

## I 50 top creator che guadagnano di più. Khaby Lama nella top ten

2025-06-18 07:10:01 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2025/06/18/i-50-top-creator-che-guadagnano-di-piu-khaby-lame-nella-top-ten/>

Nel 2025, i creator continuano a riscrivere il copione dell'industria dei media e dell'intrattenimento. Il reality show di **MrBeast** ha battuto ogni record di visualizzazioni su Amazon. **Alex Cooper**, **Matt Rife** e **Jake Shane** hanno riempito teatri con spettacoli dal vivo sold-out. **Addison Rae**, star di TikTok, ha pubblicato un album pop di successo. I comici **Adam W** e **Hannah Stocking** hanno più follower del *Saturday Night Live*. Nel frattempo, **Dhar Mann**, **Rhett & Link** e **Alan Chikin Chow** gestiscono ormai i propri studi di produzione.

### Il ricco mercato della creator economy

Serve un'ulteriore prova dell'irruzione dei social media nel mainstream? Quest'anno YouTube ha dichiarato che la maggior parte dei suoi utenti guarda i video dal televisore di casa. **Ogni giorno, infatti, vengono visualizzati un miliardo di ore di contenuti YouTube sugli schermi tv.**

Milioni di fan e di dollari stanno convergendo. "Il mercato dei finanziamenti privati per i creator è tra i più forti che io abbia mai visto", afferma Eric Sheridan, co-responsabile della ricerca tecnologica di Goldman Sachs. "Si stanno facendo moltissimi investimenti diretti nei brand dei creator, nelle loro aziende e nelle società private che forniscono strumenti per aiutarli a costruire il proprio business".

E l'investimento sta dando i suoi frutti. Quest'anno, la nostra lista dei 50 creator più ricchi su Instagram, TikTok e YouTube ha guadagnato circa **853 milioni di dollari**, con un incremento del 18% rispetto al record stabilito nel 2024. E questo senza contare i milioni ricavati dagli accordi in equity che i creator stanno siglando sempre più spesso con brand di snack, abbigliamento, bibite e alcolici. "L'anno prossimo si prevede che il mercato dell'influencer marketing raggiungerà i 50 miliardi di dollari", spiega Ryan Detert, fondatore e ceo dell'agenzia Influential, che ha collaborato con *Forbes* per stilare la classifica. "I soldi stanno finendo nelle mani dei creator, che oggi sono i nuovi canali media".

### I numeri della Forbes 50 Top creator

Anche le loro fanbase continuano a crescere. Nel 2025, i protagonisti della nostra classifica vantano complessivamente **3,4 miliardi di follower, con un incremento del 24% rispetto allo scorso anno.** E questo in un mercato sempre più affollato. Goldman Sachs stima che oggi esistano **67 milioni di creator nel mondo**, destinati a diventare circa 107 milioni entro il 2030.

Con l'invasione degli strumenti basati su intelligenza artificiale, la quantità (e la qualità) dei contenuti dei creator è destinata ad aumentare. Software avanzati per l'editing e il targeting consentono di produrre video in modo più economico, veloce ed efficace. Il burnout resta un problema diffuso nell'economia dei creator, e questi strumenti potrebbero rendere il lavoro quotidiano più sostenibile. "L'IA può dirmi chi è il mio pubblico, come creare contenuti più velocemente e abbassare la barriera all'ingresso nella produzione,

accorciando i tempi di pubblicazione", osserva ancora Sheridan. "È un sollievo enorme per tutto l'ecosistema dei creator".

Che li si chiami creator, influencer, podcaster o vlogger, la definizione più precisa per questa nuova élite dei media è una sola: imprenditori.

**#1. MrBeast Guadagni: 85 milioni \$ Follower totali: 634 milioni Engagement medio: 1,39% Punteggio imprenditorialità: 4**

Il maestro delle acrobazie e delle sfide su YouTube è ancora una volta la persona più seguita sui social. Il suo impero continua ad espandersi oltre le piattaforme digitali, con il marchio di dolci Feastables, la catena di fast food MrBeast Burger e ora anche lo streaming: il suo show di successo, Beast Games, è stato rinnovato per due stagioni su Amazon Prime.

**#2. Dhar Mann Guadagni: 56 milioni \$ Follower totali: 137 milioni Engagement medio: 0,17% Punteggio imprenditorialità: 4**

Il produttore di contenuti educativi su YouTube ha fondato un vero e proprio studio hollywoodiano e una squadra di centinaia di persone per realizzare moderni "speciali scolastici", che hanno totalizzato miliardi di visualizzazioni. È il principale creatore di video con sceneggiatura su scala digitale, con entrate a otto cifre solo da YouTube AdSense. Il suo studio collabora con grandi brand come Meta e Google.

