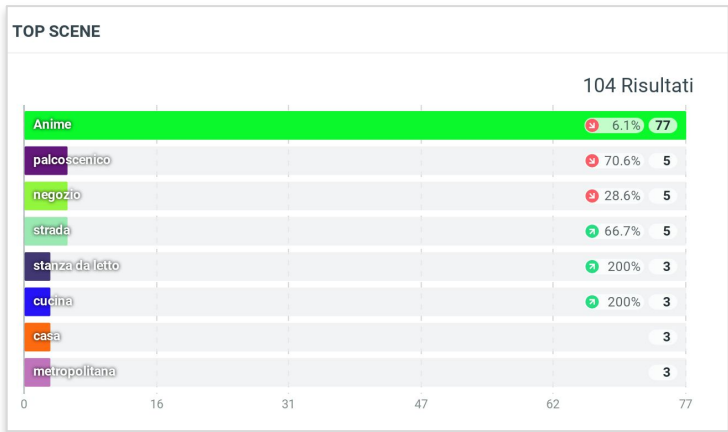
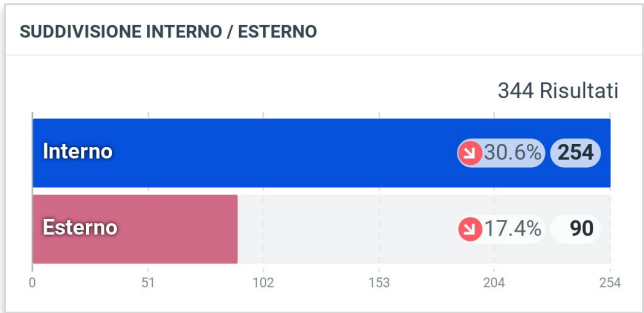
Fonte: Talkwalker



GENNAIO 2026



Analisi Visual



Fonte: Talkwalker



GENNAIO 2026



Top creator per attività sponsored

Influencer	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
i24NEWS Italiano http://www.youtube.com/	67 ↑31.4%		28.8K ↑1.3K%	429.6 ↑950.3%	611 ↑1.1K%	9.1 ↑811.9%
Dpm Tapes http://www.youtube.com/	61 ↓-3.2%		3M ↑41.6%	48.8K ↑46.2%	22.6K ↑37.4%	370.8 ↑41.9%
Law&Crime Network in Italiano http://www.youtube.com/	60 ↑130.8%		26.6K ↑132.4%	442.6 ↑0.7%	953 ↑180.3%	15.9 ↑21.5%
Lo Spettacolo Militare http://www.youtube.com/	40 ↓-13%		458K ↓-1.2%	11.4K ↑13.6%	20.2K ↑6.7%	505.5 ↑22.8%
Fabrizio Romano in Italiano http://www.youtube.com/	37 ↑94.7%		1.6M ↑192.6%	42.1K ↑50.3%	62.2K ↑188.1%	1.7K ↑47.9%
Radio Manà Manà Sport Roma http://www.youtube.com/	36 ↑2.9%		158.5K ↑70.2%	4.4K ↑65.4%	1.2K ↑70.1%	33 ↑65.4%
Affari e Geopolitica http://www.youtube.com/	32 ↓-33.3%		187.6K ↓-33.8%	5.9K ↓-0.7%	13.2K ↓-38%	411.6 ↓-6.9%
Perfect ALIEN Life - ALIEN ADV http://www.youtube.com/	30 ↑150%		3 ↓-99.8%	0.1 ↓-99.9%	0 ↓-100%	0 ↓-100%
Mappe e Motivi Notizie http://www.youtube.com/	29 ↓-32.6%		11K ↑185.9%	377.9 ↑323.9%	491 ↑161.2%	16.9 ↑287.3%
Tele Radio Monte Kronio "RMK-Tv..." http://www.youtube.com/	25 ↑19%		284 ↑56.9%	11.4 ↑31.8%	3	0.1

Fonte: Talkwalker

GENNAIO 2026



I video sponsored più performanti

1

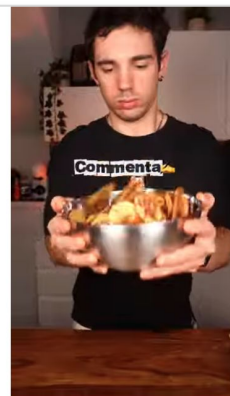


PROVO I PRODOTTI delle CELEBRITÀ 🌟

diEFfE ©
1,92 Min di iscritti [Iscriviti](#)

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	33.5K 768.2K N/D
32.6K 'Mi piace' di YouTube, 768.2K Visualizzazioni YouTube, 1.9M Youtube Subscribers, 872 Comments	

2



Snack in Tv Fit Ep 1 - Patatine in Sacchetto 🍟🥤

Alan Valca Shorts
98.4K iscritti [Iscriviti](#)

CORRISP.	ADV YOUTUBE
METRICHE	24.5K 767.1K N/D
24.4K 'Mi piace' di YouTube, 767.1K Visualizzazioni YouTube, 88.6K Youtube Subscribers, 110 Comments	



GENNAIO 2026

I video sponsored più performanti

3

LoveTranslate

A volte è meglio non sapere... 😊 #emergent #emergental #ad

Torretti 429K iscritti Abbonati Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 25.6K 467.3K N/D

25.4K 'Mi piace' di YouTube, 467.3K Visualizzazioni YouTube, 130 Commenti

4

REC

00:58:00:14

e te lo restituisco appena abbiamo finito di fare la spesa.

