



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK

GIUGNO 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

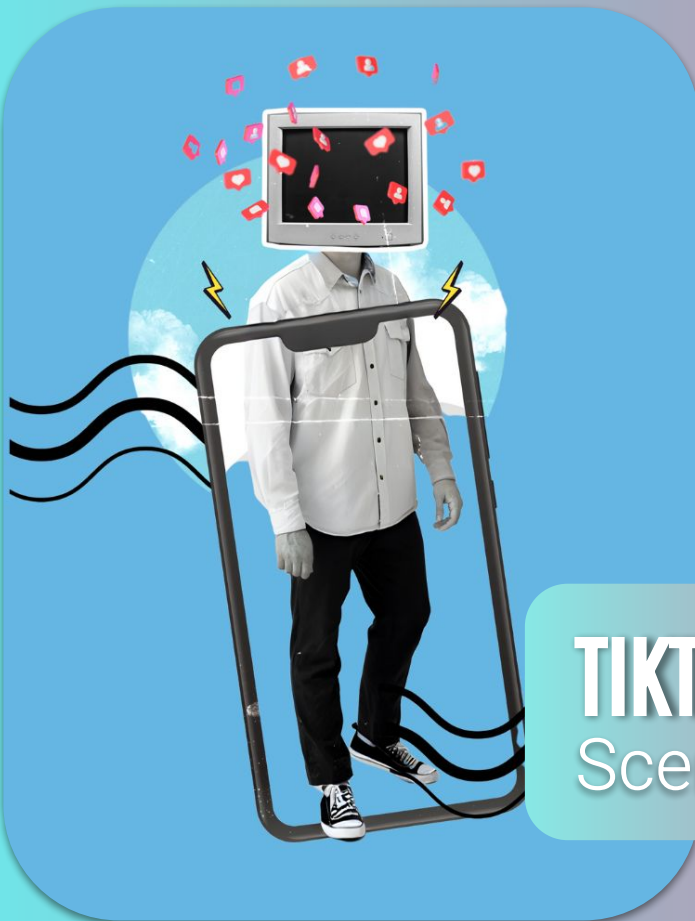
Tutti i dati utilizzati in queste analisi sono un'elaborazione di **TacTik**, la Unit verticale TikTok di **Openbox**, su fonte **Exolyt**, tool dedicato all'analisi e monitoraggio su TikTok.

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 Giugno 2026

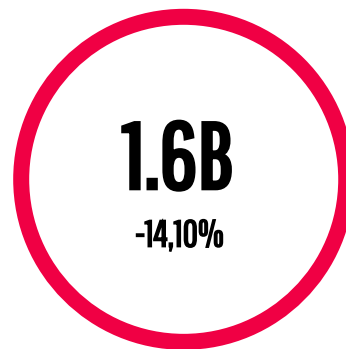
I video nati da collaborazione brand/influencer



Numero video



Interazioni generate



Views



L'andamento delle attività collabs

2.3K

-6,03%

**Video supportati
da media**

365

-18,34%

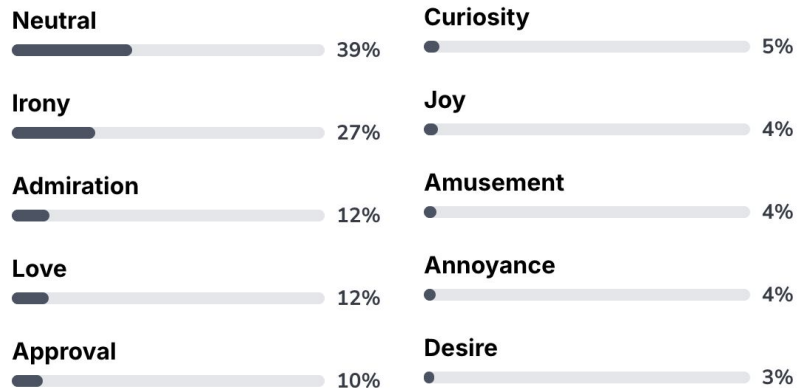
**Video realizzati da
profili verificati**



