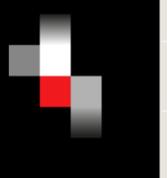


SOCIAL TREND



GIUGNO



Content

1. TREND
2. INTELLIGENZA ARTIFICIALE
3. PLATFORM UPDATING
4. CAMPAGNE ADV
5. INFLUENCER UPDATING
6. CONTENT TREND
7. CALENDARIO EVENTI
LUGLIO



SERVICEPLAN GROUP

TREND



Brutti ma teneri: l'ascesa globale dei Labubu.

I **Labubu**, creati dall'artista **Kasing Lung** nel 2015, fanno parte della serie *The Monsters* prodotta da **Pop Mart**, azienda cinese specializzata in art toy e blind box da collezione.

Con il loro aspetto "brutto ma tenero", hanno conquistato prima l'Asia e poi il mercato globale, diventando popolari nel 2023 grazie al supporto di celebrity come **Lisa delle Blackpink** e **Rihanna**, che li hanno sfoggiati come accessori di moda.

In Italia, il trend è esploso su **TikTok** con video di unboxing da parte di influencer e l'apertura di uno **store Pop Mart a Milano** durante la Design Week, seguita da un **corner alla Rinascente**.

Le blind box, le edizioni limitate e le vendite a tempo hanno alimentato la corsa al pezzo raro, trasformando questi pupazzi in veri oggetti del desiderio da collezione.

Un successo costruito grazie alla **potente amplificazione dei social**, dove video, contenuti virali e il supporto di celebrity e creator hanno acceso l'**hype**, trasformando Labubu da oggetto di nicchia a fenomeno globale.





SERVICEPLAN GROUP

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

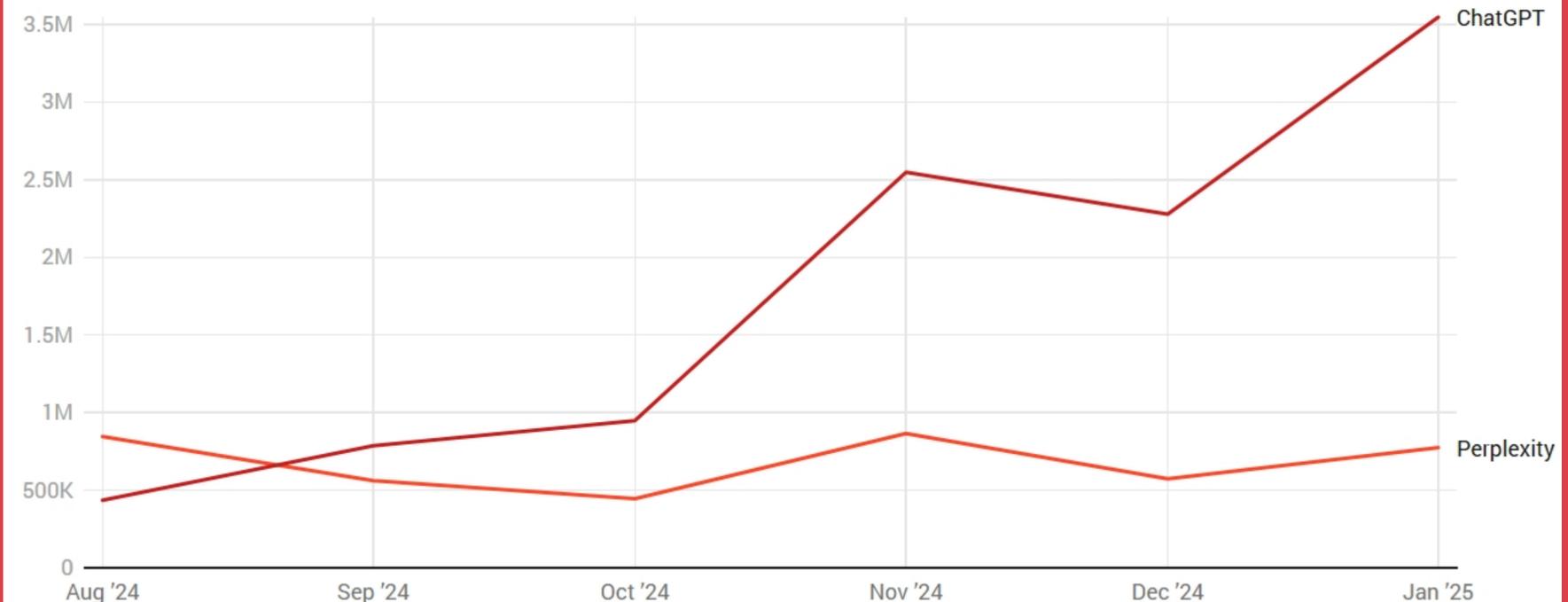


ChatGPT: nuova fonte di traffico per i media?

SERVICEPLAN GROUP

ChatGPT and Perplexity referrals to 14 top English-language news sites, August 2024 - January 2025

Worldwide desktop and mobile web referral visits to The New York Times, Washington Post, Guardian, CNN, USA Today, Fox News, BBC, Forbes, AP, People, India Times, New York Post, CBS News and CNBC



Negli ultimi mesi, strumenti basati sull'intelligenza artificiale come **ChatGPT** hanno iniziato a **generare un crescente flusso di traffico verso i siti di notizie.**

ChatGPT ha fatto registrare una crescita di otto volte del traffico referral nel giro di pochi mesi: **da 435.000 visite in agosto 2024 a ben 3,5 milioni a gennaio 2025.**

