

SOCIAL TREND

SETTEMBRE



SERVICEPLAN GROUP
HOUSE OF COMMUNICATION





Content

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



SERVICEPLAN GROUP

SETTEMBRE 24

TREND



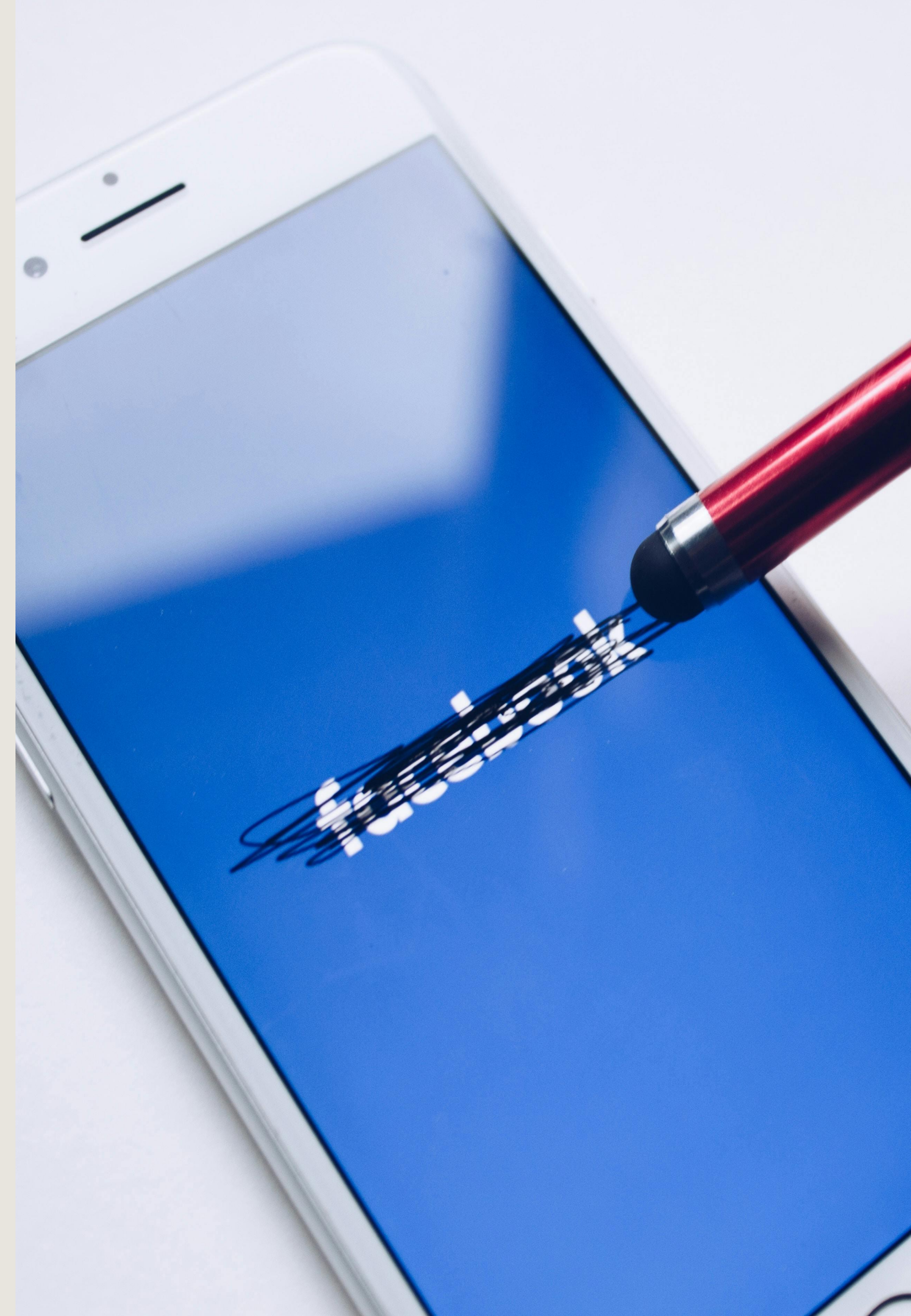
«COME CANCELLARSI DA UN SOCIAL MEDIA?» LA RICERCA DIVENTA VIRALE

L'interesse per la ricerca di **'come cancellare gli account dei social media'** è **aumentata per tutte le piattaforme**. Segno concreto che tanti **utenti**, sedotti dalla facilità di iscrizione ai social media, abbiano iniziato a chiedersi in che modo **disiscriversi**, rivelando una crescente stanchezza e una maggiore attenzione alla privacy e al benessere digitale e alla disconnessione mentale.

Molti **utenti si sentono sopraffatti** dalla quantità di dati e dalle informazioni non verificate e faticano a distinguere il vero dal falso. Questa sovraesposizione porta a una sorta di **"stanchezza da social media"**, spingendoli a **limitare** o addirittura a **interrompere l'uso** di queste **piattaforme**.

