

SOCIAL TREND

SETTEMBRE

SERVICEPLAN
HOUSE OF COMMUNICATION 



AGENDA

1. Trend
2. Platform Updating
3. Campagne adv
4. Influencer Updating
5. Content Trend
6. Calendario eventi



TREND

1. *Lazy Girl Job*: il trend che conquista la Gen Z su TikTok
2. Vacanze e social media



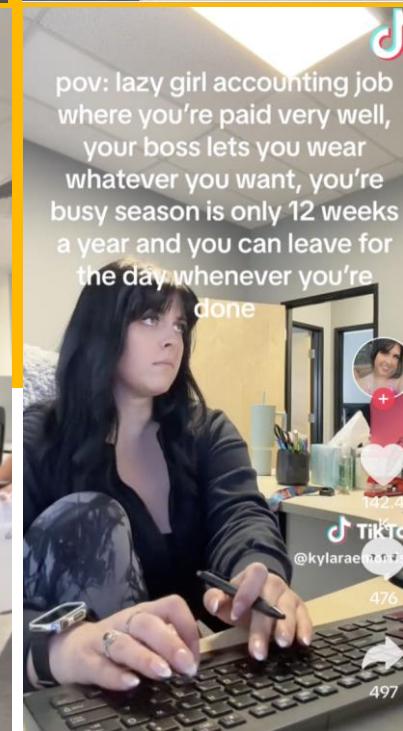
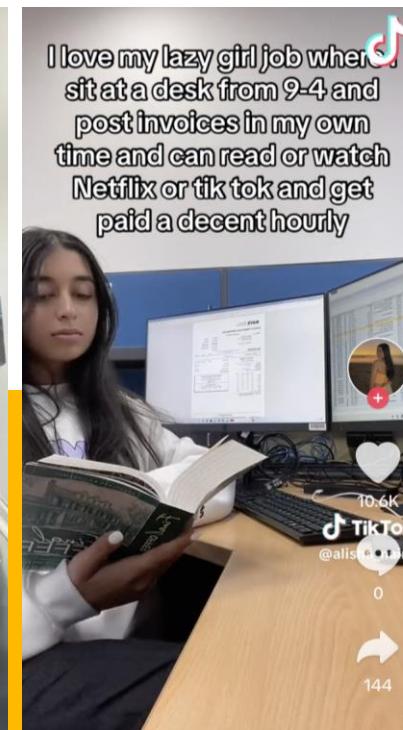
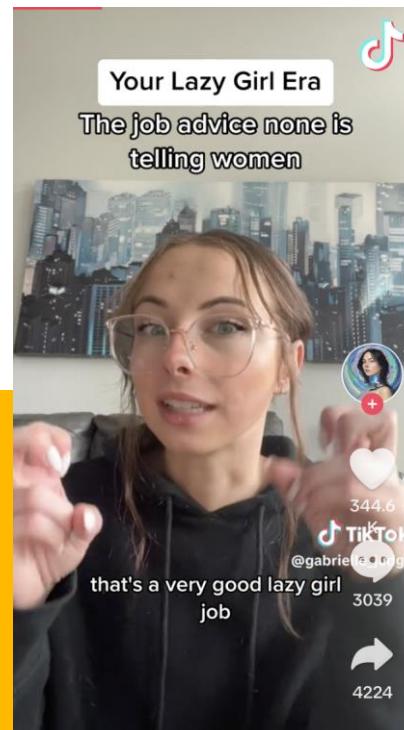
Lazy Girl Job: il trend che conquista la Gen Z su TikTok

Spopolano tra i più giovani sulla piattaforma i video per promuovere un modello alternativo di carriera: **lavorare meno, guadagnare bene, sentirsi meglio**. La creator **Gabrielle Judge** ha reso popolare il termine «*Lazy Girl Job*» su TikTok (termine che ha generato più di **20 milioni di visualizzazioni**), descrivendolo come il classico lavoro da remoto per pagare le bollette senza sentirsi stremati a fine giornata («*It's not about not working, or being lazy – it's about being more neutral in our jobs*»).

Un modello che sembra aver conquistato molti utenti, che hanno iniziato a **condividere i loro consigli**: c'è chi dà notizia di posizioni aperte che rispettano i requisiti di flessibilità e tempo libero, chi racconta come ha acquisito le competenze necessarie, chi fa un resoconto della sua giornata improntata al **rifiuto dello stress**.