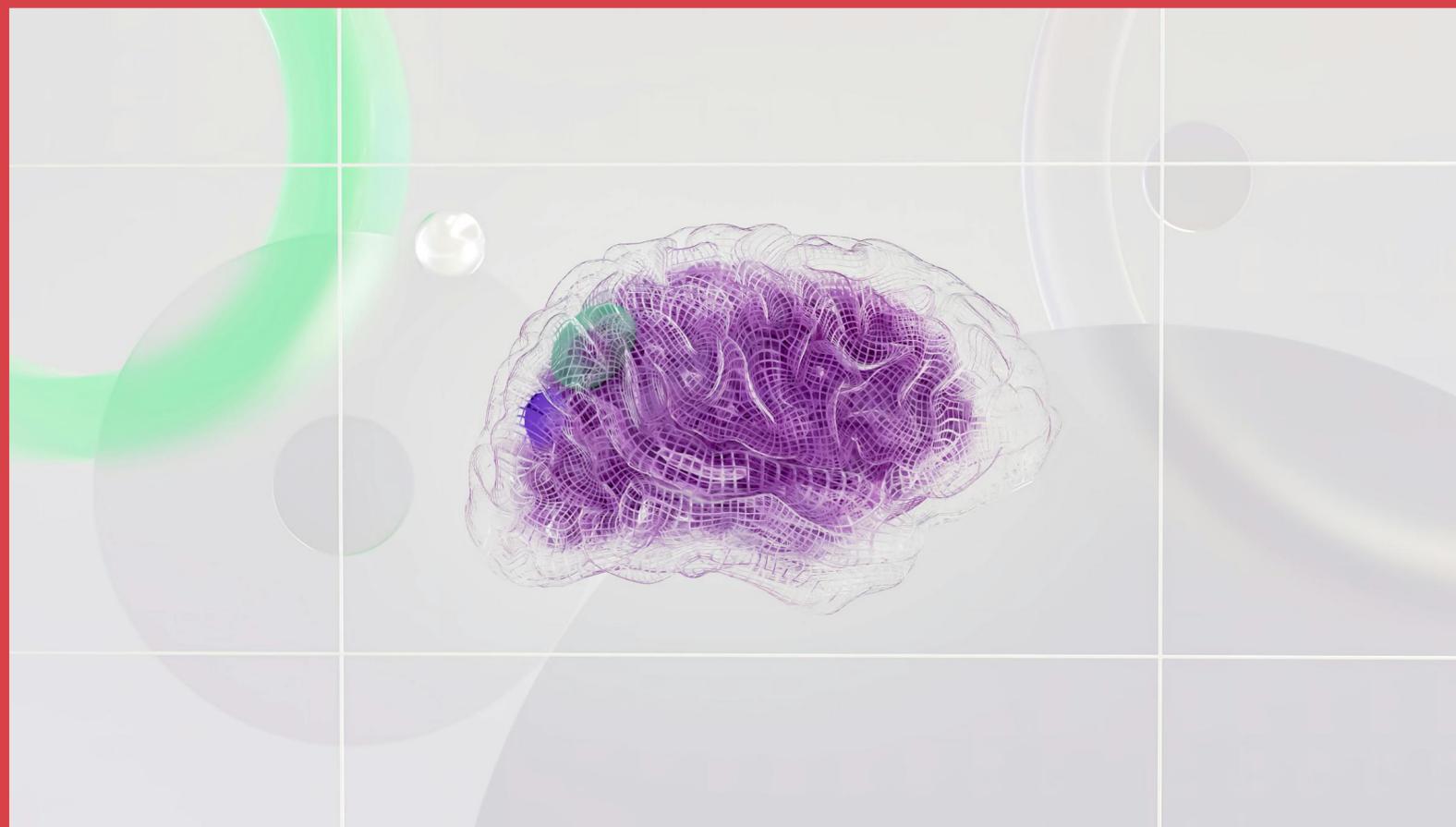
Nonostante ciò, il traffico proveniente da queste fonti rappresenta ancora una **frazione molto piccola** rispetto al totale (meno dello 0,1%).

Questo perché, nella maggior parte dei casi, gli utenti ottengono già una risposta direttamente all'interno delle piattaforme AI, senza bisogno di cliccare sui link ai siti di informazione.

ChatGPT sta quindi emergendo come **nuova fonte di traffico per il mondo editorial**, tuttavia il suo impatto al momento resta limitato se confrontato con i giganti tradizionali come Google.



AI e cervello umano: cosa succede quando deleghiamo troppo?



Uno **studio condotto dal MIT** ha analizzato **l'impatto cognitivo** dell'uso di ChatGPT.

I partecipanti, suddivisi in tre gruppi (scrittura autonoma, uso di Google, uso di ChatGPT), sono stati monitorati **con tecniche di imaging cerebrale**. Chi utilizzava ChatGPT mostrava **un'attività cerebrale significativamente ridotta** (fino al 55%), soprattutto nelle aree legate a memoria, pensiero critico e creatività.

Questa riduzione non equivale a un'atrofia cerebrale clinica, ma suggerisce un possibile **"disallineamento cognitivo"**: una tendenza della mente a spegnersi quando si delega troppo all'AI. Inoltre, i partecipanti che hanno usato ChatGPT percepivano un minore senso di proprietà sui contenuti prodotti.

Un dato che, anche nel contesto creativo, apre una riflessione sul **ruolo dell'intelligenza artificiale** nei processi di ideazione: non per limitarne l'uso, ma per capire come **integrarla mantenendo attive e centrali le capacità cognitive** su cui si basa il nostro lavoro.

<https://www.open.online/2025/06/21/chatgpt-effetti-cervello-studio-mit/>

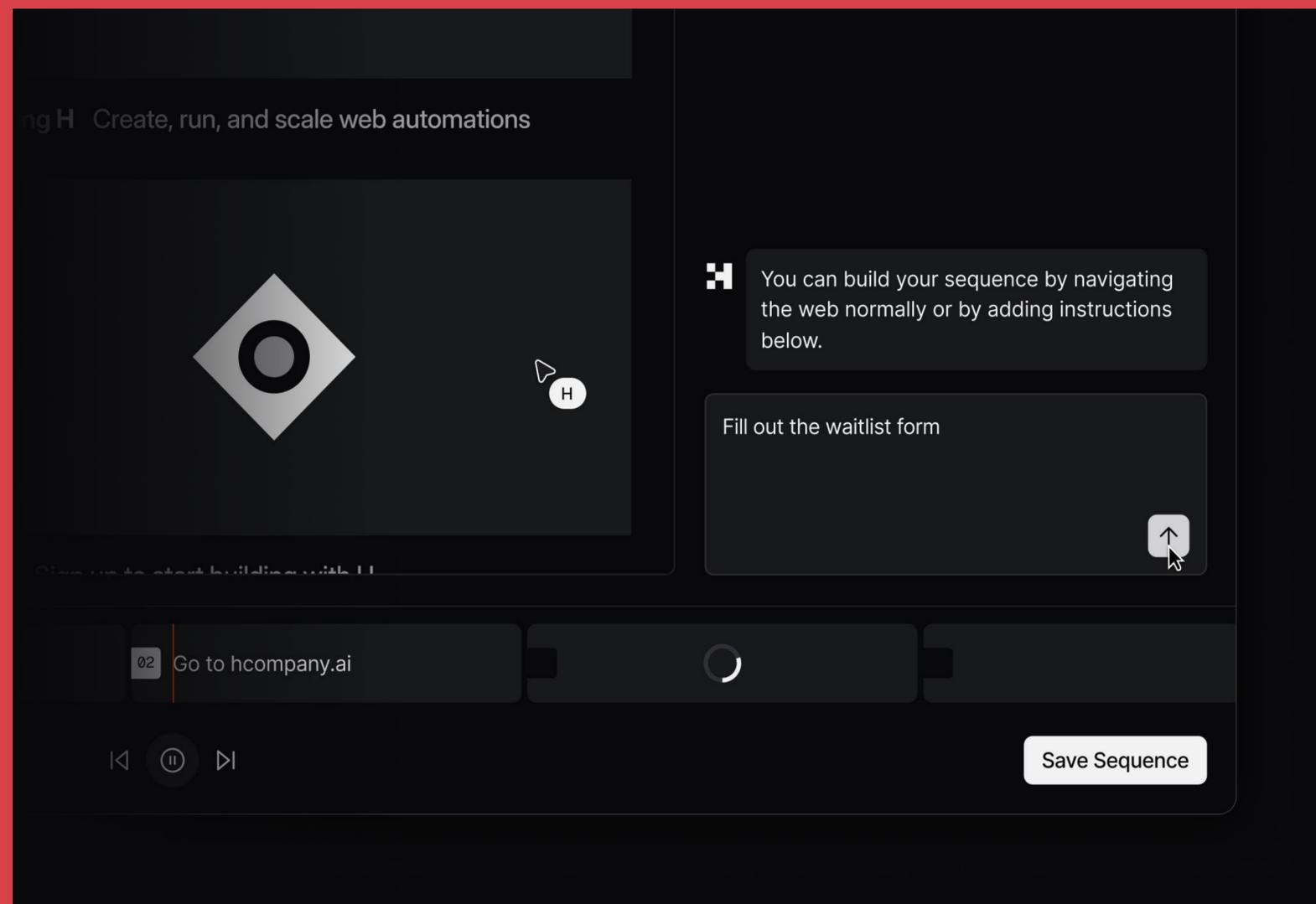
<https://www.romait.it/chatgpt-comprime-le-nostre-capacita-cerebrali-lallarme-del-mit.html>