Facebook e **Instagram** continuano a dominare le ricerche per cancellare il proprio account. Però è importante sottolineare il picco di interesse per le cancellazioni di **TikTok e X**. Per **TikTok** il motivo potrebbe essere legato a **preoccupazioni sulla privacy**, ai **cambiamenti negli algoritmi** dei contenuti o alla **percezione di una diminuzione del valore** della piattaforma. Per quanto riguarda **X** il **rebranding** e le conseguenti **modifiche alla piattaforma** sembrano avere sconcertato una parte della sua base di utenti, portando al conseguente **aumento** dell'interesse per la **cancellazione**.

<https://youmark.it/ym-interactive/crescono-la-ricerche-su-come-cancellarsi-da-un-social-media-da-facebook-e-da-instagram-da-snapchat-e-da-whatsapp-ma-sono-soprattutto-tiktok-e-twitter-x-i-piu-colpiti-da-questo-trend/>





TIKTOK, PARALIMPIADI E AUTOIRONIA PER NORMALIZZARE LA DISABILITÀ

Il linguaggio di TikTok è incentrato su autoironia e black humor.

Attraverso lo strumento dei **meme** e dei **trend TikTok**, l'account [@Paralympics](#) spiega le particolarità di alcuni sport meno noti, mostrando le difficoltà degli atleti legati alla loro condizione **senza mai drammatizzarle**.

Un esempio: Simone Barlaam, Federico Morlacchi e Alberto Amodeo stanno conquistando i social media con il loro profilo **«Le Tre Gambette»**, dimostrando che **l'ironia** e **l'autoironia** possono essere strumenti potenti per **sfidare** gli **stereotipi** e **promuovere** una **rappresentazione più autentica e inclusiva della disabilità**.

L'utilizzo dell'ironia nei contenuti legati alla disabilità ha acceso un **dibattito** sui social media. Mentre alcuni apprezzano questa nuova prospettiva, altri, come la Creator **Giulia Lamarca**, ritengono che sia necessario un approccio più bilanciato, che combini l'umorismo con **contenuti più informativi e sensibilizzanti**.

L'account TikTok [@Paralympics](#), con i suoi oltre **4,5 milioni** di follower, dimostra come **l'ironia** possa essere un **ingrediente vincente**.

<https://luce.lanazione.it/paralimpiadi/rigivan-ganeshamoorthy-simone-barlaam-paralimpiadi-autoironia-mu9fa9x6>





IL TREND TIKTOK DELLE CANZONI VELOCIZZATE

Podcast, video, **tutto viene accelerato** per risparmiare tempo. Negli USA, nel 2023, più di un terzo degli ascoltatori ha accelerato i podcast e quasi due terzi hanno ascoltato musica a un ritmo più veloce. **Spotify** sta cavalcando questa tendenza, testando una funzione per **velocizzare le canzoni**.

Le **speed song** stanno trasformando la musica in un'esperienza sensoriale unica. **Brevi clip musicali**, accelerate del 25-30%, sono perfette per accompagnare i **balletti e le sfide virali di TikTok**. Un fenomeno che rimanda al nightcore, un genere musicale nato negli anni 2000 come un semplice esperimento.

I social ci hanno abituato allo **scrolling**, che ha trasformato il nostro modo di consumare i contenuti. I **video brevi e veloci** hanno abituato il nostro cervello a una fruizione rapida e frammentata, rendendo lo **speed listening** la norma piuttosto che l'eccezione.

TikTok ha ormai un ruolo da **protagonista nell'industria musicale**: la sua **formula algoritmica influenza** direttamente **le classifiche**, determinando quali canzoni diventeranno virali e quali resteranno nell'ombra

Produttori e cantanti infatti stanno cercando di **creare canzoni ad hoc** che potrebbero avere **successo sulla piattaforma**.

<https://www.fanpage.it/innovazione/tecnologia/perche-non-riusciamo-a-smettere-di-ascoltare-le-canzone-accelerate-su-tiktok/>





INTELLIGENZA ARTIFICIALE



AI Act: dall'intelligenza artificiale "regolata" a quella "applicata"



Con l'implementazione del regolamento europeo sull'intelligenza artificiale, **l'AI Act**, è necessario passare **da una fase di regolamentazione a una fase di applicazione industriale**.

La prima tappa dell'implementazione, fissata a febbraio 2025, **vieterà alcune applicazioni di IA** considerate rischiose, come la sorveglianza biometrica o polizia predittiva (l'uso di dati sensibili per calcolare le probabilità che una persona commetta un reato).

In questo contesto, **l'AI Office** avrà il compito di **monitorare l'applicazione dell'AI Act** e sviluppare codici di autoregolamentazione per gli sviluppatori. Inoltre, si prevede un **potenziamento della capacità tecnologica europea** con investimenti in supercomputer e "fabbriche dell'AI" per supportare startup e industrie.

Le sfide da affrontare sono tante: il divario negli investimenti rispetto a Stati Uniti e Cina, la necessità di migliorare le reti di telecomunicazione e la cooperazione tra aziende per raggiungere gli obiettivi tecnologici dell'Europa.

<https://www.wired.it/article/intelligenza-artificiale-ai-act-applicata-scadenza-usi-proibiti/>



Pixel 9 ha una funzione per aggiungersi alle foto di gruppo



Il **Pixel 9**, il nuovo smartphone di punta di Google, è dotato di diverse funzionalità basate sull'intelligenza artificiale (AI), tra cui una **nuova funzione chiamata "Add Me"**. Questa funzione permette di aggiungere persone a una foto di gruppo scattata in precedenza.