Il **richiamo alle donne** secondo alcuni è probabilmente dovuto al fatto che la categoria femminile è quella che più sembra risentire della pressione lavorativa. Ma il **trend** è in realtà **trasversale**, e caratterizzato principalmente dall'età: una generazione che non ha nulla da perdere, se non il suo *burnout* e le cui priorità sono cambiate e difficilmente accetta un lavoro che mette a repentaglio la salute – fisica e mentale.

[Open](#)
[Torcha](#)



Vacanze e social media

#Instagram #TikTok

Ogni vacanza ha le sue peculiarità, ma c'è una cosa che le accomuna tutte: **la condivisione sui social media.**

Publicare la propria vacanza sui canali social è un modo per **scambiarsi informazioni, spunti, ispirazione.**

Instagram e TikTok sono i canali principali che vengono utilizzati per trovare spunti di viaggio: sia attraverso gli **enti del turismo**, attivi sulle piattaforme, che attraverso i **travel creator.**

Nel 2022, su Instagram la destinazione preferita è stata il mare (26,8%, top location la Sardegna), mentre su TikTok il primo posto era occupato dalle destinazioni low cost (31,1%).

Sempre analizzando i dati 2022, possiamo dire che **il tema «travel» ha creato molto più engagement su TikTok rispetto a Instagram** e che questa tendenza sarà quella che ritroveremo osservando i dati 2023.

Engage

Il meglio Video Utenti Suoni LIVE Posti H:



Situated in Northern Italy and often described as o...

Nomad's Nook 583,6K



#traveltiktok Boracay 2023

Dhaeyb Dizon... 63,3K



Summer 2023 vibes at Solea! We have...



#travelling Tag someone you want to travel with...



PLATFORM UPDATING

1. Test del Discovery Feed su Twitch
2. TikTok: post testuali
3. Instagram come TikTok: Reel fino a 10 minuti
4. Instagram e Facebook a pagamento?
5. Digital Services Act



TEST DEL DISCOVERY FEED SU TWITCH

#twitch #videobrevi

Il **Discovery Feed** è un feed in cui è possibile caricare video brevi (come TikTok) in app, permettendo quindi ai creator di Twitch di **rimanere in contatto con la propria audience senza essere live**.

L'annuncio del Discovery Feed è stato fatto a luglio e ora ci troviamo in una fase di test in cui la novità è riservata a pochi utenti e in cui Twitch sta sperimentando l'algoritmo e ricevendo feedback, per poi **lanciare la funzione ufficialmente in autunno**.

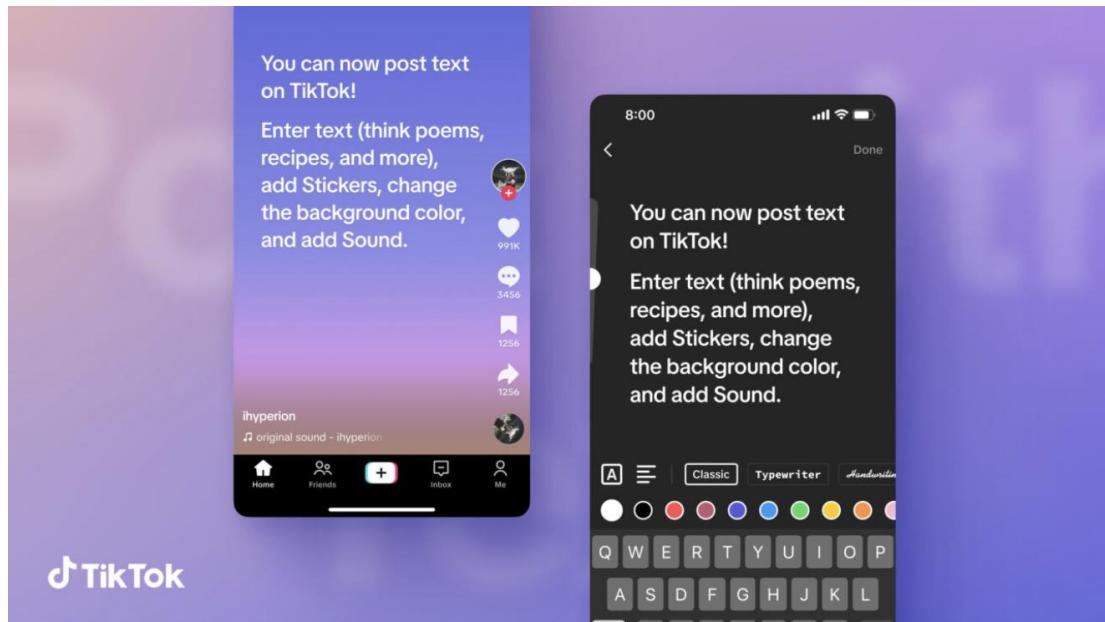
Twitch specifica che con questa novità non intende modificare la natura del social, da sempre caratteristico per il live streaming, ma che in questo modo vuole **spingere la conoscenza di nuovi canali per poi farli seguire nel momento in cui saranno live**.

