

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK

MAGGIO 2026



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 #invited #invitedby**

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

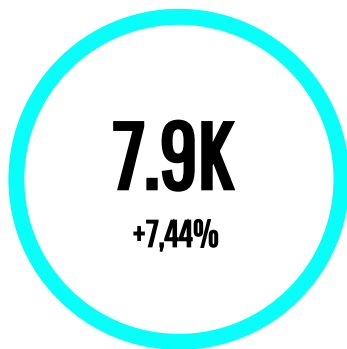




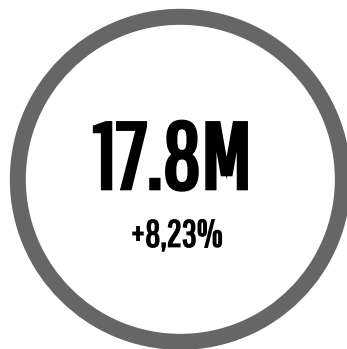
TIKTOK

Scenario Maggio 2026

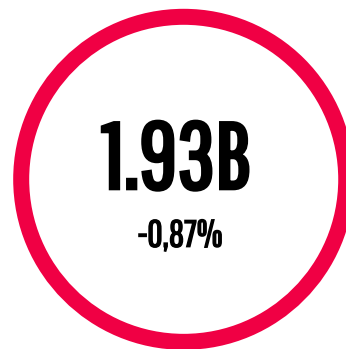
I video nati da collaborazione brand/influencer



Numero video



Interazioni generate



Views



L'andamento delle attività collabs

2.5K

+8,56%

**Video supportati
da media**

477

+15,50%

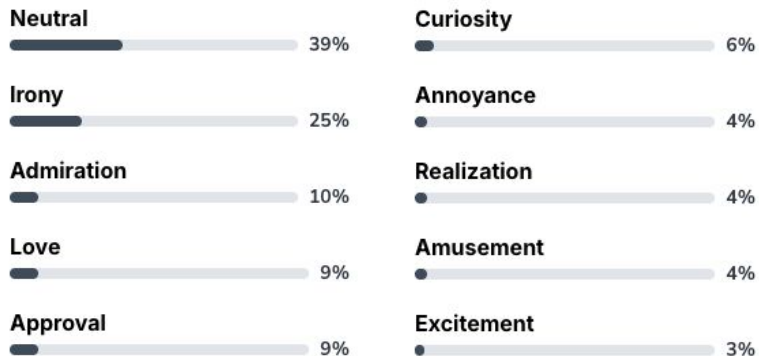
**Video realizzati da
profili verificati**