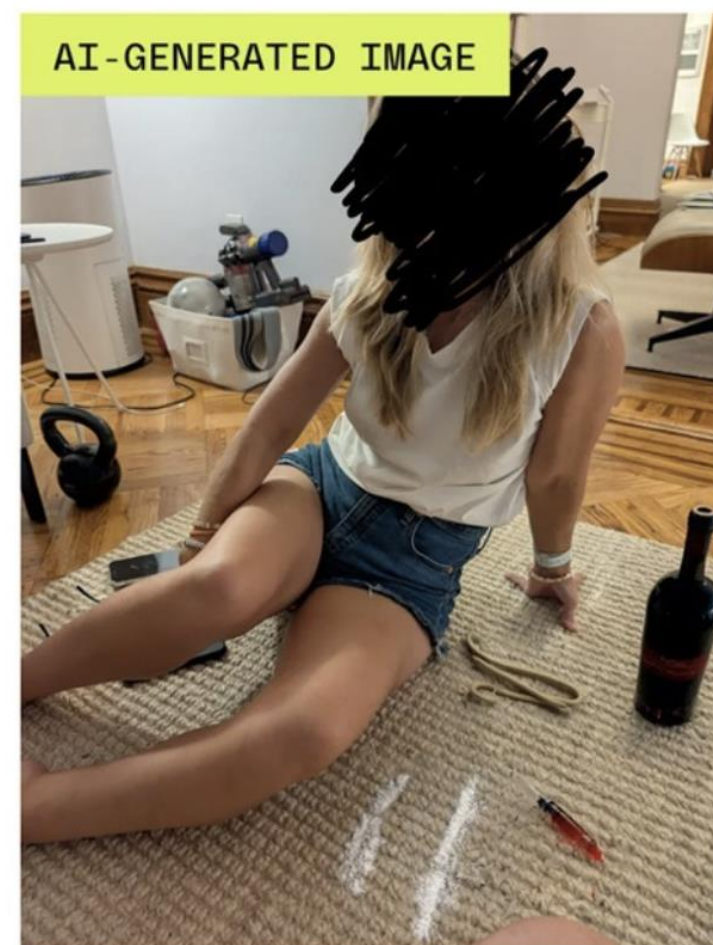
Come? Dopo aver fatto una prima foto, si può passare il telefono a un'altra persona e **scattare un'altra foto** con la stessa inquadratura; **l'AI unisce poi i soggetti in modo realistico** in un'unica immagine.

Questa funzione è utile per chi scatta le foto e vuole aggiungersi al gruppo senza dover utilizzare un timer o inquadrare male e per aggiungere persone arrivate successivamente.

Le nuove funzionalità del device, potenziate dall'Intelligenza Artificiale tuttavia, allarmano chi ha avuto modo di testarle. Come la Sarah Jeong, scrittrice per la piattaforma di tech news **The Verge**, che è riuscita a creare facilmente immagini «compromettenti» senza necessità di applicazioni di fotomontaggio ed editing, dimostrando la potenziale pericolosità di questo strumento.



A real photo of a person in a living room (with their face obscured).



Edited with Google's Magic Editor.

