

TikTok Grocery Trend

giugno 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 in Italia

Contenuti, hashtag, sound e creator
del **mondo italiano della spesa**

Penny Italia traina le view grazie a due format TikTok-first: il POV di una «lavoratrice imbruttita» e un meme con sfondo un quadro; entrambi fanno leva su relatability, poco tempo e disponibilità economica. Al terzo posto il gelato Nutella

@penny.italia

2,5M view



@pennyitalia

2,3M view



@marsfou

1,2M view



Tra i top hashtag sia **format di successo nell'industry**, come i video **Svuota Spesa**, che **brand come Lidl**, che avendo le offerte settimanale a tema riesce a stimolare un buzz costante. In ultima posizione **#povertà**, che in parte acquisisce **toni ironici** e in parte sottolinea **l'importanza della dimensione economica**

TOP HASHTAG

#lidl

#svuotaspesa

#spesa

#perte

#haulspesa

#foryou

#fyp

#neiperte

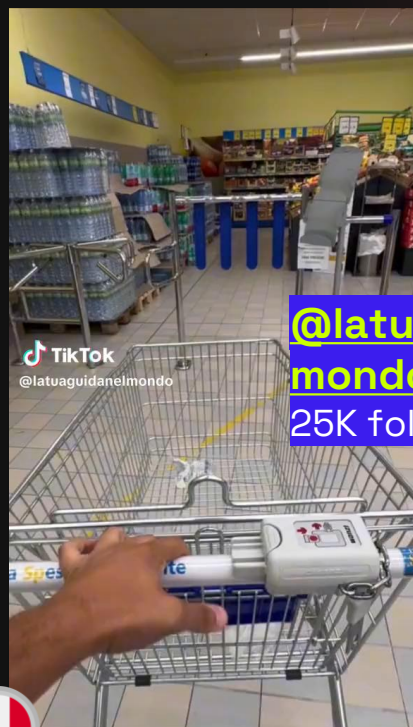
#viral

#poverta



I popular creator conquistano il pubblico con i video di spesa direttamente nei supermercati, che mettono a confronto l'esperienza cross-country, o con il classico svuota-spesa

POPULAR CREATOR DEL PRIMO TOP HASHTAG
UNBRANDED #SPESA



@latuaguidanelmondo
25K follower



Fare la spesa in California

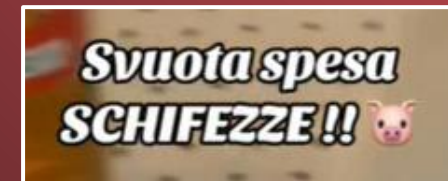
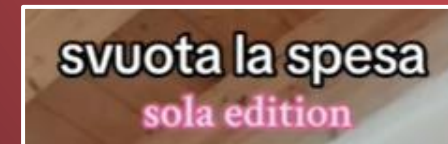
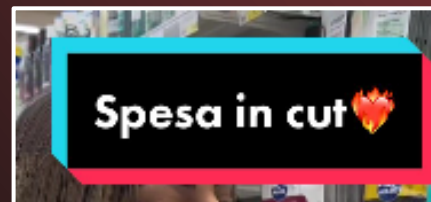
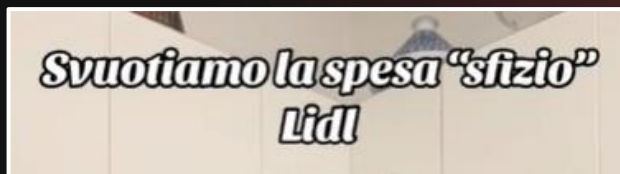
@mycalijourney
12K follower



@alicefregosi
260K follower



In un mare magnum di Svuota-Spesa, si evidenzia la **tendenza ad annunciarne subito la tipologia:** esigenze alimentari specifiche, spesa a regime o «*sgarri*», festività, country degli acquisti, quantità di persone coinvolte, etc.



Non solo content di spesa all'estero per i fuorisede.
L'esperienza di viaggio per molti utenti non può dirsi completa se non passa attraverso un supermercato locale: si ricercano i prodotti tipici più insoliti e spesso il video continua con un momento degustazione



La figura iconica della Cassiera, protagonista di numerosi video meme tipicamente italiani: una lavoratrice instancabile, velocissima, ma anche satura del lavoro a contatto col pubblico



Sound rilassanti e neutrali di sottofondo per i video parlati (come lo Svuota spesa o le visite negli store), accanto a ritmi più veloci per i video editati. *Samba Do Brasil* più usata per il formato Carousel



