



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

VII Edizione

SUMMER SCHOOL SANGUIS JOVIS

ANNATA 2034: COSA BERREMO?

Scenari reali per futuri possibili

La comunicazione marketing nel 2034



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Come sarà la comunicazione del futuro?

Come si sono evoluti i media e cosa possiamo aspettarci tra 10 anni?

Come si stanno evolvendo le persone?

Quali messaggi saranno più efficaci?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

...Scopo del gioco

Ipotizzare un piano di comunicazione per promuovere il vino a base di Sangiovese nel 2034:

Quali canali userete?

Con che tipo di messaggio?

In sintesi:

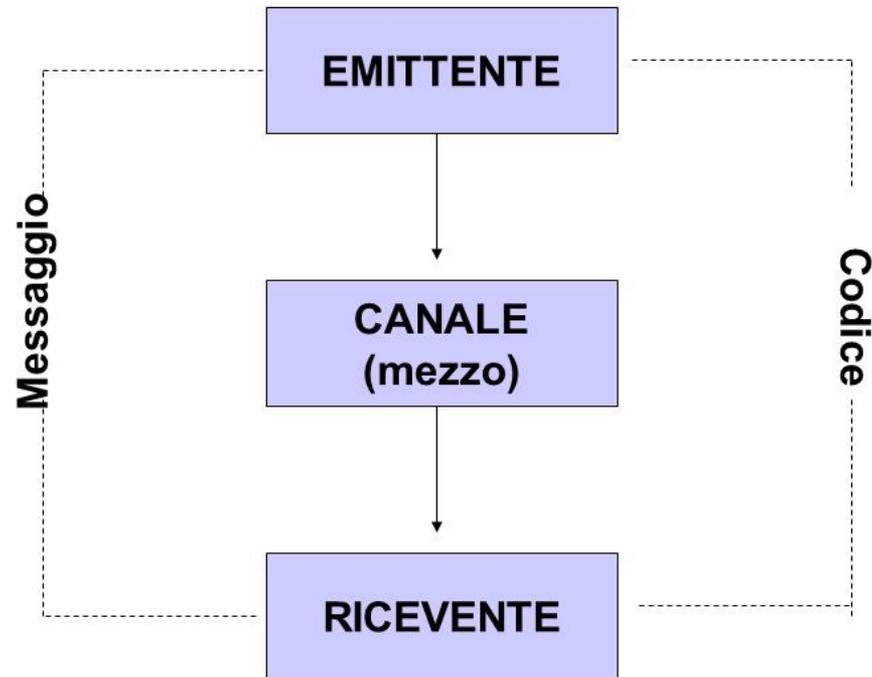
Come si costruirà l'immagine del vino nel 2034



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Per capire cosa accadrà partiamo dagli attori della comunicazione



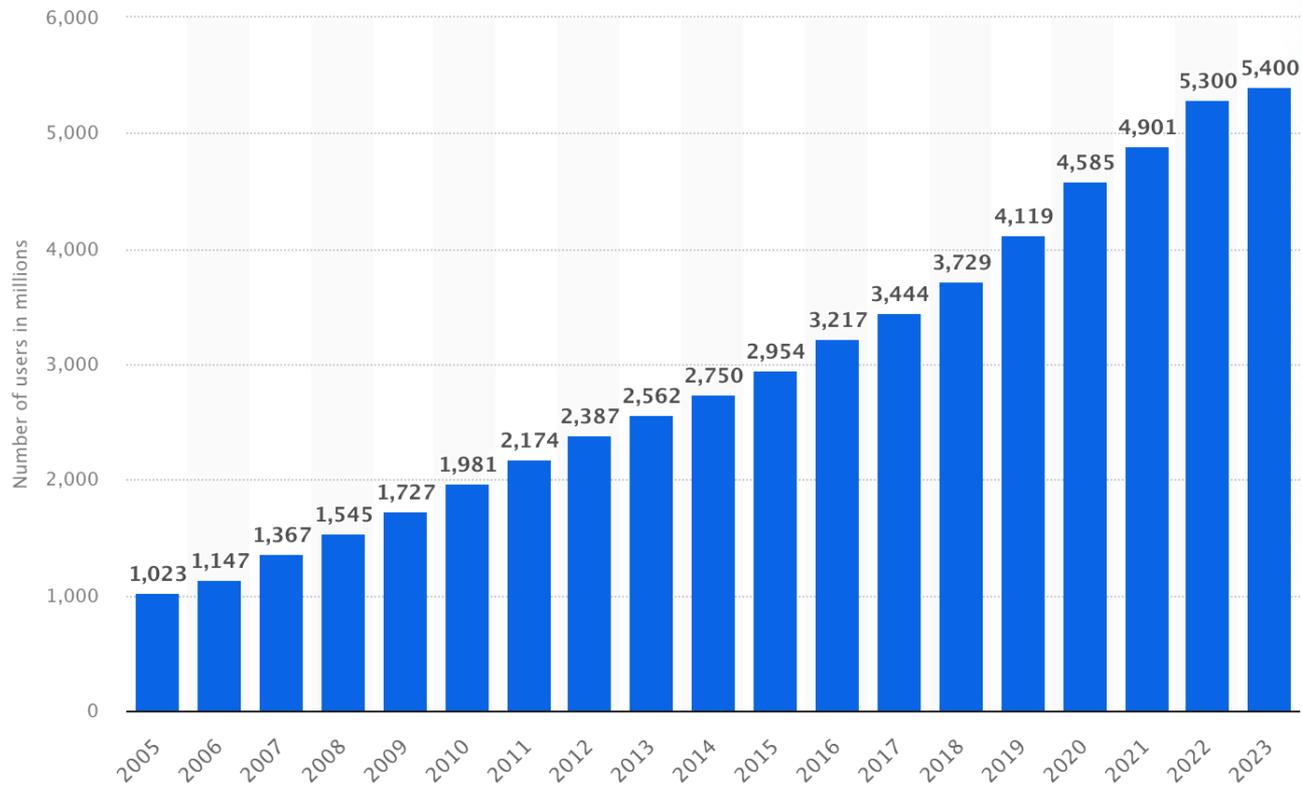
fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Number of internet users worldwide from 2005 to 2023

(in millions)

Grazie a internet



Details: Worldwide; ITU; 2005 to 2023; figures are estimates

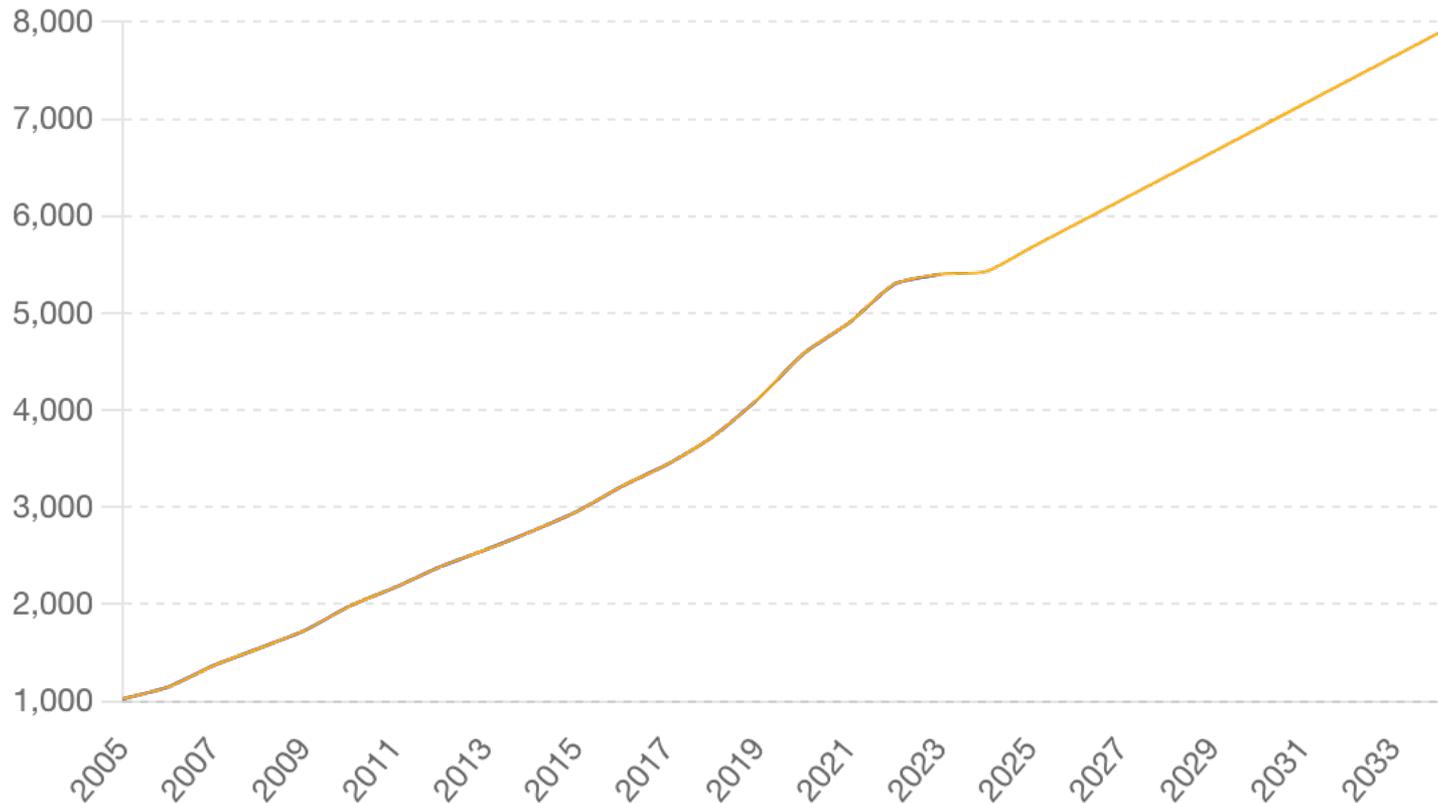
© Statista 2024



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

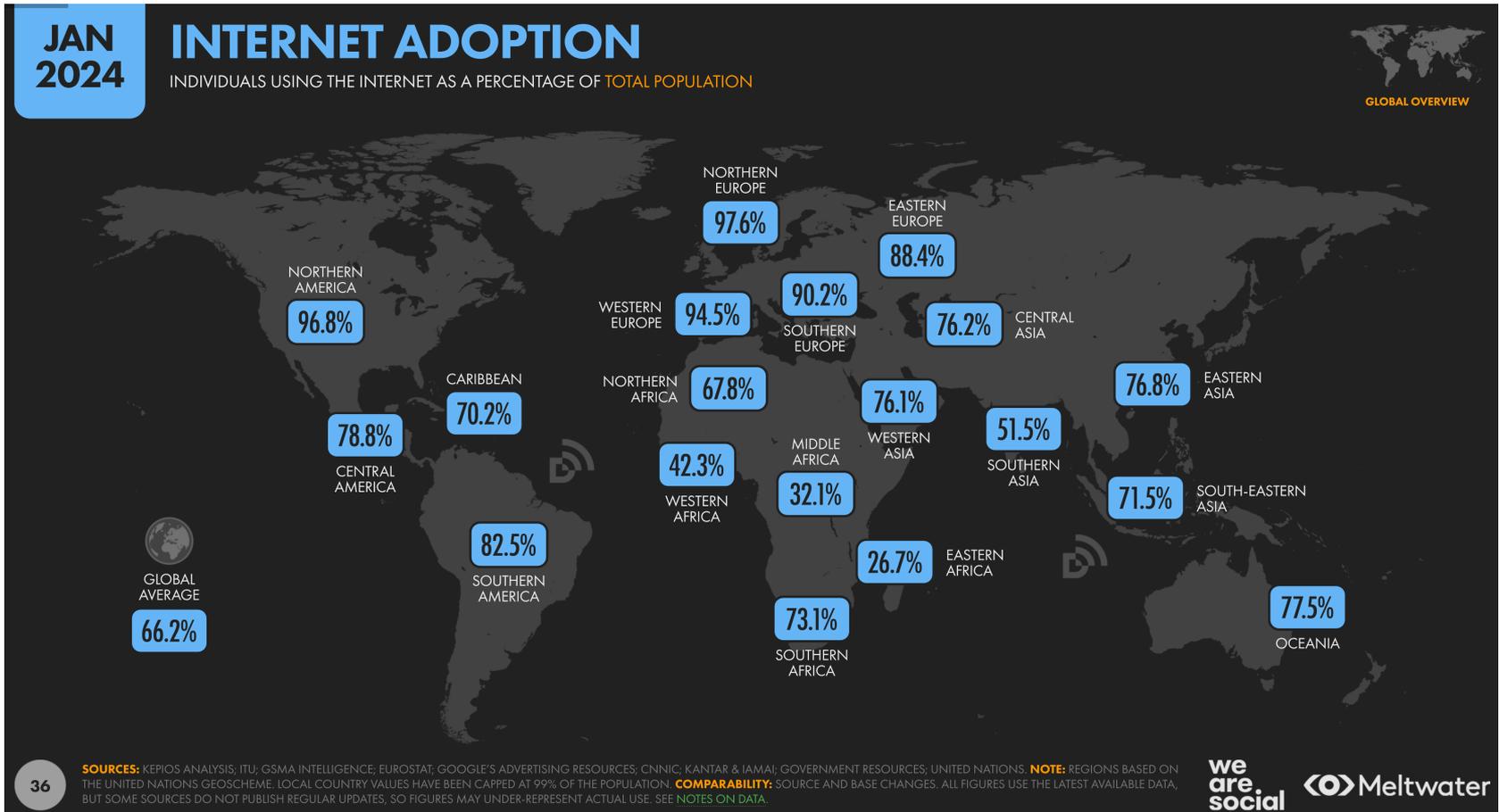
Queste le proiezioni di ChatGPT...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Ci sono molti Paesi al mondo da coprire

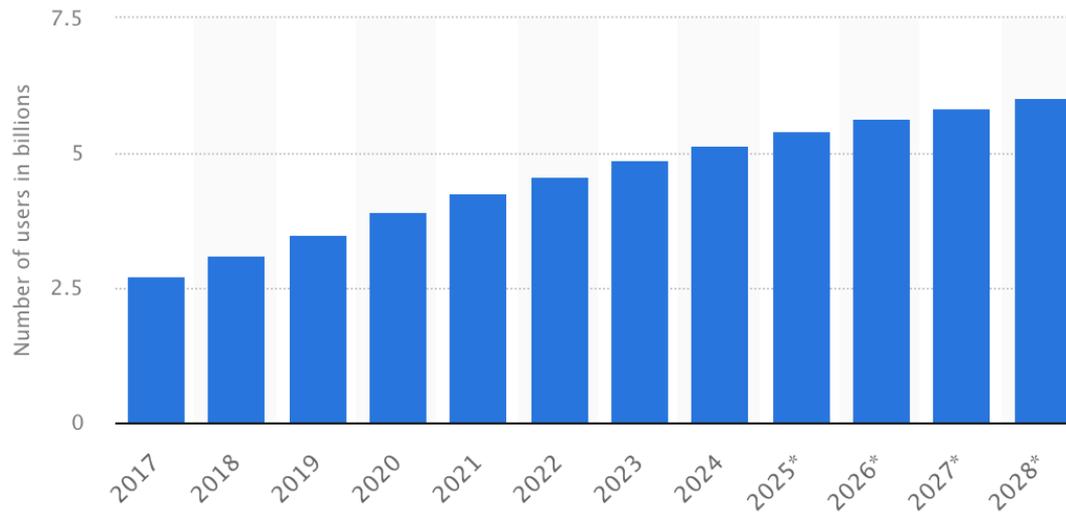


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

+ internet = + social media

Number of social media users worldwide from 2017 to 2028 (in billions)