<https://www.wired.it/article/pixel-9-funzione-ai-add-me/>



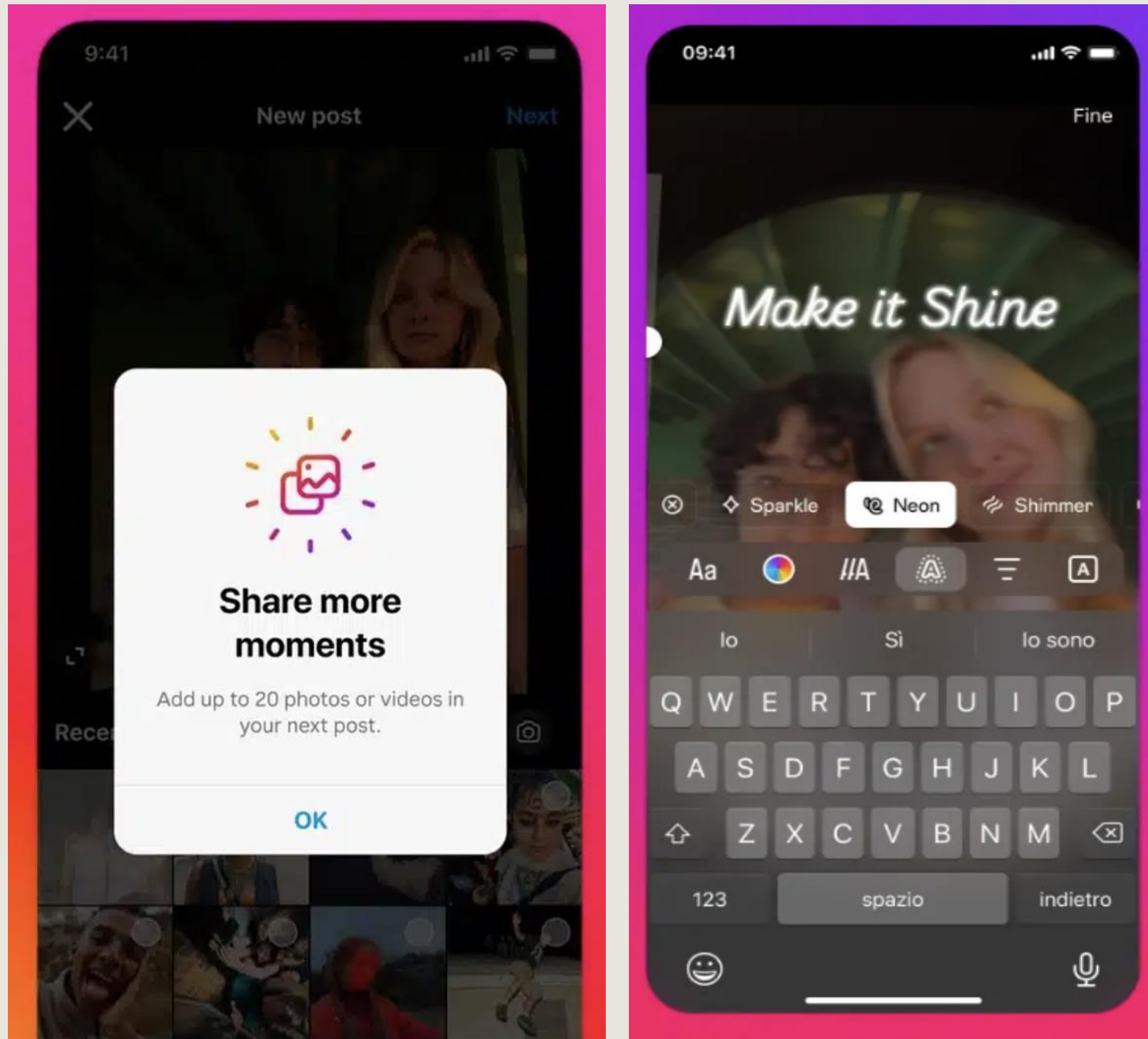
SERVICEPLAN GROUP

SETTEMBRE 24

PLATFORM UPDATING



INSTAGRAM: SEMPRE PIÙ OPZIONI PER PERSONALIZZARE I POST



<https://www.wired.it/article/su-instagram-ora-puoi-pubblicare-caroselli-da-20-foto-o-video/#:~:text=Instagram%20ha%20raddoppiato%20ufficialmente%20il,accompagnati%20da%20un%20sottofondo%20musicale>

<https://www.wired.it/article/instagram-scrivere-sulle-foto/>

#Instagram #aggiornamenti #caroselli #stickerfoto

Instagram sta rapidamente introducendo **nuove funzionalità**:

I **caroselli**, già arricchiti dalla possibilità di aggiungere **musica**, ora offrono ancora più spazio per la creatività, permettendo di inserire fino a **20 foto o video** in un unico post.

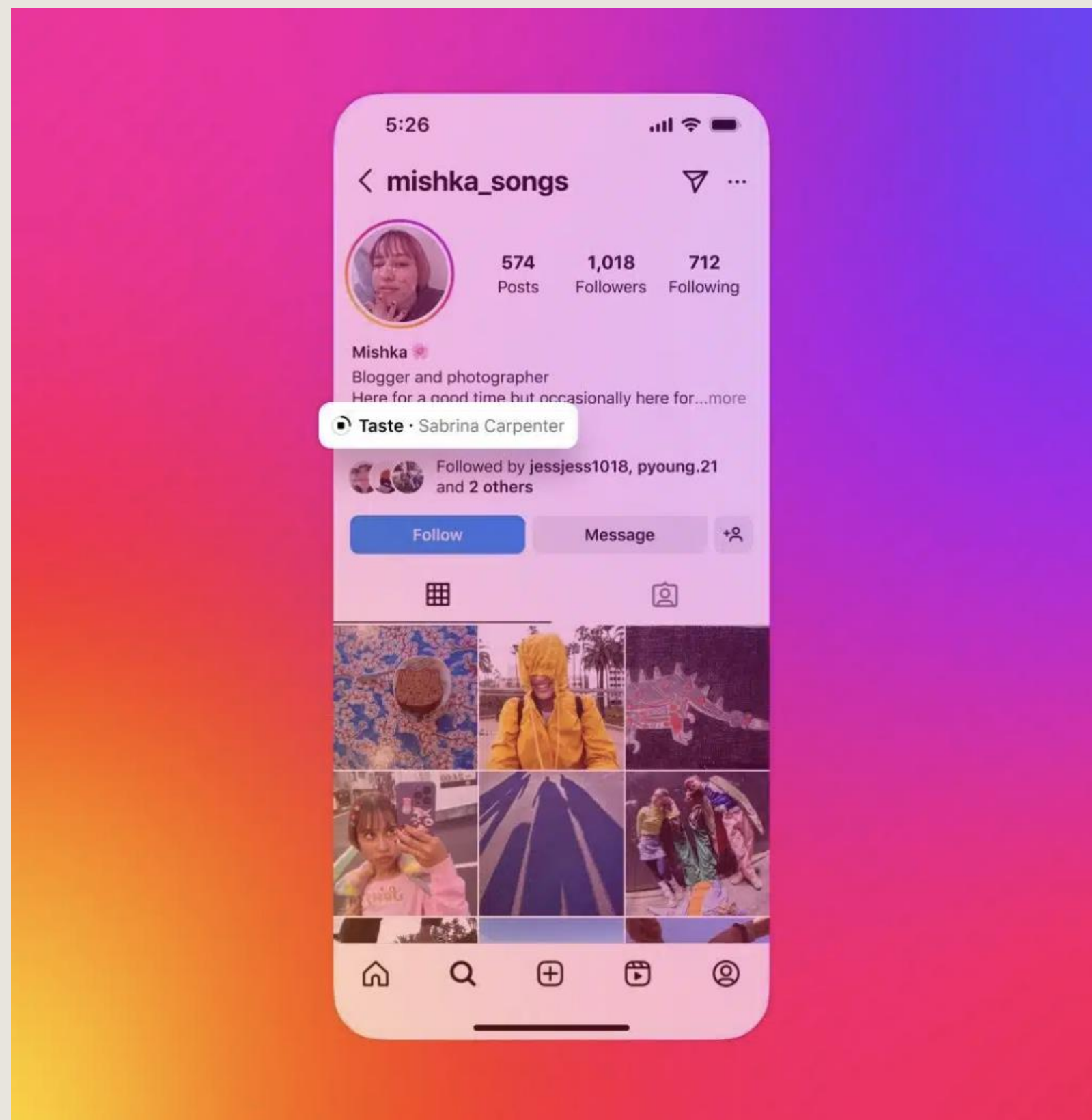
La nuova funzione risponde alla crescente tendenza del "**photo dump**", ovvero i caricamenti di numerose per creare un racconto visivo più **completo e spontaneo, risparmiando tempo** nella selezione dei contenuti.

