

YouTube nel 2025

Alcuni dettagli importanti



YouTube, microstoria 1

- Nata nel 2005 con il claim *broadcast yourself*
- Nel 2006 è stata acquisita da Google (1.65 mld \$)
- Il claim è stato rimosso nel 2010: primo segnale
- Febbraio 2014: Susan Wojcicki¹ diventa CEO, secondo segnale
- 2016, inizia il monitoraggio e l'affinamento delle strategie di profittabilità

⁽¹⁾ Business Executive e Marketing Manager, con un nutrito Curriculum Studiorum culminato in un MBA presso UCLA



YouTube, microstoria 2

- Redesign totale della customer value proposition (in relazione alla rimozione di *broadcast yourself*, ancora in eco nel pubblico)
- Novembre 2017: Adpocalypse e parziale rebranding
- 2019-2022: attuazione dei nuovi piani di marketing, compresi:
 - Ottimizzazione proposta contenuti (home, suggeriti, laterali, successivi)
 - Rimozione del *dislike* (“non mi piace”), poi reintrodotta senza quantità visibile



YouTube, microstoria 3

- Studio e successiva applicazione dell'obbligo a mostrare il numero di iscritti ai canali
- Affinamento advertising con ottemperanza rigida normative locali
- "socializzazione" e rincorsa dei meccanismi propri di altri social (Facebook, TikTok), verticalizzazione avanzata
- 2023 Neal Mohan CEO (particolare attenzione Advertising)
- Inizio della lotta agli Ad-Blocker
- 2024 introduzione delle *Promozioni* in YT Studio



YouTube Studio: PROMOZIONI

- Rimozione quasi totale della promozione interna (erroneamente detta *spamming*)
- Riottenibile, ma a pagamento, attraverso la scheda *Promozioni*, avendo in cambio:
 - Semplificazione degli algoritmi valutativi
 - Riduzione dell'impiego di I.A.
 - Ulteriore profitto derivante dall'impiego
 - Maggiore controllo per aderenza norme Ads

<https://support.google.com/youtube/answer/12199105?hl=it>

YouTube Studio: schermata Promozioni

Contenuti del canale

Video

Short

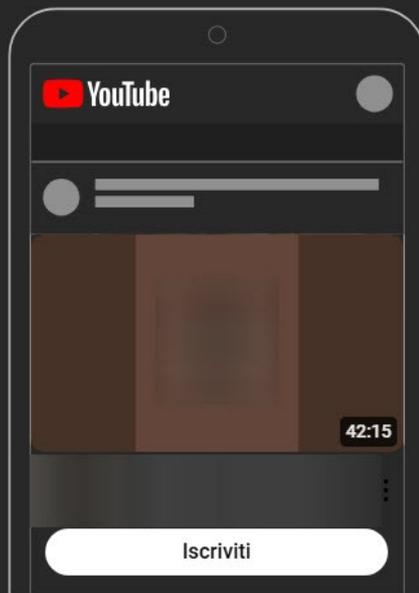
Live

Post

Playlist

Podcast

Promozioni



Promuovi il tuo canale e la tua attività su YouTube

Oltre alla regolare crescita del canale, le promozioni possono far conoscere i tuoi video a nuovi segmenti di pubblico.

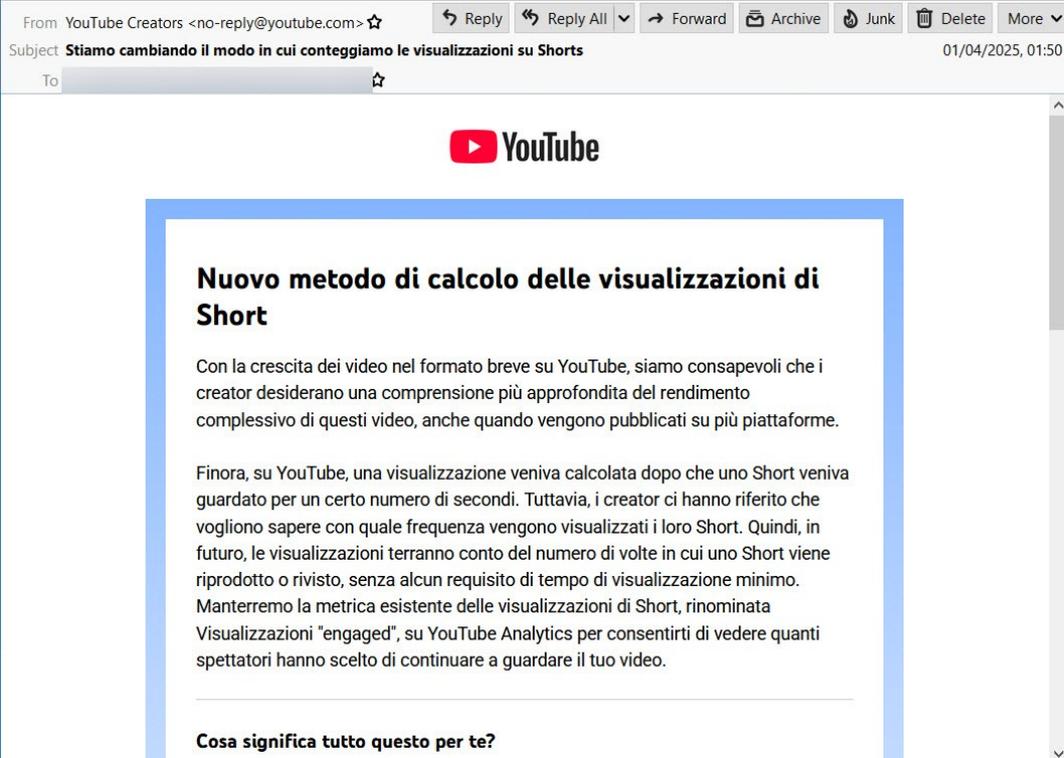
Gli iscritti e il tempo di visualizzazione registrati durante una promozione non vengono considerati nel calcolo dei requisiti di idoneità del Programma partner di YouTube.