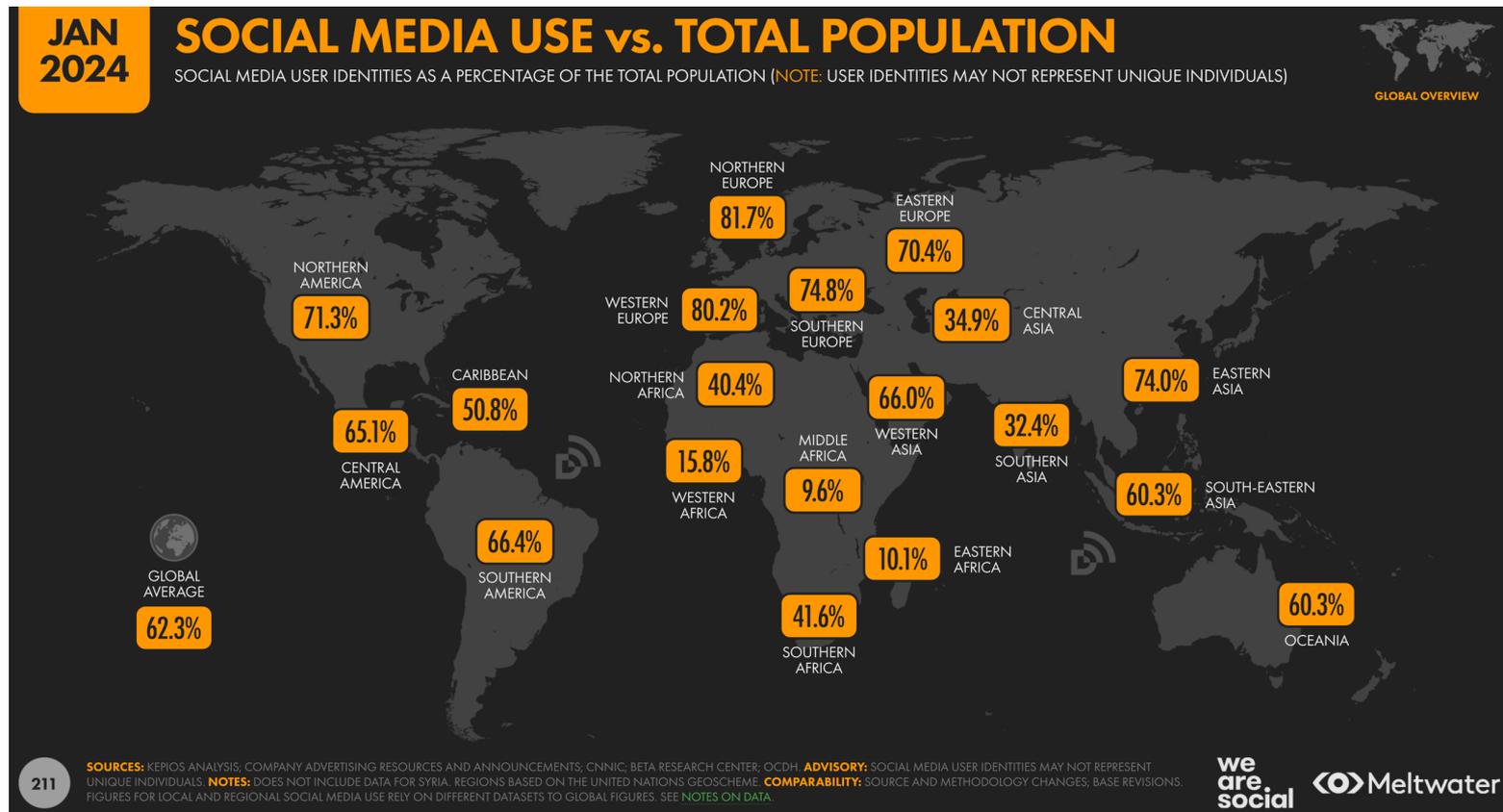
Further details: [Visit original statistic](#)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

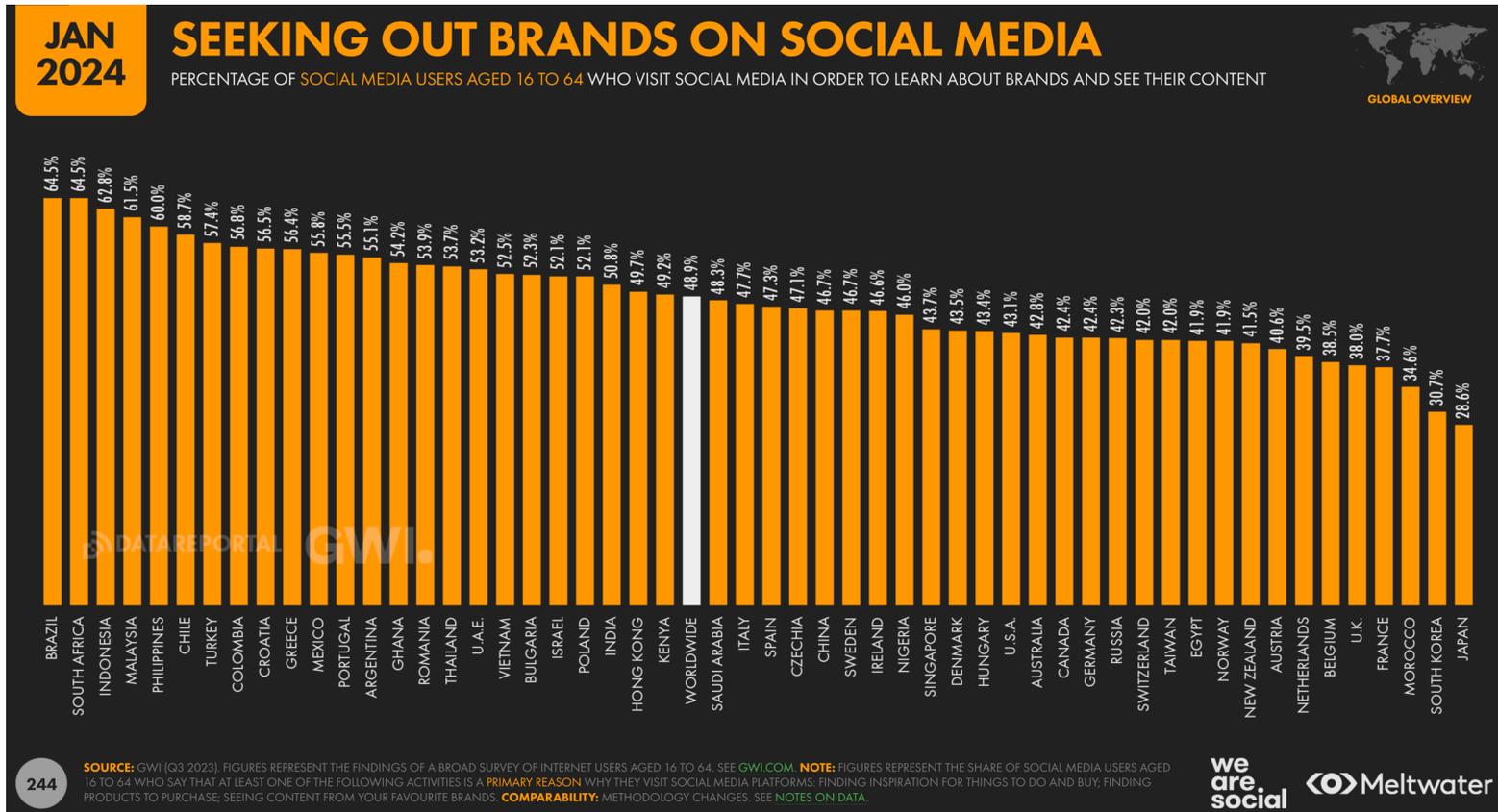
L'utilizzo dei social accompagna la diffusione di internet



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

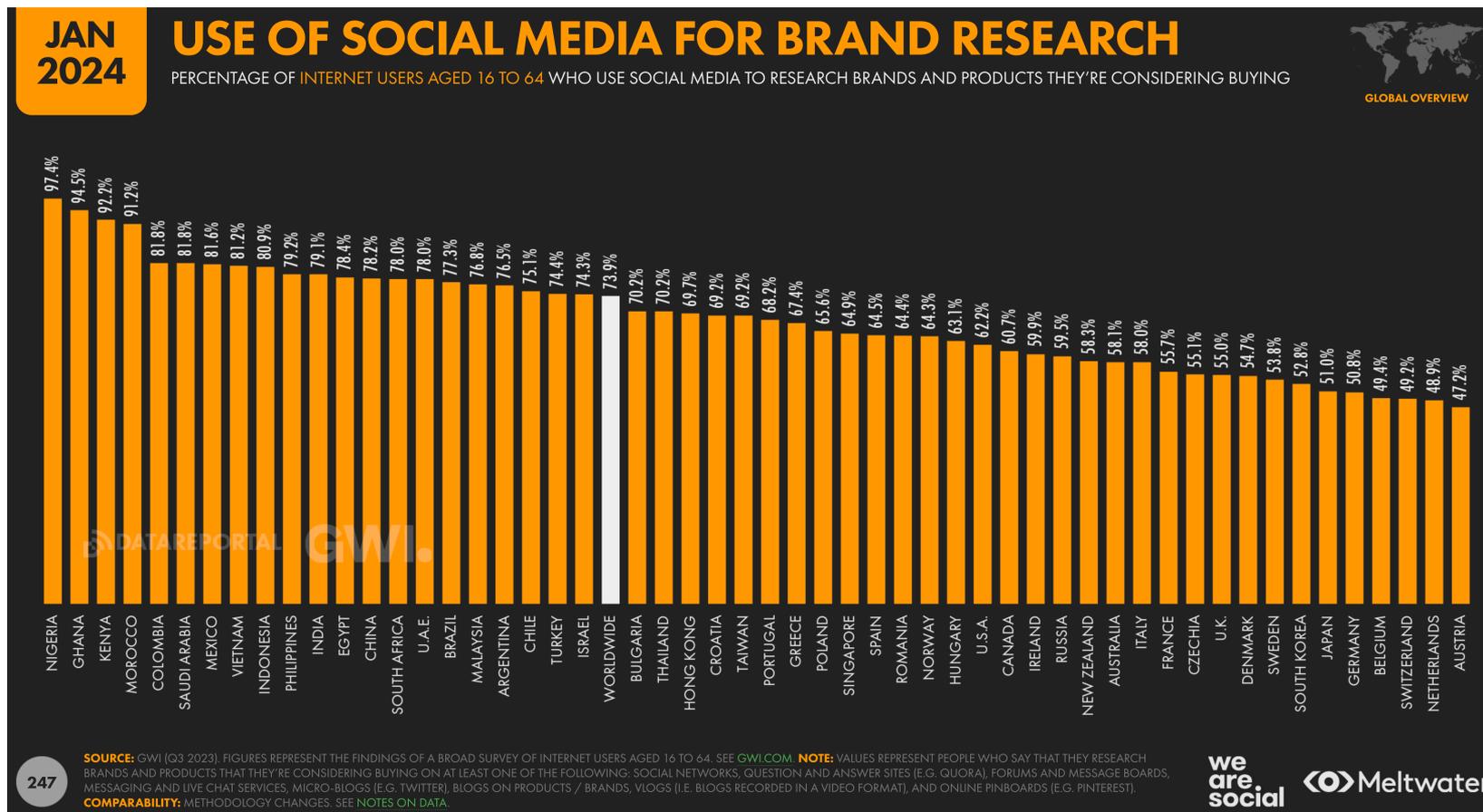
i social saranno sempre più fonte di scoperta dei brand



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

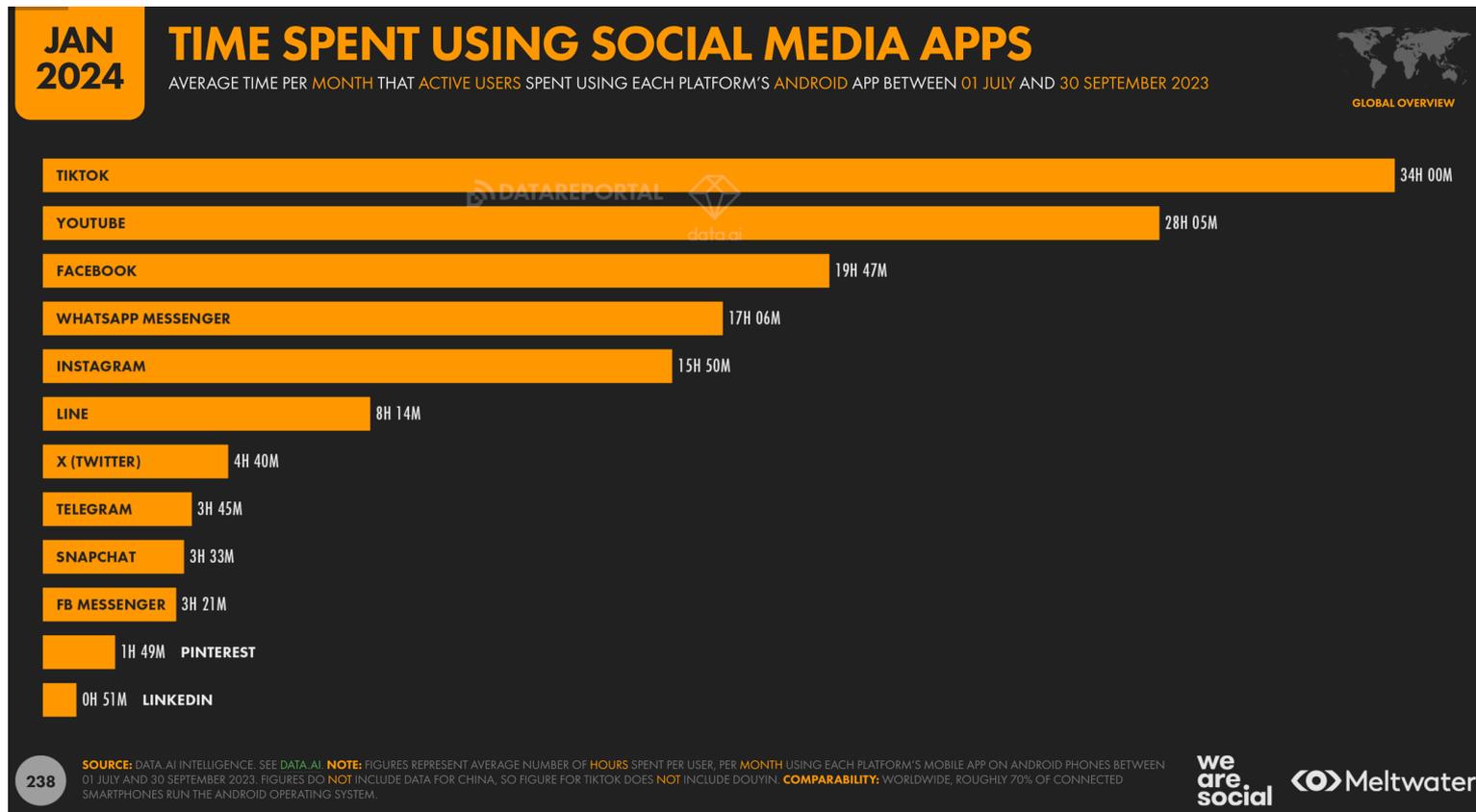
Soprattutto se si intende acquistarli



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Adesso sta esplodendo il fenomeno TikTok



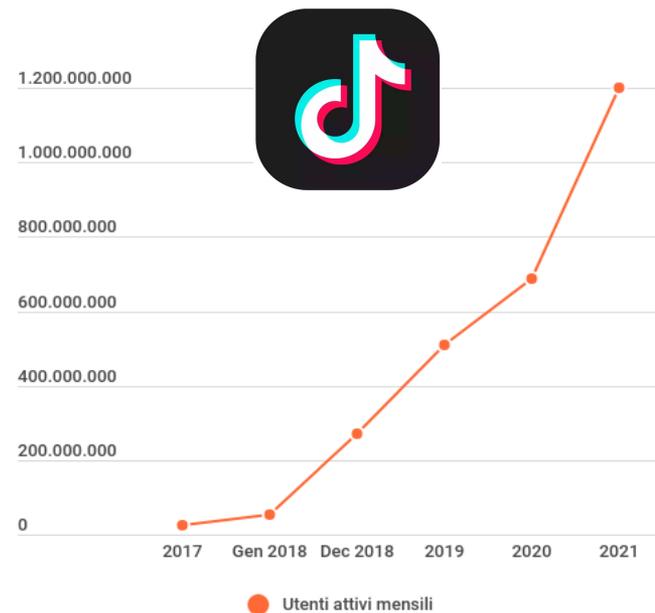
fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

...Ma ci saranno probabilmente nuove piattaforme, con crescita esponenziale

Tra 10 anni i social media esisteranno ancora e daranno:

- **più strumenti creativi a disposizione e**
- **più possibilità di fare broadcasting / intrattenimento**



Crescita ufficiale degli utenti attivi mensili (in tutto il mondo)
Fonte: TikTok

TRUENUMB3RS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Che significa la diffusione di internet e dei social media?

L'espansione delle 3 categorie di media:

- **Paid media**
- **Owned media**
- **Earned media**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Facciamo un passo indietro...