**#3. Jake Paul Guadagni: 50 milioni \$ Follower totali: 79 milioni Engagement medio: 2,33% Punteggio imprenditorialità: 4**

Il match tra Jake Paul e Mike Tyson ha generato un'enorme attenzione a novembre, garantendo a Paul un incasso stellare. Netflix ha trasmesso l'evento in diretta per la prima volta, e le fanbase combinate di Paul e Tyson hanno quasi mandato in tilt la piattaforma. E quando sembrava che la sua presenza social non potesse crescere ulteriormente, ha annunciato una nuova serie reality su HBO, Paul American, con suo fratello Logan.

**#4. Rhett & Link Guadagni: 36 milioni \$ Follower totali: 33,8 milioni Engagement medio: 0,17% Punteggio imprenditorialità: 4**

I conduttori dello show "Good Mythical Morning" continuano a espandere il loro impero comico. Hanno lanciato canali streaming su Roku, Amazon Prime e Samsung, avviato un'attività di eventi dal vivo e pubblicato il libro di cucina bestseller "The Mythical Cookbook". Il loro fondo per creator investe in talenti emergenti e li supporta.

**#5. Alex Cooper Guadagni: 32 milioni \$ Follower totali: 15 milioni Engagement medio: 3,79% Punteggio imprenditorialità: 4**

La regina dei podcast, Alexandra Cooper, è una macchina da contratti. Dopo un accordo da 60 milioni con Spotify, ha spostato il suo podcast Call Her Daddy su SiriusXM con un contratto pluriennale da 125 milioni. Ha ampliato la sua rete con altri 7 podcast, pubblicato un documentario su di sé e lanciato Unwell Hydration, bevande per sportivi e post-sbornia, distribuite da Target e sponsor ufficiale della National Women's Soccer League. In arrivo: un reality su Hulu, Overboard For Love.

**#6. Charli D'Amelio Guadagni: 23,5 milioni \$ Follower totali: 216 milioni Engagement medio: 0,57% Punteggio imprenditorialità: 4**

A ottobre 2024, Charli D'Amelio ha compiuto l'impensabile: il suo debutto a Broadway. La ballerina diventata celebrità su TikTok ha calcato il palcoscenico con lo spettacolo & Juliet, il cui successo ha esteso la sua presenza in scena fino a settembre 2025. Ma non ha abbandonato TikTok: con quasi 200 milioni di follower, mantiene collaborazioni con brand come Prada e Kate Spade, ed è socia dell'azienda familiare D'Amelio Brands (dove lavora anche la sorella Dixie, n.12 in classifica).

**#7. Matt Rife Guadagni: 50 milioni \$ Follower totali: 42 milioni Engagement medio: 1,63% Punteggio imprenditorialità: 4**

Dopo anni di gavetta nel circuito comico, Matt Rife è esploso nel 2021 grazie alla condivisione delle sue improvvisazioni col pubblico sui social. Ora vende oltre centomila biglietti per spettacoli dal vivo e ha girato due speciali comici per Netflix. Sta anche lavorando a una serie di film comici.

**#8. Mark Rober Guadagni: 25 milioni \$ Follower totali: 80 milioni Engagement medio: 2,39% Punteggio imprenditorialità: 3**

Ex ingegnere della NASA, Mark Rober ha raggiunto quasi 69 milioni di follower per i suoi video scientifici, come "come ingannare un'auto a guida autonoma" (23 milioni di visualizzazioni) o "laser vs fulmine" (41 milioni). Ma non si ferma ai social: la sua azienda CrunchLabs vende abbonamenti mensili con kit STEM per bambini.

**#9. Druski Guadagni: 14 milioni \$ Follower totali: 25 milioni Engagement medio: 5,87% Punteggio imprenditorialità: 4**

Il comico satirico legato alla cultura hip-hop ha uno dei tassi di engagement più alti in assoluto. I brand lo adorano: nel 2025 è stato protagonista dello spot del Super Bowl per Dunkin' Donuts con Ben e Casey Affleck, Bill Belichick e Jeremy Strong. Ha collaborato anche con Google, Nike e PrizePicks.

**#10. Khaby Lame Guadagni: 20 milioni \$ Follower totali: 258,5 milioni Engagement medio: 0,86% Punteggio imprenditorialità: 3**

Il "mimo dei meme" resta l'essere umano più seguito su TikTok, con 162,2 milioni di follower. Celebre per i suoi video ironici e silenziosi, l'influencer italiano guadagna milioni grazie ad accordi con Hugo Boss, Binance e vari studi di Hollywood, spesso apparendo in video accanto a star come Tom Cruise e Matt Damon. La sua filosofia? "Non bisogna avere fretta di fare soldi," dice. "Inizia creando il contenuto che ti piace".