<https://www.tomshw.it/hardware/chatgpt-ci-sta-davvero-distruggendo-il-cervello-2025-06-20/>

<https://www.wired.it/article/chatgpt-cervello-effetti-studio/>



Runner H: l'AI che lavora per te.



Runner H è un **agente AI** sviluppato dalla compagnia francese "H Company", progettato per **automatizzare attività web complesse** in modo **semplice** ed **efficiente**. Utilizzando comandi in linguaggio naturale, permette di creare automazioni intelligenti **senza scrivere codice**, risparmiando tempo e **riducendo il lavoro manuale**.

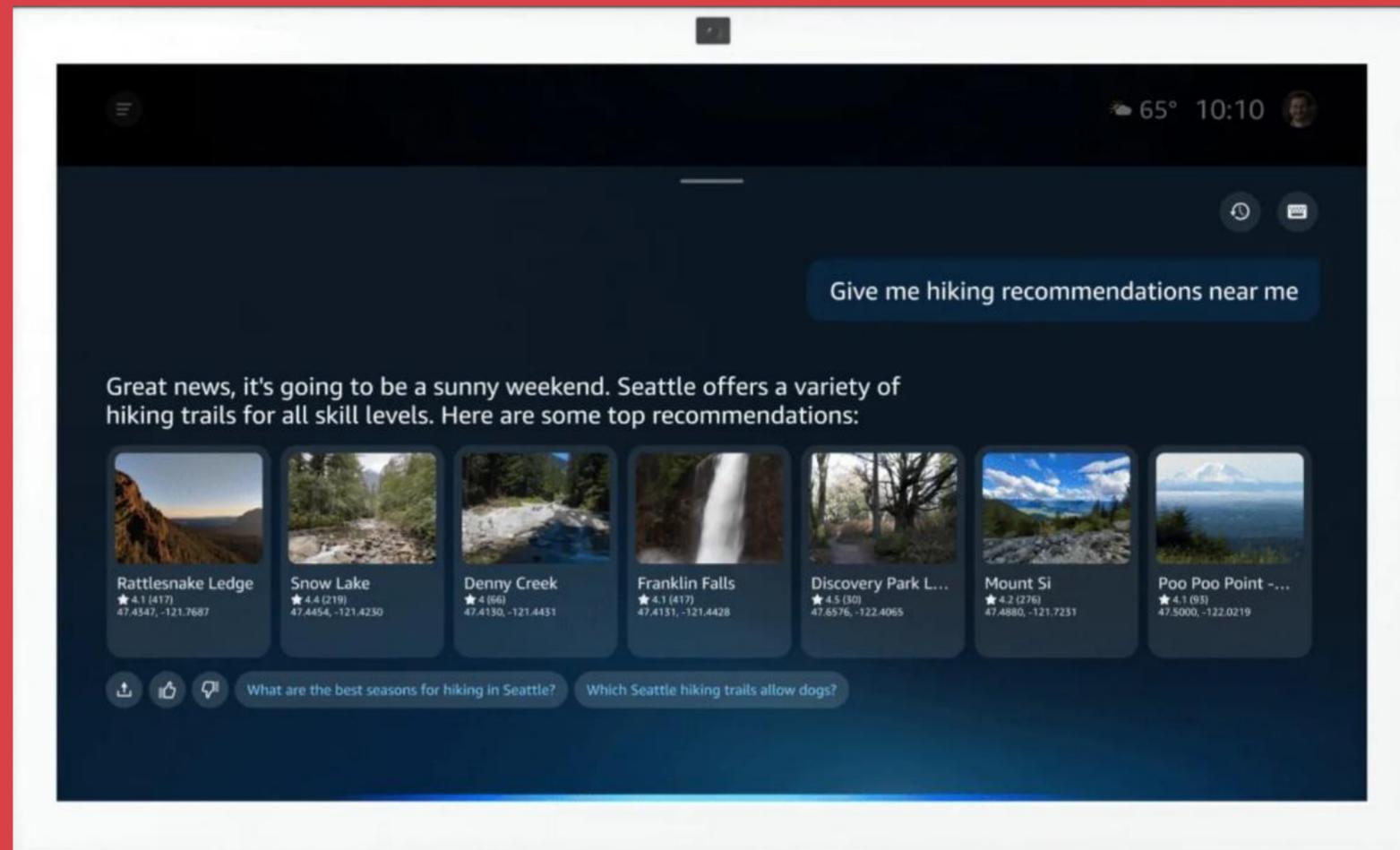
L'agente esegue automaticamente una vasta serie di operazioni non solo in modo efficiente, ma anche **aumentando la produttività**.