Gli strumenti di comunicazione oggi:

PAID MEDIA

ATL:

- TV
- Stampa
- Radio
- OOH
- Cinema
- Internet
 - Display
 - Search
 - Social network

BTL: Eventi

Sponsorizzazioni, PP,
Influencer MK

OWNED MEDIA

Sito
App
Blog
Direct (DEM,
newsletter)
Social media
Negozi
Venditori
Packaging

...

EARNED MEDIA

PR:

- Articoli stampa, TV,
radio, digital

UGC:

- Recensioni,
raccomandazioni,
valutazioni
positive (su social
e blog)
- WOM

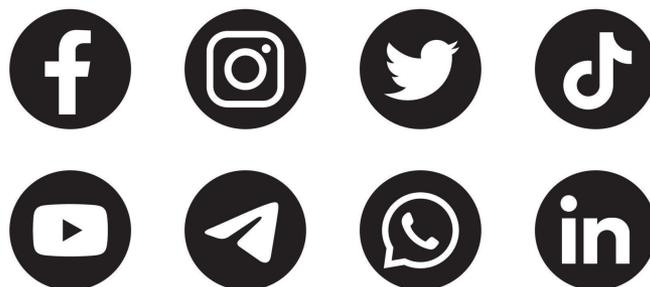


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE



La diffusione di internet fa sì che i touchpoint digitali saranno sempre più importanti per le aziende in futuro



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Come paid e owned media, ma soprattutto come earned media



Sponsorizzato

White Bakery

100 recensioni

€€€

StuPisci

158 recensioni

Italiana, Pesce, Medit... · €€-€€€

La Baguetteria del Valle

223 recensioni

Italiana, Gastronomia · €

★★★★☆ 4,4 su 5

159 valutazioni globali



▼ Come vengono calcolate le valutazioni?



 Olympia
maggio 2020

I nostro soggiorno alla Little House è stato semplicemente perfetto! L'appartamento è molto carino ma quello che veramente fa la differenza è la vista a dir poco splendida ed il
... [continua a leggere](#)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

In sintesi

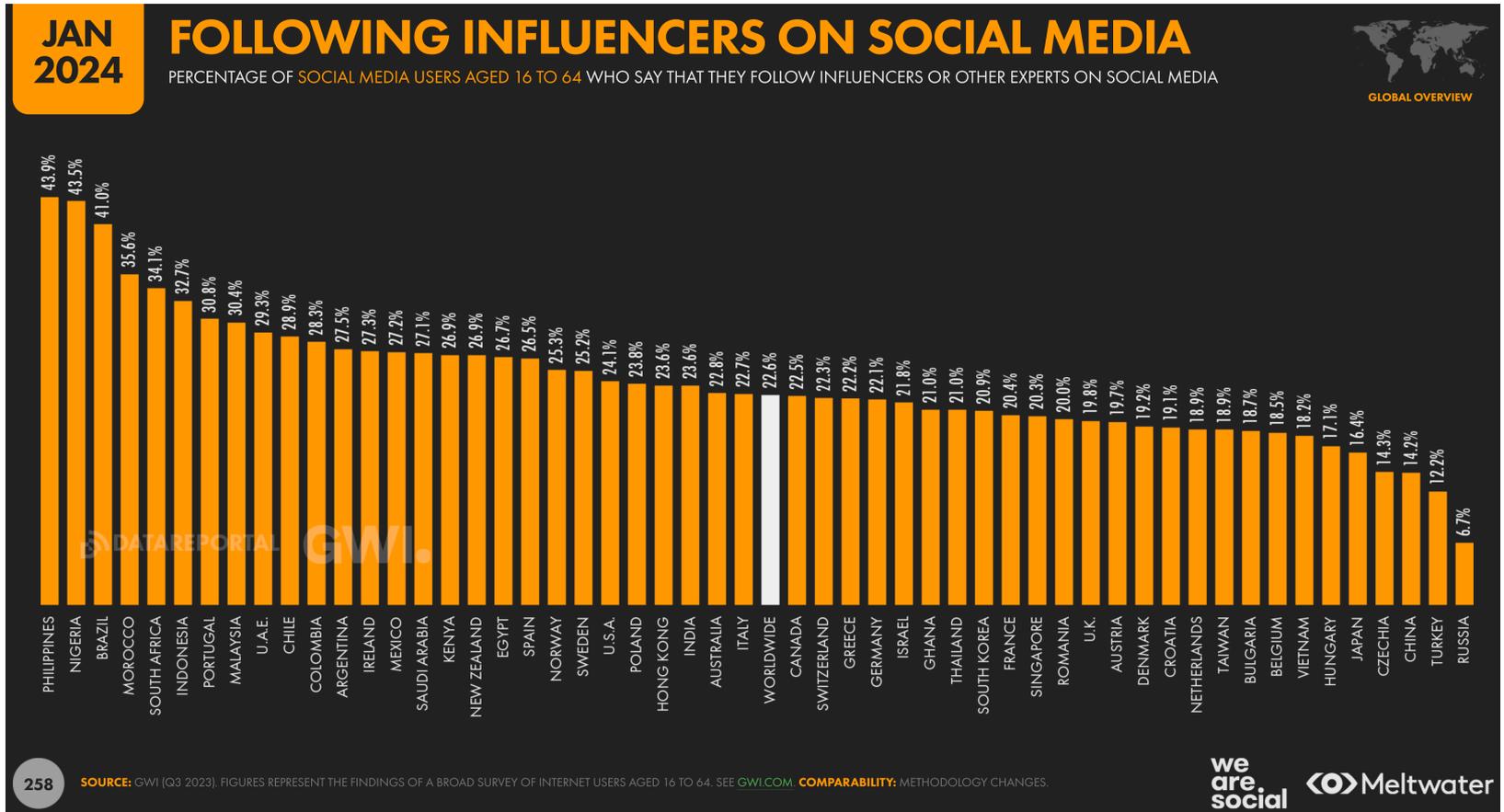
1. Le persone andranno sempre più a **cercare informazione sui siti e sui social** delle aziende
2. **Creeranno contenuti** che riguardano i brand (User Generated Content)
3. E si **baseranno sui giudizi e sulle valutazioni dei loro simili** (grande ascesa degli store online – Amazon- diventati motori di ricerca)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

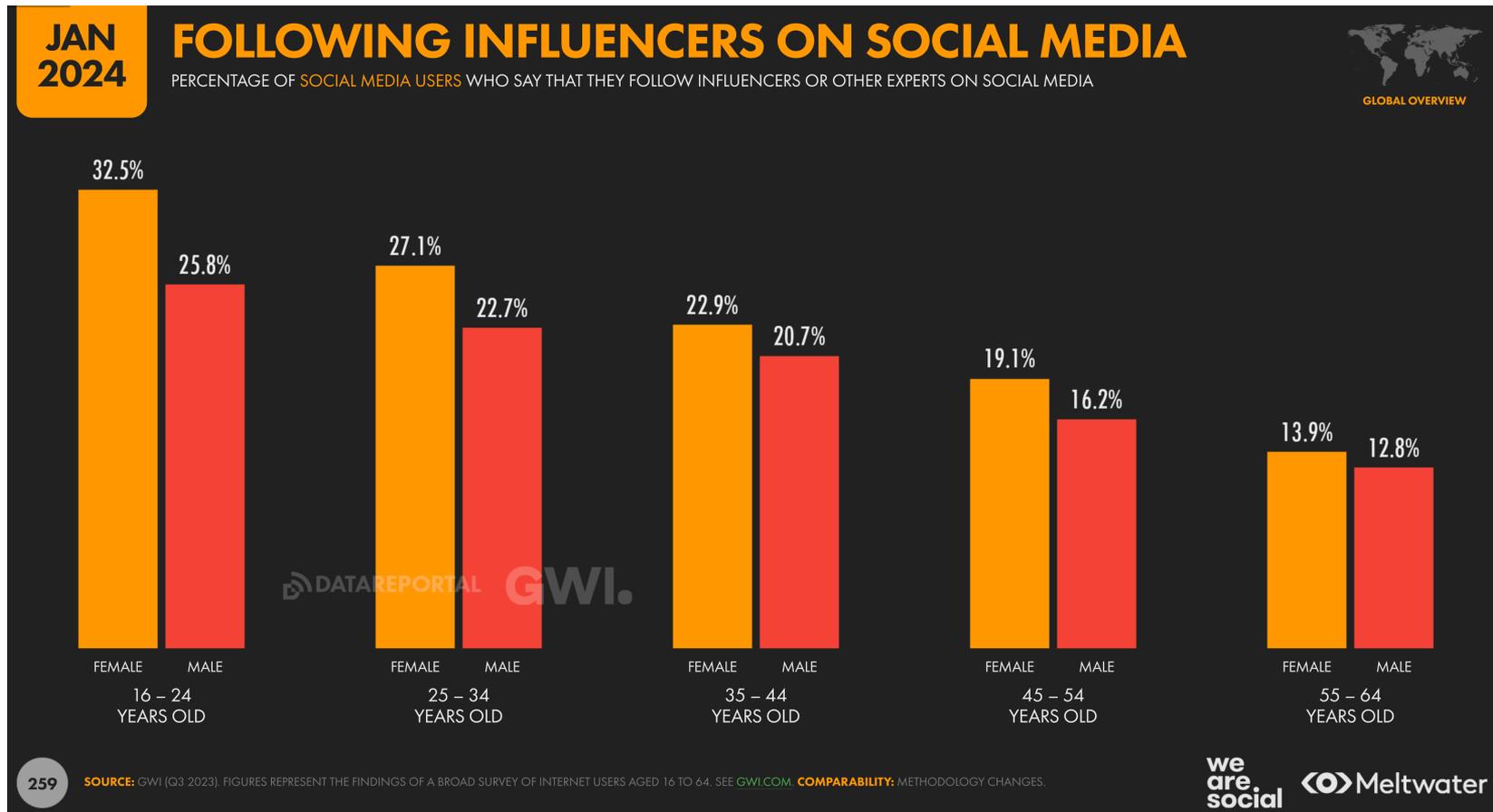
Parlando di social, che sarà degli influencer?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

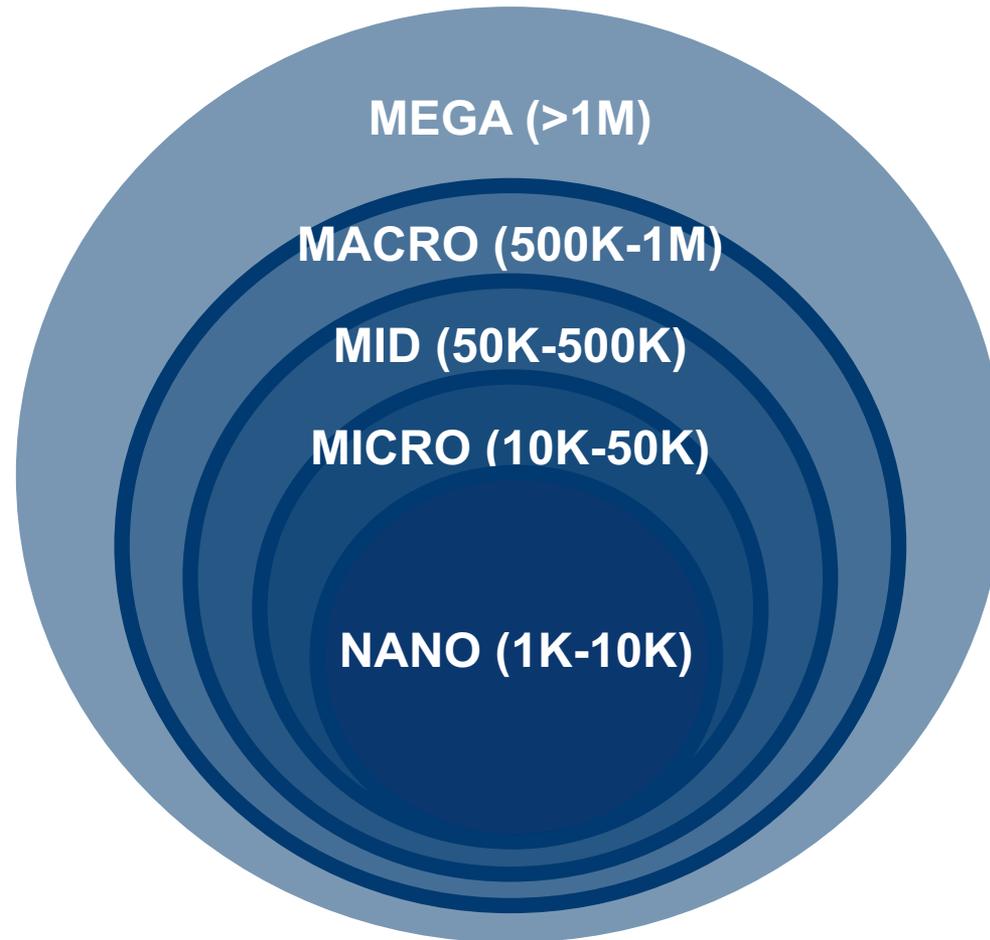
Tra 10 anni i più giovani cresceranno



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

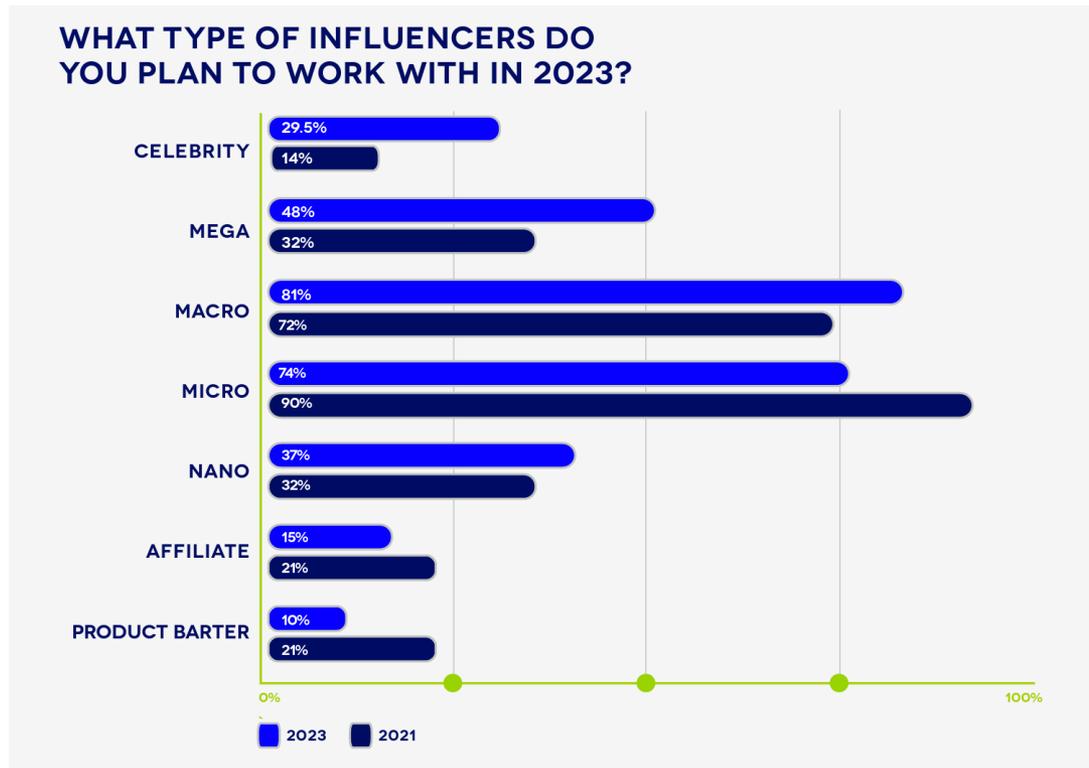
Ma quali influencer?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Oggi macro e micro influencer sono i più utilizzati dalle aziende



Source: LIMQIA The state of influencer marketing 2023 (global data)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Funzionano?