**#11. Steven Bartlett Guadagni: 29 milioni di dollari Follower totali: 25 milioni Engagement medio: 0,46% Punteggio imprenditorialità: 4**

Da quando ha lanciato nel 2017 *The Diary of A CEO*, podcast imprenditoriale nato come side project, l'imprenditore britannico Steven Bartlett l'ha trasformato in un franchise da oltre 20 milioni di dollari. Dopo aver fondato e venduto l'agenzia di marketing digitale Social Chain — che gli è valsa un posto nella lista Forbes 30 Under 30 Europe nel 2020 — si è dedicato completamente allo sviluppo del podcast. Nel 2025 ha fondato Flight Story, una media company e società d'investimento che oggi produce cinque podcast, incluso *The Diary of A CEO*. Ha siglato partnership con aziende come LinkedIn e Oracle. È uno degli show più ascoltati nel Regno Unito, e quest'anno si è trasferito a Los Angeles per costruire il suo pubblico americano.

**#12. Dixie D'Amelio Guadagni: 14,6 milioni di dollari Follower totali: 86,4 milioni Engagement medio: 0,60% Punteggio imprenditorialità: 4**

Come sua sorella Charli (#6), anche Dixie D'Amelio ha trasformato la fama virale in successo mainstream. Appare in numerose campagne moda e beauty: ha collaborato con il marchio spagnolo Pull&Bear, è testimonial dei gioielli APM Monaco, e ha lanciato una collezione limitata di scarpe con il brand D'Amelio Footwear per la campagna "Lulus Loves" di Lulus. Inoltre, è una delle principali promotrici di Be Happy Snacks Co., azienda di snack fondata dalla sua famiglia e distribuita nei negozi Walmart.

**#13. Brent Rivera Guadagni: 11 milioni di dollari Follower totali: 123,6 milioni Engagement medio: 0,96% Punteggio imprenditorialità: 4**

Da sketch comici a snack da mangiare: Rivera, una delle prime star di Vine, ha costruito una fanbase da oltre 125 milioni di follower grazie ai suoi video brevi e comici — spesso girati con la sorella Lexi (#40). Nel 2025 ha lanciato Levels, un marchio di patatine con gusti pensati per la Gen Z, come cannella-churro e lime-piccante.

**#14. Dani Austin Guadagni: 13,6 milioni di dollari Follower totali: 3,5 milioni Engagement medio: 1,26% Punteggio imprenditorialità: 4**

Dani Austin, che si definisce "una mamma buffa", è un vero e proprio motore di contenuti multimediali. I suoi video spaziano dal preparare la figlia per una recita di danza fino ai racconti delle vacanze in famiglia. I suoi follower desiderano così tanto il suo stile di vita che i prodotti che promuove tramite link affiliati vanno a ruba. Oltre a collaborare con brand come Stanley, Walmart e Abercrombie, ha fondato la sua azienda di haircare, Divi, lanciata nel 2021 e oggi venduta direttamente online, ma anche nei negozi Target e Ulta Beauty.

**#15. Logan Paul Guadagni: 10 milioni di dollari Follower totali: 80,6 milioni Engagement medio: 2,91% Punteggio imprenditorialità: 4**

Logan Paul è sempre impegnatissimo. Oltre alle sue varie iniziative imprenditoriali — tra cui il chiacchierato marchio Prime Hydration — ha firmato un reality show con HBO, in cui lui e suo fratello Jake raccontano nei dettagli le loro vite. Nel mondo del wrestling, ha fatto squadra con John Cena nella WWE, e di recente ha sfidato la star del calcio Lionel Messi a un incontro di boxe, in seguito a una disputa legale tra i loro marchi di bevande energetiche.

**#16. Nick DiGiovanni Guadagni: 10 milioni di dollari Follower totali: 44,4 milioni Engagement medio: 1,55% Punteggio imprenditorialità: 4**

Dai duelli culinari contro robot al taglio di tonni da 50.000 dollari fino agli assaggi dei cibi più piccanti al mondo: i video spettacolari di DiGiovanni l'hanno reso uno dei food creator più famosi al mondo. Laureato ad Harvard ed ex concorrente di MasterChef con Gordon Ramsay, ha costruito un canale YouTube con oltre 26 milioni di follower. Offline ha pubblicato il libro di cucina Knife Drop e lanciato la sua linea di spezie Osmo, oggi distribuita in tutti i Walmart d'America.

