

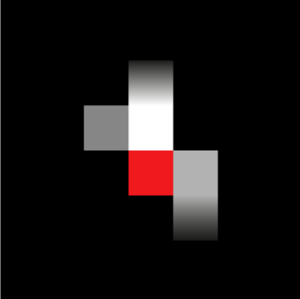


SERVICEPLAN GROUP

HOUSE OF COMMUNICATION

SERVICEPLAN GROUP

SETTEMBRE 24



SOCIAL TREND

NOVEMBRE



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
DICEMBRE



SERVICEPLAN GROUP

TREND





I CALENDARI DELL'AVVENTO SONO LA NUOVA OSSESSIONE DEI SOCIAL

Da sempre tra le tradizioni natalizie più amate dai bambini, oggi i **calendari dell'avvento** sono diventati un fenomeno virale sui social, con una crescente popolarità tra gli adulti.

Tantissimi i brand che stanno cavalcando il trend. Primi tra tutti i colossi del **mondo beauty** (Sephora, Nabla, Essence solo per citare alcuni tra i più virali), seguiti da brand legati a **categorie di prodotto meno tradizionali** come sex toys (ad esempio MySecretCase con il suo calendario dell'Ah..Vengo) e alimentari (ultima novità, il calendario Garofalo).

L'entusiasmo è così forte che quest'anno il primo video unboxing è apparso su TikTok il 25 agosto, attivando le conversazioni e portando molte aziende ad **anticipare i lanci**. Il risultato? Ad inizio ottobre i feed social erano già pieni di contenuti sui calendari.

L'attrazione verso i calendari dell'avvento è legata al **desiderio di self-care e nostalgia**, rendendoli un'occasione di gratificazione quotidiana e connessione con l'atmosfera natalizia. Il successo è legato anche alle **tantissime opzioni disponibili**, adatte ad ogni tasca e alle diverse esigenze e interessi, sia per sé stessi che come idea regalo.





L'INFLUENCER MARKETING HA RETTO L'IMPATTO DEL PANDORO GATE

La 4^a edizione della giornata dedicata all'influencer marketing ha confermato la **crescita del settore**, con investimenti che nel 2024 hanno raggiunto i 352 milioni di euro (**+9% rispetto all'anno precedente**). Nonostante lo scandalo "Pandoro Gate", le aziende continuano a considerare Influencer e Creator come veri e propri media.

In questa crescita sono state importanti **l'introduzione di regole condivise**, grazie all'intervento di Agcm, Agcom e IAP, per garantire trasparenza nei confronti degli utenti e la corretta identificazione della pubblicità da parte di creator e influencer, nonché la **creazione di standard condivisi** per la valutazione dei profili e la misurazione delle performance.

Sul tavolo di lavoro creato da UPA restano la **misurazione con la condivisione di KPI** e metodologie di ricerca per quantificarli, seguita dal **quadro normativo** e le tutele contrattuali per gli advertiser, dalla **definizione delle diverse voci di costo** associate all'influencer marketing e in ultimo la quantificazione delle voci di costo per il totale mercato.





IL FENOMENO CRESCENTE DEL BLACK FRIDAY IN ITALIA: LA TREAT CULTURE

Il **Black Friday** si trasforma in un momento di **self-care**. Oltre 11 milioni di italiani utilizzeranno questa giornata per fare acquisti personali, dimostrando come la tendenza a concedersi **piccoli piaceri stia influenzando anche le nostre abitudini di consumo**.

Un'indagine rivela che il **27% degli uomini**, contro il 24% delle donne, ha dichiarato di voler **fare acquisti per sé stessi** durante il Black Friday. La fascia d'età più interessata a questa pratica è quella tra i **25 e i 44 anni**.

Il Black Friday è diventato **un fenomeno sociale**, tanto che il 5% dei giovani cede alla **FOMO** e acquista per paura di perdersi un'occasione, lasciando questa opportunità ad altri.



<https://diarioinnovazione.it/treat-culture-conquista-black-friday-acquisto-come-coccola-personale/>

https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osserva-italia/trend/2024/11/14/news/black_friday_gli_italiani_pronti_a_gratificarsi_con_un_piccolo_regalo-423623583/