Le clip visibili verranno **scelte dagli autori** delle clip, ma nel feed saranno presenti anche i **video più popolari** (al momento, parliamo solo di **video orizzontali**).



TIKTOK: POST TESTUALI

#TikTok #Meta #X



Presentati da TikTok come opportunità per i creator di **dare spazio alla creatività scritta** che, fino ad ora, è rimasta limitata a caption e commenti, i **post testuali** sono ora disponibili.

La scelta di introdurre questa feature in questo momento, in realtà, è molto **strategica**: TikTok vuole competere con Meta dopo la perdita di popolarità di X.

Come creare post testuali su TikTok?

Come sempre, la user experience della piattaforma è semplice e intuitiva, infatti vengono creati come qualsiasi altro tipo di contenuto e, una volta inserito il testo, è possibile scegliere font, dimensione e colore dello stesso.

In un secondo momento è possibile poi aggiungere anche sticker, musica e sfondi colorati; in più è possibile inserire hashtag e tag, utilizzando Stitch o Duetti e sfidando gli utenti in una challenge.



INSTAGRAM SEMPRE PIÙ COME TIKTOK: REEL FINO A 10 MINUTI

#Instagram #reels #TikTok



Instagram sta testando la possibilità di caricare reel **dalla durata massima di 10 minuti**, ispirandosi ancora una volta a TikTok. Clip più lunghe aumenteranno il tempo speso sull'app, anche a vantaggio delle inserzioni pubblicitarie, una novità però che potrebbe essere utile **soprattutto ai creator** che potranno caricare video più approfonditi.

10 minuti sono un buon tempo per realizzare video con più spazio per raccontare un'esperienza, anche per la divulgazione di argomenti rilevanti e per i post sponsorizzati.

Non è ancora chiaro quando verrà ufficialmente rilasciata questa nuova funzionalità.



INSTAGRAM E FACEBOOK A PAGAMENTO IN UE?

#Instagram #Facebook #news



Secondo il New York Times, **Meta starebbe valutando l'ipotesi di offrire un piano di pagamento di Instagram e Facebook in Europa**, per rispondere alle disposizioni legislative europee in merito al tema della privacy, che ha visto l'azienda nel mirino parecchie volte.

Infatti, questi abbonamenti consentiranno di fruire delle piattaforme **senza alcun tipo di annuncio pubblicitario, impedendo in questo modo la raccolta dei dati degli utenti**. La **versione gratuita verrà mantenuta** ma continuerà ad ospitare inserzioni.

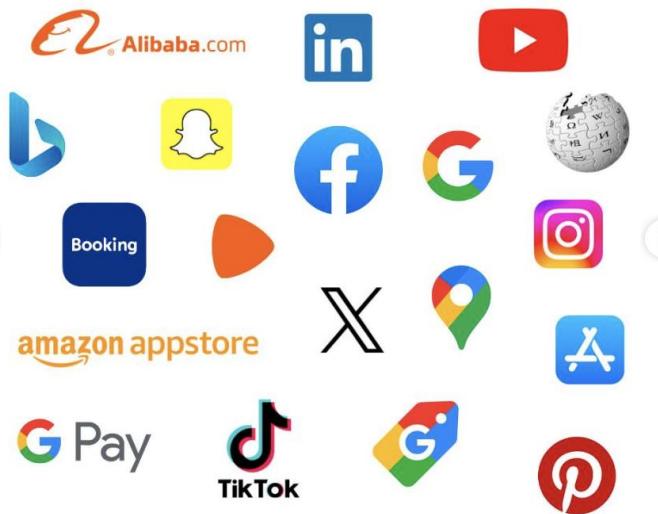
La notizia non è ancora stata confermata, di conseguenza non si è ancora a conoscenza dei potenziali sviluppi.



I SOCIAL SONO CAMBIATI PER SEMPRE



È arrivato il Digital Services Act:
cos'è e cosa cambia?