**#17. Marques Brownlee Guadagni: 10 milioni di dollari Follower totali: 33,4 milioni Engagement medio: 0,58% Punteggio imprenditorialità: 4**

Se è tecnologia, lui la recensisce: dall'ultimo iPhone alla Tesla Cybertruck, fino a una mano robotica. Brownlee, una vera autorità nel mondo tech, ha iniziato a pubblicare video nel 2009 recensendo un telecomando per laptop (te lo ricordi?). Oggi il suo canale YouTube conta oltre 20 milioni di iscritti e può decretare il successo o il fallimento di un nuovo dispositivo. "La vera domanda è: cosa ci piacerebbe guardare?", dice Brownlee. "Creiamo ciò che vorremmo esistesse nel mondo."

**#18. Emma Chamberlain Guadagni: 9 milioni di dollari Follower totali: 26,9 milioni Engagement medio: 1,96% Punteggio imprenditorialità: 4**

Con YouTube tornato al centro della scena social, la storica vlogger Emma Chamberlain rientra sulla piattaforma al momento giusto. Dopo essersi presa una pausa dai video lunghi nel 2024 per concentrarsi sul podcast Anything Goes, sulla sua azienda di caffè e su progetti nel mondo della moda (come la conduzione del red carpet al Met Gala), è tornata a pubblicare più volte al mese, con video che superano regolarmente il milione di visualizzazioni. Ora, però, è pronta per il grande schermo: farà il suo debutto come attrice nel film *Forbidden Fruits*, in uscita nel 2026.

**#19. Stokes Twins Guadagni: 20 milioni di dollari Follower totali: 165 milioni Engagement medio: 1,21% Punteggio imprenditorialità: 3**

I gemelli Alan e Alex Stokes sono noti per i loro video assurdi, in cui costruiscono stanze segrete in casa, smontano falsi miti di internet o affrontano sfide come sopravvivere nella scuola più severa del mondo o usare i prodotti con le peggiori recensioni su Amazon. Con oltre 125 milioni di iscritti su YouTube, sono tra i creatori di contenuti video più popolari del momento.

**#20. Ms. Rachel Guadagni: 23 milioni di dollari Follower totali: 24,8 milioni Engagement medio: 0,61% Punteggio imprenditorialità: 3**

Affidate i vostri figli a Ms. Rachel. I suoi video educativi su YouTube — che insegnano tutto, dall'alfabeto al vasino — hanno quasi raddoppiato gli ascolti nell'ultimo anno. Ora anche i colossi dello streaming fanno a gara per conquistare il suo giovane pubblico. A gennaio, Ms. Rachel ha firmato un accordo di licenza con Netflix per portare i suoi contenuti più amati sulla piattaforma.

**#21. Ryan Kaji Guadagni: 35 milioni di dollari Follower totali: 39,4 milioni Engagement medio: 0,01% Punteggio imprenditoriale: 2**

L'intrattenitore per bambini Ryan Kaji sta crescendo, ma i suoi contenuti no. A soli 3 anni, ha conquistato i fan con i suoi video di unboxing di giocattoli. Oggi, a 13 anni, guadagna milioni con la sua linea di giocattoli e merchandising. Il suo canale YouTube, Ryan's World, si è evoluto fino a diventare un film di 90 minuti, uscito nei cinema ad agosto e da poco disponibile sulla piattaforma di streaming Hulu.

**#22. Rebecca Zamolo Guadagni: 22 milioni di dollari Follower totali: 41,3 milioni Engagement medio: 0,27% Punteggio imprenditoriale: 3**

La fama è una questione di famiglia per questa star di YouTube con 19 milioni di iscritti. Zamolo, spesso accompagnata dal marito Matt e dalla figlia Zoe, crea video altamente prodotti e adatti ai bambini, che spaziano da challenge (come "escape room nella casa delle bambole") a sketch ispirati a film di successo come *Gli Incredibili*, *La Famiglia Addams* e *Ghostbusters*. Dice Zamolo: "Una volta dicevo che volevo essere una star in una serie TV... e ora sono io la rete televisiva. Questo dà tantissimo potere."

**#23. Sean "Jacksepticeye" McLoughlin Guadagni: 18 milioni di dollari Follower totali: 44,7 milioni Engagement medio: 0,30% Punteggio imprenditoriale: 3**

Nonostante abbia dichiarato ai suoi milioni di follower che stava pensando al ritiro, Sean "Jacksepticeye" McLoughlin non riesce proprio a staccarsi dalla creazione di contenuti. I suoi recenti video su YouTube, in cui lo si vede giocare a una varietà di videogiochi, spesso durano più di due ore. Nelle descrizioni promuove il suo nuovo brand di caffè, *Top of the Mornin'*. Continua inoltre a organizzare le maratone benefiche *Thankmas*, che hanno già raccolto oltre 26 milioni di dollari per cause come la salute mentale e l'assistenza

ai senzatetto.