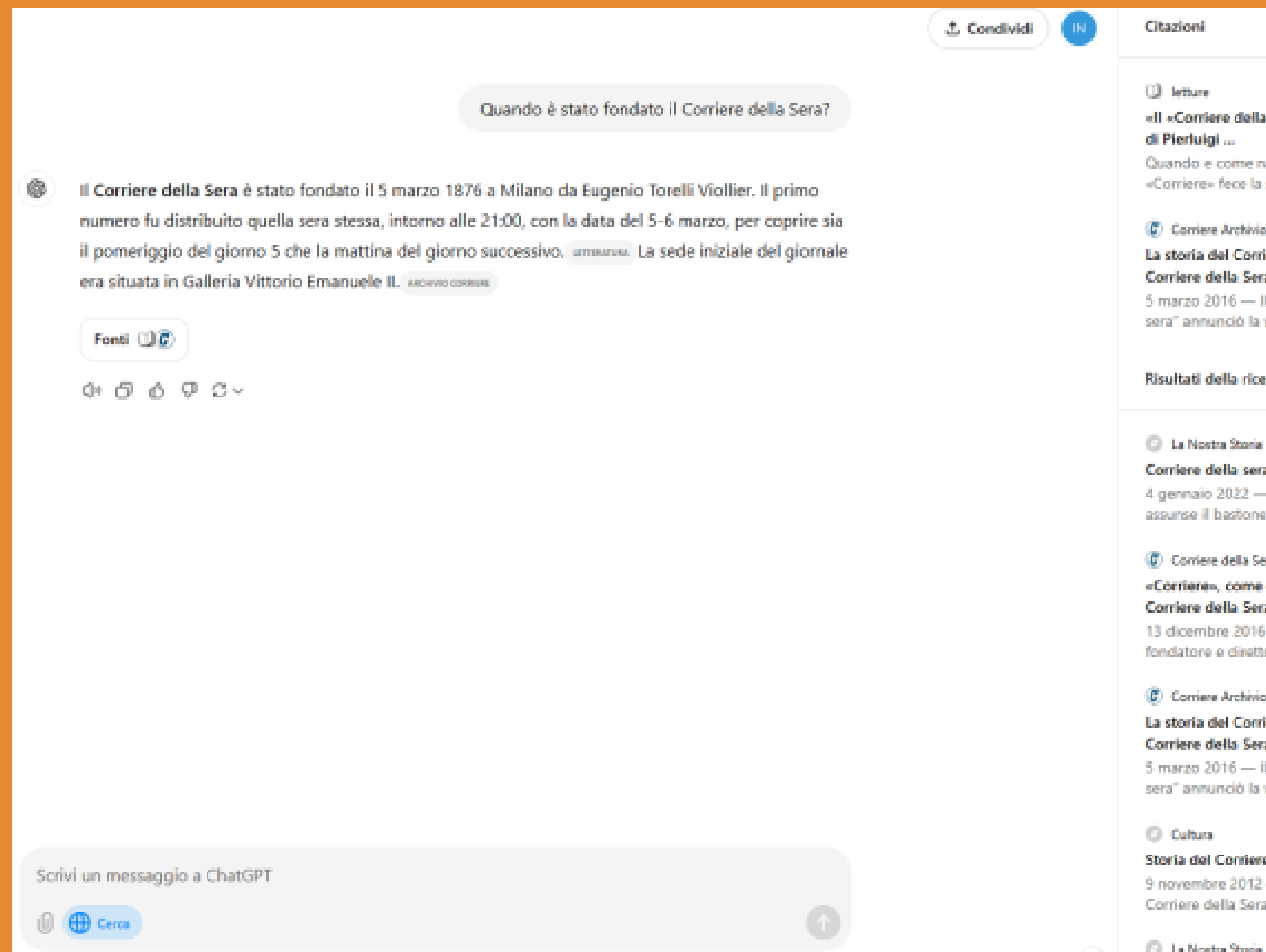


SERVICEPLAN GROUP

INTELLIGENZA ARTIFICIALE



Con ChatGpt ora si può cercare online: l'integrazione di SearchGpt e la sfida a Google



OpenAI ha lanciato ChatGPT Search, una nuova funzionalità progettata per migliorare l'efficacia delle ricerche online.

Il suo funzionamento è semplice e intuitivo: gli utenti possono attivarlo cliccando sull'icona di un globo stilizzato oppure inserendo un **prompt che richieda una ricerca su Internet**. Il bot esegue una **ricerca sui siti web pertinenti** e restituisce risposte basate sulle informazioni trovate. **Le fonti utilizzate sono elencate in una sezione laterale**, consentendo agli utenti di approfondire i contenuti.

Un'interessante novità è **l'integrazione dei trend del momento**. Quando si interagisce con ChatGPT, nella barra di ricerca possono apparire gli argomenti più popolari e di rilevanza editoriale.

Inoltre, OpenAI ha sviluppato un'estensione per Chrome che permette di **utilizzare ChatGPT come motore di ricerca direttamente dalla barra degli indirizzi**. Questa funzione è disponibile anche per chi non possiede un account.

Con questa innovazione, OpenAI mira a sfidare il monopolio di Google nel campo delle ricerche, offrendo un sistema più interattivo e personalizzato.