@marketing_espresso

DIGITAL SERVICES ACT

#socialmedia

Il **Digital Services Act**, proposto in Parlamento Europeo il 05 luglio 2022, è diventato esecutivo il 25 agosto 2023.

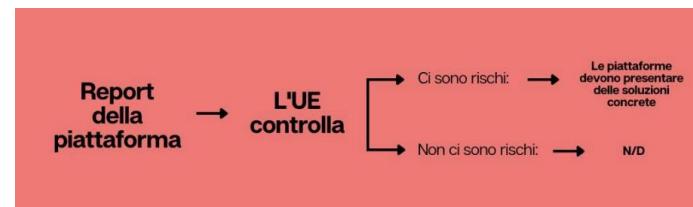
Si tratta di un regolamento per le piattaforme social e digital che ha due **obiettivi**:

1. **uniformare i diritti online** delle persone in tutta Europa
2. fornire **maggiore protezione** alle persone durante la navigazione

Le piattaforme coinvolte sono tante e, da quando è stato approvato, hanno avuto tempo per adattarsi ai cambiamenti imposti dal DSA.

Principali cambiamenti:

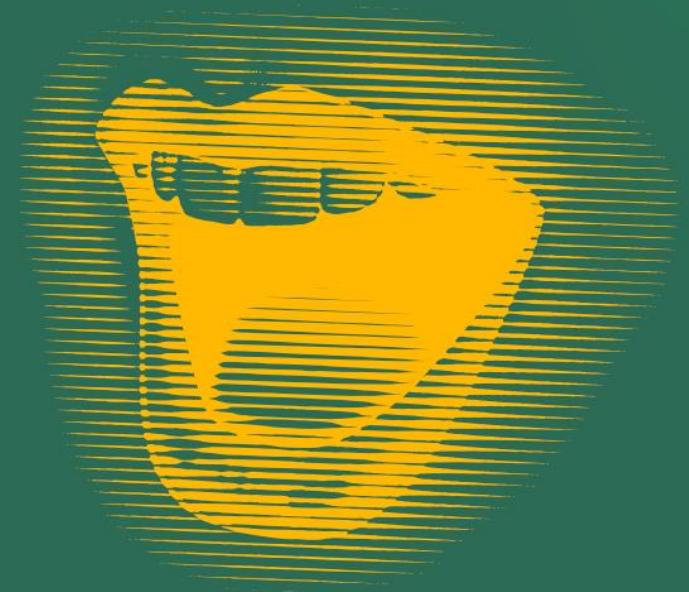
- Ci saranno maggiori informazioni sul **perché gli algoritmi propongono determinati contenuti**
- Potremo togliere dal nostro feed i **contenuti raccomandati** sulla base delle profilazioni
- Le piattaforme dovranno indicare **chi sta promuovendo un contenuto**
- **Termini e condizioni** dovranno essere tradotti in lingua locale, riassunti e comprensibili
- Non sarà più possibile **targetizzare su minori**
- Le piattaforme dovranno **massimizzare la privacy e la sicurezza** (anche dei minori)
- Capacità di **ridisegnare i sistemi** per favorire un intervento più rapido
- Presentazione di un **report annuale**



CAMPAGNE ADV

La creatività non va in vacanza

- DIESEL – Find the D
- NESTLÈ – Terapia de Cocina
- DISNEY – Sei Meraviglia
- HUGGIES – The Alphabutt Book
- HEINEKEN – The best driver
- KFC – Sorry Utensils



LA CREATIVITÀ NON VA IN VACANZA

Intrattenimento anche sotto l'ombrellone

Il rientro dalle ferie è sempre traumatico. Con la giusta dose di creatività un po' meno.

Mentre qualcuno si rilassava sotto l'ombrellone, la nostra industry non si è fermata.

Agosto, infatti, è stato un mese ricco campagne e di intrattenimento.

Da TikTok ai mezzi più tradizionali, i brand non si sono risparmiati e hanno cercato di intercettare gli utenti in tante modalità diverse.

Abbiamo selezionato le idee e le esecuzioni che ci hanno colpito di più, per semplicità, chiarezza del messaggio e capacità di coinvolgimento.



Diesel Find the D



<https://bitly.ws/UvAx>

DI CHE SI TRATTA

Per il lancio della collezione autunno inverno, Diesel propone al pubblico una versione contemporanea del classico gioco per bambini 'Dov'è Wally?'.