Tratta con Pregiudizio un Ragazzo nel Supermercato, Riceverà una lezione di Vita

Kiko. Co Video Emozionali 391K iscritti Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 19.8K 1M N/D

19.5K 'Mi piace' di YouTube, 1M Visualizzazioni YouTube, 390K Youtube Subscribers, 249 Commenti



GENNAIO 2026

I video sponsored più performanti

5

Samy non puoi farti la tinta, devi finire due lavori. L1

La tinta Garnier Olie, piace anche a voi? #ADV #Garnier #Colorazione #lorealitaliatribe #haicare

Samara Tramontana
225K iscritti

Corrispondenza: ADV YOUTUBE

Metriche: **17.3K** visualizzazioni, **5.3M** visualizzazioni YouTube, **N/D** commenti

17.2K 'Mi piace' di YouTube, 5.3M Visualizzazioni YouTube, 225K Youtube Subscribers, 168 Commenti

6

RESTAURO UN HM ELABORATO 100cc EP.6 !

Ivan Giussani
467K iscritti

Corrispondenza: ADV YOUTUBE

Metriche: **17.2K** visualizzazioni, **126.9K** visualizzazioni YouTube, **N/D** commenti

16.4K 'Mi piace' di YouTube, 126.9K Visualizzazioni YouTube, 466K Youtube Subscribers, 815 Commenti

GENNAIO 2026



I video sponsored più performanti

7



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

DinsiemE 2,47 Min di iscritti [Iscriviti](#)

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **17.1K** **350.6K** **N/D**

16.5K 'Mi piace' di YouTube, 350.6K Visualizzazioni YouTube, 2.5M Youtube Subscribers, 593 Commenti

8



MI SERVE UN METRO PER QUESTO MASCARA

LIQUORSBEAUTY 112K iscritti [Iscriviti](#)

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE **16.7K** **6.5M** **N/D**

16.7K 'Mi piace' di YouTube, 6.5M Visualizzazioni YouTube, 46 Commenti

Fonte: Talkwalker



GENNAIO 2026



I video sponsored più performanti



La GO ULTRA é perfetta per non farsi mai beccare @insta360 #adv

Giulia Lamarca
192K iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 16.7K 684.3K N/D

16.3K 'Mi piace' di YouTube, 684.3K Visualizzazioni YouTube, 192K Youtube Subscribers, 353 Commenti



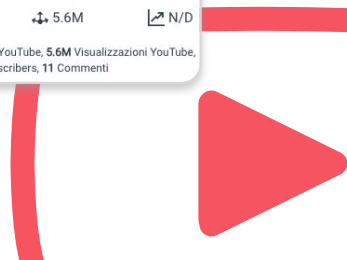
#ADV @larocheposayÉ nella pelle di tutti ma lo conosci?É l'Acido ialuronico,l'eroe della skincare!

Terry Lozano
117K iscritti

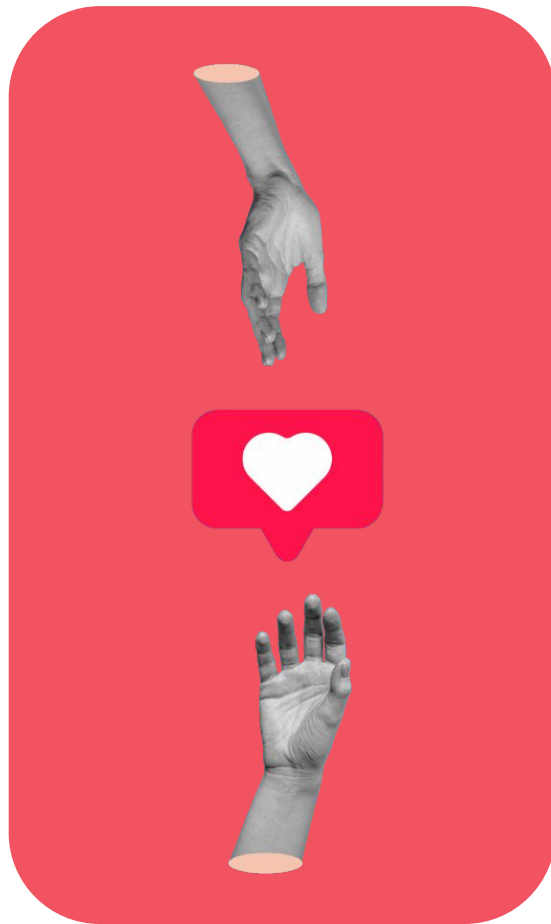
CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 14.5K 5.6M N/D

14.5K 'Mi piace' di YouTube, 5.6M Visualizzazioni YouTube, 116K Youtube Subscribers, 11 Commenti



A gennaio, YouTube è l'unica piattaforma a registrare la crescita di un KPI. Salgono le views anche se scendono il numero di video sponsored pubblicati e le interazioni. 6/10 video in top 10 sono nel formato Shorts.



Fonte: Talkwalker

Questo nuovo anno si apre con una **crescita delle views** ma con una diminuzione del numero di video e delle relative interazioni.

I video realizzati con creator e brand sono **3.1K**, il 20,51% in meno rispetto a dicembre. Anche le interazioni generate diminuiscono fermandosi a **1.5M** registrando una decrescita del 25%. Le views, invece, aumentano quasi del 24% arrivando a **124.3M**.

Nella top 10 dei video sponsored più performanti del mese prevalgono, a differenza di dicembre, gli **Shorts**: 6 video su 10 sono in questo formato. Nessun creator è presente in classifica con più di un contenuto.



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)"