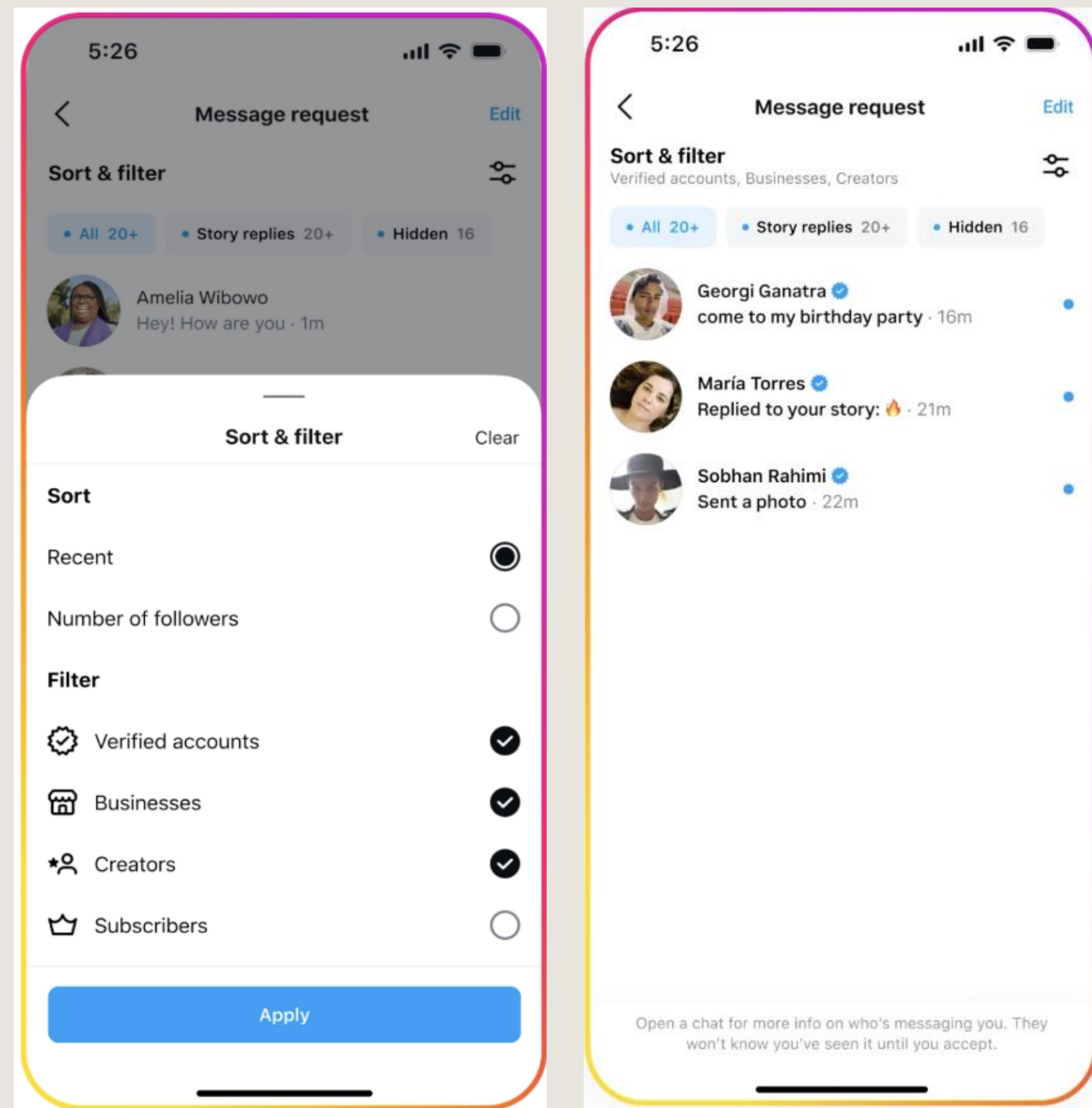


SERVICEPLAN GROUP

PLATFORM UPDATING



INSTAGRAM: NUOVI FILTRI PER I DM DEI CREATORS



#Instagram #aggiornamenti #creators

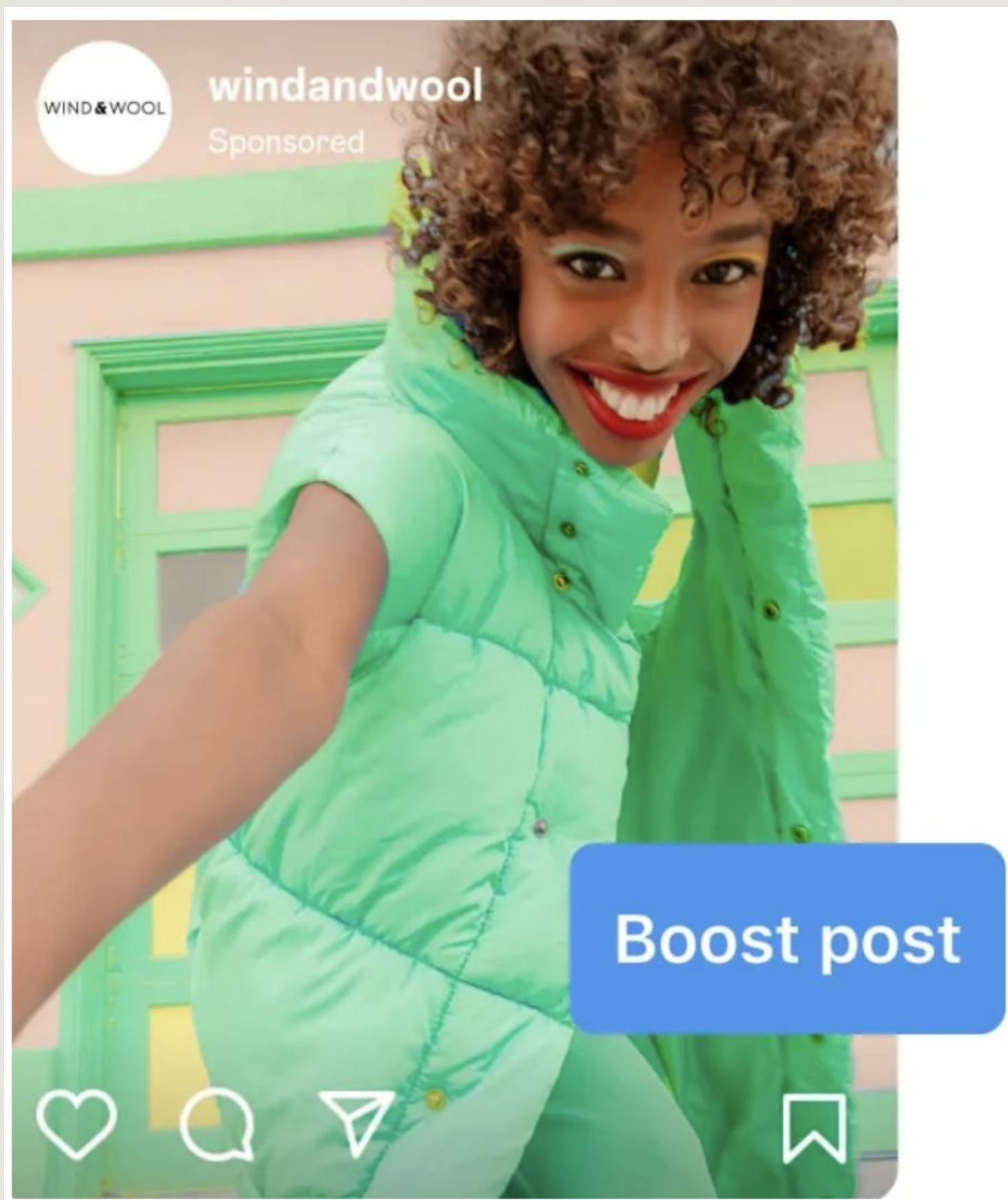
Instagram ha introdotto un nuovo sistema per catalogare le tantissime richieste di messaggio che ricevono i creators.