Runner H ha superato benchmark importanti come Screenspot e WebVoyager per precisione e velocità, inoltre è capace di **adattarsi ai cambiamenti delle interfacce** e **di autoripararsi** in caso di errori.

Il future che si prospetta è quello caratterizzato un AI che garantisce un'**interazione fluida come quella con un collega**.



Alexa diventa Plus: come cambierà l'assistente vocale di casa Amazon



Alexa+ rappresenta la nuova fase dell'assistente vocale di Amazon, ora potenziato con **intelligenza artificiale generativa**.

Dopo una fase di sviluppo complessa, il lancio parte dagli Stati Uniti, con l'obiettivo di rendere **l'interazione più fluida, naturale e personalizzata**.

Tra le novità: una maggiore **capacità di apprendere abitudini e preferenze degli utenti**, interfaccia rinnovata per gli Echo Show e integrazioni con dispositivi smart e app di terze parti.

Un upgrade che segna anche un cambio di modello: **Alexa+ sarà incluso in Amazon Prime**, ma diventerà un servizio a pagamento per chi non ha l'abbonamento.

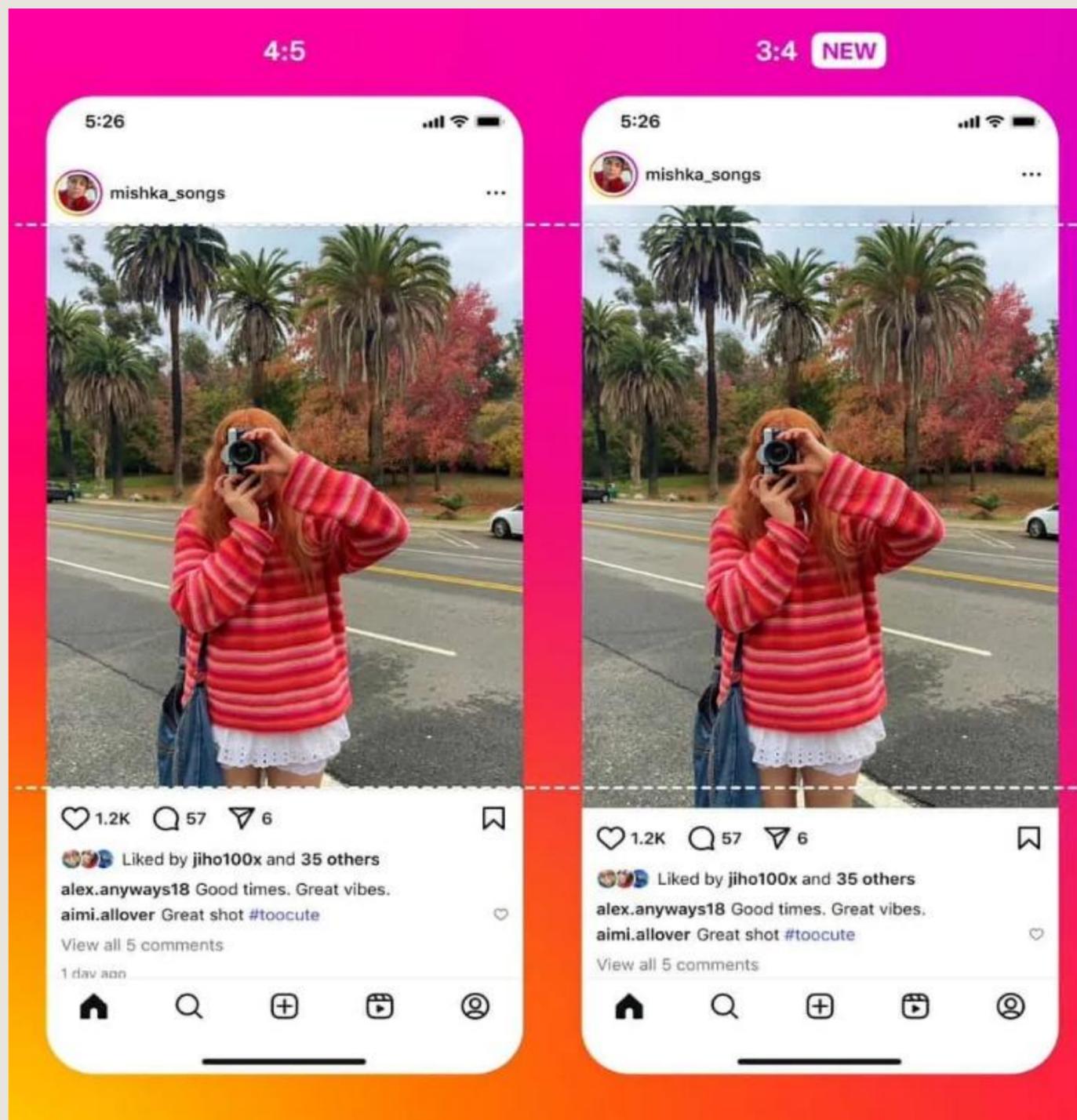
Per il mercato italiano, bisognerà attendere fine 2025 o inizio 2026 per capire se verrà adottato lo stesso approccio.



SERVICEPLAN GROUP

PLATFORM UPDATING

Instagram: il nuovo formato 3:4.



Adam Mosseri, CEO di Instagram, ha recentemente annunciato che la piattaforma ora supporta ufficialmente le foto con il **formato 3:4**.

Gli utenti potranno caricare immagini che verranno mostrate **“esattamente come sono state scattate”**, senza tagli o adattamenti. È un cambiamento significativo, considerando che quasi tutte le fotocamere degli smartphone utilizzano proprio questo formato come impostazione predefinita.

Finora Instagram permetteva già di pubblicare foto in formato 4:5, ma l'introduzione del 3:4 consente una **resa ancora più fedele**, soprattutto per i contenuti verticali.

Questa novità si applicherà sia ai **post singoli** che ai **caroselli**.