**#24. Adam W Guadagni: 16,5 milioni di dollari Follower totali: 61,2 milioni Engagement medio: 2,19% Punteggio imprenditoriale: 3**

Waheed raggiunge 55 milioni di fan — e totalizza un miliardo di visualizzazioni al mese. “Preferisco attirare attenzione ora e capire come guadagnarci dopo,” dice. È parte di una nuova generazione di comici che emergono grazie ai loro smartphone. Solo nell’ultimo anno, Waheed ha guadagnato circa 16,5 milioni di dollari grazie ad accordi con grandi brand come T-Mobile, Old Spice e la NFL.

**#25. Andre “Typical Gamer” Rebelo Guadagni: 17 milioni di dollari Follower totali: 32,8 milioni Engagement medio: 0,04% Punteggio imprenditoriale: 3**

Consigli esperti, commenti divertenti e gameplay coinvolgenti su titoli come Fortnite, GTA e Minecraft hanno reso Typical Gamer uno degli streamer più influenti del momento. Ora è anche un imprenditore di successo: l’anno scorso ha investito 2 milioni di dollari per lanciare JOGO, uno studio di sviluppo dedicato alla creazione di esperienze personalizzate su Fortnite, che ha già generato 10 milioni di dollari di fatturato.

**#26. Markiplier Guadagni: 32 milioni di dollari Follower totali: 74,1 milioni Engagement medio: 0,34% Punteggio imprenditoriale: 2**

Mark Edward Fischbach, meglio noto come Markiplier, ha video su YouTube intitolati “Un gioco sullo scavare una buca”, “3 spacciatori in un impermeabile” e “QUESTO (non è) un furto” tra i suoi più visti, ciascuno con milioni di visualizzazioni. Ma ciò che era iniziato come una carriera da gamer per il pubblico è diventato un percorso multimediale: dai podcast sponsorizzati da Spotify al proprio brand di abbigliamento. Di recente ha lanciato la serie in sei episodi The Edge of Sleep su Prime Video.

**#27. Nick “Nickmercs” Kolcheff Guadagni: 13 milioni di dollari Follower totali: 16,6 milioni Engagement medio: 0,08% Punteggio imprenditoriale: 3**

Lo streamer Nickmercs ha iniziato la sua carriera nel 2010 e ha vinto milioni di dollari tra premi nei tornei e sponsorizzazioni. Dopo un contratto da 10 milioni di dollari per trasmettere in esclusiva su Kick.com, è tornato principalmente su Twitch nel novembre 2024. Ha avuto collaborazioni con Under Armour e l’azienda tecnologica Corsair. È stato anche co-proprietario del team di eSport FaZe Clan fino al 2025.

**#28. Kai Cenat Guadagni: 8,5 milioni di dollari Follower totali: 66,1 milioni Engagement medio: 12,90% Punteggio imprenditoriale: 3**

Il super streamer sa bene come entrare in sintonia con il suo pubblico. Il suo tasso medio di engagement supera il 12%, uno dei più alti della classifica. Originario di Brooklyn, ha iniziato su YouTube e Twitch nel 2018, pubblicando stream folli di videogiochi e scherzi. Oggi è approdato al mainstream, incluso in una vistosa campagna pubblicitaria di T-Mobile accanto a Snoop Dogg e Patrick Mahomes.

**#29. Bailey Sarian Guadagni: 9,5 milioni di dollari Follower totali: 13,7 milioni Engagement medio: 0,08% Punteggio imprenditoriale: 3**

Serial killer, sette della morte, omicidi irrisolti — e tutorial di trucco. Questo mix ha reso Bailey Sarian un’imperatrice di YouTube e dei podcast. Il suo show Murder, Mystery and Makeup e il podcast Dark History vantano più di 7,5 milioni di iscritti su YouTube. L’anno scorso ha lanciato una collaborazione con Melt Cosmetics sotto il brand Fatally Yours.

**#30. Addison Rae Guadagni: 5 milioni di dollari Follower totali: 127,2 milioni Engagement medio: 0,36% Punteggio imprenditoriale: 3**

Addison Rae è passata dai milioni di visualizzazioni su TikTok ai milioni di stream su Spotify. Nel 2025 ha pubblicato il suo album di debutto, Addison, con il singolo principale “Diet Pepsi” che ha da solo totalizzato quasi 400 milioni di stream sulla piattaforma. Anche se non la si vede più ballare sullo schermo come ai tempi del suo boom nel 2020, Rae ha comunque firmato partnership su TikTok con brand del calibro di YSL Beauty, Chanel, Lululemon e persino AirBnB.