Sebbene sia ancora inferiore ai **35 consentiti da TikTok**, risulta un aggiornamento importante che risponde alle abitudini di fruizione degli utenti.

L'altra novità riguarda la possibilità di **scrivere e sovrapporre immagini come sticker sulle foto dei post**, com'era già possibile fare nelle storie.

I nuovi font potranno essere applicati non solo alle foto o ai caroselli, **ma anche a Reel e Storie**. Una serie di novità dedicate alle foto, dunque, che erano state le fondamenta dell'app in origine.

INSTAGRAM: GLI UTENTI POSSONO AGGIUNGERE LA MUSICA NEL PROFILO



<https://embedsocial.com/it/blog/new-instagram-features/>
<https://www.wired.it/article/instagram-myspace-aggiungere-musica-profilo/#:~:text=Vi%20basta%20accedere%20al%20vostro,dalla%20libreria%20musicale%20della%20piattaforma.>

#Instagram #aggiornamenti #musica #profilo

Tra le **nuove caratteristiche e funzionalità** che **Instagram** ha sviluppato recentemente, c'è anche un aggiornamento inaspettato per i nostalgici di **MySpace**.

La piattaforma ha lanciato la **novità "musicale"** in grande stile, annunciando una collaborazione con la pop star **Sabrina Carpenter**, famosa per la sua hit estiva "Espresso".

La nuova funzione è ispirata alla celebre piattaforma musicale degli anni 2000: a partire da fine agosto, è possibile personalizzare ulteriormente la bio **aggiungendo un brano musicale al proprio profilo**, che gli utenti potranno decidere se e quando ascoltare. A differenza di MySpace, infatti, la canzone non parte automaticamente, ma è l'utente a scegliere se riprodurla o meno.

Per aggiungere la canzone al proprio profilo, basta accedere alla sezione "Modifica" e selezionare "Aggiungi musica al tuo profilo" per scegliere un brano dalla libreria musicale della piattaforma. Come per le Stories, si può **scegliere una porzione di 30 secondi** della propria canzone preferita, che può essere sostituita ogni volta che si desidera.

INSTAGRAM: GLI UTENTI POSSONO COMMENTARE PUBBLICAMENTE LE STORIE



<https://www.wired.it/article/instagram-commenti-storie/>

<https://www.wired.it/article/instagram-scrivere-sulle-foto/>

#Instagram #aggiornamenti #commenti #storie

Instagram ha introdotto una **nuova funzionalità** che promuove **l'interazione** tra gli utenti, consentendo di **commentare pubblicamente le storie**.

La piattaforma, con una particolare attenzione alla tutela della privacy, consentirà **la pubblicazione di commenti** solo tra **utenti** che hanno stabilito un **reciproco follow**. Gli **utenti** che seguono un profilo, ma **non sono a loro volta seguiti**, potranno **solo visualizzare i commenti**. Una scelta strategica, particolarmente **vantaggiosa** per **creator, celebrità e figure pubbliche**, che potranno così **gestire** in modo più efficace le **interazioni** sui propri contenuti.