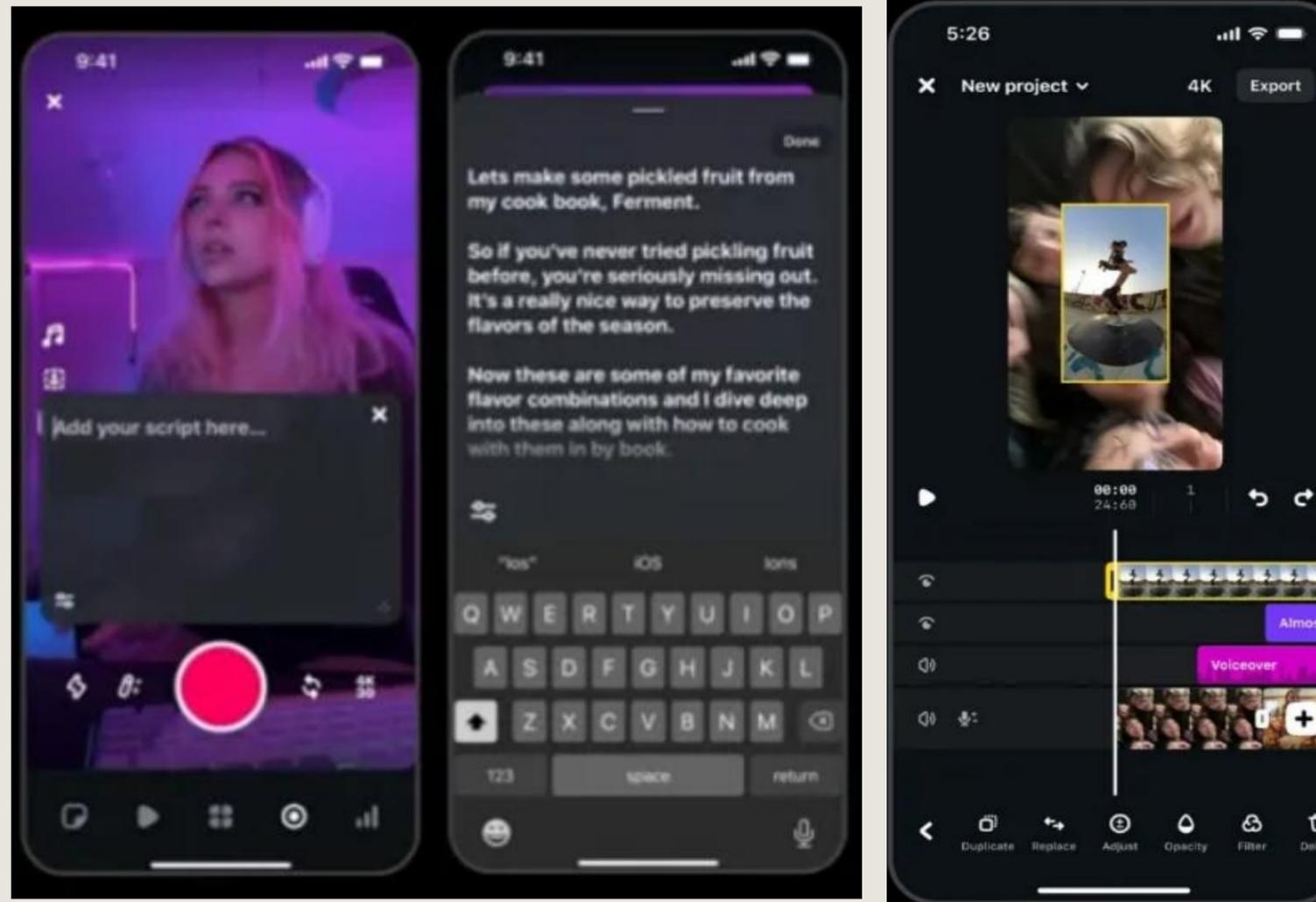
Questa apertura al formato 3:4 rappresenta un passo importante verso una maggiore libertà creativa, adesso gli scatti potranno essere valorizzati senza compromessi.

<https://www.theverge.com/news/676549/instagram-3-4-aspect-ratio-photos-phones-square-rectangle>



Overlay, effetti, musica e script: l'evoluzione di Instagram Edits.

SERVICEPLAN GROUP



Instagram ha aggiornato la sua app **Edits** introducendo strumenti innovativi per semplificare la creazione di video.

La novità principale è il **teleprompter integrato**, che consente di caricare uno script e leggerlo mentre si registra, senza distogliere lo sguardo dalla fotocamera: una funzione ideale per contenuti educativi e informativi.

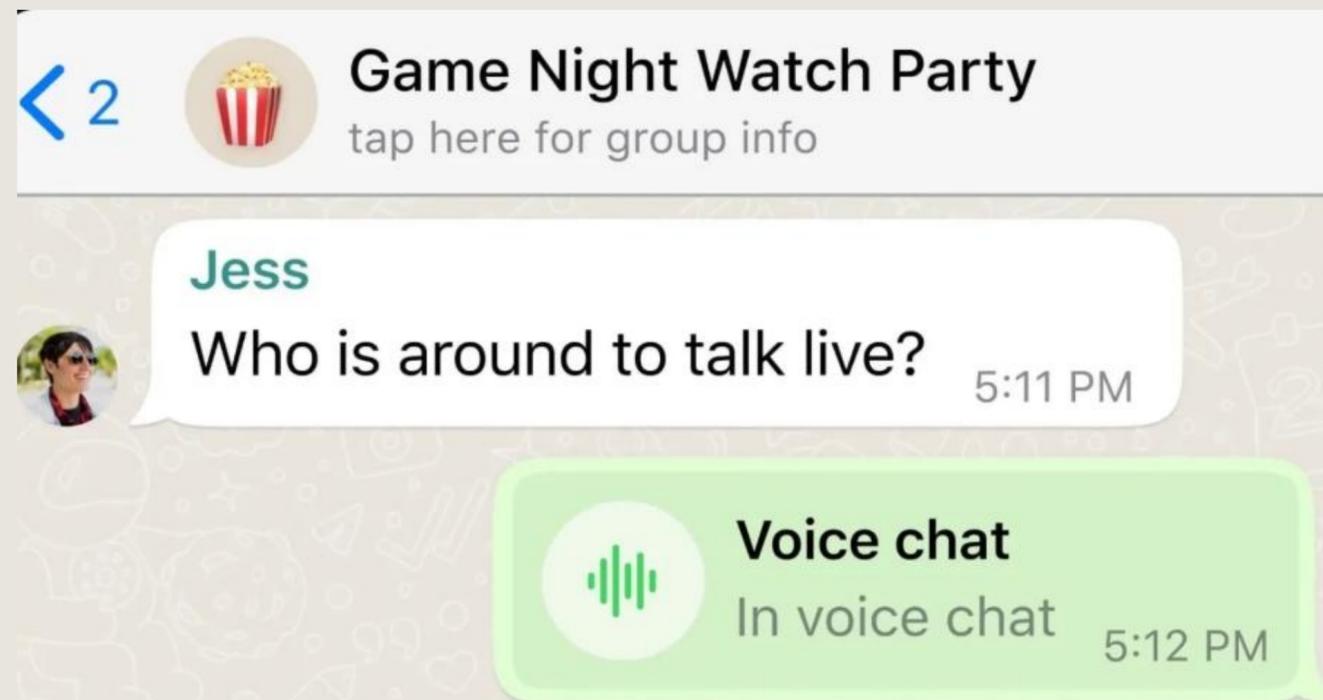
Tra le altre nuove funzionalità: la **classifica dei 10 Reels più visti**, un **editing più intuitivo** con overlay e transizioni semplificate, nuovi **filtri, font ed effetti vocali** per personalizzare i video, strumenti **audio e video potenziati**, **sincronizzazione automatica** con la musica e **crop intelligente** che mantiene il soggetto al centro dell'inquadratura.