**#31. Devon Rodriguez Guadagni: 7 milioni di dollari Follower totali: 64,6 milioni Engagement medio: 0,16% Punteggio imprenditorialità: 3**

Per questo artista del Bronx, i social media sono una forma d'arte. Il pittore e disegnatore ha costruito un'enorme base di fan grazie ai suoi ritratti iper-realistici di sconosciuti sulla metropolitana di New York. “Non si tratta nemmeno del ritratto, ma della reazione della persona,” afferma Rodriguez. Anche le celebrità si fanno ritrarre da lui: tra i suoi soggetti A-list ci sono stati Ben Affleck e Oprah. Tra le collaborazioni di marca figurano McDonald's, Mastercard e Verizon.

**#32. Alix Earle Guadagni: 8 milioni di dollari Follower totali: 12,7 milioni Engagement medio: 4,49% Punteggio imprenditorialità: 3**

Preparati con me mentre vado ovunque. Originaria del New Jersey, Alix è diventata famosa con i suoi video beauty-confessionali e da lì ha spaziato verso la moda, i podcast, le bevande e il marketing. A febbraio, la laureata dell'Università di Miami è apparsa in più spot del Super Bowl per Carl's Jr., Hellmann's e il popolare brand di soda Poppi. Nel 2025 ha firmato un accordo di partecipazione azionaria diventando volto del brand di tequila in lattina SipMargs.

**#33. Mikayla Nogueira Guadagni: 7,8 milioni di dollari Follower totali: 20,1 milioni Engagement medio: 1,49% Punteggio imprenditorialità: 3**

Nata in Massachusetts, Mikayla ha trasformato il make-up in milioni di dollari. Realizza tutorial di bellezza e recensioni per i suoi 20 milioni di fan su TikTok e Instagram. Le grandi collaborazioni sono arrivate: tra le più importanti Estée Lauder e e.l.f. A marzo ha lanciato il suo brand personale, Point Of View, con sieri, idratanti e balsami per labbra.

**#34. Erika Kullberg Guadagni: 7,2 milioni di dollari Follower totali: 21,3 milioni Engagement medio: 0,21% Punteggio imprenditorialità: 3**

Problemi di soldi? Erika Kullberg è la tua alleata. Ex avvocato aziendale, crea sketch e tutorial per aiutarti a migliorare la tua salute finanziaria—dai maxi sconti sui voli alle strategie per acquistare un'auto, fino ai trucchi per risparmiare su Hermès, Costco e il Black Friday. Il suo podcast settimanale “Erika Taught Me” propone conversazioni su leadership e successo, con ospiti come Tim Ferriss, Scott Galloway e il miliardario Ankur Jain.

**#35. Alan Chikin Chow Guadagni: 3,8 milioni di dollari Follower totali: 117 milioni Engagement medio: 0,31% Punteggio imprenditorialità: 3**

Scrittore e attore, Alan porta storie surreali di amori liceali, vampiri e insegnanti malvagi ai suoi 93 milioni di iscritti su YouTube con il canale “Alan's Universe”. Intanto, i suoi sketch comici più semplici attirano centinaia di milioni di visualizzazioni su Shorts. Nel 2025 sta espandendo i suoi contenuti anche in TV, con una collaborazione con il servizio di streaming Roku.

**#36. Haley Kalil Guadagni: 6,5 milioni di dollari Follower totali: 30 milioni Engagement medio: 4,61% Punteggio imprenditorialità: 3**

Il divertimento è alla moda per l'ex Miss Minnesota e modella di Sports Illustrated Swimsuit. Kalil crea sketch autoironici che prendono in giro il mondo della moda e dei creator. “Ho iniziato a osservare ogni piattaforma per almeno un’ora al giorno,” racconta. “Ho imparato lo stile e l’ho applicato ai miei contenuti.” Anche Hollywood l’ha notata: nel 2024 gli Oscar l’hanno scelta per fare da inviata sul red carpet.

**#37. Jake Shane Guadagni: 9 milioni di dollari Follower totali: 4,9 milioni Engagement medio: 3,29% Punteggio imprenditorialità: 3**

Tutto è cominciato con recensioni culinarie su TikTok, dedicate ai piatti di polpo—ora è in tour comico in 36 città. Il suo podcast “Therapuss” ospita celebrità come Katy Perry, Tate McRae e Glen Powell e offre consigli sulla vita. Nel 2025 ha portato il podcast in tournée, con una tappa prevista alla Radio City Music Hall. “Devo tutto alla mia community di follower,” dice. “Mi hanno permesso di essere me stesso e trovare nuovi modi per farli ridere.”

**#38. Hannah Stocking Guadagni: 5 milioni di dollari Follower totali: 72 milioni Engagement medio: 1,72% Punteggio imprenditorialità: 3**

Trasforma l'imbarazzo in arte. Hannah ha iniziato su Vine e oggi ha 72 milioni di follower su YouTube, TikTok e Instagram che seguono i suoi sketch iper-prodotti, che esagerano i drammi quotidiani. “I miei contenuti parlano poco,” dice. “Se qualcuno non parla inglese, può comunque ridere—è uno stile alla Charlie Chaplin.”