Un'altra novità introdotta da Instagram riguarda un **design rinnovato** quando si riceve un mi piace sotto a un post o a un reel; apparirà infatti un **cuore fluttuante** accanto alla foto profilo e quando si fa **"tap"** sopra si aprirà direttamente la pagina dei **messaggi diretti** per iniziare una conversazione.



SERVICEPLAN GROUP

SETTEMBRE 24

CAMPAGNE ADV



Stress e notifiche vs. KitKat: la campagna che invita a prendersi una vera pausa

Il nuovo spot di **KitKat** porta il concetto di "**break**" a un nuovo livello, evidenziandone l'importanza nel combattere il ritmo frenetico della vita odierna.

Accompagnato dalla celebre canzone "**I Want to Break Free**" dei **Queen**, la campagna mette in luce quanto sia difficile riuscire a staccare davvero e concedersi una pausa in un mondo che richiede continuamente la nostra attenzione.

Una ricerca commissionata da Nestlé a Kantar, condotta in cinque mercati, ha rilevato che, sebbene la maggior parte delle persone affermi di fare pause sufficienti, solo un terzo di loro le considera davvero efficaci per alleviare lo stress accumulato.

Nel video il protagonista è travolto da una marea di documenti, post-it, chat di gruppo e notifiche digitali, che lo seguono anche fuori dall'ufficio mentre tenta di prendersi una pausa.

Solo quando apre un KitKat e dà un morso alla barretta, riesce a liberarsi dal bombardamento quotidiano di stimoli. Lo spot si conclude con lo storico slogan: "**Have a Break, Have a KitKat**".



**TAKE
A
BREAK**



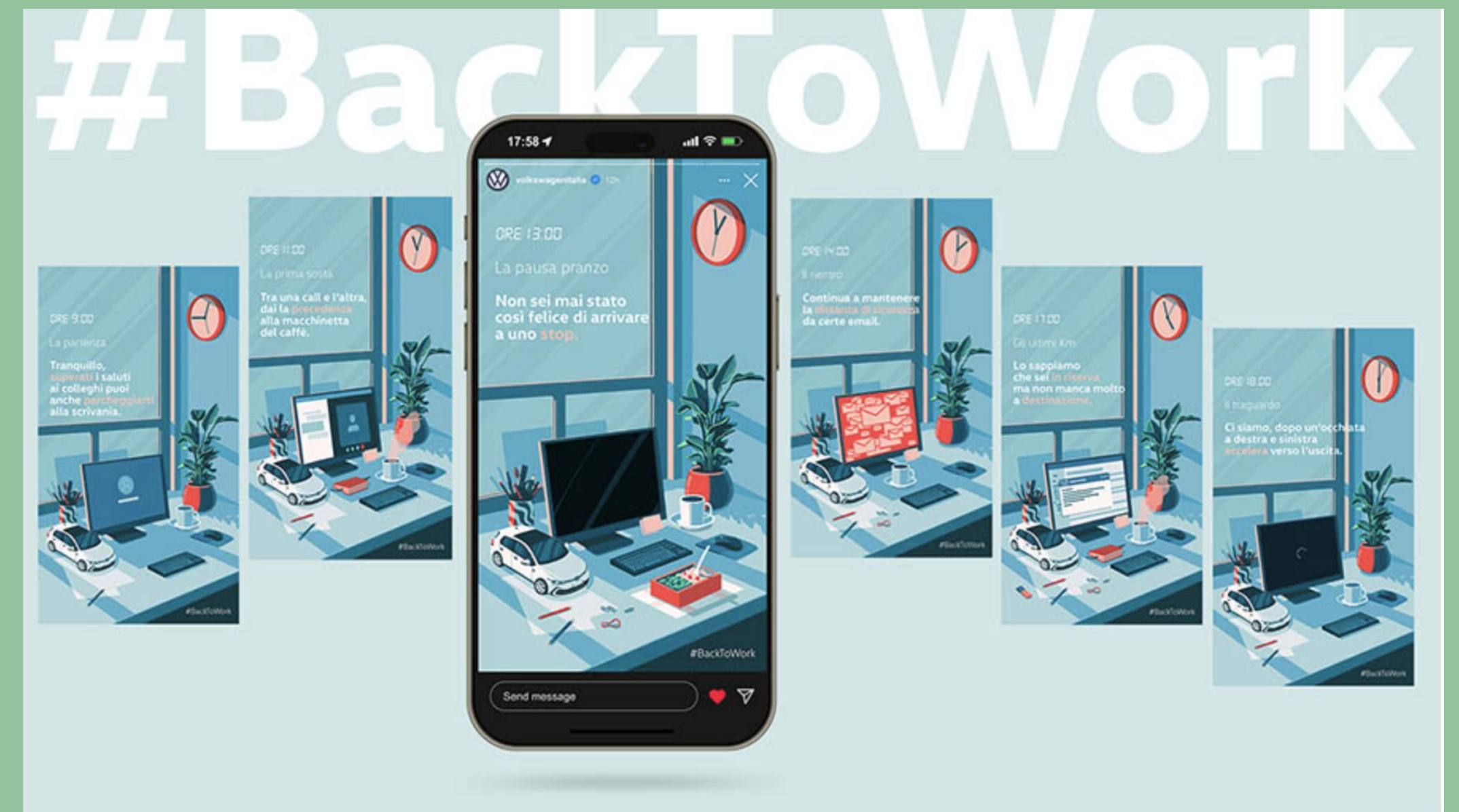
Rientro in ufficio? Volkswagen ti accompagna con consigli e relax su Instagram

Volkswagen lancia una nuova campagna social dedicata al ritorno in ufficio dopo le vacanze.