Questi aggiornamenti confermano la volontà di Instagram di offrire ai creator un ambiente sempre più completo e professionale, in grado di competere con le principali app di editing video.

<https://www.ninja.it/teleprompter-su-edits/#:~:text=Il%20teleprompter%20su%20Edits%20consente%20di%20caricare%20uno,copione,%20rendendo%20i%20video%20pi%C3%B9%20naturali%20e%20coinvolgenti.>



Nuove chat vocali su WhatsApp: la conversazione diventa smart.



Whatsapp ha recentemente introdotto le **chat vocali** disponibili per gruppi da tre partecipanti in su offrendo un'**alternativa meno invasiva** rispetto alle tradizionali videochiamate.

Queste chat si distinguono per il loro **approccio discreto e non invadente**: non inviano notifiche né suonerie all'avvio e funzionano come uno spazio vocale "aperto" in cui i membri possono entrare e uscire liberamente, senza interrompere le attività degli altri.

L'avvio è semplice: basta **scorrere in fondo alla chat del gruppo, tenere premuto e selezionare "Collega"**. La barra vocale resterà visibile in basso per tutta la durata della conversazione, chiudendosi automaticamente dopo 60 minuti di inattività. Inoltre, anche questo tipo di chat è coperta dalla crittografia end-to-end.

Il risultato è una **comunicazione più diretta, fluida e rispettosa degli altri membri**.

https://www.corriere.it/tecnologia/25_maggio_26/whatsapp-le-chat-vocali-ora-sono-su-tutti-i-gruppi-come-funzionano-e-perche-possono-essere-utilissime-b7259d2b-e47d-4eb1-bb0e-d86180e94xlk.shtml



SERVICEPLAN GROUP

CAMPAGNE ADV



Toblerone e la "Tantrum girl".

SERVICEPLAN GROUP

Toblerone insieme all'agenzia "Le Pub" ha ideato una campagna creativa e sorprendente all'aeroporto di Londra, trasformando il **gate degli arrivi in un palcoscenico per un capriccio esagerato di una bambina che non ha ricevuto un Toblerone** al ritorno della mamma, la perfetta combinazione di emozione, sorpresa e viralità.

Questo stunt imprevedibile e spontaneo ha catturato l'attenzione dei passanti, diventando **virale sui social** con 46,5 milioni di visualizzazioni organiche su TikTok in 4 giorni e un totale di 77 milioni di visualizzazioni su Meta, TikTok e YouTube.

La campagna ha sottolineato il **valore simbolico** di Toblerone come il **regalo di viaggio per eccellenza**, rafforzando il legame emotivo con il pubblico e dimostrando la **forza del brand** nel mondo della cultura del viaggio.

<https://www.bandt.com.au/toblerone-creative-agency-lepub-turn-heads-with-new-airport-tantrum-campaign/>





Ichnusa: un'opera d'arte per promuovere il riciclo del vetro.

Ichnusa, in collaborazione con **Legambiente**, lancia a Milano una campagna di sensibilizzazione contro **l'abbandono del vetro** con lo slogan provocatorio: **«Se deve finire così, non beveteci nemmeno».**

Il messaggio appare su Ripa di Porta Ticinese 27, accanto al murale **“Polpo a rendere”** dell'artista sardo **Sardomuto**, che raffigura un polpo intrappolato in un mare di bottiglie, trasformando uno spazio urbano della movida in un forte richiamo alla responsabilità ambientale.

Alla comunicazione visiva si uniscono **azioni concrete**, come le giornate di raccolta del vetro già svolte in varie città italiane. Il prossimo appuntamento è previsto a **Bologna il 19 giugno**, a conferma dell'impegno attivo per la tutela dell'ambiente.



https://www.leggo.it/italia/milano/ichnusa_milano_murale_campagna_abbandono_vetro_oggi_7_6_2025-8882665.html#?refresh_ce



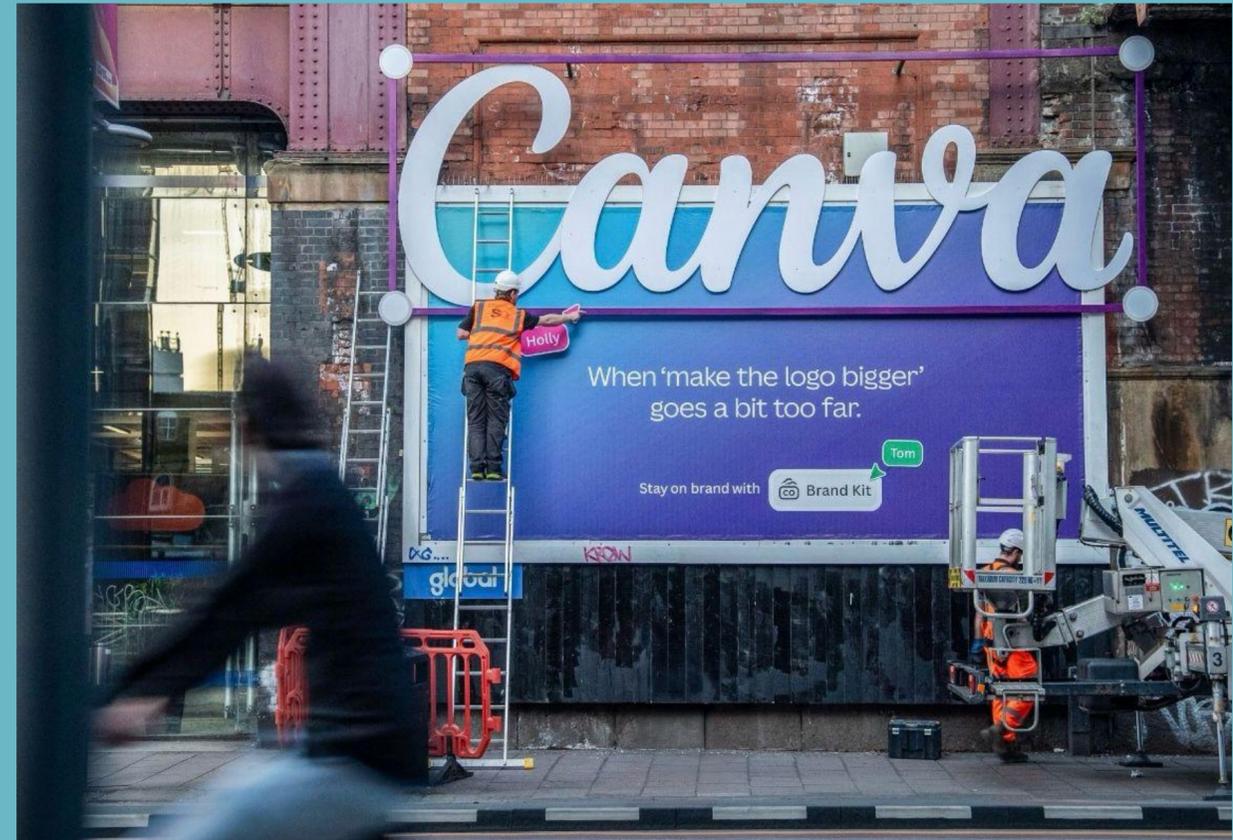
L'ironica campagna OOH di Canva a Londra.