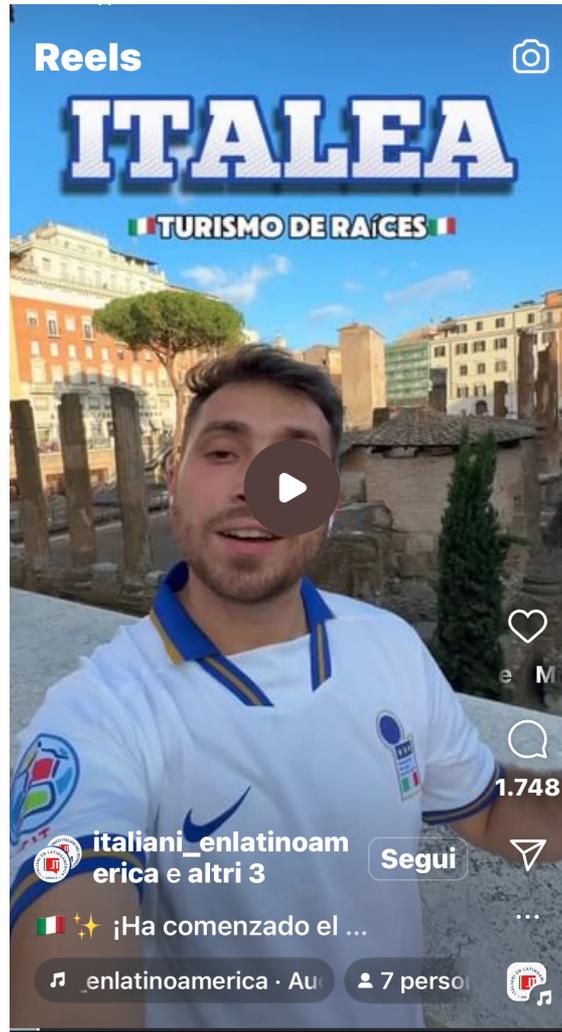
fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Esempio



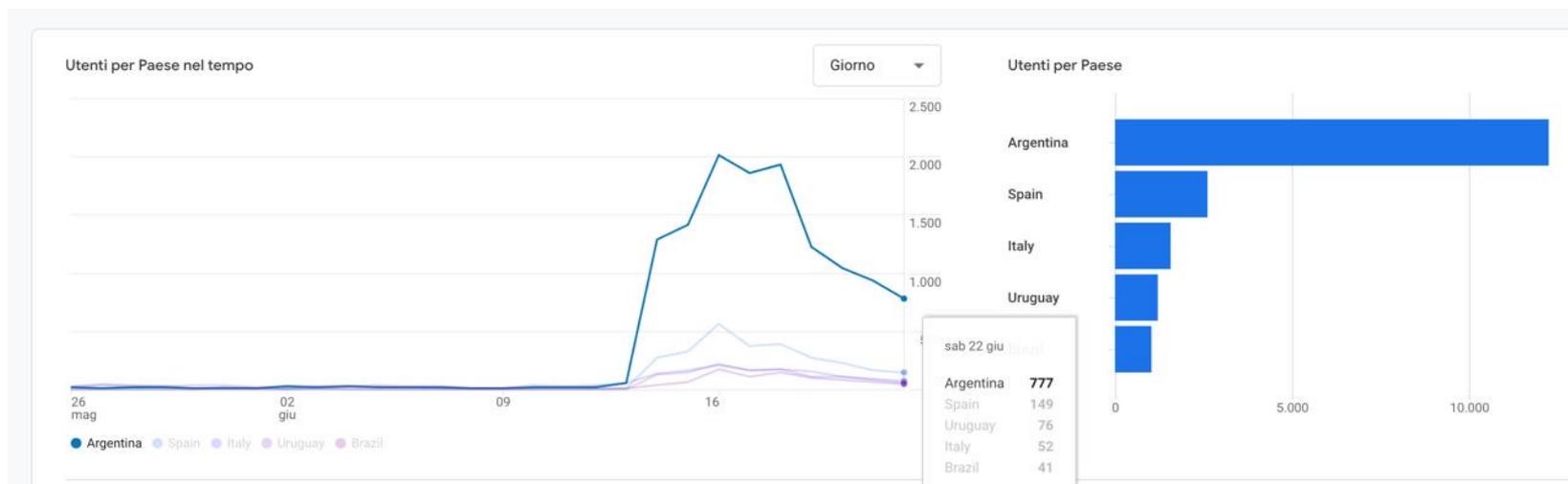
italiani_enlatinoa-
merica su Instagra...
21K likes, 411 comme...
www.instagram.com



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Boom di traffico al sito (e un traffico di potenziali clienti)



Triplicate le richieste di itinerari (da 300 a 900) e ricerche genealogiche (da 200 a 600) in pochi giorni

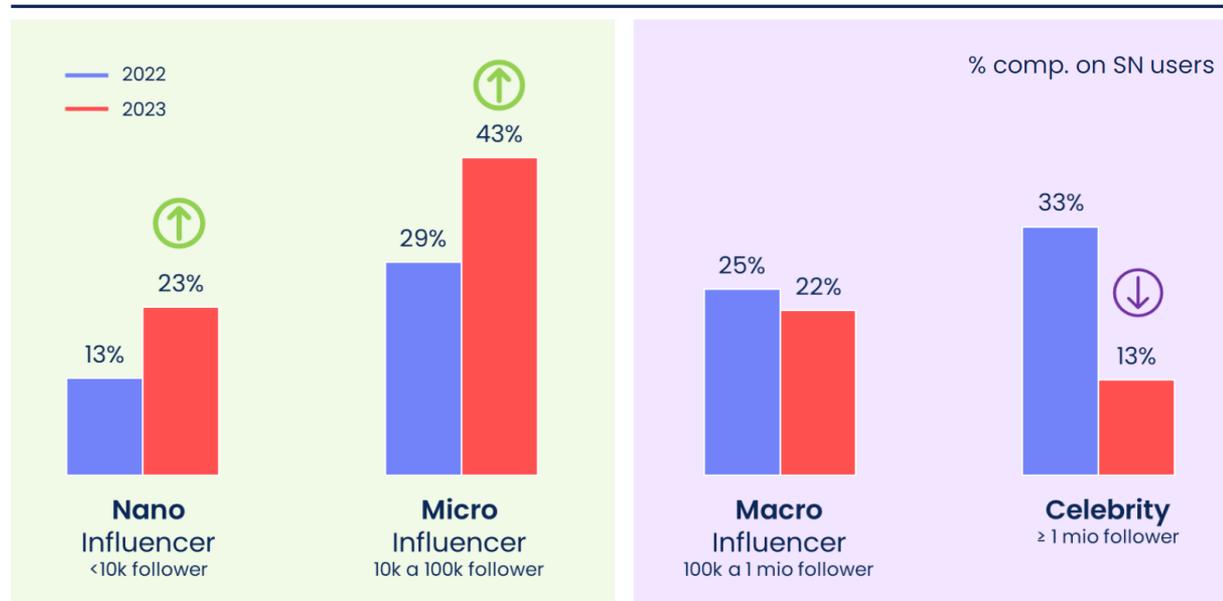


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Dall'Influence alla Creator Economy? Le preferenze dei consumatori si stanno spostando verso Micro/Nano influencer

Gli Influencer preferiti per tipologia



Fonte: Elaborazione GroupM Business Intelligence & Insight su dati proprietari (IMAGE)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

**In uno scenario dove sarà sempre più
facile incontrare contenuti falsi o
«di parte», la fiducia sarà sempre più
importante:
Di chi mi fido?**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Fiducia => Persuasione



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Cosa crea la fiducia?
L'autenticità, l'autorevolezza,
la storia, la riprova



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Ma proseguiamo a parlare di media



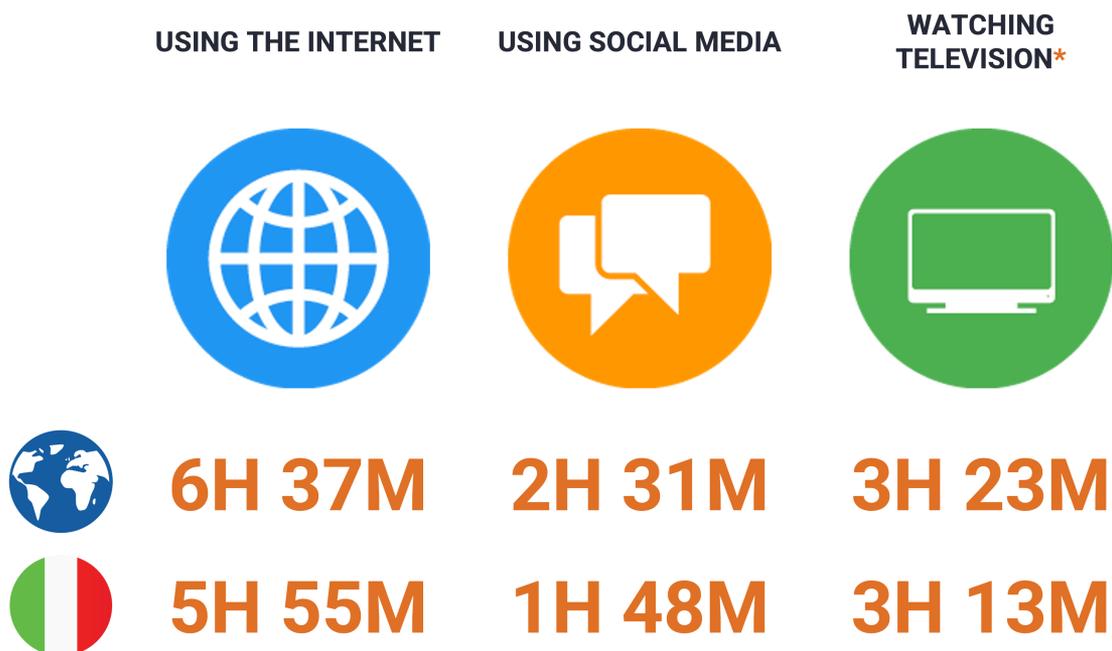
fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Si rafforzerà ulteriormente il «duopolio» TV e internet

Daily time spent with media

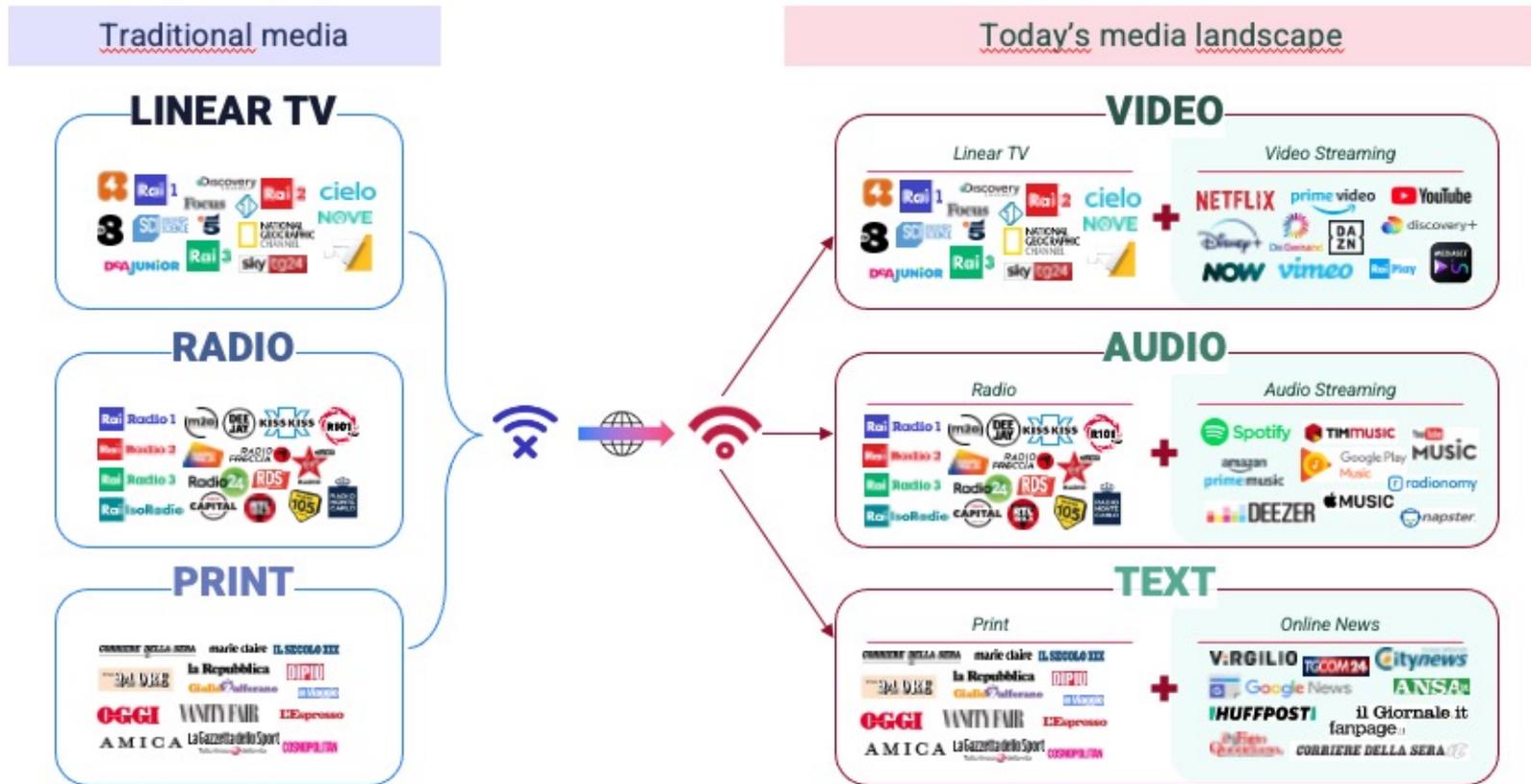
The average amount of time each day that internet users aged 16 to 64 spend with different kinds of media and devices



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

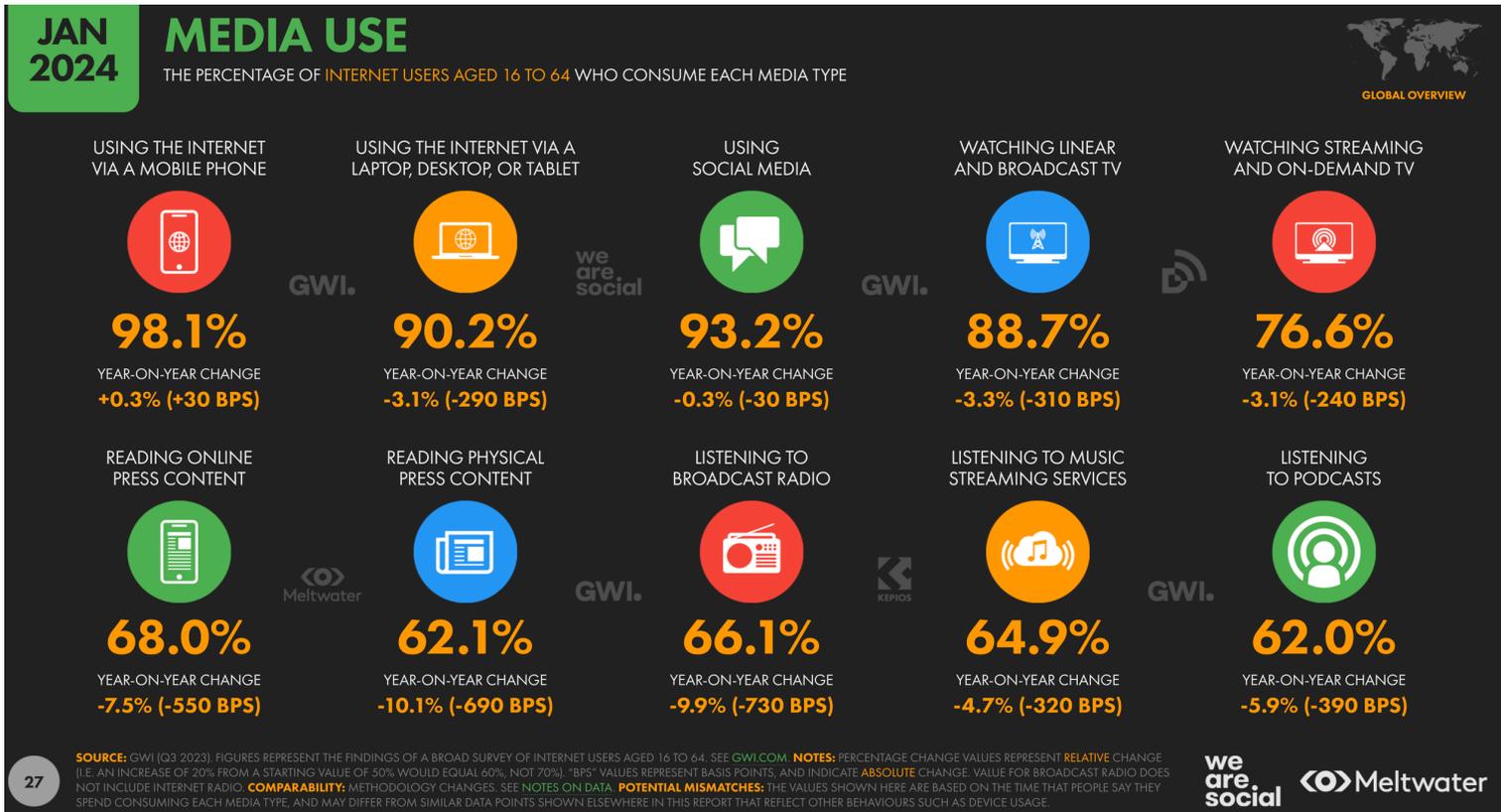
Ma internet ormai è integrato in tutti i media