**#39. Josh Richards Guadagni: 6 milioni di dollari Follower totali: 35,3 milioni Engagement medio: 1,47% Punteggio imprenditorialità: 3**

Podcast, investimenti, abbigliamento—tutto nella stessa giornata per questo imprenditore canadese. Richards ha iniziato su TikTok con balletti e lip sync. Oggi è co-conduttore, con Brianna “Chickenfry” LaPaglia, del podcast BFFs di Barstool, dedicato a sport e cultura pop. Gestisce anche la casa di produzione Cross Check Studios, è socio generale della società di investimenti Animal Capital ed è advisor per UnHide, brand di abbigliamento vegano.

**#40. Lexi Rivera Guadagni: 5 milioni di dollari Follower totali: 55,2 milioni Engagement medio: 6,65% Punteggio imprenditorialità: 3**

Star di sketch e sfide su YouTube a misura di bambino, Lexi ha iniziato a 11 anni nei video Vine del fratello. Ha frequentato l’università—per un solo giorno. “Alla fine ho deciso di scommettere sui social”, racconta. Mossa vincente: oggi conta 17,5 milioni di iscritti su YouTube. Su Instagram, condivide viaggi e moda con 8 milioni di follower. “È più naturale e più vicino al mio stile”.

**#41. Livvy Dunne Guadagni: 4,9 milioni di dollari Follower totali: 15,7 milioni Engagement medio: 1,82% Punteggio imprenditorialità: 3**

L’era della ginnastica universitaria di Dunne sta per finire, ma la sua carriera da creator è appena iniziata. Dunne è una delle atlete NCAA con i maggiori guadagni, grazie ad accordi di sponsorizzazione legati al diritto al nome e all’immagine (NIL), per un totale vicino ai 5 milioni di dollari nel 2025. Le collaborazioni hanno incluso Vuori, American Eagle e Nautica. La nativa del New Jersey è apparsa di recente sulla copertina dell’edizione Swimsuit di Sports Illustrated.



**#42. IShowSpeed Guadagni: 20 milioni di dollari Follower totali: 118,1 milioni Engagement medio: 30,89% Punteggio imprenditorialità: 3**

Il prolifico streamer è celebre in tutto il mondo per le sue reazioni esplosive ai videogiochi, scherzi e contenuti di viaggio. Nato Darren Jason Watkins Jr., Speed ha iniziato su YouTube nel 2016 con contenuti di gaming—oggi ha 40 milioni di iscritti solo su quella piattaforma. Nella vita reale appare spesso a partite di Champions League e incontri WWE—talvolta in costume, promuovendo la bevanda energetica Prime di Logan Paul. Sul fronte musicale, Speed ha firmato con Warner Music e pubblicato il singolo World Cup.

**#43. Brooke Monk Guadagni: 2,6 milioni di dollari Follower totali: 58,1 milioni Engagement medio: 5,73% Punteggio imprenditorialità: 3**

Brooke Monk ha chiaramente perfezionato l'arte del racconto comico su TikTok. I suoi 39 milioni di fan sulla piattaforma sono molto attivi, e brand come K18 Hair, la bevanda energetica Alani e Paramount hanno collaborato con lei. Su YouTube, 9 milioni di iscritti seguono da vicino la sua vita, tra tutorial di trucco e sessioni di domande e risposte.

**#44. iJustine Guadagni: 3,5 milioni di dollari Follower totali: 13,7 milioni Engagement medio: 0,05% Punteggio imprenditorialità: 3**

La guru della tecnologia Justine Ezarik ha iniziato a trasmettere ai tempi delle webcam. Oggi è una voce autorevole nell'industria tech. Il suo canale YouTube conta oltre 7 milioni di iscritti che guardano le sue recensioni di fotocamere, computer e persino veicoli elettrici. Riesce a ottenere interviste con big del settore: ha ospitato Tim Cook e Craig Federighi di Apple, Daniel Ek di Spotify e Sundar Pichai di Google. "YouTube cambia continuamente, io cambio continuamente," dice Ezarik. "Ogni mese ho un nuovo interesse, ed è divertente integrarlo nei miei contenuti."

**#45. Drew Afualo Guadagni: 2,8 milioni di dollari Follower totali: 9,5 milioni Engagement medio: 1,88% Punteggio imprenditorialità: 3**

Afualo vive la propria autenticità ad alta voce. "Punta su ciò che ti rende unico—così te stesso—perché è così che si costruisce un seguito," afferma. Ex giornalista, è diventata famosa durante la pandemia di COVID-19 con i suoi video TikTok in cui affronta i bulli online. La sua forte personalità è protagonista nel popolare podcast The Comment Section. Nel 2024 ha pubblicato il suo memoir bestseller del *New York Times*, *Loud: Accept Nothing Less Than the Life You Deserve*.