[Scopri di più sulle promozioni](#)

Inizia

YouTube shorts: oscillazioni like e visual 1

- Il 1 aprile (ma non è un pesce d'aprile) Youtube ha iniziato a implementare un nuovo metodo di conteggio
- Nel sito di supporto, l'intro conferma il totale stop all'autopromozione interna orizzontale



The screenshot shows an email from YouTube Creators. The subject is "Stiamo cambiando il modo in cui conteggiamo le visualizzazioni su Shorts". The email content is as follows:

Nuovo metodo di calcolo delle visualizzazioni di Short

Con la crescita dei video nel formato breve su YouTube, siamo consapevoli che i creator desiderano una comprensione più approfondita del rendimento complessivo di questi video, anche quando vengono pubblicati su più piattaforme.

Finora, su YouTube, una visualizzazione veniva calcolata dopo che uno Short veniva guardato per un certo numero di secondi. Tuttavia, i creator ci hanno riferito che vogliono sapere con quale frequenza vengono visualizzati i loro Short. Quindi, in futuro, le visualizzazioni terranno conto del numero di volte in cui uno Short viene riprodotto o rivisto, senza alcun requisito di tempo di visualizzazione minimo. Manterremo la metrica esistente delle visualizzazioni di Short, rinominata Visualizzazioni "engaged", su YouTube Analytics per consentirti di vedere quanti spettatori hanno scelto di continuare a guardare il tuo video.

Cosa significa tutto questo per te?

<https://support.google.com/youtube/answer/10059070>

YouTube shorts: oscillazioni like e visual 2

- Le interazioni (like/visual) possono quindi variare, anche in negativo, in base a come avvengono le visualizzazioni (per intero, iterate, ecc.)
- Il commento agisce da “suggerimento” perché, solitamente, per commentare lo short ha il tempo di essere integralmente riprodotto anche più volte
- Aumenta la separazione tra i due *mondi* (H e V): si *elitizza* il primo e si *massifica* il secondo
- Alcuni definiscono ciò la *televisionizzazione* di Youtube (H) e la *facebookizzazione/tiktokizzazione* di Youtube (V)



YouTube social ridisegnato

- Non è più generatore autonomo di community di qualità
- Produce pseudo-community di masse non misurabili e non aggregabili
- Non rappresenta più alcun conveniente *broadcast outlet* gratuito
- I client verticali continuano a portare traffico utile per Ads e misure, ma non producono interazioni di valore per i creator (elite → massa)
- I client orizzontali sono compartimentati e segmentati
- Quasi ogni singola attività di utenti e creator diventa produttrice di profitti
- Quelle non/poco profittevoli subiscono pesantemente shadowbanning parziale o totale (creator) o proposte di massa (client)



YouTube oggi 1

- Aprire un nuovo canale senza un'accurata attività **esterna** di social media management porta a **iscritti 0, visualizzazioni 0, like/dislike 0, commenti 0, condivisioni 0**
- Fondarsi solo sul numero di visualizzazioni e/o sul numero di like/dislike diventa privo di fondamento e di reale riscontro



YouTube oggi 2

- Fondarsi sul numero di presenze effimere durante i live streaming non esprime più alcun reale valore legato alla content creation
- Possono avere ancora una qualche rilevanza solo i canali già dotati da tempo di una seppur minima circolazione sul portale
- Hanno qualche rara chance di ottenere un minimo di circolazione solo canali che:

YouTube oggi 3

- Trattino un tema particolarissimo o SSSSS²
- Sollecitino lateralmente una o più community già esistenti, anche se non consolidate
- Siano “derivazioni” di altri già affermati
- Siano “sponsorizzati” da altri già affermati
- E pochi altri casi molto particolari

² Sangue, Sesso, Soldi, Spettacolo, Sport, ma con l’ausilio di strategie clickbait e altre tecniche in grado di far leva non sul medium ma sullo spettatore casuale, purché pienamente nel rispetto di tutte le norme



Conclusioni 1 – YouTube è:

- Ormai un mercato più grande dell'umanità percepibile, quindi equivalente al saturo
- Troppo accessibile anche per masse ignoranti
- Troppo affollato per offrire possibilità di viralizzazione e diffusione solo meritocratiche
- Troppo condizionato da normative a volte folli
- Necessariamente gestito in minima parte da persone, in massima parte da macchine



Conclusioni 2

- Niente illusioni: approssimazione, dilettantismo e arte di arrangiarsi precludono qualsiasi crescita degna di nota; o si mira molto alto, o resta poco, o si cresce lato *massa* e non lato *elite*
- Nulla sfugge perché tutto è parametrizzato, memorizzato e correlato ed è tutto determinante: scritte, grafiche, parole, disegni, oggetti, foto, video, volti, elaborazioni grafiche e acustiche, audio, effetti, musica, artifici, modifiche, tentativi di elusione dei controlli, chat, commenti, tag, keyword, settaggi, titoli, descrizioni, link, citazioni, ecc.

YouTube 2025, le domande 1, risposte oggi

- *E allora come faccio a crescere?*
 - Se vuoi farlo seriamente, rileggi le slide, studiale. La risposta c'è. Non c'è scritto che sia facile, infatti non lo è.
- *Serve, allora, fare live verticali?*
 - *So, ni, sni, nso.* Ti fa imbattere, ma solo imbattere, negli *sweepers*. Uno su mille resta, gli altri vanno via. Non hai idea di chi siano, sono inclassificabili, inafferrabili. Uno su mille serve, gli altri fanno solo traffico fatuo e vacuo.

YouTube 2025, le domande 2, risposte oggi

- *Perché gli short a volte fanno tanto, a volte poco?*
 - La risposta è già nelle slide. Rileggile. Studiale. Approfondisci.
- *Fare tanti (o solo) short è utile?*
 - Può portarti iscritti e qualche interazione. Ma, salvo i già fidelizzati al canale, fanno solo numero, è come comprarli.
- *Quindi se apro un canale e pubblico cosa ottengo?*
 - Dipende. La risposta è nelle slide. Rileggile e studiale bene. In linea di massima ottieni molto poco. O anche niente.

YouTube 2025, le domande 3, risposte oggi

- *Cosa intendi per “mirare alto” per i nuovi?*
 - Che non puoi **iniziare** prendendo il cellulare o il PC, girando un video *come viene viene*, pubblicare e sperare, anche se ti fai una scaletta. Salvo rari casi, ci vuole un progetto preciso, un piano d'azione, delle strategie definite e relative tattiche per conseguirle. E non è affatto detto che tu ci possa riuscire in solitaria, potrebbe essere necessario disporre di altre risorse, sia tecniche che umane. A meno che dei risultati ti interessi poco/nulla: a quel punto fai quello che vuoi, tanto non stai “mirando alto”, ma i risultati saranno modesti o anche nulli.

YouTube 2025, le domande 4, risposte oggi

- *Se faccio qualcosa che non va, YouTube se ne accorge?*
 - Sì, 99 volte su 100. Rileggi e assimila, la risposta c'è già.
- *Se YouTube mi tratta ingiustamente, cosa posso fare?*
 - Poco. Puoi tentare il ricorso, ma sappi che è gestito da macchine: ti può andar bene come ti può andar male; solo per canali realmente grandi (> 1 mil. iscritti) c'è la possibilità di interventi umani; dunque, occorre essere proattivi, capire la politica aziendale di YouTube in anticipo e muoversi di conseguenza, non c'è niente da fare.

YouTube 2025, le domande 5, risposte oggi

- *Bisogna leggere tutte le norme della community e le altre?*
 - Che domanda! Certo che si, e bisogna anche capirle.
- *Applicazioni di statistica e metrica esterni a YouTube? Utili?*
 - Si, solo in certi casi, solo se sai usarli e interpretarne i risultati.
- *Statistiche interne di YouTube Studio? Utili?*
 - Indispensabili, non utili. Da leggere, capire e impiegare.
- *Altro?*
 - Si. Per volare alto, devi volare basso, altrimenti precipiti.



YouTube 2025

**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE**

© dr. M. V. Principato - Roma 2025