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

E chi ha accesso ad internet utilizza i media tradizionali «online»

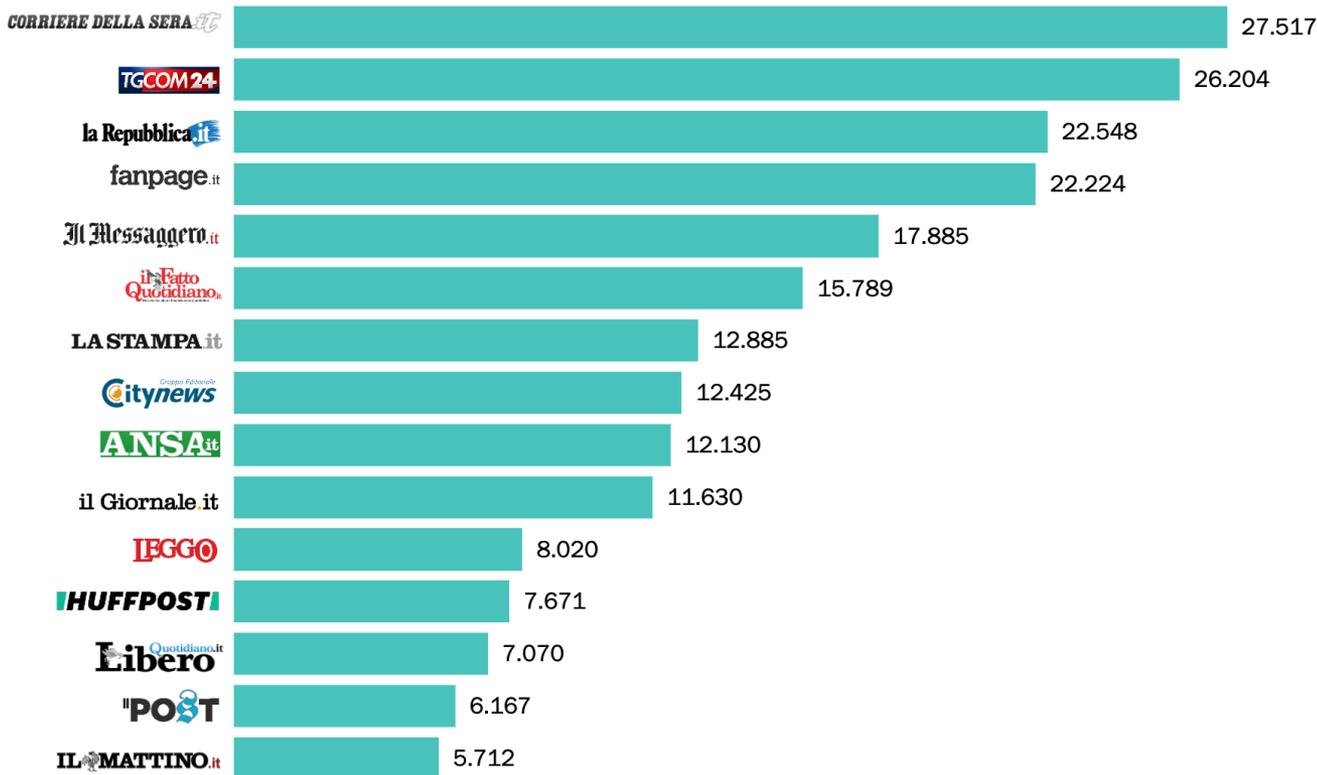


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
 ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Le notizie si leggono sempre di più online

Top online news sites
unique users (.000) - monthly



57%

internet users 16-64

Uses News App



13%

Pay for online news



fondazione banfi

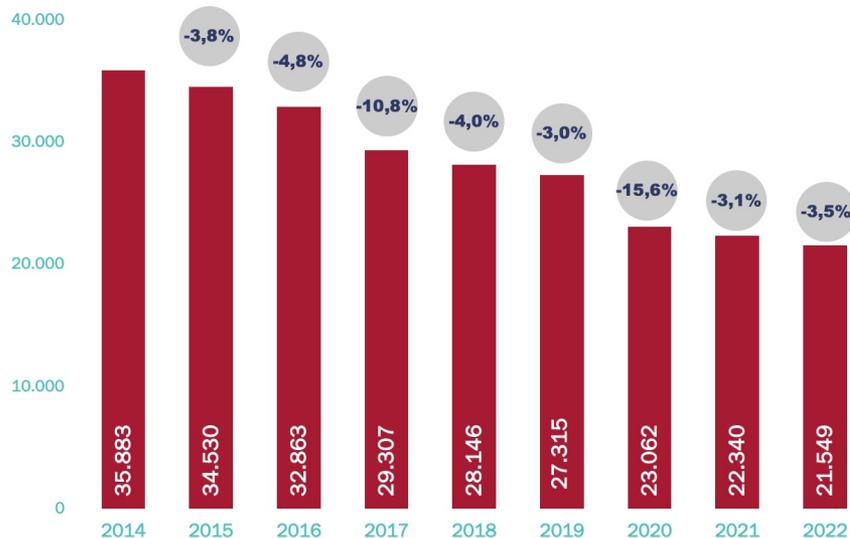
SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

I lettori della carta (almeno in Italia) scendono costantemente



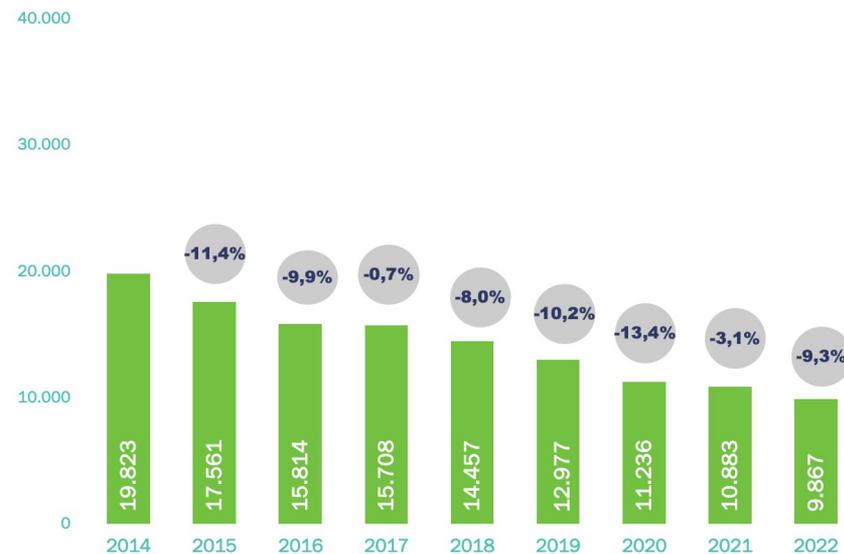
READERS
(paper copies + digital)

Val x.000



CIRCULATION
(paper copies + digital)

Val x.000



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Anche il mondo audio si sta evolvendo verso il digitale

Radio

Live

On Demand

Radio FM/DAB*

Streaming Web

Web Re-audio
radio programs

Web Radio



Audio streaming

Music Streaming

Podcast



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

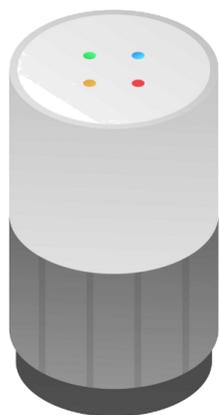
E probabilmente gli assistenti vocali saranno ancora più utili con l'AI

3 principali attività che si fanno con uno Smart Speaker

%pen – Base: possessori di Smart Speaker

25%

Percentuale di utenti internet che hanno uno Smart Speaker
(8% nel 2019)



Ascoltare contenuti audio

85% musica

82% radio

57% podcasts

Funzioni non legate all'audio

83% Meteo

78% Timer/allarme

56% Giochi

40% Acquisti

Chiedono informazioni riguardo a ...

78% news

69% ricette

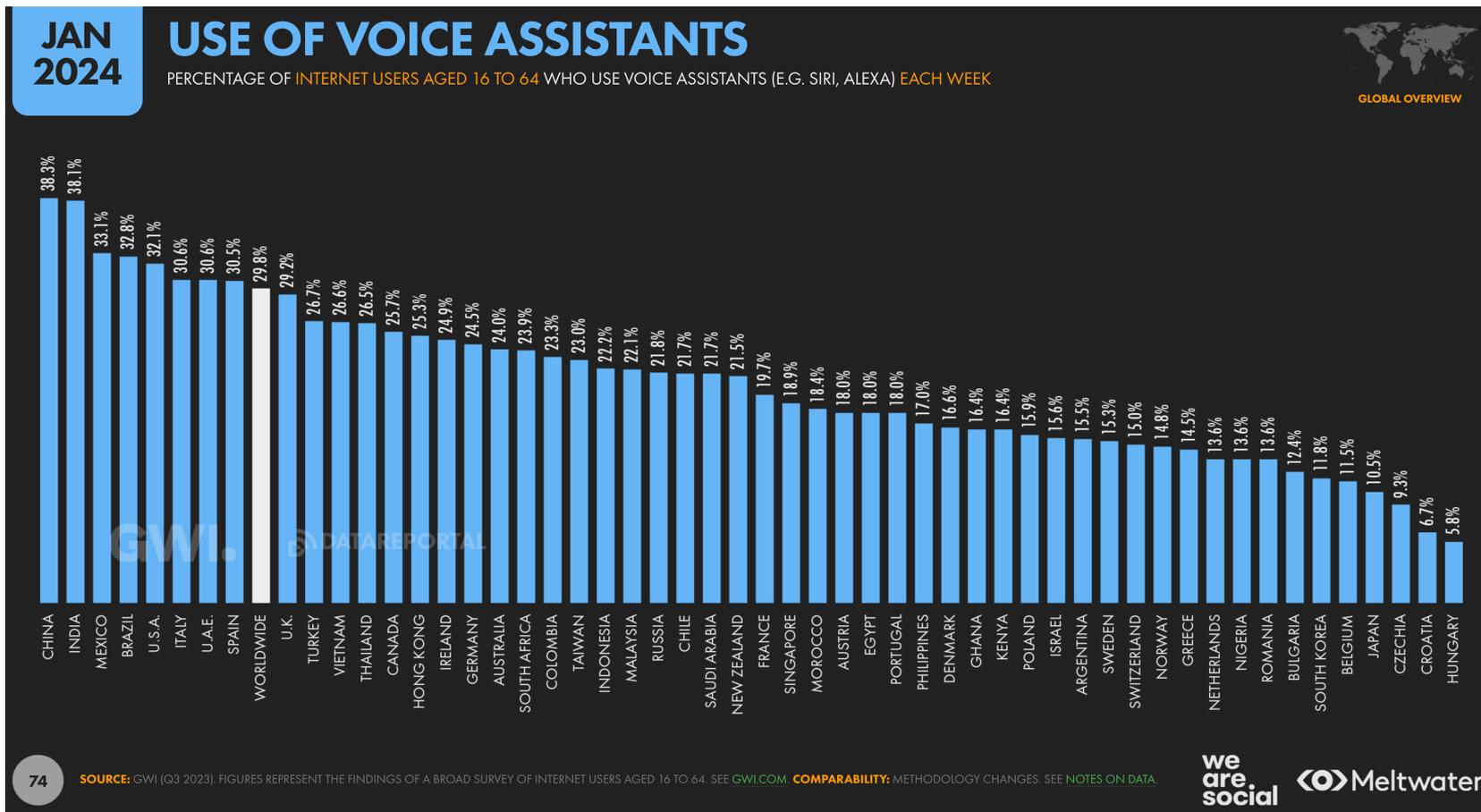
66% prodotti



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Sono già molto usati in Cina, India e USA

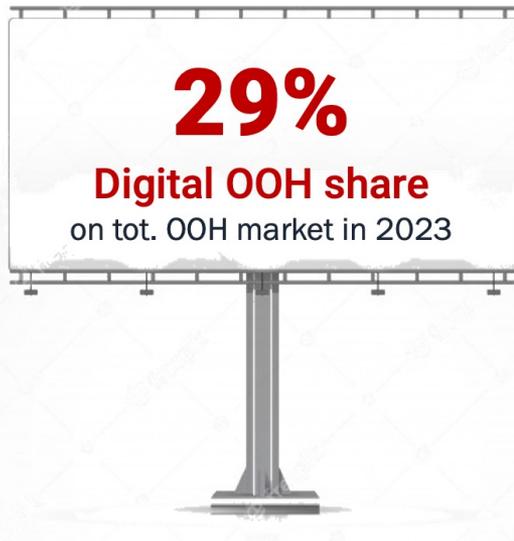


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Anche l'affissione sta diventando digitale

DOOH solutions



Countdown



Qr code



Touch screens



Creative change with trigger



Live events



fondazione banfi

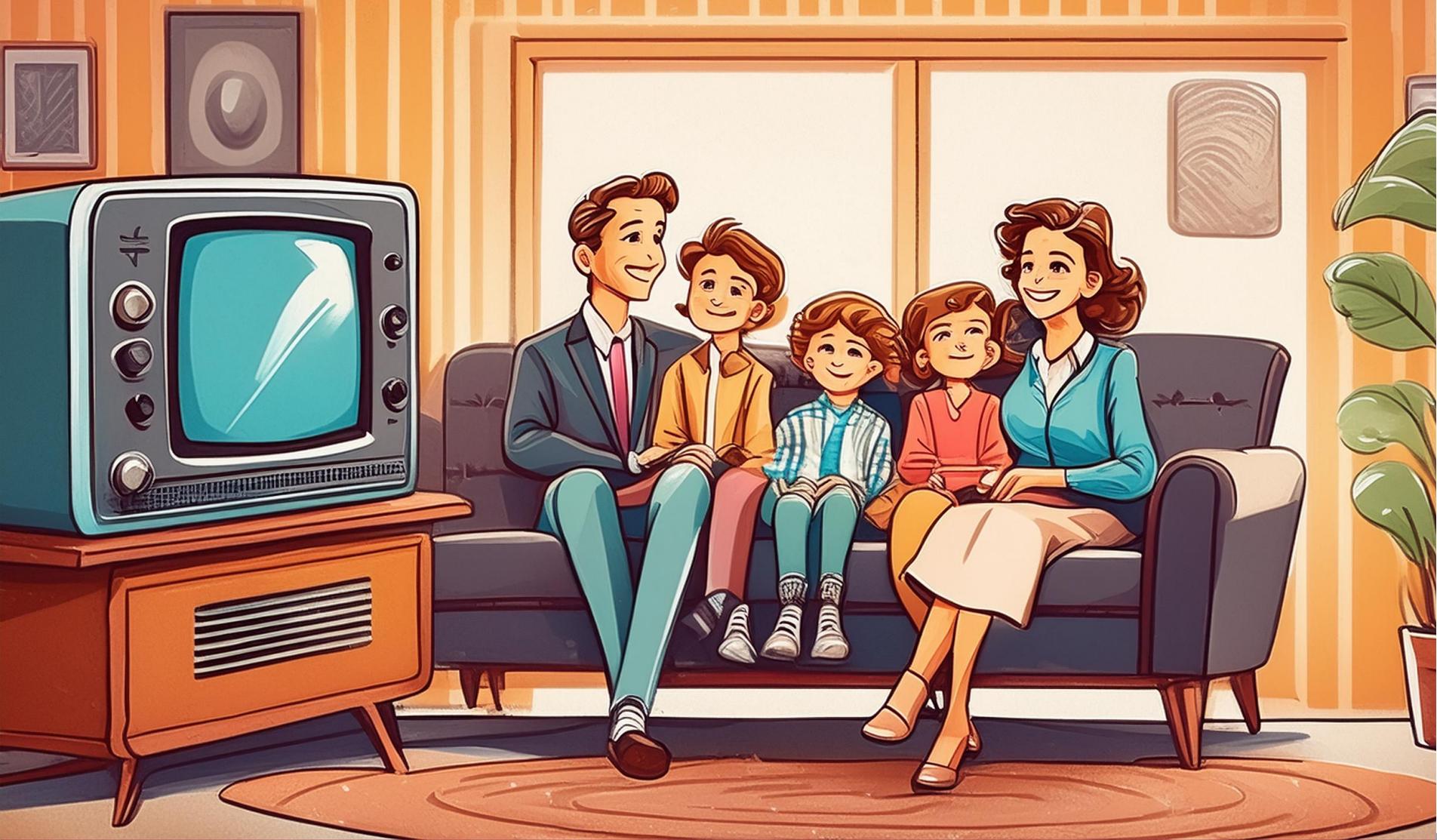
SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La connessione dei media ad internet farà evolvere la modalità di fruizione