MAGGIO 2026



Sentiment dei commenti

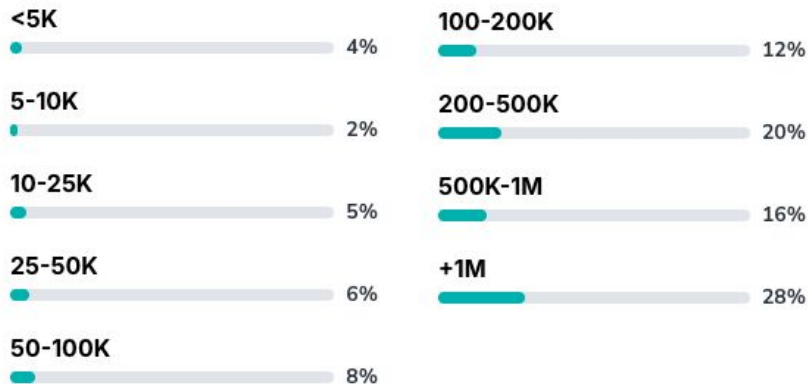


Fonte: Exolyt

MAGGIO 2026



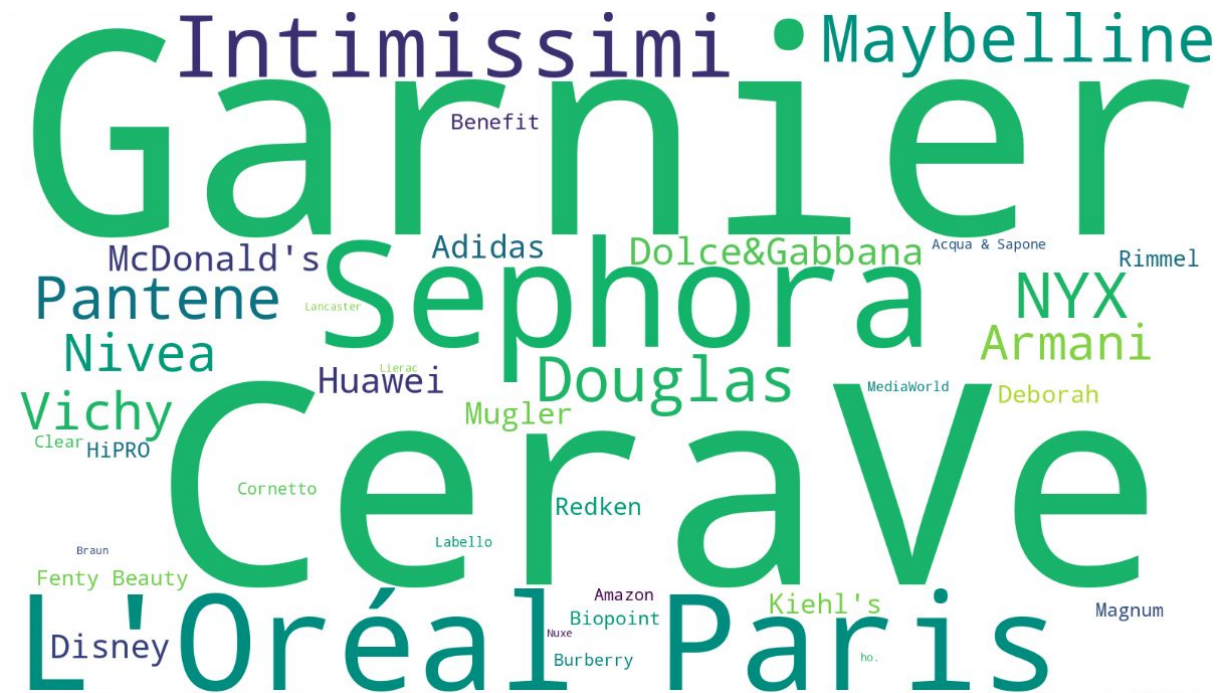
Grandezza followerbase creator attivati



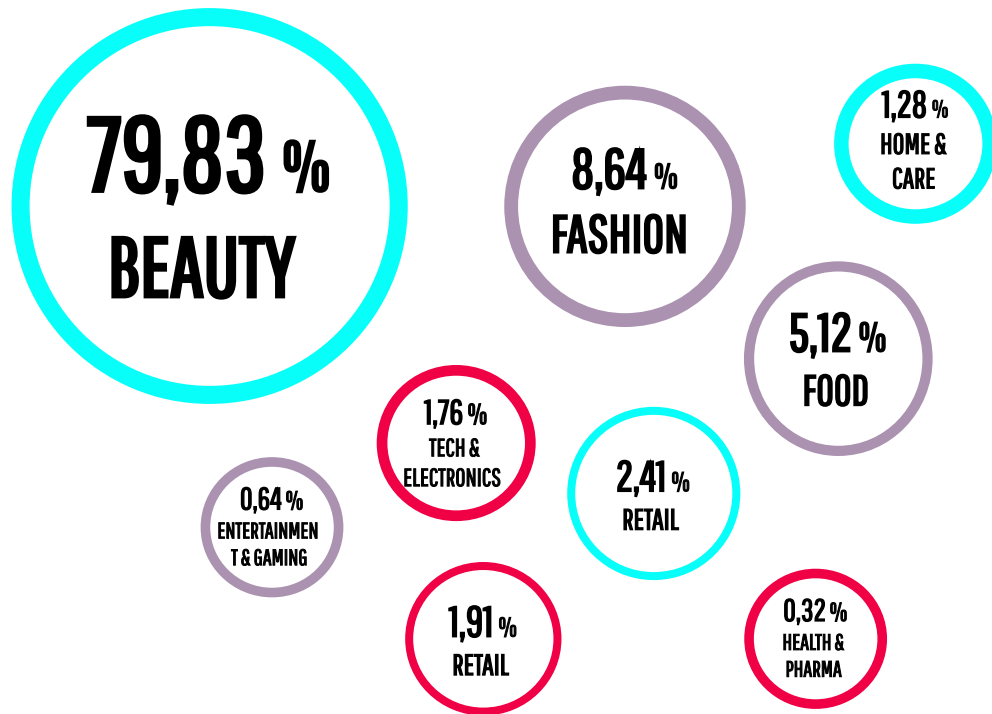
Fonte: Exolyt



Brand menzionati



Attivazioni per settori



Maggio conferma il netto predominio del **Beauty**, che rappresenta quasi quattro attivazioni su cinque.

Fashion e **Food** si confermano i principali comparti alternativi, mentre Retail, Tech e Home & Care mantengono un peso limitato.

Entertainment e Health & Pharma risultano marginali, mentre il **Travel** è assente nel periodo analizzato.

MAGGIO 2026

I video sponsored più performanti

1

@giuliagrollo1
x Maui Jim



Views	Likes
31.4M	49.6K
Comments	Shares
124	1.2K

2

@elenahazinah
x Mixa



Views	Likes
30.5M	61.1K
Comments	Shares
228	1.8K

3

@nika_napolitano
x Algida



Views	Likes
24.8M	47.6K
Comments	Shares
229	1.1K

4

@gianpaologolden
x Huawei



Views	Likes
24.1M	51.1K
Comments	Shares
342	4.2K

5

@loziogerry
x HONOR



Views	Likes
19.3M	86.9K
Comments	Shares
756	5.6K

MAGGIO 2026

I video sponsored più performanti

6

@ambraconsales
x Raid

Promoted

▶ 18.4M
♥ 13.3K
E 0.1%
⌚ 0:22
IT

gio 28 maggio 2026
Con i primi caldi in cucina ricomincia la lotta 🐛🔥 Da quando uso la Trappola Insetti Volanti Raid Essentials posso fina...