«Find the D» si svolge in piazza di Breganze, la cittadina vicentina in cui si trova l'headquarter di Diesel dal 1978. Alle persone il compito di scoprire i dettagli irriverenti della foto che ha come protagonisti modelli che indossano capi della nuova collezione, dipendenti dell'azienda e il suo fondatore Renzo Rosso.

PERCHÉ È QUI

In una parola: intrattenimento. «Find the D» è il perfetto esempio di come anche un vecchio gioco possa essere visto sotto una nuova luce.



Nestlé Terapia de Cocina



<https://bitly.ws/UvAS>

DI CHE SI TRATTA

L'insight: il dolore e la rigidità causati dall'artrite possono rendere difficili le attività quotidiane, compreso il cucinare. Nestlé Messico unisce fisioterapia e cucina dando vita a un'iniziativa che migliora i sintomi dell'artrite: i movimenti naturali della cucina si fondono con gli esercizi consigliati da un fisioterapista, studiati appositamente per alleviare i dolori della malattia.

PERCHÉ È QUI

Finalmente una campagna che passa dalle parole ai fatti: non parla semplicemente di «benessere», lo fa.



Disney Sei Meraviglia



https://www.youtube.com/watch?v=2-V6Uw_Bvmw

DI CHE SI TRATTA

Partendo dai valori delle sue Principesse, Disney vuole spronare genitori e figli a credere sempre di più in se stessi, valorizzandosi e credendo nelle proprie capacità per far emergere la meraviglia che c'è in ciascuno di noi. Da questo obiettivo nasce «Sei meraviglia», una campagna social che lascia la parola ad alcune donne simbolo di Empowering, tra cui Bebe Vio, che raccontano diverse esperienze di vita.

PERCHÉ È QUI

Un modo semplice e contemporaneo per supportare le nuove generazioni e per premiare determinazione, curiosità e creatività. Un messaggio mai banale di empowerment e autostima che incoraggia i giovani a superare gli ostacoli e a credere nel loro potenziale.



Huggies The Alphabutt Book



<https://www.huggies.com/en-us/why-huggies/about-us/our-campaigns/the-alphabutt-book>

DI CHE SI TRATTA

Per lanciare Little Movers, il primo pannolino con la migliore vestibilità curva ed elastica, che si adatta a ogni tipo di sederino, Huggies crea "The AlphaButt": L'ABC dei sederi e dei corpi dei bambini. Una campagna fuori dagli schemi realizzata in collaborazione con diversi illustratori e TikTokers che hanno creato contenuti ad hoc accompagnati dall'hashtag #HuggiesBabyButts. Huggies donerà il 100% delle vendite al National Diaper Bank Network, un'organizzazione benefica che fornisce pannolini alle famiglie in difficoltà.