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE



La fruizione dei media sarà sempre di più personalizzata



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Fenomeno già iniziato



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

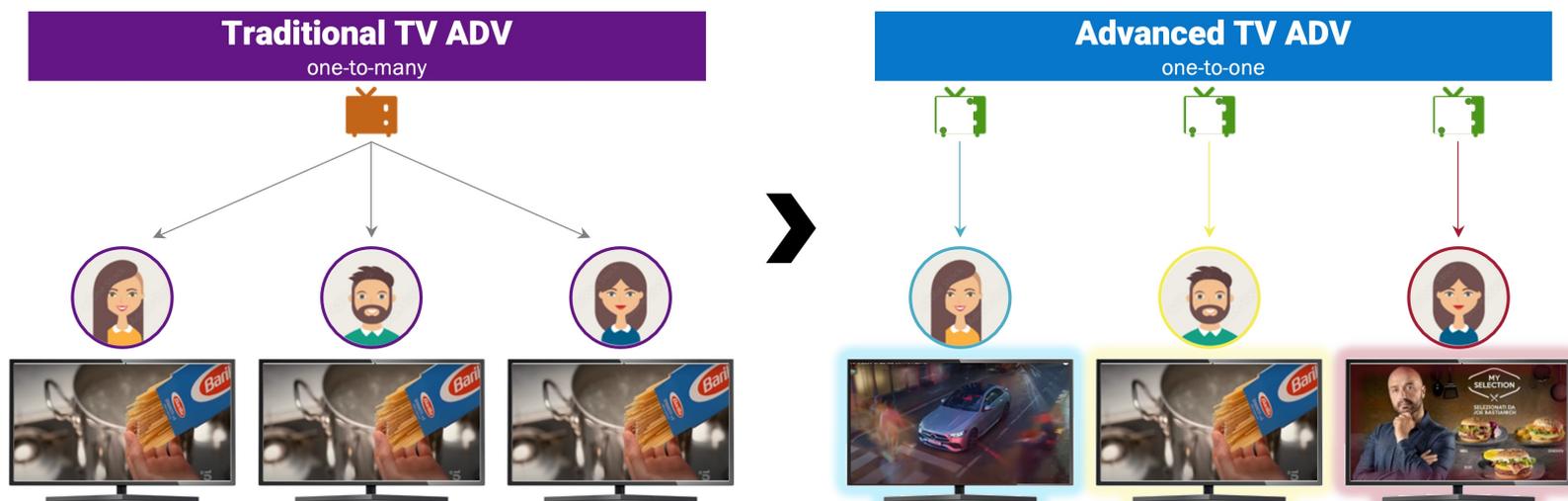
In Italia lo scenario TV si è già evoluto



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

E anche la pubblicità sarà profilabile grazie all'addressable TV



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

**Questo significa che occorrerà creare
messaggi personalizzati**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

**E in questo aiuterà sicuramente
l'Intelligenza artificiale**



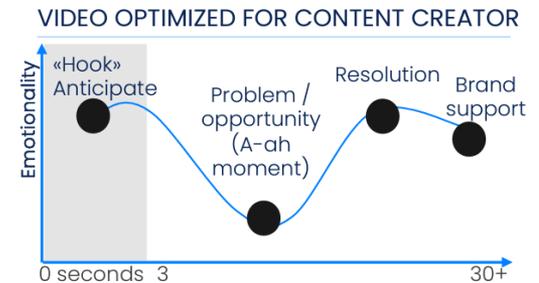
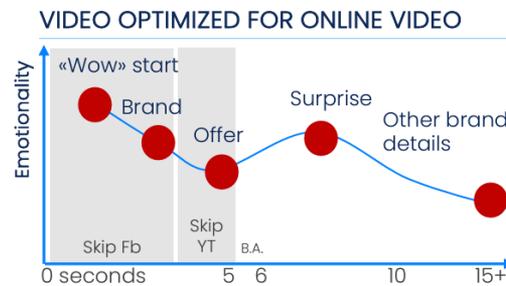
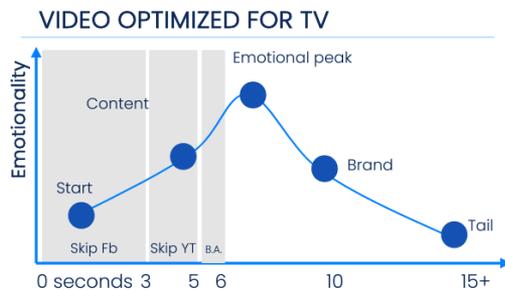
fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La pubblicità video ci sarà sempre

Come spot pubblicitari tradizionali (one-to-many o addressable). Come preroll o all'interno dei contenuti dei canali in streaming (AVOD o SVOD)

Però la **lunghezza sarà più ridotta** (pochi secondi per catturare l'attenzione, e 15" sarà il formato base -rispetto agli attuali 30")



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La pubblicità tabellare (forse) lascerà spazio a quella «native»

Pubblicità integrata al contesto: del tutto simile nella forma e nel contenuto

- Post sponsorizzati
- Pubblicità sulle piattaforme 2.0 (Amazon, Tripadvisor, Airb&b... e quelle che seguiranno)
- Publiredazionali
- Product Placement
- Brand Entertainment



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Ma cosa accadrà dei canali fisici?

Le persone (i venditori)

Gli eventi (le fiere)

I negozi

Il packaging

La carta (giornali, libri, brochure, leaflet)

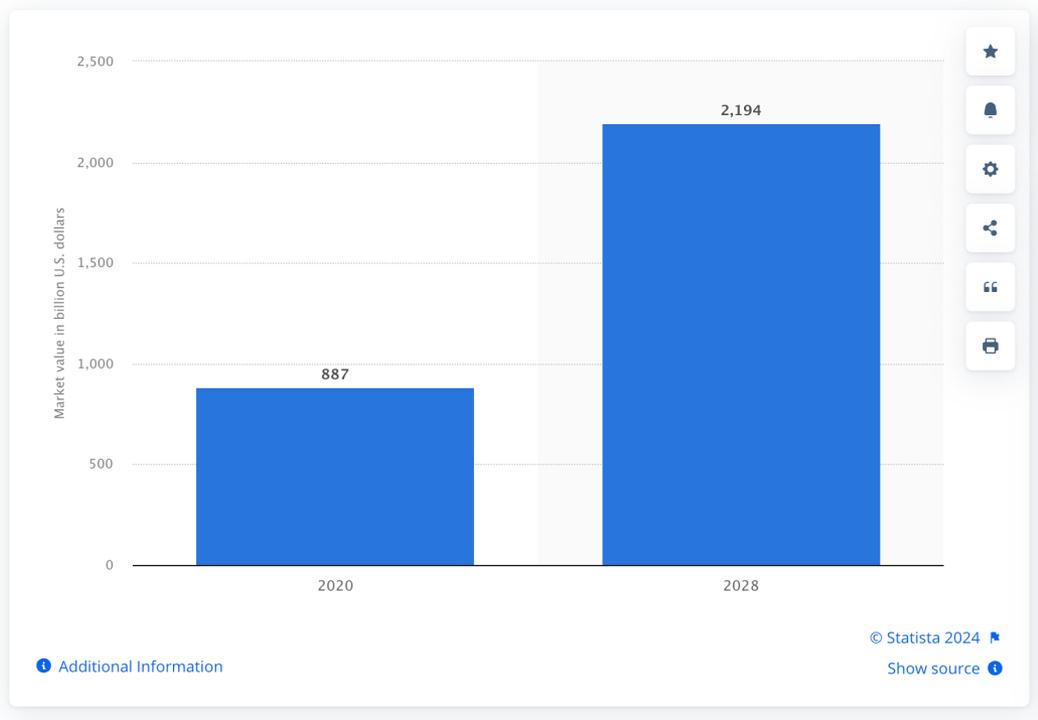


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Gli eventi saranno sempre più rilevanti

Market value of the event industry worldwide in 2020, with a forecast for 2028
(in billion U.S. dollars)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

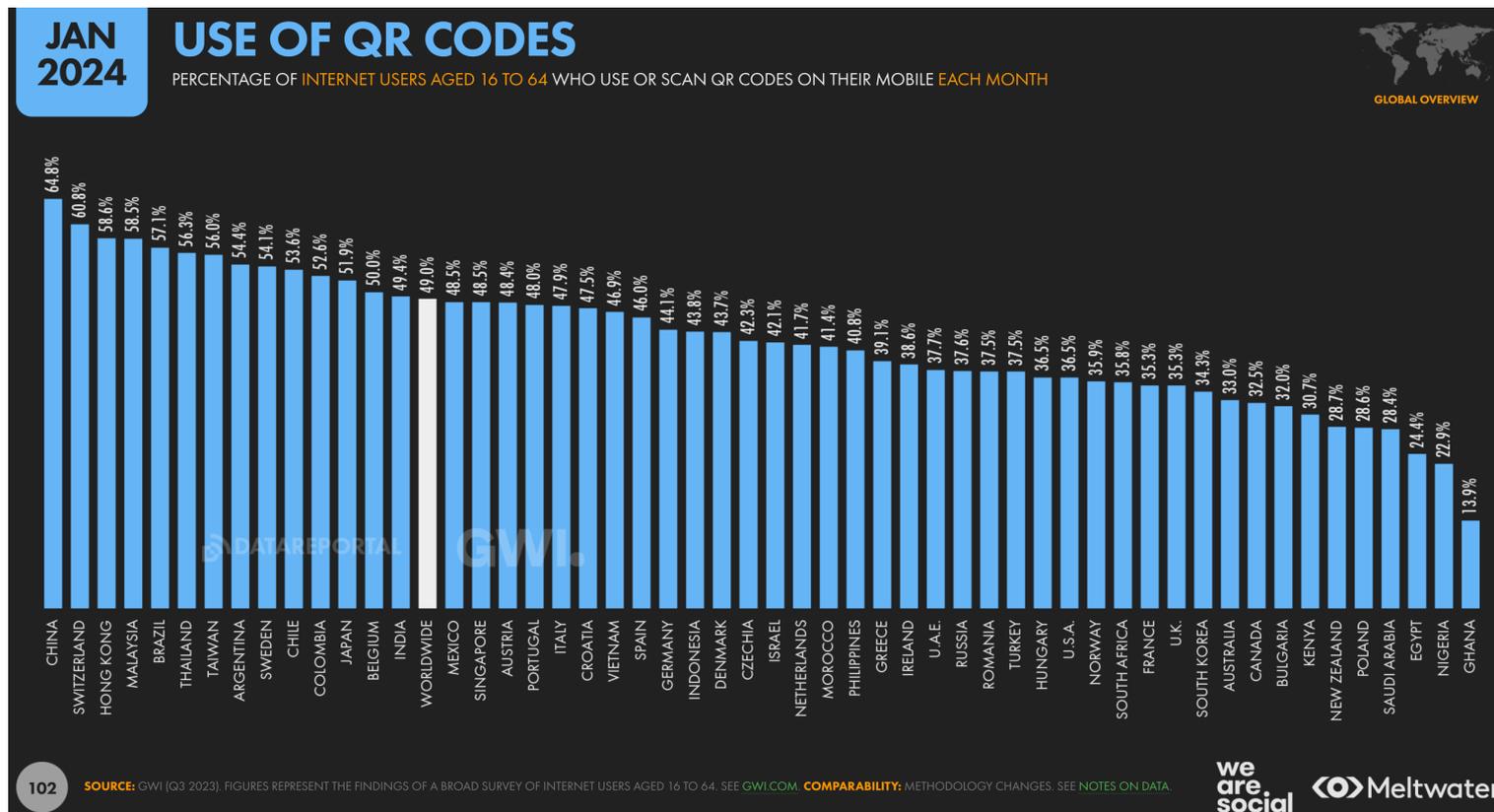
**Andranno probabilmente ripensati in
ottica di esperienza e personalizzazione
(incluso packaging e negozi)**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

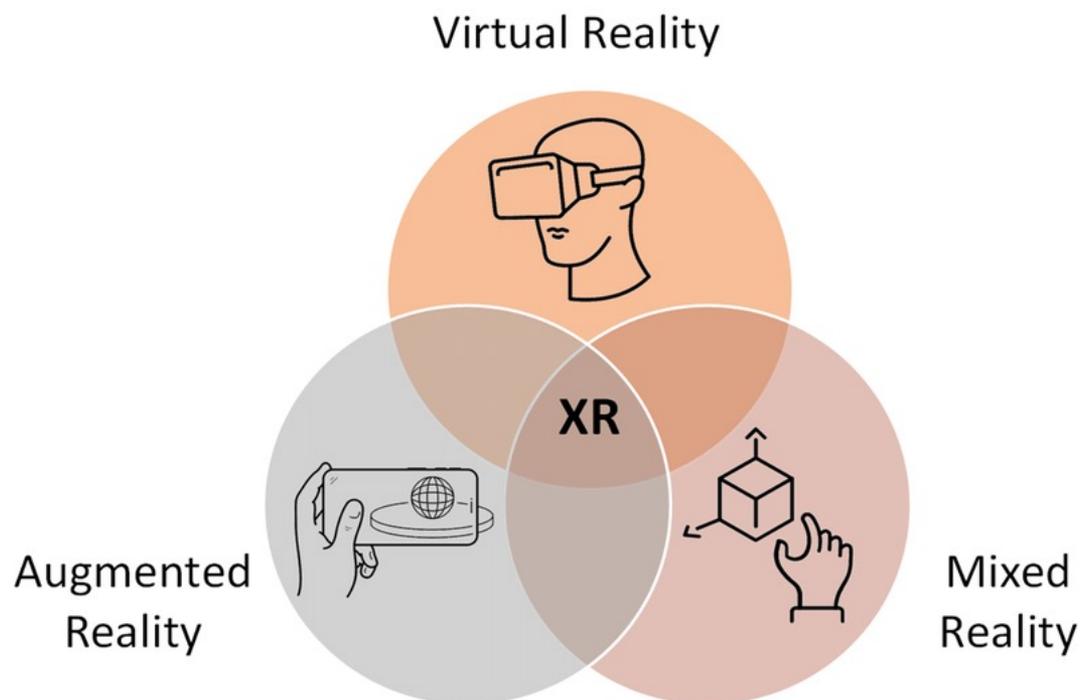
IL QR Code probabilmente verrà sostituito dalla semplice fotografia



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Le nuove tecnologie aumenteranno le potenzialità espressive



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

**...Anche se
personalmente
credo poco
nella diffusione
di soluzioni
complicate e
costose**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

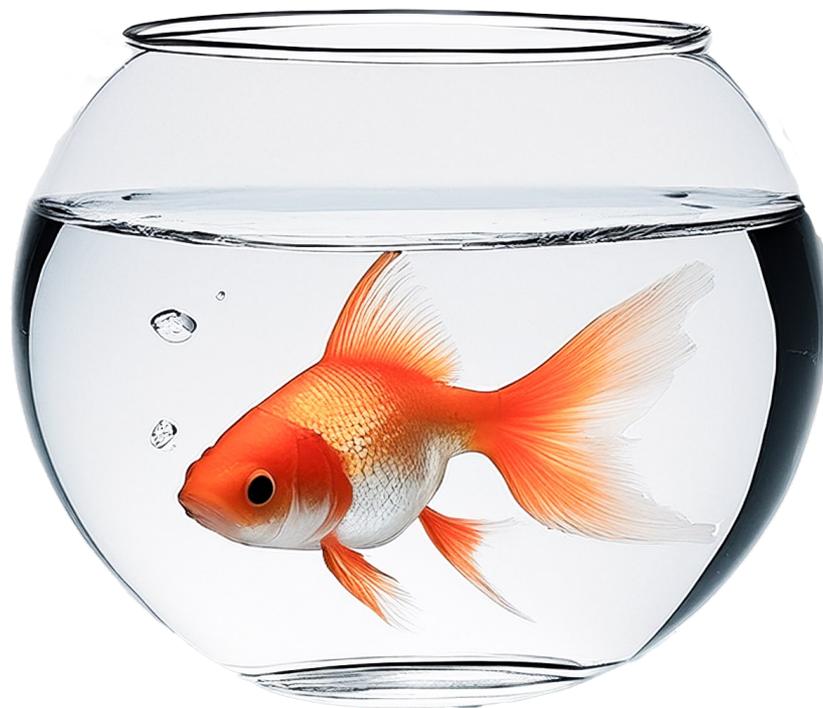
Ma adesso pensiamo al ricevente: Cosa ci possiamo aspettare?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

**Al moltiplicarsi degli stimoli si riduce
sempre di più l'attenzione**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Già non leggiamo più...

