

# TikTok Fashion Trend

settembre 2024

# Introducing *Capture the Pulse*

Capture The Pulse si impone come il **nuovo punto di riferimento all'avanguardia nel panorama dell'analisi dei trend sui social media**, focalizzandosi con precisione su **TikTok**.

Questo strumento, frutto della collab tra The Fool e ViralMoment, rappresenta un vero e proprio **salto qualitativo nel mondo del digital marketing**.



# Una bussola alla scoperta dei trend virali

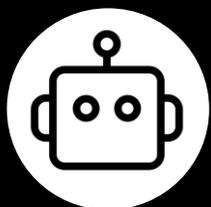
Grazie a Capture The Pulse, i brand hanno l'opportunità unica di immergersi in report dettagliati che svelano le **dinamiche di engagement dei fenomeni social virali, anche su TikTok, trasformando ogni insight in un'azione strategica vincente.**

Questo significa poter modellare la creazione di contenuti, l'orientamento e le tattiche di marketing in maniera informata e mirata, garantendo che ogni **campagna non solo colpisca nel segno, ma riecheggi potentemente nell'ecosistema social, stabilendo un legame autentico e duraturo con il pubblico.**

# Il tracciamento di TikTok: la tecnologia ViralMoment



La piattaforma ViralMoment permette di **tracciare i video con il maggior numero di views** relativi a un determinato hashtag, che funge da entry point dei dati.



I **video** vengono poi **analizzati dall'AI** del tool grazie a **innovative tecniche di computer vision**: la tecnologia di ViralMoment **guarda i video tracciati** e ne **studia le informazioni contenute** all'interno (riconosce gli oggetti e le espressioni, ascolta i testi e i sound).



Tutte queste **informazioni** si trasformano in **dati analizzabili**, fornendo un **livello di dettaglio** tale da **rendere più efficace e distintiva la trend discovery**.



# I driver di engagement

Contenuti, hashtag, sound e creator  
del **mondo fashion**

Oltre 230 mln di content a tema fashion, che ruotano intorno ad hashtag TikTok-first, come *OOTD* e *GRWM*. Scegliere l'outfit è sempre più un'attività da fare *in sharing*

OVERVIEW FASHION | GLOBAL

**230mln** video totali  
**2,4mld** views totali

hot sounds (ultima settimana)

- #1 Aesthetic      Tollan Kim
- #2 Love You So      The King Khan & BBQ Show
- #3 Original Sound      EX7STENCE™

top hashtag totali

PER VOLUMI	PER VIEWS
#fashion	#fashion
<b>#OOTD</b>	<b>#OOTD</b>
#outfit	<b>#GRWM</b>
#clothes	#outfit
#FashionTikTok	#FashionTikTok

Le maglie di football vintage vincono per *hotness* e con #sportychic confermano il rilievo dell'influenza sportiva sull'outfit. Forte proiezione all'armadio invernale, compresi maglioncini all'uncinetto fatti a mano

- #vintagefootballshirt
- #sportychic
- #winterboots
- #winterjackets
- #knittedsweaters