Con l'arrivo di settembre, riprende il consueto **rientro al lavoro**, e Volkswagen, che da sempre accompagna le persone in ogni fase della vita, ha deciso di essere al fianco dei propri clienti anche in questo momento. L'obiettivo è affrontare il ritorno alla routine lavorativa con un tocco di leggerezza e positività.

Il 9 settembre, sul canale Instagram di Volkswagen, è stata pubblicata una serie di stories che seguono i momenti chiave della giornata lavorativa, offrendo consigli per gestire al meglio il rientro e regalando qualche istante di relax dalla routine quotidiana.

Le illustrazioni della campagna sono state curate dall'artista **Lorenzo Duina**.





Soddisfazione e creatività: Canva presenta la campagna "Love Your Work"



Canva lancia la campagna "**Love Your Work**" per celebrare la cultura lavorativa moderna. La campagna, ideata dal team interno di Canva composto da **29 creativi**, mira a promuovere la cultura del lavoro moderno e a mettere in risalto l'importanza della **soddisfazione professionale**.

L'obiettivo è ispirare le persone a trovare gioia e realizzazione nel loro lavoro quotidiano, in un momento in cui solo il **23% dei lavoratori** a livello globale si sente coinvolto nel proprio lavoro.

La campagna, attiva negli Stati Uniti dal 3 settembre al 31 ottobre, mostra come Canva supporti i professionisti a essere orgogliosi del proprio lavoro attraverso la creatività. Sono protagonisti autentici utenti di Canva, che condividono le loro esperienze nei contenuti pubblicitari.

I prodotti per il workplace di Canva sono al centro della campagna, con esempi pratici che dimostrano come Canva renda il lavoro più piacevole. L'intera campagna è stata sviluppata dal team creativo interno, riflettendo la visione e i valori di Canva.





SERVICEPLAN GROUP

SETTEMBRE 24

INFLUENCER UPDATING



MOSTRA DEL CINEMA DI VENEZIA 81: TRA STAR, INFLUENCER...E POLEMICHE

Il **Festival del Cinema di Venezia** è da sempre vetrina internazionale del cinema d'autore ma, negli ultimi anni, si è trovato al centro della polemica: **la presenza sempre più massiccia degli influencer sul red carpet.**

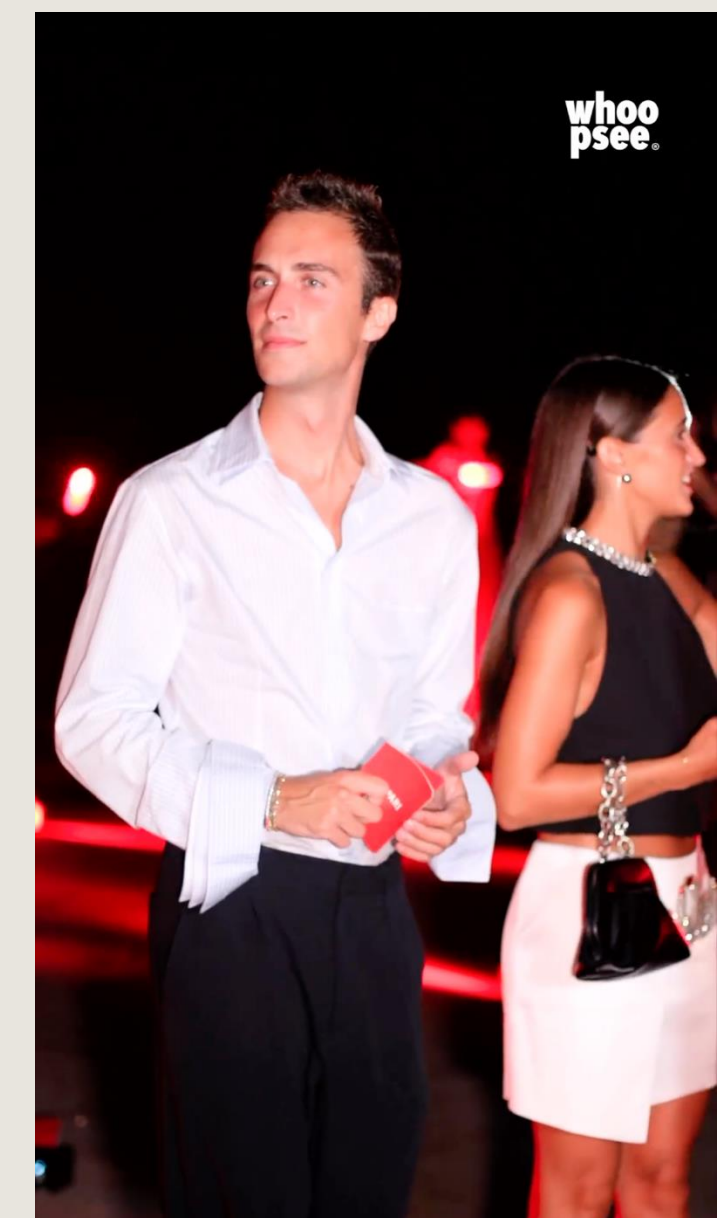
Le ragioni di questa presenza sono varie: prima gli influencer sono veri e propri **brand ambassador** (es. **Campari** come partner ufficiale del festival ogni anno organizza attività invitando non solo attori ma anche volti noti del web), in grado di raggiungere un pubblico vastissimo. Inoltre la Mostra del Cinema è diventata un vero e proprio evento social, dove i **contenuti generati dagli utenti la fanno da padrone.**