**#46. Xandra Guadagni: 3 milioni di dollari Follower totali: 1,8 milioni Engagement medio: 1,57% Punteggio imprenditorialità: 3**

Alexandra Pohl, DJ e modella, è sempre in viaggio tra festival e set fotografici—e condivide con i suoi follower gli alti e bassi della vita on the road. Laureata all'Università di Miami, si è esibita all'EDC di Las Vegas e al Lollapalooza. Fuori dal palco, è tornata nel 2025 come protagonista dell'edizione Swimsuit di *Sports Illustrated*. "I creator hanno un seguito per ciò che sono come persone e per come creano i contenuti," dice Xandra. "Non si può fingere."

**#47. Jordan the Stallion Guadagni: 11 milioni di dollari Follower totali: 35,8 milioni Engagement medio: 2,41% Punteggio imprenditorialità: 2**

Howlett ha trasformato un iPhone e uno specchio da bagno in un impero sui social. I suoi video semplici e a bassa produzione offrono opinioni taglienti su meme, ricette segrete dei fast food preferiti e ospitate di celebrità—tra cui Michael B. Jordan, Donald Glover e Kevin Hart. I brand con cui collabora includono H&R

Block, Verizon e Cash App.

**#48. Wisdom Kaye Guadagni: 5 milioni di dollari Follower totali: 22,4 milioni Engagement medio: 4,77% Punteggio imprenditorialità: 2**

Ex ingegnere elettrico, è diventato una fashion star digitale durante la pandemia, pubblicando outfit spettacolari e guadagnandosi la fama di uomo meglio vestito di TikTok. “Devo bilanciare i miei interessi artistici con quelli dell’algoritmo,” dice Kaye. “Devo correre certi rischi creativi per ottenere buoni risultati.” Rappresentato da IMG Models, ha collaborazioni che spaziano da marchi di lusso come Prada e Ferragamo a giganti come American Express e Google.

**#49. Monet McMichael Guadagni: 7,7 milioni di dollari Follower totali: 5,5 milioni Engagement medio: 4,18% Punteggio imprenditorialità: 2**

La laureata in infermieristica alla Rutgers University è passata dal salvare vite al lifestyle, pubblicando video su bellezza, moda, capelli, cibo e viaggi per il suo vasto e coinvolto pubblico. Anche i brand non sono rimasti indifferenti: McMichael ha guadagnato milioni grazie a collaborazioni con Amazon, Google, Abercrombie. Ha inoltre lanciato una propria linea di occhiali con Dezi e un profumo con Snif.

**#50. Nara Smith Guadagni: 9 milioni di dollari Follower totali: 16,3 milioni Engagement medio: 7,24% Punteggio imprenditorialità: 2**

La regina dei voice-over Nara Smith continua ad attirare milioni di utenti con i suoi video soft sulle ricette e lo stile di vita. Ha stretto collaborazioni con brand di lusso come Ferragamo e Marc Jacobs, ma non si tira indietro davanti agli aspetti più “sporchi” della vita (anche se nei video non si vedranno mai). Un esempio: una partnership multipost con l’azienda di pannolini Coterie. Nel marzo 2025, ha seguito l’esempio di Hailey Bieber e lanciato uno smoothie in edizione limitata nel raffinato supermercato di L.A., Erewhon.

**METODOLOGIA** Il creator più seguito su TikTok (162,2M di follower) continua a crescere con le sue parodie silenziose. Collabora con Hugo Boss, Binance e grandi studi hollywoodiani. "Non bisogna avere fretta di guadagnare", dice. "Inizia creando i contenuti che ti piacciono". Per stilare la classifica quantitativa del 2025, *Forbes* ha stimato i guadagni lordi di ciascun creator tra aprile 2024 e aprile 2025. Sono stati conteggiati esclusivamente i guadagni effettivi, escludendo le quote azionarie possedute in società pubbliche o private. Il partner Influential ha fornito i dati relativi al numero di follower sui vari social e ai tassi di engagement (calcolati come somma di like, commenti e condivisioni divisa per il numero totale di follower).

Per la valutazione imprenditoriale, Forbes ha assegnato a ogni candidato un punteggio da 1 a 4, in base al livello di autonomia e costruzione di un proprio business. Chi guadagna principalmente attraverso pubblicità tradizionale o sponsorizzazioni ha ricevuto un punteggio pari a 1, mentre chi ha costruito veri e propri brand, aziende o servizi propri ha ottenuto un 4.