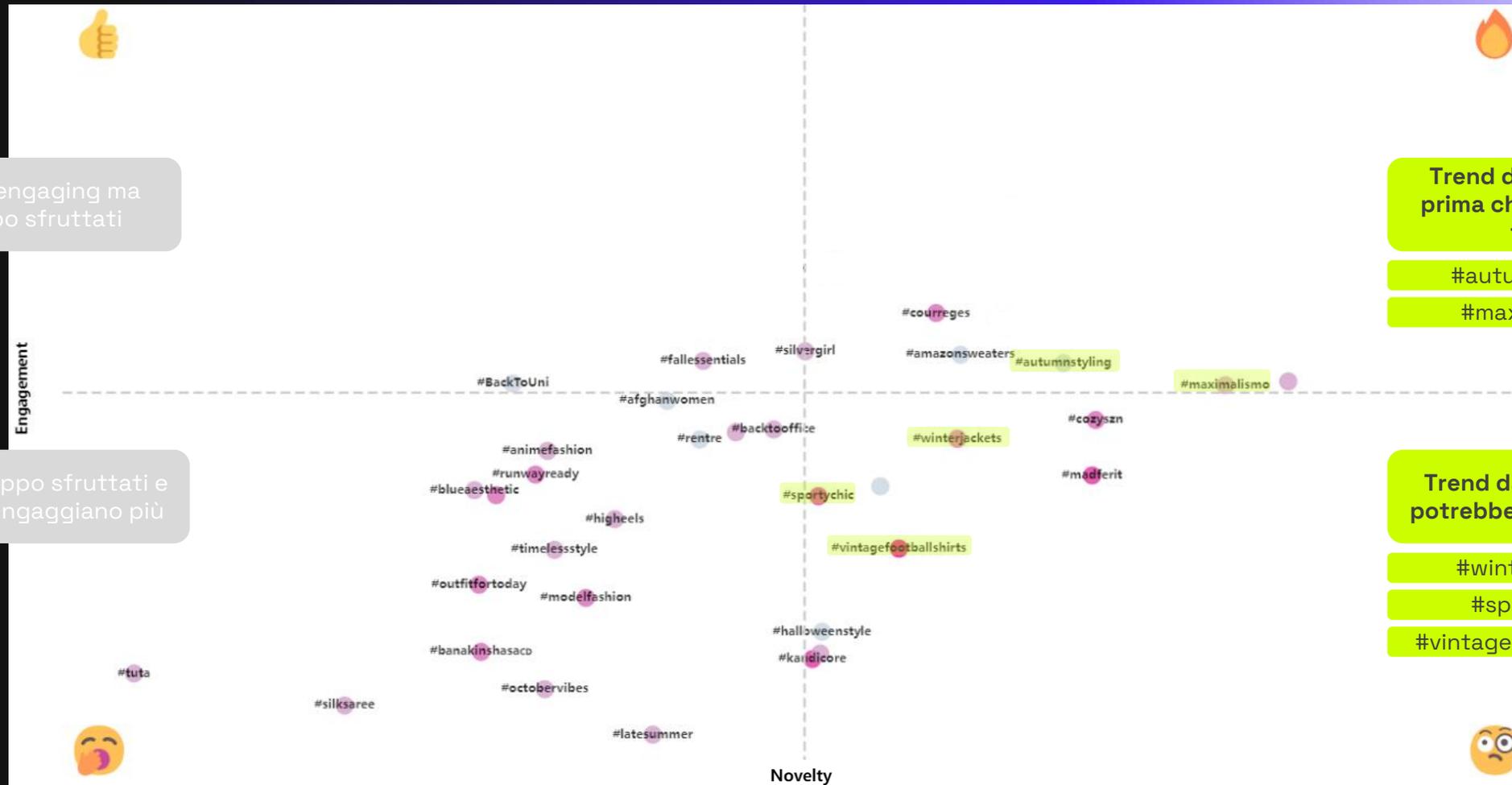
TREND	VIEWS TOTALI	% VIEWS	HOTNESS
	40mln	+4%	🔥
	75mln	+20%	😍
	652 mln	+1%	😍
	59 mln	-1%	😍
	59 mln	-1%	😄



+ HOTNESS -

FASHION TREND

# Hashtag da tenere sotto controllo perché potrebbero esplodere o da cavalcare ASAP

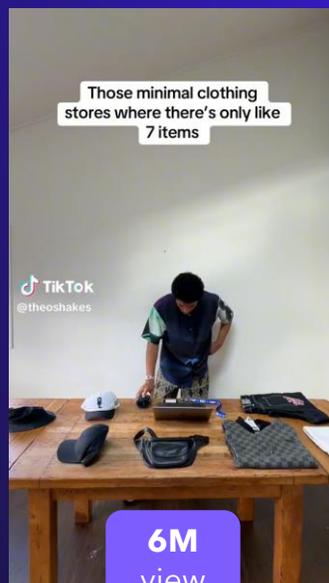


# Al netto della collab dalle nuances più chic di Nara Smith & Vogue, l'ironia la fa da padrona tra i trend global, spesso con location il negozio. Prevalgono i contenuti *branded*

BLOWING OUT NELLA FYP | GLOBAL



@voguemagazine collabora con la nota tradwife *Nara Smith* in occasione della sfilata di Ralph Lauren, riprendendo il ricordo del primo incontro con il marito.



@theoshakes ironizza sugli shop minimal che espongono pochi vestiti a prezzi molto elevati.



@stjamesquarter\_hco propone i nuovi maglioncini della collezione sfruttando il trend audio «*sweater wheather*» di SNL Peacock.