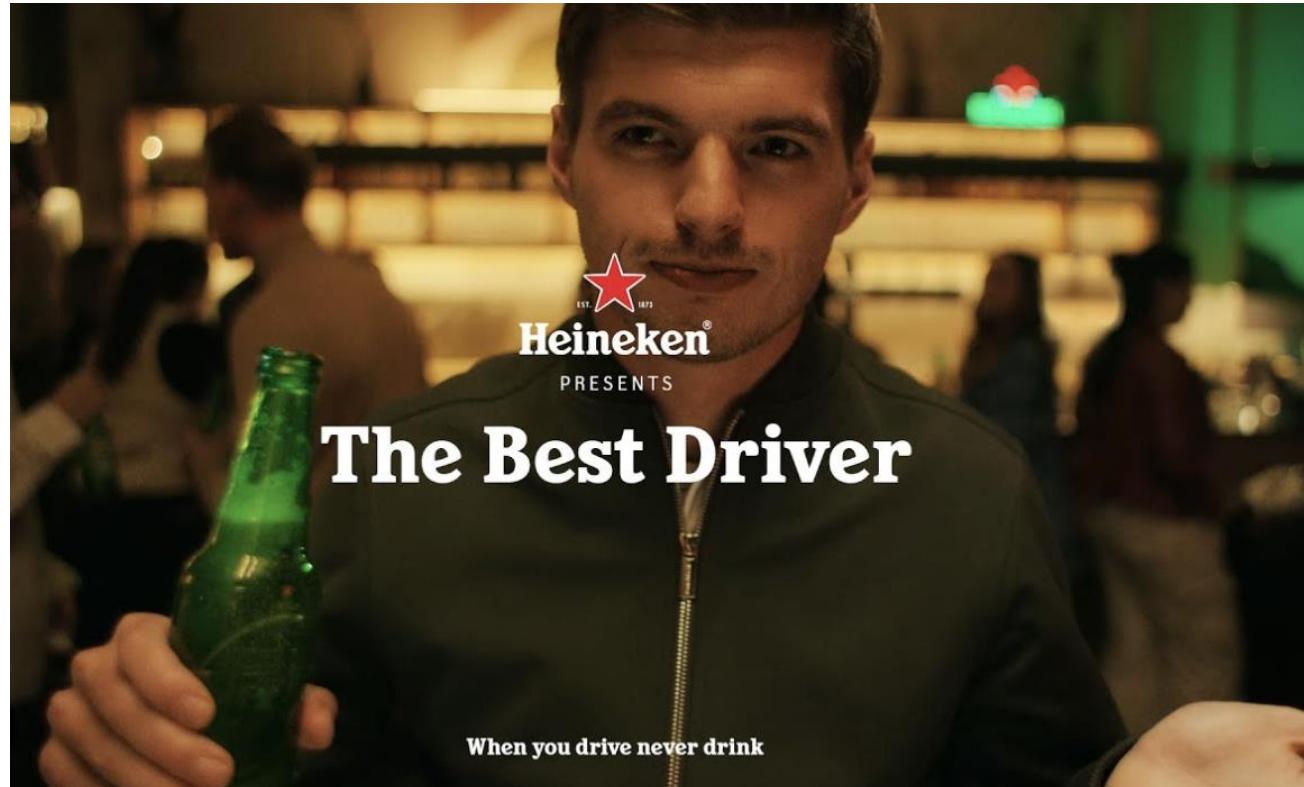
PERCHÉ È QUI

Un'esecuzione al passo con i tempi che ci dimostra come un semplice lancio di un pannolino possa trasformarsi una campagna di edutainment diversa dal solito.



Heineken

The best driver



<https://www.youtube.com/watch?v=E114H7BliAk>

DI CHE SI TRATTA

Chi è il miglior guidatore? Secondo Heineken, è Max Verstappen. Non per le sue vittorie. Ma perché si prende la responsabilità di non bere, a meno che, ovviamente, non si tratti di una Heineken 0.0.

Un messaggio raccontato con uno spot semplice e immediato che si ispira a una nuova ricerca che evidenzia i criteri di scelta del guidatore designato alla guida durante una serata.

PERCHÉ È QUI

Una campagna che va oltre un messaggio e un video social. Per sostenere questo messaggio di responsabilità, infatti, Heineken ha attivato una partnership con Uber. Nei weekend dal 21 settembre al 15 ottobre, tutti i consumatori di Heineken che vorranno ottenere un passaggio sicuro con Uber nelle città di Roma e Milano, potranno usufruire di un buono sconto del valore di 10 euro.



KFC

Sorry Utensils



DI CHE SI TRATTA

Cosa succede quando ci ritroviamo davanti a un cestino KFC? Dimentichiamo per un attimo l'educazione e l'uso delle posate per goderci appieno un'esperienza che, senza mani, non avrebbe lo stesso sapore. Da questo insight nasce il nuovo spot di KFC: più che un inno, un contenuto di sincere scuse a tutte le posate che, davanti a KFC, possono solo stare a guardare.

PERCHÉ È QUI

Può una frase forse scontata e già utilizzata come "così buono da leccarsi le dita" trovare un nuovo modo di esprimersi, fresco e inaspettato? La risposta è sì!

<https://www.youtube.com/watch?v=H3TXHRpRkxc>



LA CREATIVITÀ NON VA IN VACANZA

La morale



INFLUENCER UPDATING

AREA CONTENT CREATOR

- [DANI WORLD](#)

AREA MAGIA

- [ASSO THE ILLUSIONIST](#)

AREA COMICITÀ

- [GINEVRA FENYES](#)

AREA MEME

- [MEME PRATICO](#)

AREA SOCIAL ISSUES

- [LUDOVICA BILLI](#)



AREA CONTENT CREATOR



Dani World

Daniele Calise ha 23 anni ed è un aspirante attore/doppiatore, fa video dal 2012 su piattaforme come Facebook e YouTube. Recentemente ha iniziato ad avere un buon seguito con Tiktok, dove conta 255K, grazie ai suoi video dove traspare epicità e la sua passione per il mondo del cinema.