GIUGNO 2026



Sentiment dei commenti



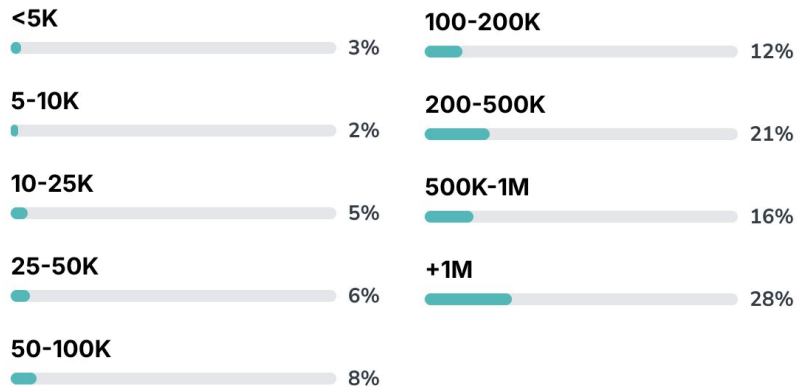
Irony 27% 73% Not

Fonte: Exolyt

GIUGNO 2026



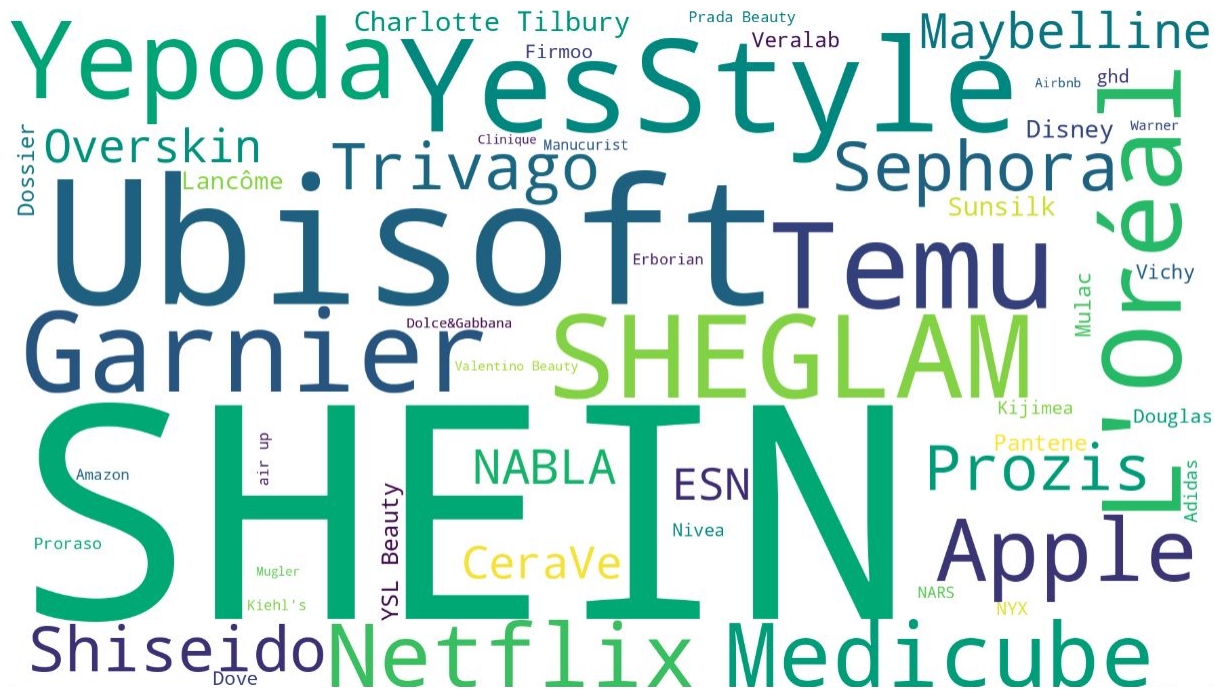
Grandezza followerbase creator attivati



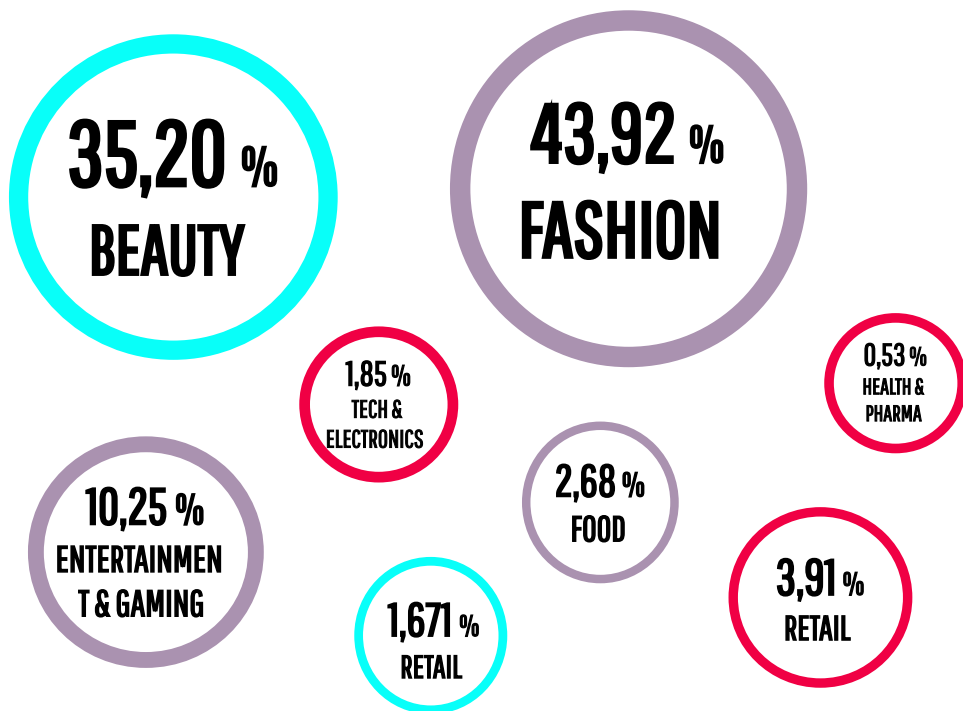
Fonte: Exolyt



Brand menzionati



Attivazioni per settori



A giugno cambia nettamente la distribuzione rispetto ai mesi precedenti: **Fashion diventa il primo settore con il 43,92%**, superando il **Beauty**, che scende al **35,20%**.

Rilevante anche il peso di **Entertainment & Gaming (10,25%)**, mentre gli altri comparti restano più contenuti.

GIUGNO 2026

I video sponsored più performanti

1

@iriscalugi
x Algida



Views	Likes
31.3M	112.1K
Comments	Shares
121	4.1K

2

@paolavalerini
x Benetton



Views	Likes
29.5M	32.1K
Comments	Shares
47	977

3

@martinadellanna
x Benetton



Views	Likes
27.0M	29.7K
Comments	Shares
31	871

4

@tesse_giovanni
x got2b



Views	Likes
25.7M	13.6K
Comments	Shares
91	1.6K

5