# Il fast fashion al centro per l'Italia con una visione duplice: le blogger lo consigliano per estetica e prezzo, accanto a CTA che mettono in guardia sulla pericolosità dei prodotti Shein



## ISPIRAZIONI DAI TOP VIDEO | ITALIA



@auroracontiii, che si presenta sul suo profilo come *fashion mannequin*, si reca da H&M per provare un vestito «*very demure*».



@lucadeseta23 rilancia il ritrovamento di sostanze chimiche dannose all'interno dei capi *Shein*, invitando la community a smettere di acquistarli.



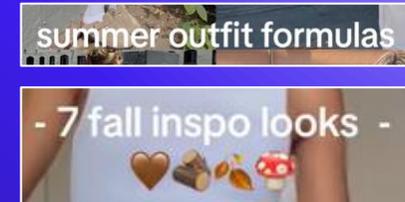
@giadabittoni99 invita la propria community a correre da Stradivarius per non perdersi il «*coordinato perfetto*».

L'acquisto nuovo è in grado di stimolare sia attesa per il *try-on*, protagonista di numerosi video, che *amore*. Ma c'è spazio anche per il *fun*: capi *simpatici* per chi non ama prendersi troppo sul serio

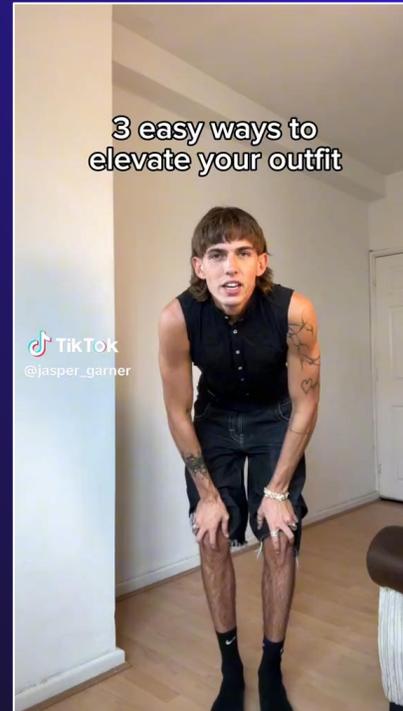
TOP SENTIMENT & EMOTION | GLOBAL



Domina su TikTok la tendenza degli utenti a voler programmare i propri look, sia che si tratti della settimana personale o lavorativa, sia che il focus sia sulla prossima stagione. In relazione a quest'ultimo, è imperativo essere cool: *cool combos*, *cool girls will be wearing* per rispondere al costante bisogno di «*formule*» di outfit



Si distingue un secondo need per la community fashion di TikTok: quello di **elevare i propri look, non comporre outfit banali, cheap**. Appare sempre **più evidente la differenza tra wearing e styling**



L'ispirazione per le «formule» arriva direttamente da content che riprendono persone comuni per le metropoli icone di stile, con look catchy, da prendere come esempio, replicare con il proprio armadio o con nuovi acquisti





# I brand protagonisti

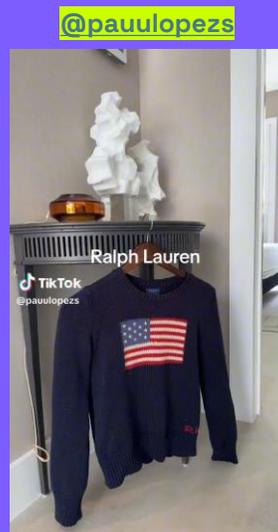
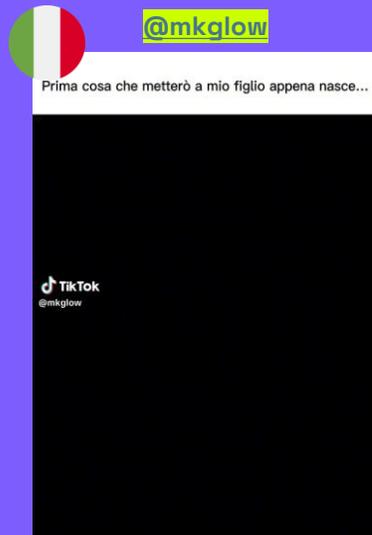
I marchi che guidano i trend del **mondo**