TOP SOUNDS

- | | |
|-----------------------|-----------------------------------|
| #1 WZ Beat | Beat Automotivo Tan Tan Tan Viral |
| #2 Nan | Sesso e Samba |
| #3 Eldar Kedem | Walking Around - Instrumental |
| #4 FASSound | Upbeat Funk |
| #5 Pageant Enthusiast | Samba Do Brasil |



I driver di engagement

Contenuti, hashtag, sound e creator
della **spesa negli strategic country**

Anche nel panorama strategic country, il buzz sulla Spesa è fortemente branded e in questo caso orientato su Lidl, che guida le view proponendo una ricetta veloce; al terzo posto il video di rating dei prodotti bakery con filtro dedicato

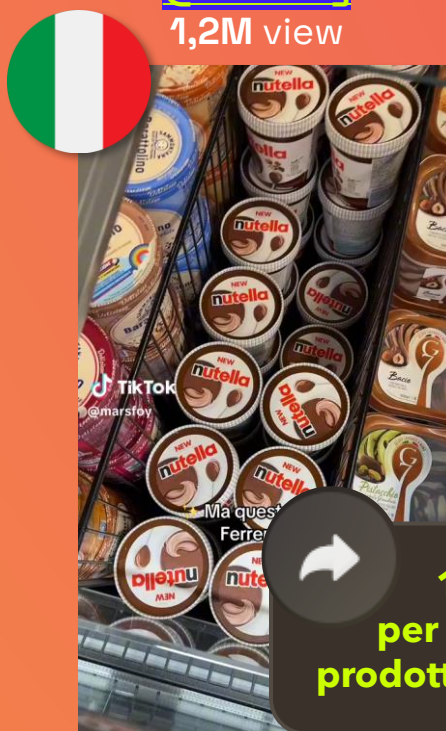
@lidlgb

1,5M view



@marsfou

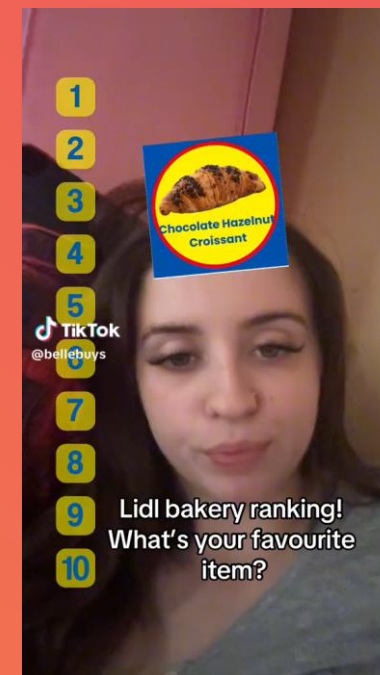
1,2M view



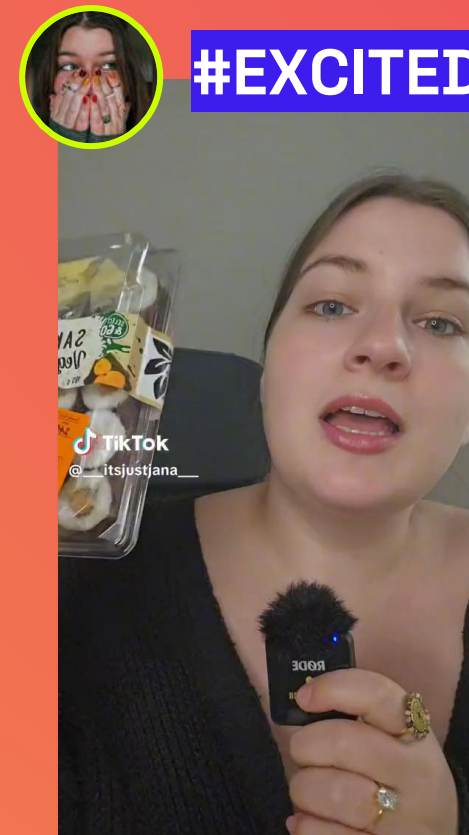
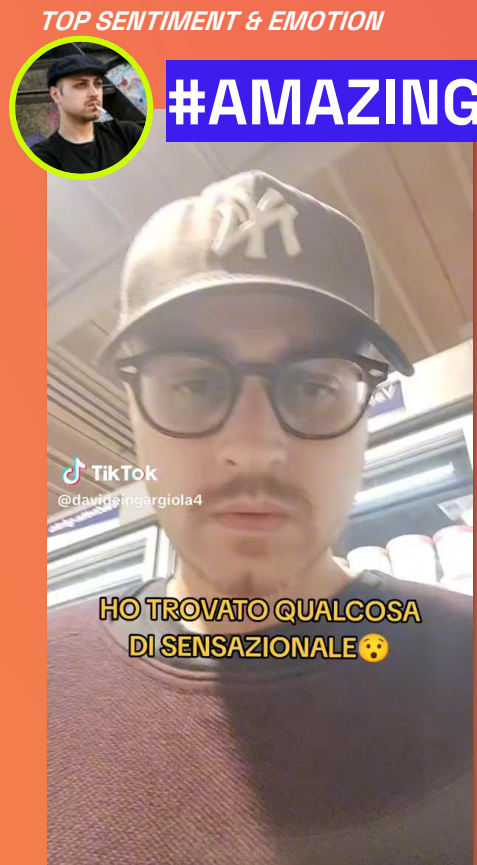
16K share
per un nuovo
prodotto iconico