@twinsistersofficialpage
x Algida



Views	Likes
22.2M	70.0K
Comments	Shares
273	1.4K

GIUGNO 2026

I video sponsored più performanti

6

@martinaz.__
x Algida

Promoted



▶ 21.5M
♥ 39.4K
E 0.2%
⌚ 0:22
🇮🇹 IT

ven 5 giugno 2026

#adv Il mio rituale post-studio: uscire, prendere un Magnum e sparire per 5 minuti. 🍦💕 #Magnum #icecream #treatyourself...

@martinaz.__

Views	Likes
• 21.5M	• 39.4K
Comments	Shares
• 75	• 709

7

@alessio_caroccia
x Airbnb

Promoted



▶ 19.6M
♥ 42.6K
E 0.2%
⌚ 0:23
🇮🇹 IT

gio 4 giugno 2026

#adv Pensavamo di trovare un posto tranquillo @airbnb Abbiamo trovato una casa piena di risate, chiacchiere sovrapposte...

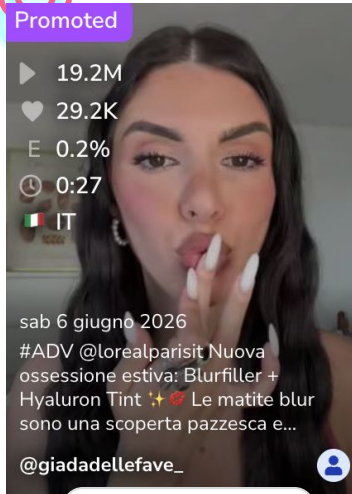
@alessio_caroccia

Views	Likes
• 19.6M	• 42.6K
Comments	Shares
• 183	• 1.2K

8

@giadadellefave_
x L'Oréal Paris

Promoted



▶ 19.2M
♥ 29.2K
E 0.2%
⌚ 0:27
🇮🇹 IT

sab 6 giugno 2026

#ADV @lorealparisit Nuova ossessione estiva: Blurfiller + Hyaluron Tint ✨💕 Le matite blur sono una scoperta pazzesca e...