Di media già **si legge solo il 20%** di quello che è scritto
(testi lunghi)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE



Guarderemo le figure



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Tutto sarà un highlight?

Vogliamo i riassunti... (già ora il PDF lo fa con l'AI)

 AI Assistant

IL CAFFÈ

di **Massimo Gramellini**

Gli highlights e la vita

Questo sfogo è rivolto a te. A te che lo sport ormai lo guardi solo se te lo servono già predigerito in quelle pappine di due minuti, massimo tre, che adesso si chiamano highlights. Credimi, potrai scorrere all'infinito le immagini sincopate della semifinale parigina tra Alcaraz e Sinner, e illuderti di aver capito tutto solo perché il selezionatore dei momenti salienti, che tra un po' sarà un algoritmo o forse lo è già, ti avrà mostrato al rallentatore il colpo fantascientifico con cui Jannik riesce a far passare la palla accanto alla rete, anziché sopra. Oppure quell'altro, di Alcaraz, che l'arbitro aveva chiamato fuori, ma che Sinner, da gran signore, ha riconosciuto essere buono.

Però il tennis e lo sport in genere sono



un'altra cosa. Un'esperienza epica, che per maturare le sue svolte ha bisogno di condividere con chi l'osserva un fattore indispensabile: il tempo. Gli highlights non possono mostrarti la sensazione di vittoria imminente che aveva pervaso Sinner e i suoi tifosi verso la fine del quarto set, né lo spegnimento improvviso della luce, la fuga di Alcaraz nel quinto e l'illusione soffocata della rimonta. Omero si sarebbe rifiutato di condensare l'ira di Achille in due minuti, massimo tre. Per rispetto nei confronti della vita, che non è una sintesi, ma una maratona punteggiata di crolli, rinascite e anche di attimi dove in apparenza non succede nulla, di solito i più importanti, anche se non finiranno mai negli highlights.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

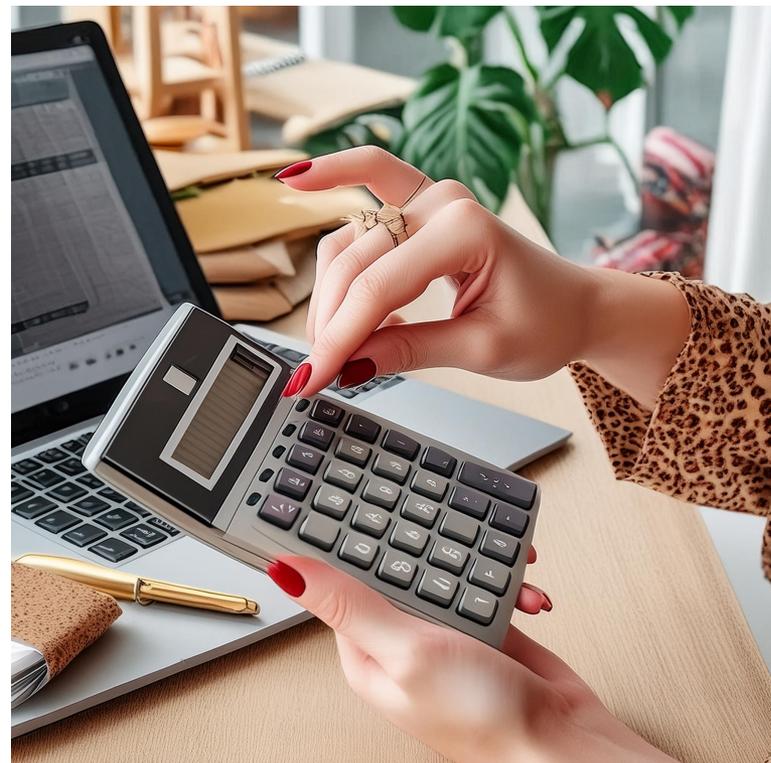


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

E ci fideremo

(mia mamma rifaceva i calcoli della calcolatrice a mano per verificare...)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

I motori di ricerca diventeranno motori di risposte

1'40''



<https://blog.google/products/search/generative-ai-google-search-may-2024/>



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Stella Romagnoli | Sito web e reputation
online

Bisogna preparare le fonti di informazione di Google

Occorre **costruire una narrazione online** dalla quale gli algoritmi possano trarre sintesi e raccomandazioni a noi convenienti.

Che raccomandazioni faranno i motori di ricerca riguardo al vino a base di Sangiovese?



fondazione banfi

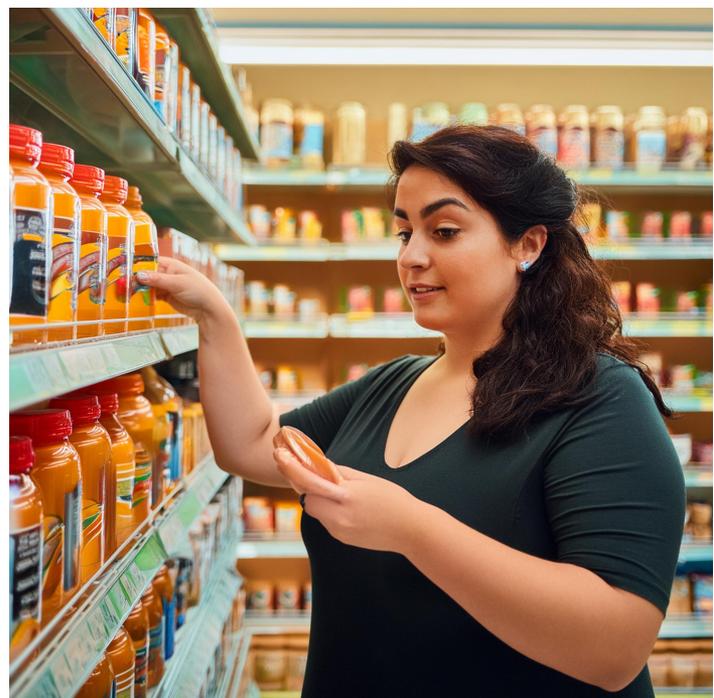
SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La comodità è bella... ma pericolosa

Avremo **assistenti virtuali e fisici** che ci faciliteranno la vita in tutto...

Che ne sarà della memoria?

E della salute fisica?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

E la salute mentale?

La **costante esposizione al successo altrui** (esibito sui social), e magari anche il condizionamento familiare (i genitori di oggi sono già sui social) cosa porterà?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

«Saremo mai abbastanza»?

ULTIMO BANCO
di **Alessandro D'Avenia**

Il segreto

«**L**a vita fuori fa schifo. Tutti di corsa, tutto di corsa, in una continua gara; un sacco pieno di domande e nessuna risposta, pretendono tanto da te ma tu non puoi pretendere niente da nessuno» così mi scrive una studentessa universitaria con cui avevo scambiato qualche riga ai tempi del liceo, quando era scivolata nell'anoressia che ora torna a minacciarla: «Ho ricominciato a perdere il peso recuperato, mi sono isolata dagli amici, mi chiudo in casa a studiare e non voglio più vedere nessuno. Tutti i medici che mi seguono ritengono che la malattia si stia nuovamente facendo largo.

Mi rifiuto di crederci. Che cosa sto facendo? Sto solo assecondando il



mondo, che ti vuole perfetto, magro, taglia 32, laureato con 110 e lode, figo, con una lavoro stabile e a tempo indeterminato, una famiglia e dei figli, a loro volta perfetti. La vita fuori, il mondo fuori, fa davvero così schifo? Qual è il segreto per vivere?».

La risposta possiamo cercarla insieme proprio a partire dal tuo dolore. Mi è sempre più evidente infatti che il vostro corpo urla la ferita che portiamo tutti ma che ora è più infiammata, la ferita dell'origine: non sentirsi abbastanza voluti, non sentirsi figli, quindi non gioire d'esser nati. Come curare questa ferita alla fiducia primaria nella vita, che è quella filiale?

continua a pagina **25**



fondazione banfi

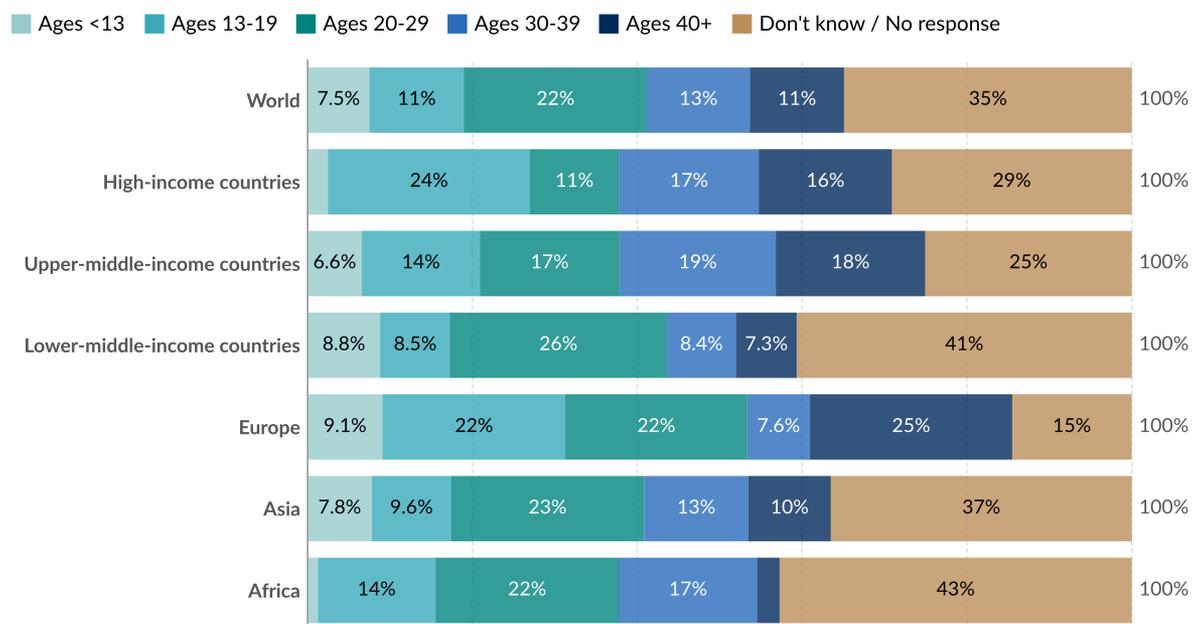
SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

I giovani sono i più esposti

Age when first had anxiety or depression, 2020

Our World in Data

Respondents who reported that they 'felt so anxious or depressed that they could not continue their regular daily activities as they normally would for two weeks or longer' were asked what age they were when they first felt this way.



Data source: Wellcome Global Monitor (2021)

OurWorldInData.org/mental-health | CC BY



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Il disagio mentale è in aumento tra i giovani

Questo potrebbe incrementare il consumo di droghe e alcolici, e non con un buon **impatto sul settore del vino.**



fondazione banfi

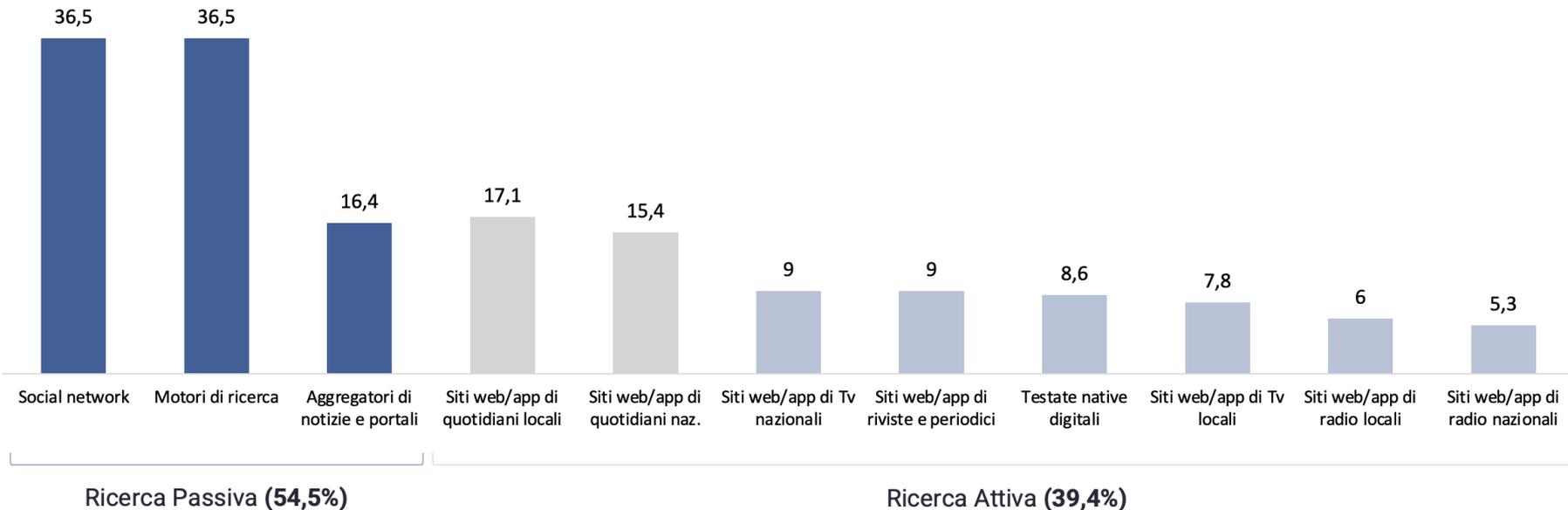
SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

L'abitudine a informarsi su fonti logaritmiche rafforzerà la polarizzazione

Fonti algoritmiche: piattaforme in cui la mediazione (la gerarchia dei contenuti) è effettuata da un algoritmo (es. motori di ricerca/social network)

Tipologia fonti di accesso all'informazione

%pen.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Polarizzazione e crisi della fiducia

La **polarizzazione e la crisi di fiducia** sono due fenomeni legati fra di loro.

La polarizzazione politica, sociale ed economica contribuisce alla formazione di **comunità** sempre più isolate.

E queste tendono sempre di più a **sviluppare una propria narrazione** ed una propria visione del mondo.

(Kotler, P., Sarkar, C. (2018). Brand Activism: From Purpose to Action)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Saremo sempre più superficiali, pigri e polarizzati?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

In questo contesto agiscono i bias del cervello primario

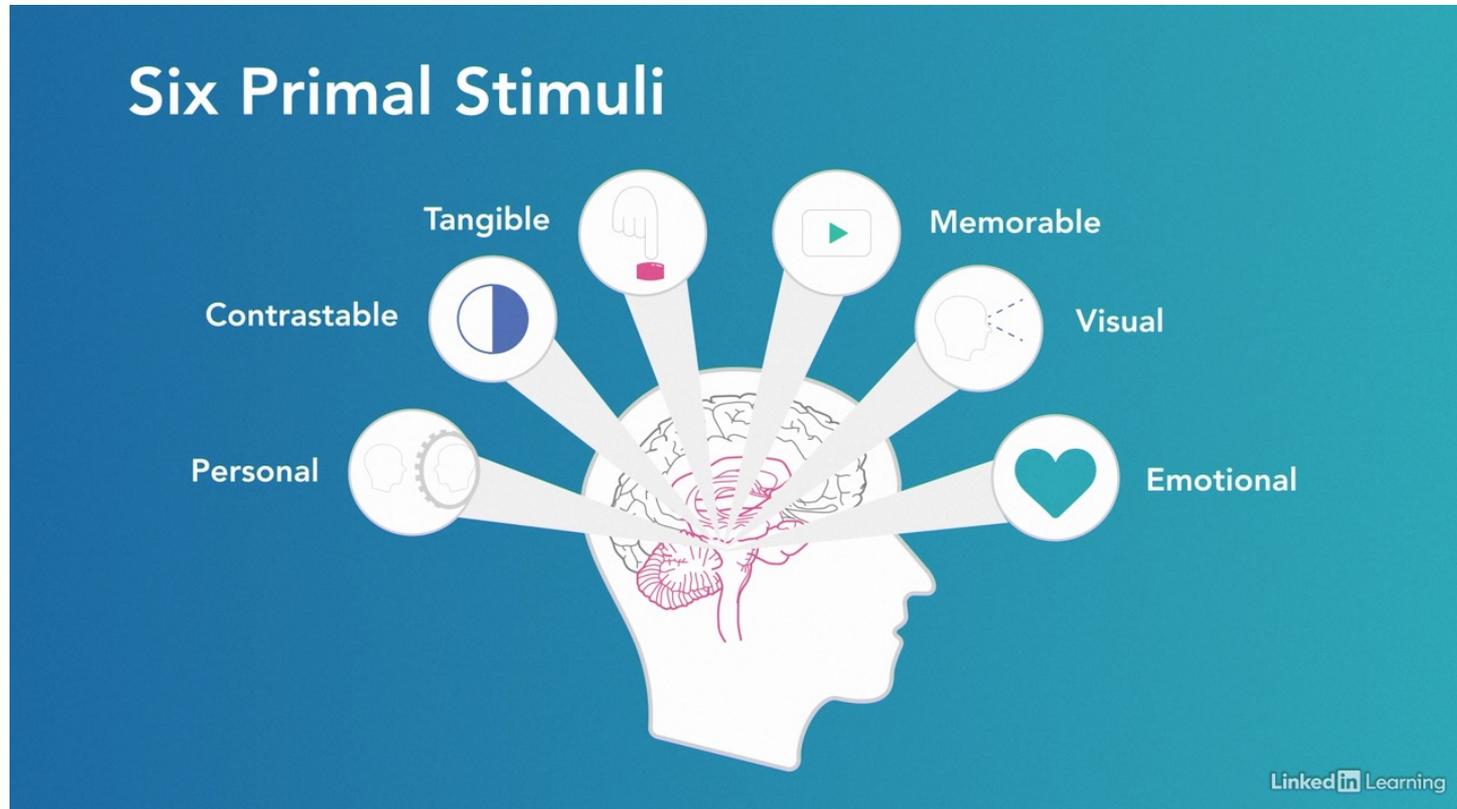


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Come si fa a stimolare il cervello primario?