Canva ha lanciato una campagna pubblicitaria creativa nella **galleria di Waterloo** a Londra, trasformando tutti i **14 cartelloni** in un palcoscenico visivo dedicato alle sue funzionalità di design.

Con uno stile ironico ed esagerato, ogni cartellone mostra strumenti come il **ridimensionamento automatico** o il **drag-and-drop**, mettendo in scena gli errori più comuni del marketing digitale e le soluzioni offerte dalla piattaforma.

Ideata da **Stink Studios**, l'iniziativa è pensata come un'esperienza condivisibile, capace di attirare l'attenzione con **umorismo e autoironia**, trasformando un luogo di passaggio in uno spazio narrativo che racconta la forza del design attraverso la creatività.

<https://www.marketing-beat.co.uk/2025/06/17/canva-waterloo-ooh-campaign/>
<https://www.famouscampaigns.com/2025/06/when-creative-chaos-meets-canva-in-ooh-campaign/>





I gelati cambiano... ma per fortuna è solo uno scherzo: la campagna Algida.

Algida ha lanciato una campagna provocatoria e creativa che gioca con la **paura del cambiamento**, mostrando versioni alterate dei suoi gelati iconici come il **Croccante**, il **Fior di Fragola** e il **Cucciolone**.

Partendo dall'**attaccamento emotivo** del pubblico a questi prodotti storici, le immagini volutamente "sbagliate" generano sorpresa e disagio, attirando l'attenzione con una strategia di rottura. Da questo effetto nasce il messaggio rassicurante: **"Gli iconici Algida non si toccano"**.

Più che una pubblicità, è una **dichiarazione d'amore ai consumatori**, che celebra l'identità dei gelati cult italiani con una narrazione **pop, empatica e coinvolgente**, rafforzando il legame affettivo con il pubblico.





SERVICEPLAN GROUP

INFLUENCER UPDATING



Taccier è la nuova rivoluzione del recruiting? Il debutto di Martina Strazzer.

Martina Strazzer, **fondatrice di Amabile Jewels**, ha lanciato il 4 giugno **Taccier**, una nuova app per il lavoro che ribalta il processo di selezione: sono le **aziende a contattare i candidati**.

Gli utenti compilano un profilo dettagliato con esperienze, competenze e preferenze contrattuali; le aziende fanno lo stesso per ogni offerta. Un **algoritmo interno** incrocia i dati e genera le corrispondenze, permettendo alle aziende di inviare direttamente proposte di colloquio ai profili compatibili.

Taccier punta a rendere la selezione più **rapida, trasparente ed efficiente**, soprattutto nei settori ad alta rotazione. Resta da capire se riuscirà ad attirare un numero sufficiente di aziende per affermarsi davvero sul mercato.





Quando i trend diventano prodotti: il caso Pinterest x Chamberlain Coffee.

Pinterest ha lanciato la sua prima collaborazione co-brandizzata con **Chamberlain Coffee**, il marchio dell'influencer **Emma Chamberlain**, creando una **miscela di caffè in edizione limitata** venduta direttamente sulla piattaforma.

La miscela "**Sea Salt Toffee Flavored Blend**" si ispira alla "**Fisherman Aesthetic**", tendenza individuata da *Pinterest Predicts 2024*, e rappresenta un esempio concreto di come dati di trend possano guidare il **product design**.

Emma Chamberlain ha curato l'intero processo creativo, dando vita a un prodotto perfettamente allineato con l'estetica di Pinterest. L'operazione unisce **dati, creatività e influencer marketing**, aprendo nuove prospettive per il futuro del **commercio social**.





SERVICEPLAN GROUP

CONTENT TREND

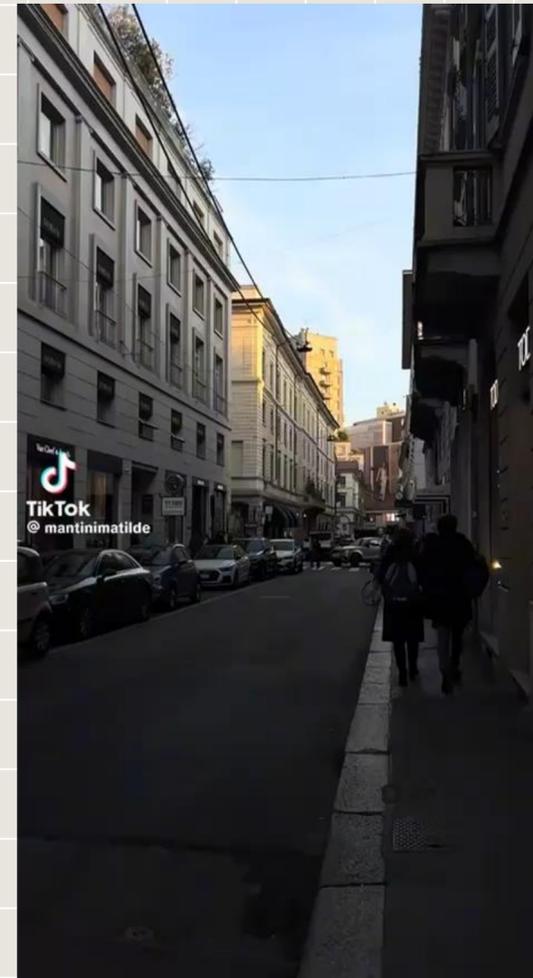


"Deslocado": Il suono della nostalgia su TikTok.