I messaggi possono ora essere filtrati in base a fattori quali il numero di follower, gli account verificati, i profili di brand o di creators e altro ancora. Sarà inoltre possibile accedere più facilmente a tutte le risposte alle stories, che verranno raccolte in una nuova cartella dedicata.



INSTAGRAM: SPONSORIZZAZIONI

SERVICEPLAN GROUP



***#Instagram #aggiornamenti #adv #sticker #gif
#musica***

Instagram ha introdotto la possibilità di sponsorizzare contenuti più creativi.

Ora anche ai post in adv si potranno inserire sticker, gif e musica, così da rendere i contenuti sponsorizzati creativi e personalizzati.

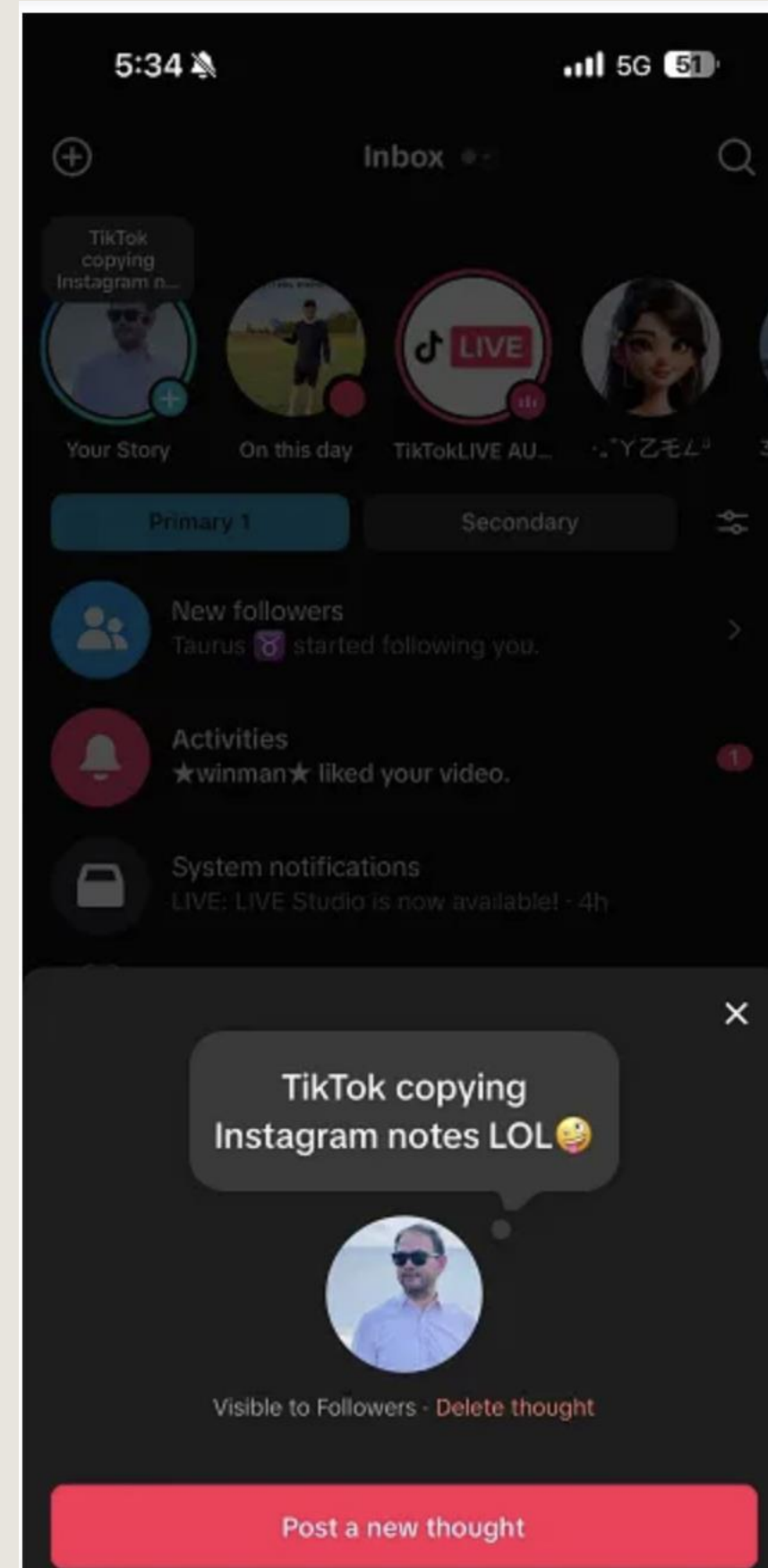
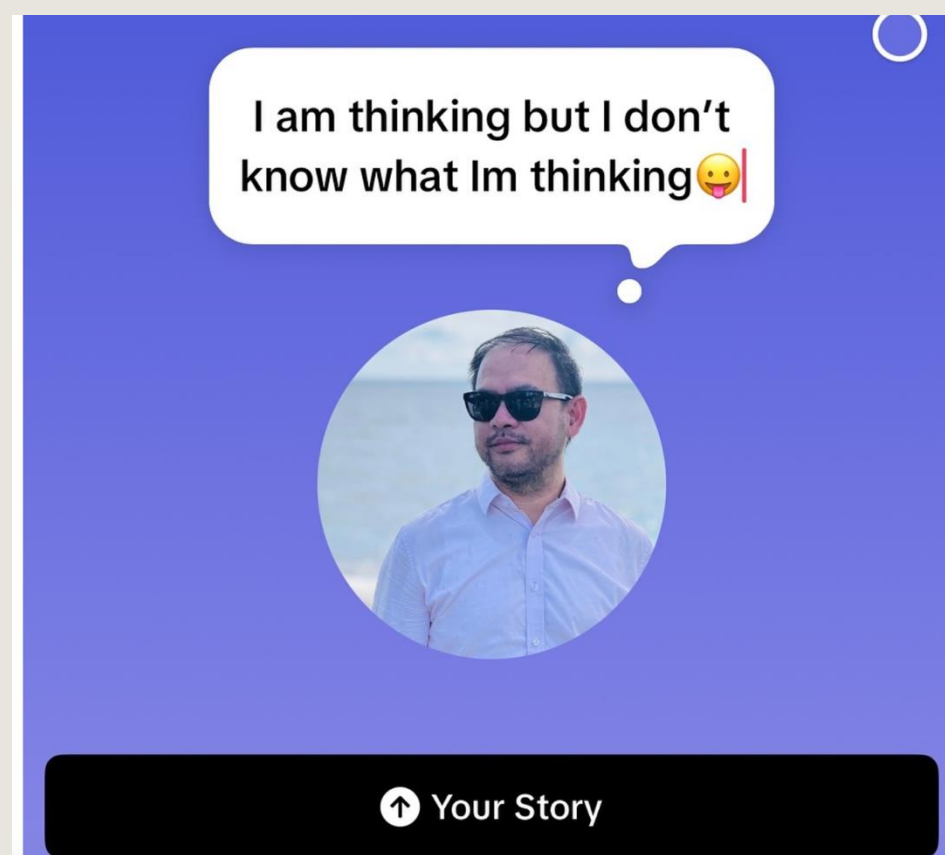
Per le pagine questo aggiornamento è vantaggioso perché permette di uniformare i post sponsorizzati ai contenuti organici, in modo da dare un continuum al TOV del brand.

Inoltre, assomigliando ai post organici, gli adv si inseriscono meglio nel flusso dei contenuti.



TIKTOK CEDE ALLE NOTE

SERVICEPLAN GROUP



#TikTok #note #aggiornamenti

TikTok si ispira a Instagram e sta introducendo la possibilità di condividere un breve «thought», che rappresenta la versione TikTok delle «Note» di Instagram.

Le note di Instagram hanno molto successo tra gli utenti più giovani; perciò, visto il target della piattaforma, anche su TikTok i thoughts potrebbero prendere piede facilmente.

Il thought pubblicato dall'utente comparirà sia come una bolla sulle storie in cima alle tab dei messaggi privati, sia sull'icona del profilo.

La nuova funzionalità non è ancora disponibile per tutti gli utenti.



META: ABBONAMENTI PIÙ BASSI E INSERZIONI MENO PERSONALIZZATE



#Meta #abbonamenti #inserzioni

Per adeguarsi alla nuova normativa europea, il colosso dei social media ha annunciato una serie di novità. Da oggi, gli abbonamenti senza pubblicità costeranno rispettivamente 5,99 euro al mese sul web e 7,99 euro su mobile, con un risparmio significativo.

A breve, gli utenti di Facebook e Instagram potranno scegliere di vedere pubblicità meno personalizzate. Questo significa che gli annunci saranno meno mirati ai tuoi interessi, ma rispetteranno di più la tua privacy. Per esempio, gli annunci si baseranno su ciò che stai guardando al momento e su informazioni generali come l'età e il sesso.