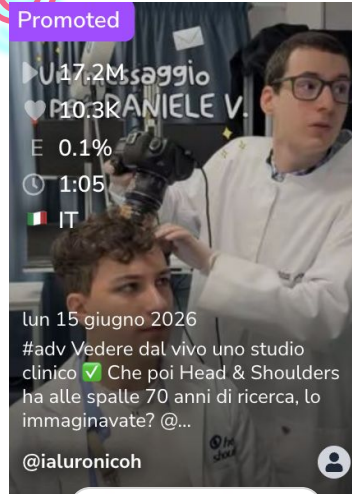
@giadadellefave_

Views	Likes
• 19.2M	• 29.2K
Comments	Shares
• 65	• 1.2K

9

@ialuronicoh
x Head & Shoulders

Promoted



▶ 17.2M
♥ 10.3K
E 0.1%
⌚ 1:05
🇮🇹 IT

lun 15 giugno 2026

#adv Vedere dal vivo uno studio clinico ✅ Che poi Head & Shoulders ha alle spalle 70 anni di ricerca, lo immaginate? @...

@ialuronicoh

Views	Likes
• 17.2M	• 10.3K
Comments	Shares
• 131	• 736

10

@twinsistersofficialpage
x Revolut

Promoted



▶ 16.3M
♥ 120.1K
E 0.7%
⌚ 0:42
🇮🇹 IT

mar 9 giugno 2026

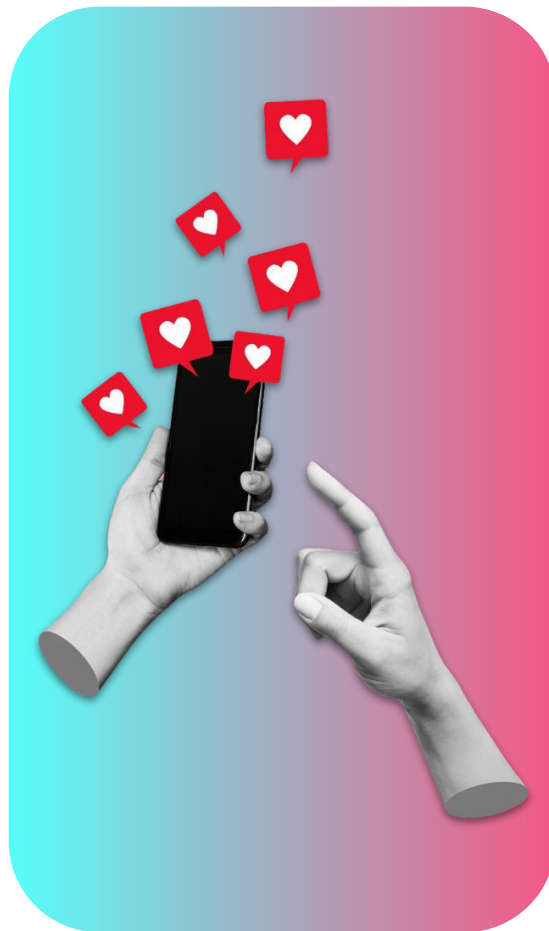
Quale delle sorelle sei? 🤔 @Revolut #adv

@twinsistersofficialpage

Views	Likes
• 16.3M	• 120.1K
Comments	Shares
• 5	• 648

TikTok si contrappone a Instagram: a Giugno diminuiscono tutti i kpi analizzati.

Per la prima volta calano i video sponsored supportati da media e il Beauty non è il primo settore con il maggior numero di collab in piattaforma.



Fonte: Talkwalker

Giugno non è stato un buon mese per le attività di Influencer Marketing su TikTok. Tutti i dati analizzati, infatti, sono **diminuiti**.

I video sponsored sono **7.3K**, il 7,80% in meno rispetto a Maggio. Le interazioni calano quasi del 20% fermandosi a **14.6M**. Infine, le views sono **1.6B**, il 14,10% in meno rispetto al mese precedente.

Per la prima volta, si registra un calo del numero di video sponsored supportati da **media**. Questo mese sono 2.3K, il 6,03% in meno rispetto a Maggio.

Un altro dato inaspettato riguarda i settori con il maggior numero di collab nel mese. Per la prima volta il Beauty non si trova al primo posto. A Giugno è il **Fashion** a dominare con quasi il 44% (il Beauty si ferma al 35,20%).



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)"