@bellebuys

1,1M view

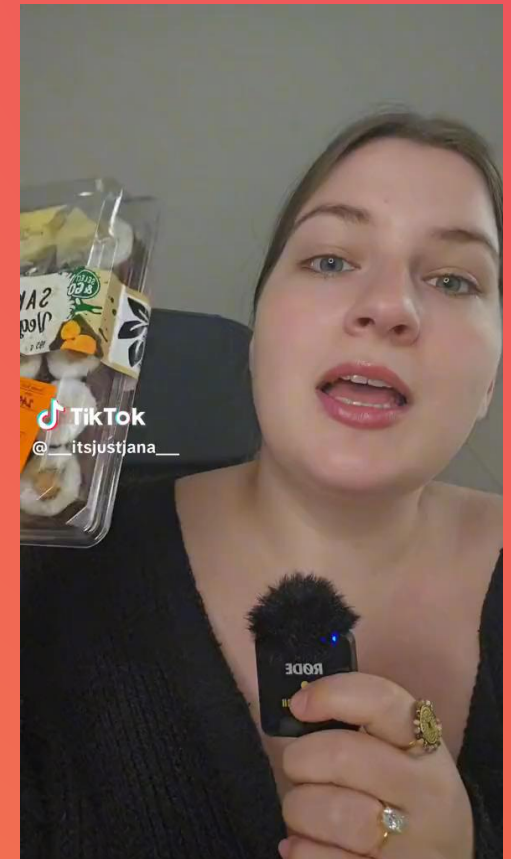


Sentiment positivi nelle strategic country: la scoperta si mixa con lo stupore e l'entusiasmo di provare nuovi prodotti da cui deriva un elevato turnover. Gli user sono sempre alla ricerca del best product



GROCERY TREND

Due content su tre mostrano i protagonisti leggere attentamente ingredienti e fonti nutritive. I consumatori, sia che si tratti di specialisti che di utenti comuni, sono più consapevoli delle loro scelte alimentari e prestano maggiore cura a quello che mangiano e bevono



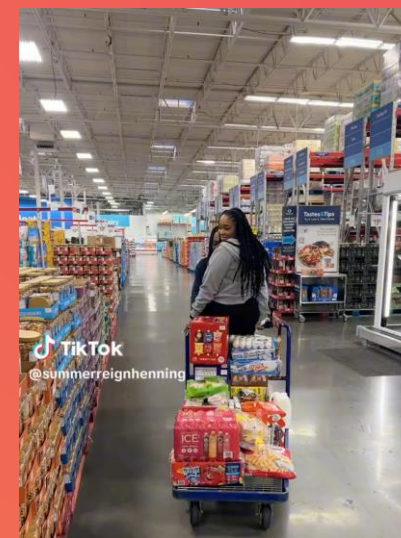
Molto più spesso nel panorama strategic country, compaiono **video di restock**: non solo gli utenti mostrano quello che hanno acquistato al supermercato, ma **lo ripongono nella propria cucina, estremamente pulita ed ordinata**. Il tutto si accompagna a una **musica rilassante** in sottofondo e a un **voice-over ASMR**



**OBIETTIVO
RELAX**



In linea con il buzz italiano, compaiono numerosi video che mostrano la propria spesa «*on a budget*», rapportato alle abitudini del paese: in Europa prevale la spesa settimanale, mentre in US è monthly e si svolge in supermercati all'ingrosso. Gli utenti rispondono commentando i prodotti ma anche giudicando la propensione alla spesa



**OBIETTIVO
ENTERTAINMENT (...E
GIUDICARE!)**



Complice la natura della spesa all'ingrosso per gli americani la spesa è vissuta come un «*serious business*»: carrelli tecnici personali e tracolla per bevande idratanti sono gli alleati dei consumatori in US



La **formula magica** per cavalcare i trend comprende 3 ingredienti:



#1 **AWARENESS**

...ti raccontiamo i trend social, come nascono e come si sviluppano!