Per garantire la gratuità del servizio con pubblicità meno personalizzate, Meta ha deciso di introdurre annunci non skippabili. Ciò significa che alcuni spot pubblicitari dovranno essere visualizzati per intero. Questo cambiamento è simile a quanto già avviene su altre piattaforme.



SERVICEPLAN GROUP

CAMPAGNE ADV



Racconti di Natale: 24 Momenti di Felicità nel Calendario dell'Avvento Cadbury

Cadbury, ha lanciato una nuova campagna integrata per celebrare il vero spirito natalizio e le diverse tradizioni festive. La campagna invita tutti a includere Cadbury nel loro conto alla rovescia verso il Natale: 24 poster unici, ognuno dei quali rappresenta un giorno del calendario dell'avvento Cadbury e racconta i modi unici in cui le persone si preparano per il Natale.

Gli annunci catturano momenti reali di vita: dalla decorazione dell'albero al pranzo in famiglia, dai giochi natalizi alle scene con pupazzi di neve, creando una narrazione gioiosa della stagione. L'obiettivo è rendere il conto alla rovescia un'esperienza dolce e gioiosa, grazie ai cioccolatini Cadbury Dairy Milk, leader del settore.

Nicole Partridge, Brand Manager di Cadbury, ha sottolineato che la campagna celebra i momenti autentici che rendono speciale il Natale nel Regno Unito, aggiungendo un tocco di dolcezza Cadbury ad ogni ricordo.

La campagna sarà visibile su cartelloni, social e YouTube in tutto il Regno Unito e l'Irlanda fino al 30 novembre 2024.





Un Delitto di Gusto: Pringles Trasforma Cluedo in un Gioco Interattivo

Pringles ha collaborato con **Hasbro** e il gioco da tavolo **Cluedo** per lanciare la campagna di marketing "*Murder of Original*", ideata da Innocean Berlin.

La campagna ha ingannato i fan di Germania, Austria e Svizzera, facendo loro credere che il gusto "*Original*" delle Pringles stesse per essere eliminato, tramite proiezioni su monumenti, post criptici sui social e influencer.

Alla fine, è stato rivelato che si trattava di un gioco interattivo ispirato a Cluedo, invitando i fan a risolvere "l'omicidio" del gusto Original. In palio per i vincitori: un anno di scorte Pringles, un gioco Cluedo e un viaggio a New York.

La campagna, mirata a connettersi con il pubblico giovane attraverso contenuti dinamici, durerà fino al 3 gennaio e comprende promozioni digitali, in-store e out-of-home.

<https://brand-news.it/brand/alimentari/food/pringles-assassina-il-gusto-original-e-invita-i-fan-a-giocare-una-grande-partita-di-cluedo/>





Fiocchi di Neve e Cuori nel Piatto: Barilla Lancia Snowfall, la Pasta delle Feste

Barilla presenta "**Snowfall**," una pasta in edizione limitata ispirata alla magia della stagione natalizia, disponibile esclusivamente presso Walmart negli Stati Uniti. Questo formato speciale è stato ideato per rendere ancora più calorosi i momenti di convivialità durante le feste, replicando il successo della linea "**Barilla Love**" del 2023.

La confezione di Snowfall include tre forme uniche che celebrano l'inverno e l'affetto tra le persone: un delicato fiocco di neve, creste che ricordano una stella di Natale e un cuore al centro, omaggio allo slogan di Barilla, "A Sign of Love." Questi dettagli aggiungono un tocco festoso e significativo, trasformando la pasta in un simbolo di legami e allegria.

Snowfall è supportata da una campagna pubblicitaria sui social media e nei punti vendita, oltre che da ricette che offrono idee creative per gustare questa pasta, aggiungendo un pizzico di festa alla tavola di ogni famiglia.





SERVICEPLAN GROUP

INFLUENCER UPDATING



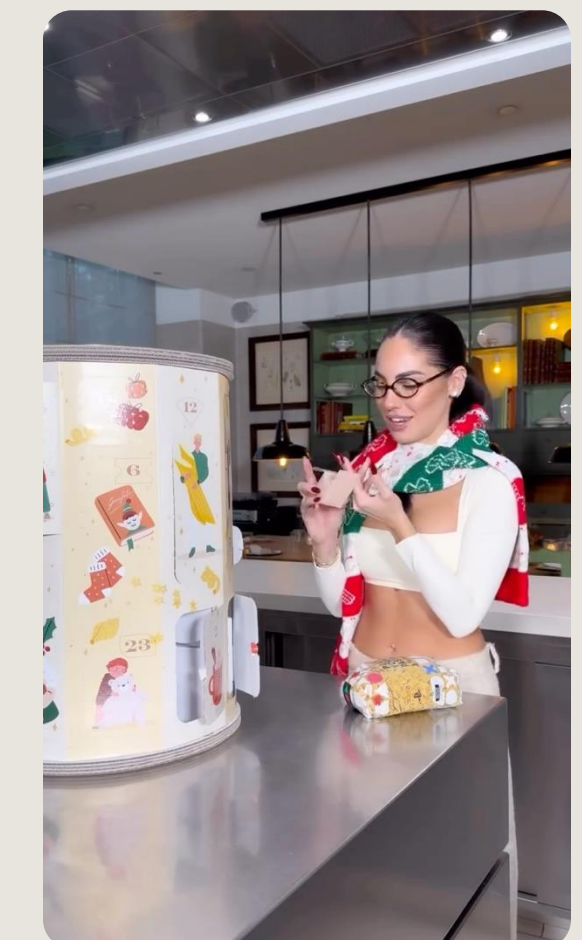
PASTA GAROFALO LANCIA IL SUO PRIMO CALENDARIO DELL'AVVENTO

Con l'avvicinarsi del Natale, il **Pastificio Garofalo** ha pensato di rendere ancora più speciali i giorni di festa presentando il suo primo **Calendario dell'Avvento**, un modo per condividere un concetto di regalo che abbraccia non solo il gusto, ma anche uno stile di vita, rivolto a chi cerca qualità, originalità e un tocco di esclusività per le feste.