Tuttavia in molti hanno criticato la scelta di privilegiare la quantità alla qualità e di trasformare un evento dedicato al cinema in una passerella, con la classica domanda **«Ma loro cosa c'entrano con il cinema?».**

Come conciliare la tradizione e il prestigio del Festival con le nuove dinamiche della comunicazione e del marketing?

Una cosa è certa: criticando tutto lo stormo di influencer a Venezia, non si fa altro che alimentare la loro popolarità e confermare che **in realtà sono molto più influenti di quello che pensiamo.**

Diventato virale il bodyguard che bloccava chiunque volesse avvicinarsi al pubblico.





EMILY IN PARIS ROMA: la parte 2 della quarta stagione della serie targata Netflix

Per il lancio della **seconda parte della quarta stagione di Emily in Paris**, la nota e amatissima serie **Netflix**, è stata scelta come città ospitante **Roma**.

Tutto il cast della serie è sbarcato nella città eterna, che è stata **palco della parte 2 della quarta stagione**.

Per il lancio sono state organizzate **svariate attività**: aperitivo in terrazza, panel e interviste, un tour della città a bordo di una 500 d'epoca con gadget, una cooking class e, infine, il red carpet prima dell'attesissima premiere.

Ovviamente gli influencer invitati e coinvolti nelle attività sono stati tantissimi e tutti hanno raccontato dell'evento come una **vera e propria esperienza immersiva nel mondo Emily in Paris**.

I due giorni dedicati a queste attivazioni hanno avuto una risonanza pazzesca, a dimostrazione del fatto che **Netflix non ne sbaglia mai una!**





SERVICEPLAN GROUP

SETTEMBRE 24

CONTENT TREND

TikTok e la musica: come la piattaforma influenza il mondo musicale

Il "**Rainbow Dolphin**" o "**Symphony Dolphin**" è un meme virale del 2024, nato su TikTok, che utilizza immagini di delfini che saltano fuori dall'acqua accompagnate da citazioni demotivazionali o confessioni oneste.

Questo meme è spesso associato al brano "**Symphony**" di **Zara Larsson**, in particolare il verso "**I just wanna be part of your symphony**". Le immagini dei delfini ricordano lo stile artistico di Lisa Frank e sono diventate popolari a fine agosto 2024, soprattutto su TikTok.

L'origine del meme risale a un video del 18 agosto 2024, postato dall'utente TikTok @heiratet, che mostrava un delfino con la scritta "I'm depressed" e la canzone "Symphony" in sottofondo, ottenendo rapidamente milioni di visualizzazioni. Il formato "hopecore inverso" del meme ha ispirato numerose versioni, con illustrazioni di delfini accompagnate da frasi ironiche o sarcastiche.

Zara Larsson stessa ha contribuito alla diffusione del meme condividendo una versione il 21 agosto 2024 (che ha ottenuto oltre 13 milioni di visualizzazioni in un giorno) e cavalcando il trend utilizzando delfini gonfiabili durante le sue esibizioni.

Can you imagine trying to figure out why your song from 7 years ago is trending again and you just see a bunch of dolphin pictures with the captions "I have a drinking problem" or some sh1t 🤔



SERVICEPLAN GROUP

SETTEMBRE 24

CALENDARIO EVENTI



OTTOBRE 2024

SERVICEPLAN GROUP

SETTEMBRE 24

| MON | TUE | WED | THU | FRI | SAT | SUN |
|--|--|---|--|---|--|--|
| | 1 Giornata internazionale del caffè | 2 Festa dei nonni Esce il film Joker – Folie à deux | 3 | 4 Giornata mondiale degli animali Settimana mondiale dello spazio World SmileDay | 5 Giornata mondiale dell'insegnante | 6 |
| 7 | 8 | 9 | 10 Giornata mondiale della salute mentale | 11 Giornata mondiale delle bambine e delle ragazze | 12 | 13 |
| 14 | 15 | 16 Giornata mondiale dell'alimentazione | 17 | 18 Giornata mondiale della cravatta | 19 | 20 Giornata mondiale della statistica |
| 21 | 22 Capslock Day | 23 | 24 Giornata delle Nazioni Unite | 25 World Pasta Day | 26 | 27 |
| 28 Giornata europea contro lo spreco Giornata mondiale del risparmio | 29 | 30 Checklist Day | 31 Halloween | | | |



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.