

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED YOUTUBE

AGOSTO 2026



POWERED BY  **Talkwalker**



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 Agosto 2026

AGOSTO 2026



I video sponsored più performanti

3.8K

-19,15%

Numero video

1.7M

-22,73%

Interazioni generate

73.8M

-52,57%

Views

Fonte: Talkwalker



AGOSTO 2026



Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker

AGOSTO 2026



Hashtag utilizzati nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker



AGOSTO 2026



Brand menzionati nei video Sponsored



Fonte: Talkwalker

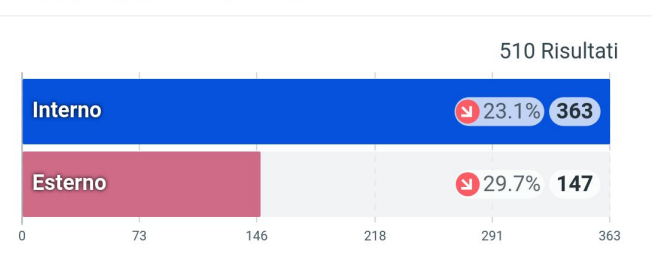


AGOSTO 2026



Analisi Visual

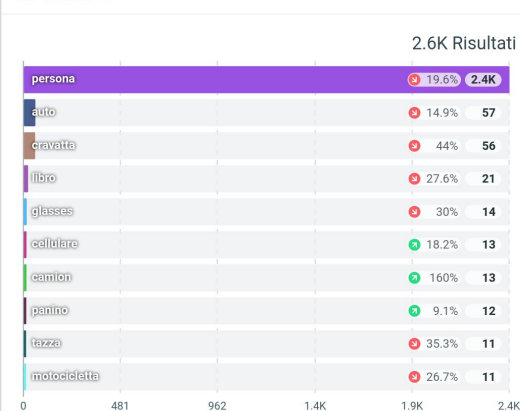
SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



TOP SCENE



TOP OGGETTI



Fonte: Talkwalker



AGOSTO 2026

Top creator per attività sponsored

Influencer	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
KST Kpop Show Time http://www.youtube.com/	104 ↑160%		24.5K ↑103.9%	235.9 ↓-21.6%	1.6K ↑91.3%	15.8 ↓-26.4%
Lo Spettacolo Militare http://www.youtube.com/	45 ↓-28.6%		112.7K ↓-23.2%	2.5K ↑7.5%	8.8K ↓-19.2%	195.4 ↑13.1%
allydollina http://www.youtube.com/	45 ↑9.8%		3.4M ↓-15.3%	74.8K ↓-22.8%	112.8K ↓-18.4%	2.5K ↓-25.7%
i24NEWS Italiano http://www.youtube.com/	43 ↓-36.8%		9.7K ↓-38.8%	225.3 ↓-3.2%	385 ↓-51.9%	9 ↓-23.9%
i vip del quartiere http://www.youtube.com/	41 ↓-39.7%		12.2K ↓-28.9%	298.7 ↑18%	45 ↓-59.8%	1.1 ↓-33.4%
Il Corsaro Rossonero http://www.youtube.com/	37 ↑5.7%		378.1K ↑7.2%	10.2K ↑1.4%	5.9K ↑0.7%	158.3 ↓-4.8%
Teo Prodotti http://www.youtube.com/	35 ↑66.7%		160.1K ↑971.7%	4.6K ↑543%	1.7K ↑837.5%	47.1 ↑462.5%
Radio Manà Manà Sport Roma http://www.youtube.com/	34 ↑25.9%		285K ↑140%	8.4K ↑90.6%	1.6K ↑111.9%	48.1 ↑68.3%
Mappe e Motivi Notizie http://www.youtube.com/	33 ↑6.5%		461 ↓-43.8%	14 ↓-47.3%	83 ↓-39.4%	2.5 ↓-43.1%
Jacopo Marini http://www.youtube.com/	28 ↑33.3%		42.7K ↑100%	1.5K ↑50%	3.2K ↑27.5%	115.6 ↓-4.3%