@ambraconsales

Views	Likes
18.4M	13.3K
Comments	Shares
112	1.9K

7

@mocciadavide
x HiPro

Promoted

▶ 17.8M
♥ 88.8K
E 0.5%
⌚ 0:57
IT

reintegrazione

lun 4 maggio 2026
#adv Non me lo aspettavo, grazie @HiPRO Italia per il supporto ❤️ #HiPRO #HiPROFam

@mocciadavide

Views	Likes
17.8M	88.8K
Comments	Shares
198	1.5K

8

@_ariannacappello
x Mixa

Promoted

▶ 17.4M
♥ 28.9K
E 0.2%
⌚ 0:38
IT

mer 6 maggio 2026
#ADV #mixa Dopo l'inverno ho sempre bisogno di un glow up e inizio dalla pelle usando la mia amata Niacinamide Bright d...

@_ariannacappello

Views	Likes
17.4M	28.9K
Comments	Shares
134	1.5K

9

@ariannabiliorsi
x Algida

Promoted

▶ 16.6M
♥ 17.6K
E 0.1%
⌚ 0:16
IT

ven 22 maggio 2026
#adv Quello che ci voleva 🥰 La mia pausa preferita quando lavoro 🍦 #Magnum #icecream #treatyourself @magnum-icecream

@ariannabiliorsi

Views	Likes
16.6M	17.6K
Comments	Shares
51	430

10

@loziogerry
x HONOR

Promoted

▶ 16.4M
♥ 54.0K
E 0.3%
⌚ 1:05
IT

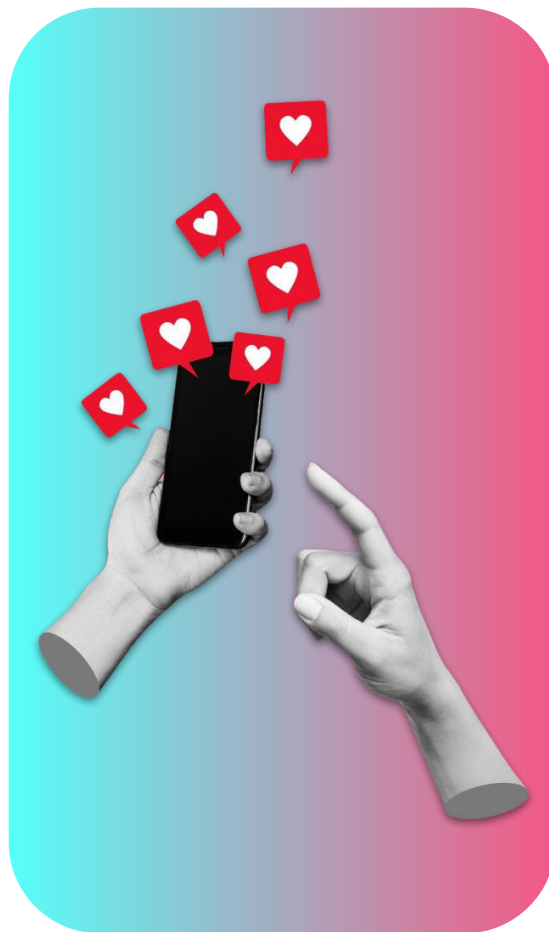
gio 14 maggio 2026
Sono intrappolato nel Gerryverso! E adesso ho bisogno del vostro aiuto per uscirne 🤔 Commentate qui sotto scrivendomi Gerry Scotti lascia la TV?

@loziogerry

Views	Likes
16.4M	54.0K
Comments	Shares
1.3K	1.8K

**Più video, più interazioni
ma meno views: è questo
lo scenario delle attività
di Influencer Marketing
su TikTok nel mese di
maggio 2026.**

**Non si ferma il numero
dei video sponsored
supportati da media:
+8,56% rispetto ad
Aprile.**



Fonte: Talkwalker

A Maggio su TikTok si registra una **crescita** delle attività di Influencer Marketing. Tutti i kpi aumentano, l'unico dato in discesa sono le views.

I video nati dalla collaborazione di influencer/creator e brand sono **7.9K**, il 7,44% in più rispetto al mese precedente. Anche le interazioni aumentano e toccano quota **17.8M** (+8,23%). In controtendenza, invece, le views che diminuiscono leggermente (-0,87%) e si fermano a **1.93B**.

Inarrestabile la crescita del numero di video sponsored supportati da **media**. Anche questo mese crescono arrivando a **2.5K**.

Nella top 10 di questo mese, spiccano **Mixa** e **Algida** con due contenuti a testa. Forte presenza anche del tech con **HONOR** (2 video con Jerry Scotti) e Huawei.



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



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)"