Oltre a formati di Pasta Garofalo, si potrà trovare: bracciali con charms in argento **Maman et Sophie**, shopper realizzate con sari persiani in seta, pullover esclusivi **Garofalovers**, poster realizzati a mano dall'illustratore Andrea de Santis, la Tombola, divertenti adesivi in collaborazione con **Al.Ta. Cucina**, clip chiudi pasta disegnate da **Kimi85-Illustratore folle** e tanti altri regali ancora.

A supporto, Pastificio Garofalo ha avviato una **campagna influencer**, per creare contenuti originali che amplifichino il valore del **Calendario dell'Avvento e delle Christmas Box**. I volti scelti come protagonisti per la loro capacità di raccontare storie autentiche e coinvolgenti, in modo da amplificare il valore del prodotto, incuriosire e raggiungere un pubblico più ampio.

La campagna si svilupperà principalmente sui canali social del brand, in particolare su **Instagram, Facebook e Tik Tok**.





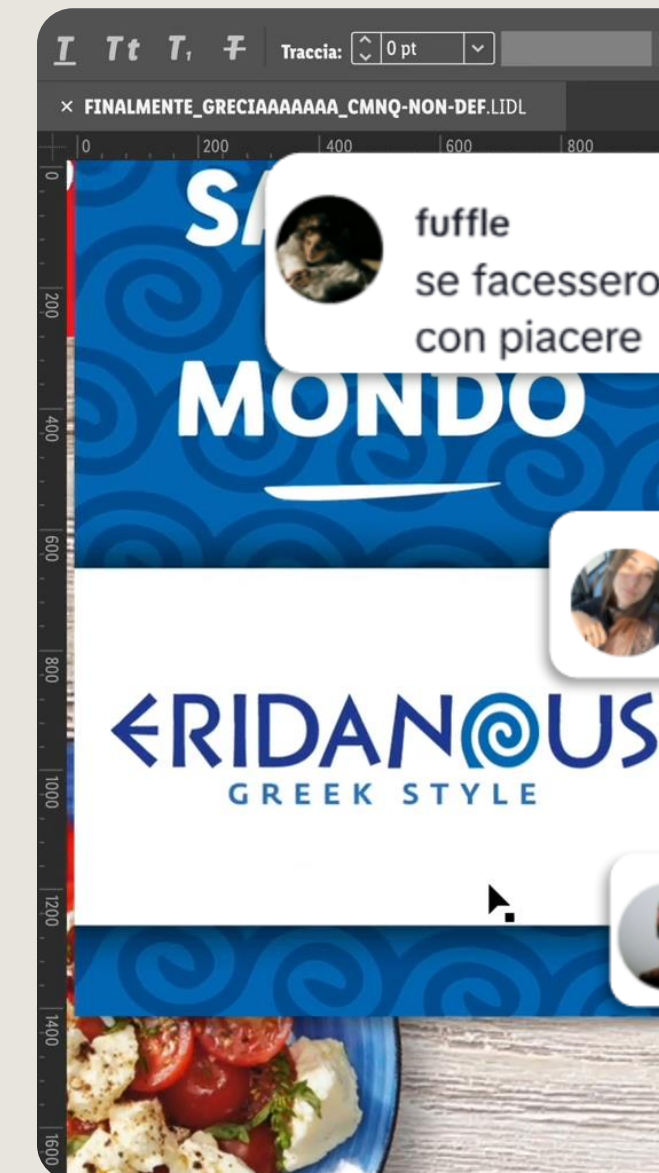
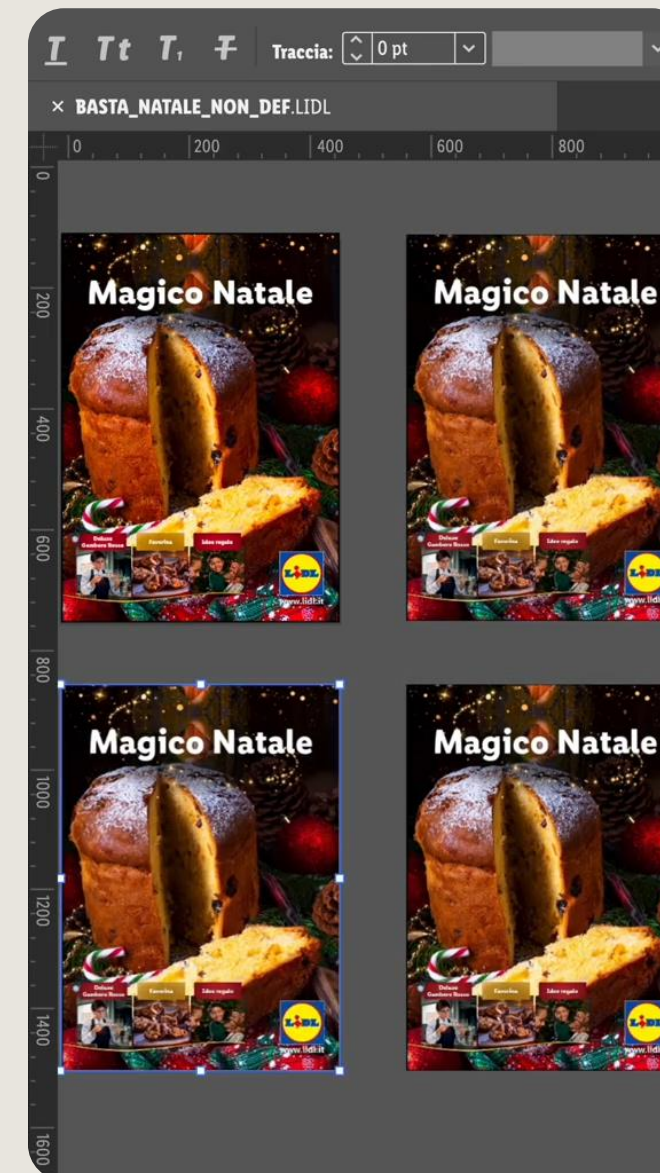
LIDIA BOSS DEL VOLANTINO LIDL ITALIA