Con la sua ironia e simpatia riesce strappare un sorriso e a far appassionare alle brevi storie che racconta.

È anche abbastanza seguito su Instagram dove conta 90K.

Ha fatto collaborazioni con brand come Prime Video e AirUp.

AREA MAGIA



Asso the illusionist

Alessandro Albergo, conosciuto sui social come Asso the illusionist, è un giovane illusionista e mentalista.

Ha deciso di rendere pubblica la sua arte attraverso piattaforme come Instagram dove conta 15K e, soprattutto, Tik Tok dove ha quasi 30K.

Il suo format principale è quello di girare per varie città italiane e coinvolgere direttamente i passanti nelle sue magie e nei suoi giochi, incredibili, di mentalismo: il tutto per rendere credibili i suoi numeri e anche per rendere i suoi video coinvolgenti e sorprendenti per gli utenti.

AREA COMICITÀ



Ginevra Fenyes

Ginevra, giovane fiorentina di 27 anni, fin da piccola inizia a esibirsi come cantante e come performer teatrale.

Il suo cavallo di battaglia è in assoluto la comicità.

Il suo sogno è: ridere per lavorare e lavorare per ridere. E grazie a piattaforme come Instagram (333K) e Tik Tok (129K) sta riuscendo a realizzarlo.

Nei suoi simpaticissimi video racconta di situazioni quotidiane nelle quali tutti possiamo riconoscerci: la sua satira diviene massima nel momento in cui interpreta personaggi specifici (sua famosa e amata interpretazione è quella della bambina).

Ultimamente ha fatto un tour di spettacoli comici, dove ha potuto essere se stessa e portare la sua simpatia e spontaneità, su dei veri palchi italiani.

AREA MEME



Meme pratico

Non si sa chi ci sia dietro questa pagina Tik Tok, ma si sa che ben 30K la seguono (e il numero è in aumento).

Il profilo propone svariati video che iniziano con «Sapevi che» che illudono l'utente che, credendo di aver trovato un video informativo, continua la visione del tik tok realizzando solo alla fine il vero scopo: far ridere dicendo ovvietà.

Queste ovvietà fanno ridere e, soprattutto, permettono alla pagina di essere seguita proprio perché colgono di sorpresa l'utente che non si aspetta un epilogo del genere.

AREA SOCIAL ISSUES



Ludovica Billi

Ludovica Billi ha 26 anni, è toscana ed è sorda dalla nascita: ha fondato insieme ad una collega creator (Giulia Bucello) la pagina Instagram "[TheDeaf.soul](#)" uno spazio dedicato all'accessibilità e all'inclusione.

Su questa pagina che conta 15K e anche sui suoi profili privati (Instagram 106K e Tik Tok 39K) pubblica video autoironici, per raccontare e far capire alle persone che la sua disabilità non deve creare ne' disagio ne' compassione.

CONTENT TREND

MEME OF THE MONTH

- *Laughing in the wind*

VIRAL OF THE MONTH

- *Gigipescheria*

CONTENT OF THE MONTH

- *August*



MEME OF THE MONTH

Il meme che ha generato più contenuti, diffondendosi su tutte le piattaforme.

*«**Jeremy Clarkson e Richard Hammond Laughing In the Wind**» è il template CapCut più visto nelle ultime settimane su TikTok. Riprende una scena della serie TV che vede i due celebri presentatori, ridere insieme, colti da una folata di vento.*





La **viralità** di questo template è data sicuramente dalla **versatilità** della clip che si presta subito a video ironici e **meme**.

Gli aneddoti descritti sono **relatable** e divertenti, raccontando una moltitudine di scenari possibili, rendendo il video di facile replica.

Alcuni tra i brand più **irriverenti** infatti, come **Ryanair**, ne sfruttano la popolarità per creare contenuti in linea con il loro tono di voce.

VIRAL OF THE MONTH

Il contenuto che ha dato origine a più discussioni e menzioni online, oltrepassando le barriere dei social.

*Con oltre **1.4M** di seguaci, il profilo TikTok «**Gigipescheria**», continua a crescere in **popolarità** grazie ai suoi audio **spontanei, divertenti** e con un pizzico di **trash partenopeo**. Nelle ultime settimane, spopola un breve audio che vede il famoso TikToker napoletano, spaventarsi alla vista di un cane.*





*La regola per il successo di una clip sulla piattaforma social cinese, è quella di avere del **potenziale** se l'audio viene interpretato in uno scenario diverso dall'originale.*

Il trend infatti legato a questo suono vede (per la maggior parte) gli utenti recitare ipotetici momenti di incontro con ex o persone indesiderate.