Fonte: Talkwalker

AGOSTO 2026



I video sponsored più performanti

1



LE UNGHIE PIÙ VIRALI DI AGOSTO 🍷💅



Arienne Makeup •
1,75 Min di iscritti

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

42.3K

1.6M

N/D

41.7K 'Mi piace' di YouTube, 1.6M Visualizzazioni YouTube,
1.7M Youtube Subscribers, 558 Commenti

2



TESTO la SOSTANZA più LEGGERA al MONDO! 🌬️ (Aerogel)



dieFFE •
2,12 Min di iscritti

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

40.2K

1M

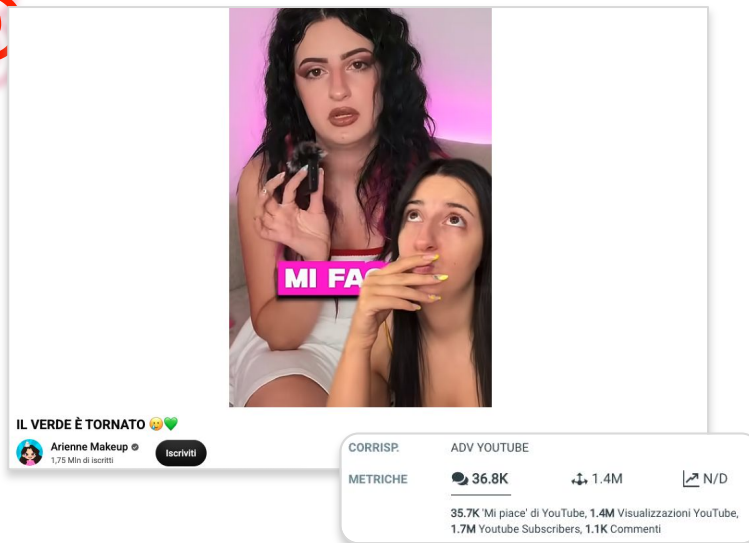
N/D

39.3K 'Mi piace' di YouTube, 1M Visualizzazioni YouTube,
2.1M Youtube Subscribers, 906 Commenti

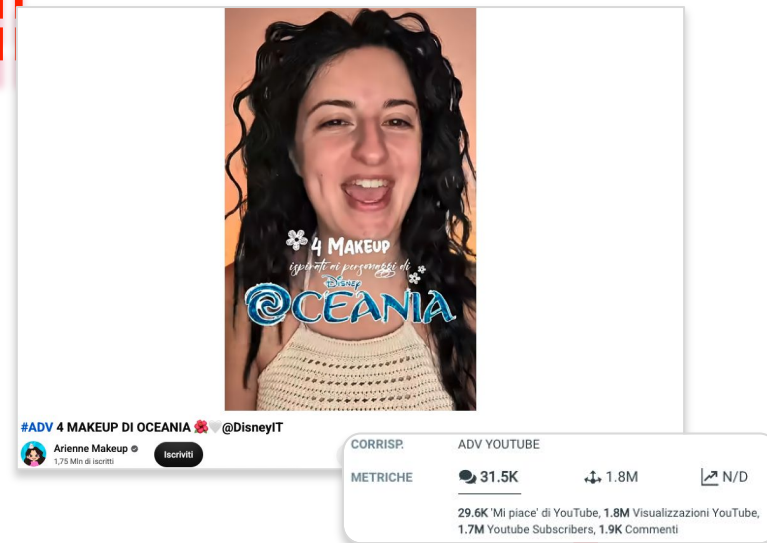
AGOSTO 2026

I video sponsored più performanti

3



4



AGOSTO 2026

I video sponsored più performanti

5



HO CREATO LA STANZA DEI TESORI NEL MIO MONDO - ImperoCraft Ep. 272

2° Doppieggiaggio automatico

Kendal 2,18 Min di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 26.6K 179.3K N/D

25.4K 'Mi piace' di YouTube, 179.3K Visualizzazioni YouTube, 2.2M Youtube Subscribers, 1.2K Commenti

6



xMurry fa il gelato a mia figlia! UN DISASTRO

DANNY LAZZARIN 1,26 Min di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 22.5K 598.3K N/D

22.1K 'Mi piace' di YouTube, 598.3K Visualizzazioni YouTube, 1.3M Youtube Subscribers, 416 Commenti

AGOSTO 2026

I video sponsored più performanti

7



IL MINUTO PIÙ ASSURDO DELLA MIA VITA.