Chi avrebbe mai pensato che una grafica di un supermercato potesse diventare una vera e propria celebrità dei social? **Lidl ha stupito tutti, creando su Tik Tok la figura di Lidia**, la mente e voce creativa dietro al volantino settimanale, trasformandola in un vero e proprio fenomeno del web.

Con un tono fresco e diretto, **Lidia si è conquistata il cuore degli utenti**, autoproclamandosi la "boss del volantino", la "Queen delle Promo" e la "STAR DEL CANALE". Il suo linguaggio informale e ironico è vicino al target di riferimento, con cui ha creato un legame autentico.

Lidia racconta ogni volantino come una vera e propria storia, evidenziando le offerte più vantaggiose e creando un'attesa per ogni nuovo contenuto. Grazie al suo entusiasmo, le persone non vedono l'ora di scoprire le ultime novità e si affidano ai suoi consigli.

Il suo impatto è innegabile: **viene chiamata per nome nei commenti, è diventata un punto di riferimento per informazioni sui prodotti e le promozioni, le persone si fidano di lei.** È un esempio lampante di come una comunicazione efficace e autentica possa trasformare un semplice volantino in un fenomeno virale e creare un legame profondo con il pubblico.



Mirko Gasparini
Finalmente il mondo ha capito come vogliamo le pubblicità!!!

virstaproduction
dategli un aumento vi prego

fuffle
se facessero tutte le pubblicità così le ascolterei con piacere

Michelle 🇮🇹
premio per il marketing

Valentina Peracchi
GENIALE.



SERVICEPLAN GROUP

CONTENT TREND



"Il sospettato": il trend di TikTok che fa correre (letteralmente) verso l'imbarazzo!



Un nuovissimo trend sta spopolando sulla piattaforma: parliamo de **"Il sospettato"**, e no, non stiamo parlando di un thriller poliziesco.

Due o più persone (di solito amici o coppie) si mettono in scena in un gioco o meglio, in un mandato di accusa divertente: uno dei due partecipanti corre mentre l'altro lancia accuse simpatiche e imbarazzanti. Si scambiano più volte durante il video così da riuscire entrambi ad accusarsi, più volte, a vicenda.

Ogni frase è una piccola "accusa", ma rischi di essere accusato di cose del tipo: **"Il sospettato quando ride ha più gengive che denti"** oppure **"La sospettata non si lava le ginocchia sotto la doccia perché dice che l'acqua ci passa lo stesso."**

In un'epoca in cui ci sentiamo costantemente sotto pressione per essere perfetti, questo trend semplice, veloce che, con una spruzzata di ironia e una corsa un po' goffa, ci fa mettere a nudo i segreti più imbarazzanti in modo assolutamente *leggero* e divertente.



SERVICEPLAN GROUP

CALENDARIO EVENTI



DICEMBRE 2024

SERVICEPLAN GROUP

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
						1 Giornata mondiale per la lotta contro l'AIDS 🩸
2	3 1992, primo SMS della storia 💬	4	5 1901, nasce Walter E. Disney 🏰	6	7	8 Immacolata Concezione 🙏
9	10 Giornata Internazionale dei Diritti Umani 🗣️	11 Giornata internazionale della montagna 🏔️ Giornata del tango 🕺	12	13	14	15 International Tea Day ☕
16	17 Giornata nazionale degli Esports 🎮	18 Giornata nazionale dei migranti 🌍	19	20 Giornata internazionale della solidarietà 🤝	21 Solstizio d'inverno ❄️	22
23	24 Vigilia di Natale 🎅	25 Natale 🎄	26 Esce la stagione 2 di Squid Game 🍷	27	28 1895, nasce il cinema 🎬	29
30	31 Notte di Capodanno 🎆					



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.