CONTENT OF THE MONTH

Il contenuto più virale e ingaggiante delle piattaforme social.

*Video virali e **animali domestici**, spesso sono due concetti che vanno a braccetto. In questo trend **gatti, cani e cuccioli** di ogni sorta, sono i protagonisti insieme al brano «**August**», dell'amatissima cantante pop **Taylor Swift**.*





Sulle note del ritornello della hit estiva, procioni, tartarughe, pecore, maialini e persino coccodrilli, colti di sorpresa dai loro padroni, si prestano (non sempre felicissimi) ad una danza attorno alla stanza.

*Il trend è diventato così virale che l'ufficiale **Daniel Warren-Cummings** del **Cats Protection Behavior** ha ricordato a **Metro.co.uk** e a tutti i suoi lettori che "nessun animale dovrebbe essere messo in una tale situazione di stress e paura" e che questo comportamento potrebbe essere considerato come **maltrattamento**.*

CALENDARIO EVENTI

- **Ricorrenze Novembre & Dicembre**
- **Le giornate più rilevanti:**
 - **24 Novembre: Black Friday**
 - **25 Novembre: Giornata internazionale contro la violenza sulle donne**



NOVEMBRE 2023

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
		1 Festa di Ognissanti Movember World Vegan Day	2 Giorno dei morti	3	4 Festa dell'unità italiana e delle forze armate	5 Giornata nazionale per la ricerca contro il cancro
6	7	8	9 Cade il muro di Berlino, nel 1989 Giornata mondiale del Guinness World Record	10 Giornata mondiale degli stagisti Giornata mondiale della scienza per la pace e lo sviluppo	11	12 Giornata mondiale contro la polmonite
13 ATP World Final Tour Giornata internazionale della gentilezza	14 Giornata mondiale del diabete	15	16 Giornata mondiale della filosofia Giornata mondiale della tolleranza	17 Fratelli d'Italia diventa inno ufficiale della Repubblica Italiana Giornata mondiale dello studente Giornata mondiale dei prematuri	18	19 Giornata internazionale dell'uomo Giornata mondiale delle vittime sulla strada
20 Giornata internazionale dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza Giornata della memoria Transgender	21 Giornata mondiale della televisione Giornata mondiale dell'albero	22	23 Thanksgiving day - USA	24 Morte di Freddie Mercury Nasce Carlo Collodi Black Friday	25 Giornata internazionale contro la violenza sulle donne	26 Giornata internazionale dell'olivo
27 CyberMonday Nasceva Jimi Hendrix	28 Giornata mondiale del dono	29 Giornata internazionale di solidarietà per il popolo palestinese	30			

DICEMBRE 2023

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
				1 Nascita di Woody Allen Giornata mondiale per la lotta contro l'AIDS	2 Giornata internazionale per l'abolizione della schiavitù	3 Giornata internazionale dei diritti delle persone con disabilità
4	5 Nascita di Walter E. Disney Giornata mondiale del volontariato per lo sviluppo economico e sociale Giornata mondiale del suolo	6	7 Giornata internazionale dell'aviazione civile	8 Nascita di Jim Morrison Festa dell'Immacolata	9 Giornata internazionale contro la corruzione	10 Giornata internazionale dei diritti umani Giornata internazionale dei diritti degli animali
11 Fondazione UNICEF (1946) Giornata mondiale del tango Giornata mondiale della montagna	12 Nascita di Frank Sinatra Giornata internazionale della neutralità Giornata universale della copertura sanitaria	13	14 Nascita di Nostradamus	15	16	17
18 Giornata internazionale dei migranti Giornata della lingua araba	19	20 Giornata internazionale della solidarietà umana	21 Giornata mondiale dello snowboard	22 Approvazione della Costituzione Italiana nel 1947	23	24 Vigilia di Natale
25 Natale	26 Santo Stefano	27	28	29	30	31 San Silvestro

LE GIORNATE PIÙ RILEVANTI



Euronics: Black Friday con Mattia Stanga

Black Friday
24.11.2023

Quando vedi tutti i vantaggi del Black Friday



Disney Plus



ActionAid: #Call4Margherita

Giornata internazionale contro la
violenza sulle donne
25.11.2023



FARE X BENE: Dal mito al metaverso



GRAZIE



SERVICEPLAN 
HOUSE OF COMMUNICATION