Jakidale • 2,17 Min di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 22K 421.5K N/D

21.4K 'Mi piace' di YouTube, 421.5K Visualizzazioni YouTube, 2.2M Youtube Subscribers, 530 Commenti

8



Si può parlare con i MORTI? La verità sulla NECROMANZIA

aledellagiusta • 1,63 Min di iscritti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 20.6K 523.6K N/D

19.8K 'Mi piace' di YouTube, 523.6K Visualizzazioni YouTube, 1.6M Youtube Subscribers, 815 Commenti

AGOSTO 2026

I video sponsored più performanti



MAXIBON PISTACCHIO FATTO IN CASA!



Simone Vandelli
423K iscritti

Abbonati

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

19.3K

783.1K

N/D

19.2K 'Mi piace' di YouTube, 783.1K Visualizzazioni YouTube, 416K Youtube Subscribers, 86 Commenti



TAVVIVO nella PANDA-TENDA in MONTAGNA! 🏠 (ora è un MOSTRO ALL-TERRAIN 4X4) | Dirty Panding EP.06

SINNAGGAGGHIRI
799K iscritti

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

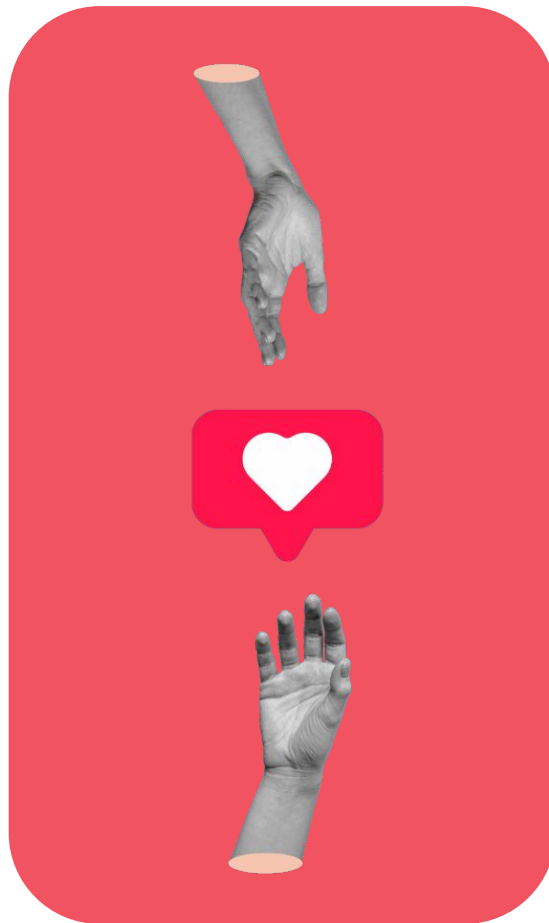
18.1K

239.8K

N/D

17.8K 'Mi piace' di YouTube, 239.8K Visualizzazioni YouTube, 797K Youtube Subscribers, 368 Commenti

YouTube segue la scia delle altre piattaforme, anche qui le attività con creator e brand vanno in vacanza. Tutti i kpi analizzati sono fortemente diminuiti. Arienne Makeup è leader in top 10 con 3 video.



L'Influencer Marketing va in vacanza anche su YouTube. Nel mese di Agosto **tutti i dati sono fortemente diminuiti.**

I video sponsored sono **3.8K**, quasi il 20% in meno rispetto a Luglio. Le interazioni generate calano del 22,73% e si fermano a **1.7M**. Le views registrano una discesa maggiore perchè non vanno oltre i **73.8M**, ovvero il 52,75% in meno rispetto al mese precedente.

Nella top 10 dei video sponsored più performanti del mese, **Arienne Makeup** spicca con 3 video nelle prime 4 posizioni confermandosi una creator leader della piattaforma.



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)"