**fashion**



Al primo posto **Ralph Lauren**, che **incarna perfettamente il trend sporty chic**, oltre che un'**iconicità di stile**: le *winter gurlies* non vedono l'ora di indossare i giubbotti, gli utenti **ambiscono a diventare una *RL princess* o di vestire i propri bimbi con il brand.**

TOP VIDEO



# Brandy ♥ Melville

TOP VIDEO

@.filmedbyaudrey



@aeilela



@keanni.c



**Brandy Melville** riesce a canalizzare le view e le interazioni di TikTok, oltre che del proprio target, grazie agli **haul in occasione dei back-to-school delle liceali** perlopiù americane, che mostrano i vari capi acquistati; da sottolineare **l'ultimo che cavalca lo stile *coquette*.**



Completa il podio Amazon che conquista grazie a video try-on: si confronta il *dupe Amazon* con l'abito originale (come *Skims*), o si cercano alternative per indossarli in modo tale da rendere un capo semplice più originale.

TOP VIDEO

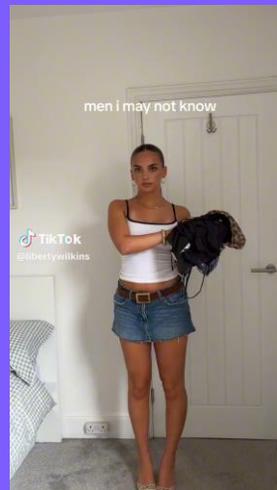
@liv.yah



@macandthecheesy



@libertywilkins



Dopo la top three composta da brand di fascia medio-bassa, si alternano protagonisti di Fashion Week, brand di sneakers e fast fashion

The logo for Miu Miu, featuring the brand name in a bold, lowercase, sans-serif font.The logo for UGG, featuring the brand name in a bold, uppercase, serif font.The logo for Adidas, featuring the three stripes symbol above the brand name in a lowercase, sans-serif font.The logo for Vivienne Westwood, featuring a small icon of a windmill above the brand name in a stylized, gothic font.The logo for Zara, featuring the brand name in a bold, uppercase, serif font.The logo for Nike, featuring the Swoosh symbol above the brand name in a bold, italicized, uppercase, sans-serif font.

# Considerazioni finali

**#1** Cresce l'attenzione per lo stile sporty chic, spinto dal trend *tenniscore*, che unisce estetica sportiva e casual con nuances sofisticate. Questo fenomeno non si riflette solo negli hashtag più popolari e in tendenza a livello global, ma anche nell'interesse per capi come le maglie da football vintage e per brand iconici del settore, come *Ralph Lauren* e *Brandy Melville*, che integrano lo stile sportivo classico nei loro design.

**#2** Il **need** primario è quello di **pianificare il proprio armadio e i propri look**, dalla settimana fino alla next season. Gli utenti **vogliono essere pronti e *cool*** in ogni occasione. Il primo step è la **ricerca di *formule* su TikTok**, che ha funzione ispirazionale, per ottenere non solo i **capi giusti**, ma anche gli **abbinamenti perfetti**, senza dover riflettere troppo su come combinarli e **risparmiando tempo ed energie decisionali**.

#3

Il **fast fashion** continua a esercitare una forte attrattiva sugli utenti, sottolineando l'importanza dei costi come fattore determinante nelle loro scelte di acquisto, mettendo in secondo piano sostenibilità e salute. Non solo l'inchiesta critica su *Shein* emerge tra i **top video italiani** e non global, ma appare sempre più chiacchierata da news e fonti di informazione, piuttosto che dal settore fashion.

#4

L'orientamento al risparmio si riflette anche nella diffusione dei *dupe* e nella crescente popolarità di *Amazon*, non verticale sul mondo fashion. Questo grazie al fatto che offre una vastissima serie di articoli a prezzi competitivi, rendendo accessibili e alla portata di tutti, prodotti che prima sarebbero stati esclusivi di un certo target medio-alto.

**Seguici sui nostri canali!**



# Metodologia

# Metodologia

## Obiettivi

Il presente documento si pone l'obiettivo di delineare i **principali trend TikTok** del settore *fashion* emersi nel corso degli ultimi due mesi. Un **focus specifico** è stato poi effettuato sull'Italia.

## Tool di analisi

ViralMoment

*Timeframe:* luglio – settembre 2024 (*10K video sottoposti a computer vision*)

*Source:* TikTok

*Strategic country:* Francia, Italia, Germania, UK, US