#2 **TIME TO SHINE**

...ti suggeriamo il momento giusto per riuscire a cavalcare il trend al meglio!

#3 **HOW-TO SHINE**

...ti suggeriamo il modo giusto per cavalcare il trend che più si addice al tuo brand!

Per il mondo food, un trend virale in US è quello della **girl dinner** che si compone di **Caesar Salad e patatine fritte**, spesso e volentieri accompagnate da un diet Coke



500000
400000
300000
200000
100000
0

mag-24

TikTok View

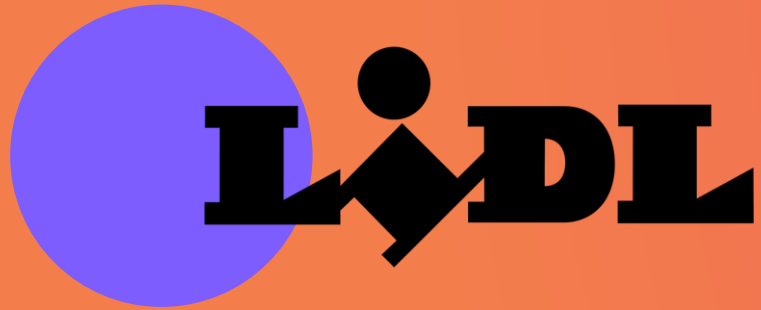
GROCERY TREND

TIME TO SHINE
PER I BRAND



I brand protagonisti

I marchi che guidano i trend della spesa
nelle strategic country



TOP VIDEO

@lidlgb



@bellebuys



@georgiearcher



Property Lidl ed utenti generici contribuiscono a dare un boost a reach ed engagement del brand su TikTok tramite video ricette e filtri ad hoc di challenge di rating. Il terzo video sui prodotti a tema Euro2024 dimostra la capacità del brand di essere sempre al passo coi tempi cavalcando le tendenze attuali

nutella®

TOP VIDEO

@marsof



@gaerux



@framawins



Nutella riesce a catalizzare il coinvolgimento degli utenti TikTok con il nuovo gelato: i top content presentano il prodotto e lo assaggiano. Sebbene sia apprezzato trasversalmente da tutti, il prezzo viene ritenuto eccessivo



TOP VIDEO



Come Lidl, Aldi tramite le property local concorre alle top view con collab di influencer: nel primo caso è try-on di prodotti make-up nell'altro il classico making-of di una ricetta. Al primo posto un UGC che ironizza sulle «avances» ricevute dalla cassa parlante in-store

A seguire, i brand più chiacchierati si legano ai prodotti iconici della GDO prevalentemente del settore beverage ma anche beauty, in particolare relativi a hair care e make-up

The Coca-Cola logo is displayed in its classic script font, centered within a bright yellow circular background.The Barilla logo features the brand name in a bold, italicized sans-serif font, enclosed within a black oval with a white border, set against a yellow circular background.The Fanta logo is shown in a bold, blocky font with a thick black outline, accompanied by a stylized leaf icon above the letter 'A', all within a yellow circle.The Sprite logo is presented in a bold, italicized sans-serif font, enclosed in a dynamic, starburst-shaped outline, set against a yellow circular background.The Garnier logo consists of the brand name in a bold, sans-serif font, with a silver, metallic sphere positioned to the left of the text, all within a yellow circle.The L'Oréal logo is displayed in a clean, bold, sans-serif font, centered within a yellow circular background.

Considerazioni finali

È necessario tenere sempre maggiormente in considerazione la **dimensione economica**, che sta diventando un **asset decisivo nello story-telling grocery**, al punto che anche un **prodotto amato e amabile come Nutella può attirare critiche sul prezzo.**

Gli utenti hanno già trovato un modo per esorcizzare il disagio economico odierno, tramite meme ironici; ora tocca anche ai brand!

Contenuti e format di successo

#1

Lo **Svuota Spesa** è un **must** dell'industry, tuttavia è necessario **personalizzarlo e adattarlo alla country** per renderlo di successo.

#2

La tendenza a **voler dare giudizi degli utenti si esemplifica da filtri di rating e nei commenti**, dando spazio ad attività analoghe da parte dei brand per ingaggiarli.

Se vuoi scoprire di più su *Capture the Pulse* prenota una call [qui!](#)

Seguici sui nostri canali!



Metodologia

Metodologia

Obiettivi

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

Tool di analisi

ViralMoment

Timeframe: maggio – giugno 2024 (*1K video sottoposti a computer vision*)

Source: TikTok

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