2'06''



Patrick Renvoise –ThePersuasion Code: the Neuroscience of Sales, LinkedIn Learning 2020



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Saremo anche più egoisti?

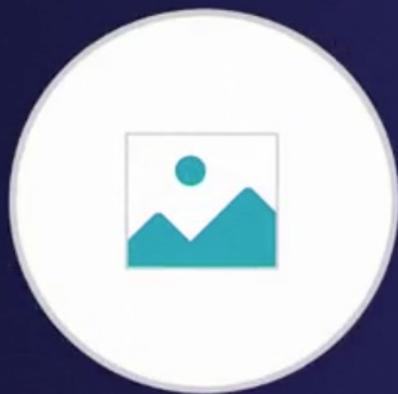


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Gli stimoli visivi sono più immediati e meno faticosi da processare

Time to Process



14 milliseconds



140 milliseconds



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Anche le regole della persuasione di Cialdini sono sempre più attuali

Alla base del funzionamento di questi principi c'è la ricerca di **scorciatoie** nel prendere una decisione



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Più ci impigriamo e più utilizziamo scorciatoie per prendere decisioni senza pensarci sopra

Stereotipi,

Regole sommarie per classificare le cose in base a pochi elementi chiave

(es. costoso = buono, raro = prezioso)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La pigrizia aiuta il persuasore...

Le scorciatoie consentono di **risparmiare fatica ed energia** nelle decisioni.

Ma gli automatismi ci rendono facili prede delle tecniche persuasive.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

I 6 principi di Cialdini

1. Reciprocità
2. Simpatia
3. Impegno e coerenza
4. Riprova sociale
5. Autorità
6. Scarsità



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Simpatia

Sono diversi gli ingredienti che generano «simpatia» e quindi persuasione:

- La bellezza
- La somiglianza
- I complimenti
- Contatto e cooperazione
- Condizionamento e associazione



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Bellezza: non dobbiamo sottostimarne il potere persuasivo



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La bellezza fisica sta diventando un'ossessione tra i più giovani

Giovani e chirurgia estetica: il ruolo dei social



Getty Images

I moderni canoni di bellezza, infatti, sono oggi veicolati soprattutto dai social, dove domina la logica dei selfie, la supremazia dell'apparire e il bisogno di ricevere approvazione da parte degli altri. Sembra ormai evidente come l'aumento di richiesta da parte dei giovani possa essere spiegato anche con la volontà dei ragazzi di aderire ai modelli proposti da TikTok e influencer. Modelli che oggi più che mai risultano 'falsati' attraverso l'uso massiccio dei filtri per modificare i volti.

«I ragazzi utilizzano sempre più spesso i sistemi di filtri per modificare il volto – sottolinea anche lo specialista. – E questo li spinge a voler intervenire sulla propria immagine anche nella realtà».

A far discutere di recente è stato soprattutto il filtro Bold Glamour che spopola su Tik Tok e che permette di modificare il volto in video. Attraverso questo filtro la pelle appare liscia, le labbra carnose, le sopracciglia ben definite e lo sguardo



ADAM BERRY

BEAUTY E BENESSERE

Giovani e chirurgia plastica: un legame sempre più stretto (e preoccupante). L'allarme dei medici

Non solo i *millennials*, ma anche i più giovani iniziano a frequentare con assiduità i centri di chirurgia plastica e di medicina estetica ispirati dalle *celeb*. È un fenomeno preoccupante segnalato da alcuni specialisti. Uno di loro suggerisce diversi approcci



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Somiglianza: siamo convinti dalle persone che ci somigliano



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Contatto e cooperazione: ci piacciono le cose che ci sono familiari

In generale siamo **più favorevoli** alle persone (e ai brand) con cui **abbiamo più contatti**, **soprattutto se le pensiamo che siano dalla nostra parte** (cooperazione). Stessi valori, brand activism.

AVVISO A PAGAMENTO

Abbiamo finito l'inchiostro?



L'Italia scrive una brutta pagina di storia non firmando la dichiarazione Ue sui diritti.

Il nostro paese non ha firmato la proposta per la promozione delle politiche europee a favore delle comunità LGBTQIA+.

La dichiarazione era stata preparata in occasione della Giornata Internazionale contro l'Omofobia, la Lesbofobia, la Transfobia e la Bifobia.

I diritti delle persone non dovrebbero avere colore politico, anzi dovrebbero essere tutelati come sancito nell'articolo 3 della nostra Costituzione: "Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali."

LA **coop** SEI TU. **CLOSE THE GAP**
per tutti e per sempre



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Condizionamento per associazione

Il meccanismo persuasivo di **condizionamento per associazione** è alla base delle strategie di **sponsorship, product placement, co-branding e co-marketing**



DE CECCO
- Mugnai dal 1831 -

**Jannik Sinner e De Cecco.
Incontro al vertice.**

Un grande tennista, una grande pasta. Abbiamo molto in comune: passione, impegno quotidiano, ricerca dell'eccellenza. De Cecco è da sempre fedele al proprio Metodo fondato sul rispetto dell'antica arte pastaia attualizzata grazie ad un moderno ed unico processo produttivo, perfetta sintesi per realizzare una pasta di qualità superiore. Insieme a Jannik Sinner per uno stile di vita sano dove i piaceri della tavola si coniugano al mangiar bene e alla qualità, nell'attenzione alla salute.

Sinner e De Cecco: l'incontro perfetto per portare il meglio dell'Italia nel mondo.

di De Cecco ce n'è una sola.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Riprova sociale

Quando siamo **indecisi** sul da farsi,
La tendenza naturale è guardarsi intorno per vedere **come**
si comportano gli altri



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE



Se vediamo una fila vogliamo entrare



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Riprova sociale: in caso di indecisione ci basiamo su quello che fanno gli altri



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

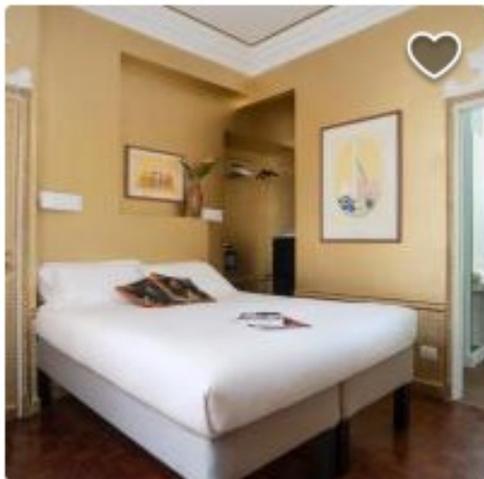
**Scarsità: se è raro o sta per diventarlo,
vale di più**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Il valore percepito aumenta se si sente la competizione altrui



Rivière Luxury Rooms Alla Scala ★★★★★

Struttura gestita da un host privato

[Milano Centro, Milano](#) - [Mostra sulla mappa](#) - 850 m dal centro

Offerta a tempo limitato

Camera Deluxe Matrimoniale/Doppia con Letti Singoli -



Camera privata

Letti: 1 matrimoniale o 2 singoli

Cancellazione GRATUITA

Se vuoi puoi cancellare più tardi, quindi assicurati questo ottimo prezzo oggi stesso.

Restano solo 2 camere a questo prezzo sul nostro sito



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

**Questi principi sono tanto più efficaci
quanto più il destinatario da convincere è
indeciso, ha fretta, è distratto o affaticato**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

**In un mondo sempre più affollato di
stimoli, tendiamo ad utilizzare
automatismi, e quindi ad essere succubi
di questi principi**



fondazione banfi

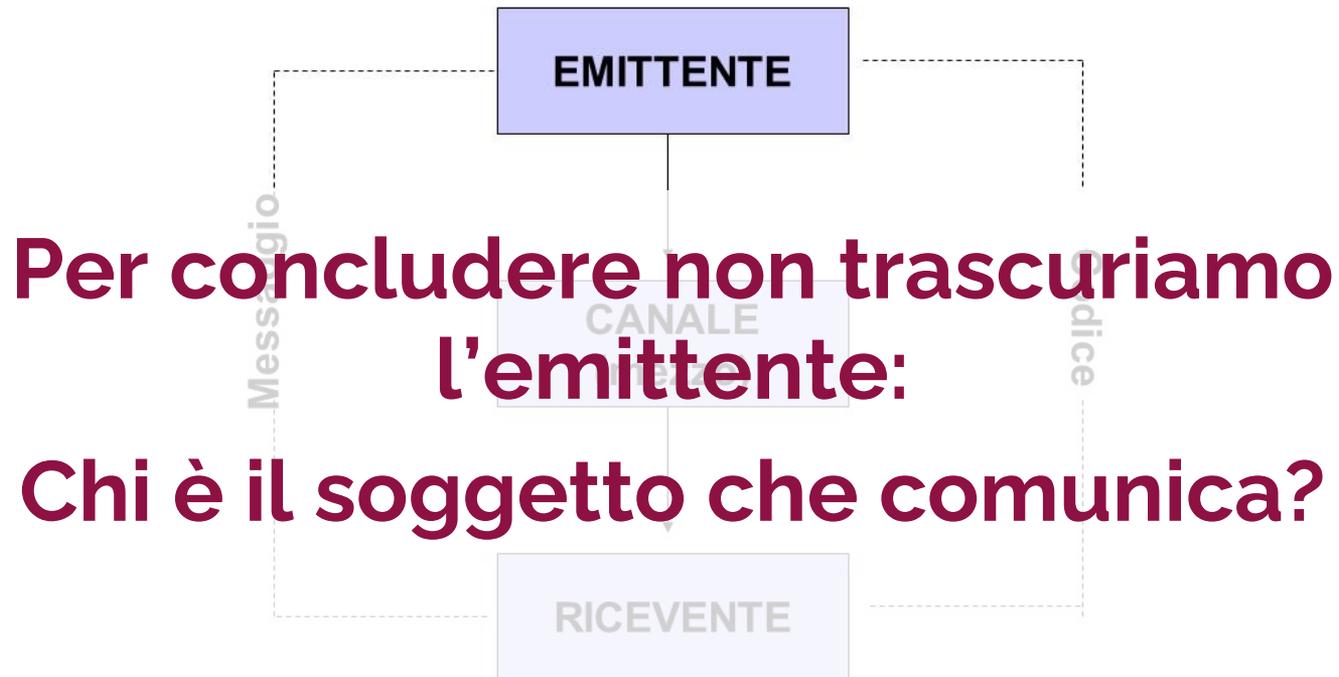
SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

...Che ritroviamo nei consigli di Google...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Nel mondo del vino troviamo:

I corporate brand



Le denominazioni

- Chianti Classico
- Brunello di Montalcino
- Vino Nobile di Montepulciano
- Rosso di Montalcino
- ...

I brand iconici

- Tignanello
- Sassicaia
- ...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Se pensiamo di comunicare il vino a base di San Giovese nel mondo...

In un contesto di consumatori sempre più distratti, occorrerà **concentrare le forze** per costruire awareness



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

**Ricordiamoci il principio della
persuasione «contatto e cooperazione»:
Siamo più persuasi dai brand che
conosciamo.**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Come si costruisce l'awareness?

Raggiungendo il target e ripetendo...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Se non si ha già un brand conosciuto, conviene puntare sulla denominazione

Creare una narrativa sulla denominazione e diffonderla:

- Rafforza l'awareness della denominazione
- Aumenta il materiale che gli algoritmi utilizzeranno per rispondere ai consumatori in tutto il mondo



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Per concludere



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Quali saranno i media del 2034?

Sicuramente digitali

Probabilmente «native»

Sicuramente visivi



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Come sarà il consumatore nel 2034?

Sempre più pigro

Alla ricerca (non faticosa) della fiducia

Influenzabile dalla sua community



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

In questo contesto come proponete di posizionare il vino a base Sangiovese?

Scegliete una denominazione.

Quali media usereste e perché?

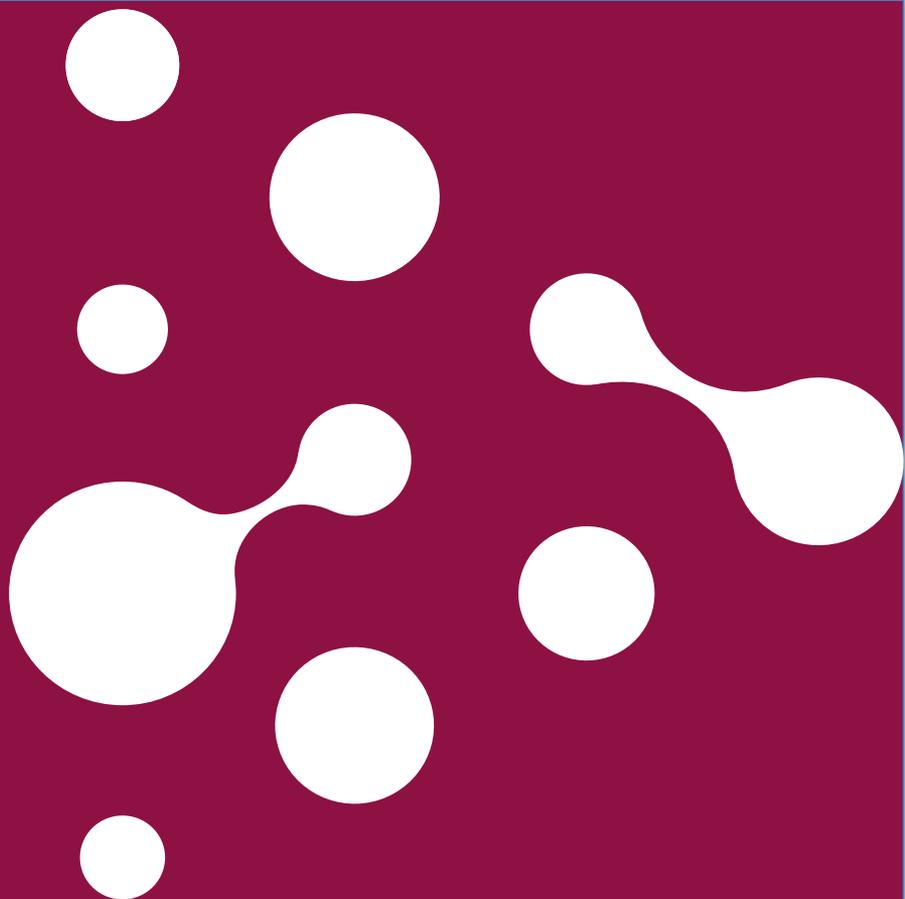
Che tipo di posizionamento, di narrazione, daresti a questa denominazione?

Come convincerete a berlo e comprarlo?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

fondazionebanfi.it