Anche senza portare a casa la vittoria all'**Eurovision 2025**, "*Deslocado*" di **NAPA** si è trasformata in un fenomeno virale, totalizzando oltre **24.000 video su TikTok**, di cui **10.000 nelle prime 24 ore**.

Partito dal palco di **Basilea**, il brano ha conquistato un pubblico globale grazie alla sua **carica emotiva**. I testi, carichi di **nostalgia, spaesamento e memoria**, hanno risuonato in particolare tra i **giovani fuorisede**, che lo usano per raccontare il legame con la propria terra d'origine, la distanza da casa e la vita altrove.

Deslocado è così diventato un **inno spontaneo di malinconia e appartenenza**, accompagnando video che mostrano città natali, momenti intimi e riflessioni personali sull'identità.



<https://vm.tiktok.com/ZNdAyhMTU/>

<https://vm.tiktok.com/ZNdAy68ee/>

<https://vm.tiktok.com/ZNdAyyBfU/>

<https://eurovisionfun.com/en/2025/06/portugal-napas-deslocado-becomes-a-tiktok-sensation-after-eurovision/>



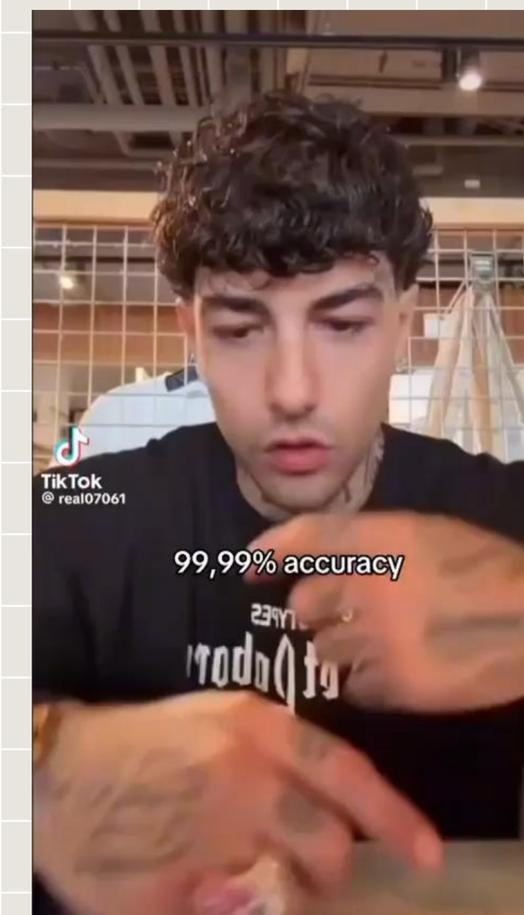
Il ritorno del trend "Side Baby olio e sale".

Negli ultimi giorni è esploso su TikTok un nuovo trend virale nato da un vecchio video del rapper **Side Baby**, in cui, durante un pranzo al ristorante, chiede "olio e sale" e chiude con un esilarante **"grozie"**.

La clip, risalente al **2019** e già virale nel **2022**, è tornata in auge grazie a decine di parodie con la **"percentuale di accuratezza"**, generando centinaia di imitazioni sia da parte di utenti italiani che stranieri.

Il fenomeno ha raggiunto anche celebrità come **Tony Effe**, **Gerry Scotti** e brand come **Netflix**, che lo hanno sfruttato in chiave di **real time marketing**.

Il successo del meme si spiega con la **semplicità della scena**, la **facilità di imitazione** e l'**impatto espressivo del linguaggio** - ingredienti perfetti per il **meme marketing** e per coinvolgere il pubblico più giovane in modo diretto e spontaneo.



<https://www.instagram.com/p/DKeYk-EMJzY>

<https://vm.tiktok.com/ZNdAnRav6/>

<https://www.tiktok.com/@loziogerry/video/7513925425148529943>

[Grozie, olio, sale e percentuali, spieghiamo il nuovo surreale trend poliglotta di TikTok | Wired Italia](#)



SERVICEPLAN GROUP

CALENDARIO EVENTI



LUGLIO 2025

SERVICEPLAN GROUP

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
	1 Giornata mondiale del Reggae 🎵 Sony lancia sul mercato il walkman (1979) 📻	2	3 Arriva al cinema "Ritorno al futuro" (1985) 🚗	4	5 Lancio del Bikini (1946) 🩱	6 Giornata internazionale del bacio 💋
7 Giornata Mondiale del cioccolato 🍫	8	9	10	11 Nasce la Fiat (1899) 🚗	12	13
14	15 Lancio di Twitter (2006) 🐦	16	17 Giornata mondiale dell'Emoji 😄	18 Giornata internazionale di Nelson Mandela 🙌	19	20 Sbarco sulla Luna (1969) 🌕
21	22 Lancio di MSN (1999) 📧	23 Brevettata la prima macchina da scrivere 🖋️	24	25	26 Giornata mondiale degli zii ❤️	27
28	29 Giornata mondiale della tigre 🐅	30 Giornata internazionale dell'amicizia 🤝	31			



LEGAL INFORMATION

Informazioni legali

- 1** Il presente documento nel suo complesso, così come tutti i materiali in esso contenuti (inclusi a titolo esemplificativo concetti, disegni, prezzi, condizioni, piani, foto, loghi, grafici, schizzi, ecc. ecc.), nonché qualsiasi know-how su cui si basa, sono proprietà intellettuale e industriale di SERVICEPLAN GROUP o di terzi che hanno espressamente autorizzato questo specifico uso una tantum, indipendentemente dal fatto che il documento contenga diritti d'autore, diritti d'uso o diritti di proprietà e che il documento sia stato solo mostrato o consegnato.
- 2** I contenuti di questo documento sono segreti aziendali e devono essere considerati strettamente riservati e confidenziali. Presentando e/o fornendo il documento, SERVICEPLAN GROUP non concede alcun diritto d'autore o altri diritti sul documento o sul suo contenuto. Tali diritti devono essere acquisiti separatamente. Qualsiasi utilizzo, sfruttamento, duplicazione, elaborazione, nonché qualsiasi inoltro e/o divulgazione a terzi è vietato e richiede il preliminare ed esplicito consenso scritto del GRUPPO SERVICEPLAN.
- 3** Le clausole 1-2 si applicano di conseguenza a tutti gli ulteriori documenti che devono essere presentati o consegnati insieme al presente documento e/o alla consegna.