

Marketing & Events

Trends 2025

**“Prima pensa.
Poi sogna.
Quindi credi.
E infine osa.”**

Walt Disney

Sommario

Macro Trends

- 08** A-Ideal: Utopie tecnologiche e inquietudini digitali
- 10** Soil & Soul: Benessere olistico e riconnessione con la natura
- 12** Intrepido: l'audacia delle nuove generazioni
- 14** Sole Mio: Spiritualità leggera e lusso simbolico

Marketing

- 18** Autenticità e Creatività Umana
- 18** World-Building
- 18** Slow Marketing
- 19** Surrealist Marketing
- 19** Nuovi Valori

- 20** The New Mass Marketing

22 Keypoints

Eventi

- 28** L'Importanza del "Live" e il ritorno in presenza
- 28** Esperienze immersive e multisensoriali
- 28** Sostenibilità come imperativo
- 28** Bleisure
- 29** AI e personalizzazione degli Eventi
- 29** Inclusività e diversità
- 29** Microeventi esclusivi
- 29** Neverending Events
- 29** Benessere e mind-fulness
- 30** La potenza dello Storytelling e la costruzione di comunità

Macro Trends

Viviamo un presente intenso, dove il coraggio di innovare si unisce alla ricerca di equilibrio e autenticità.

Tra progresso tecnologico e connessione con la natura, trasformiamo il cambiamento in opportunità. Creatività e sostenibilità diventano le chiavi per costruire un futuro guidato da significato, armonia e consapevolezza.

A-Ideal:

Utopie tecnologiche e inquietudini digitali

L'intelligenza artificiale sta rapidamente trasformando il modo in cui viviamo e lavoriamo, portando con sé sia nuove opportunità che interrogativi.

Tecnologie come i modelli generativi hanno aperto la strada a una creatività senza precedenti, ma hanno anche acceso dibattiti su temi come l'etica e la sostenibilità lavorativa.

Cosa possiamo aspettarci nel 2025?

- Un uso sempre più strategico dell'IA per potenziare l'innovazione
- Strumenti progettati per aumentare la fiducia e il coinvolgimento degli utenti
- Applicazioni avanzate che personalizzano esperienze e contenuti
- Collaborazioni tra tecnologia e sensibilità umana per soluzioni equilibrate

Integrare l'intelligenza artificiale in modo etico e responsabile può rafforzare l'identità aziendale e migliorare l'interazione con clienti e dipendenti.

Ecco alcuni modi per farlo:

- **Creare strumenti personalizzati:** utilizzare l'IA

per sviluppare chatbot, assistenti virtuali o dashboard che semplificano processi interni ed esterni, migliorando l'efficienza e la user experience.

- **Promuovere la trasparenza:** condividere come l'azienda utilizza l'IA attraverso articoli, case study o post sui social, mostrando un approccio consapevole e rispettoso delle normative etiche e di privacy.
- **Formare il team:** organizzare workshop o corsi per i dipendenti su come l'IA può supportare il loro lavoro, riducendo ansie e aumentando la fiducia verso queste tecnologie.
- **Raccontare l'impatto positivo:** trasformare ogni iniziativa legata all'IA in contenuti coinvolgenti per i canali di comunicazione aziendale, dimostrando come queste tecnologie creano valore per i clienti e la comunità.

Soil & Soul:

Benessere olistico e riconnessione con la natura

Le aziende dovranno considerare questa tendenza sotto diversi aspetti; il mondo sta riscoprendo l'importanza di un benessere olistico, che coniuga sostenibilità e connessione con la natura, trasformando questi valori in nuove abitudini di vita.

Ci si sta rendendo conto che la natura non è solo una risorsa, ma una compagna da rispettare e con cui collaborare, e che la circolarità è essenziale per un futuro più equilibrato.

Cosa vedremo nel 2025?

- Maggiore utilizzo di materiali riciclati e processi sostenibili nelle filiere produttive
- Crescente interesse per ingredienti naturali e fermentati nella cosmetica
- Introduzione di packaging innovativi come la bioplastica nel settore del lusso
- Collaborazioni creative per promuovere il riuso e la circolarità

Abbracciare il concetto di benessere olistico e sostenibilità può rafforzare l'identità aziendale e attrarre consumatori sempre più attenti all'impatto ambientale e sociale.

Come applicare questo trend?

- **Rendere i processi circolari:** implementare strategie come il carbon

insetting nella filiera produttiva, riducendo le emissioni direttamente alla fonte e collaborando con partner innovativi per promuovere il riutilizzo dei materiali, come fanno Lenzing e Renewcell con le fibre riciclate.

- **Comunicare scelte sostenibili:** creare campagne che evidenzino come l'azienda adotti pratiche responsabili, utilizzando storytelling autentico e trasparente per coinvolgere i consumatori.
- **Educare e coinvolgere:** organizzare eventi o esperienze che sensibilizzino il pubblico sul valore della sostenibilità, come workshop sul riuso o sulla cura della persona con ingredienti naturali, ispirandosi a tradizioni antiche.
- **Innovare nel design:** adottare estetiche che celebrino materiali vissuti e riciclati, utilizzando packaging sostenibili e mostrando come bellezza e sostenibilità possano coesistere.

Intrepido:

L'audacia delle nuove generazioni

Le nuove generazioni stanno ridefinendo il concetto di coraggio e fiducia in un mondo complesso e imprevedibile, ispirandosi a figure eroiche che rappresentano forza e virtù.

Cosa significa per il 2025?

- L'ascesa della Main Character Energy (MCE): la tendenza a vivere da protagonisti della propria vita, amplificata dai social con oltre 400 milioni di visualizzazioni dell'hashtag #maincharacterenergy su TikTok.
- Esperienze immersive e personalizzate che mettono al centro l'individuo.
- Brand che puntano su intrattenimento e teatralità per creare connessioni significative.

Settori come l'hôtellerie e l'automotive stanno già abbracciando questa tendenza, offrendo esperienze che uniscono innovazione e storytelling per ispirare le nuove generazioni.

Abbracciare la Main Character Energy (MCE) può aiutare i brand a connettersi in modo autentico con le nuove generazioni, offrendo esperienze che valorizzano il protagonismo e la personalizzazione.

Ecco alcuni modi per farlo:

- **Creare esperienze immersive:** progettare eventi o spazi interattivi che facciano sentire i giovani protagonisti, come installazioni multimediali o ambienti scenografici in hotel e negozi.
- **Utilizzare narrazioni personalizzate:** sviluppare campagne che mettono il cliente al centro, sfruttando format virali su TikTok e storie che raccontano esperienze reali.
- **Collaborare con piattaforme digitali:** integrare filtri personalizzati, challenge social e contenuti interattivi per incentivare la partecipazione e la condivisione.
- **Innovare nei prodotti e servizi:** sfruttare tecnologie come realtà aumentata e intelligenza artificiale per creare esperienze personalizzate, ad esempio nell'automotive o nel turismo.

Sole Mio:

Spiritualità leggera e lusso simbolico

Infine, lo scenario Sole Mio rappresenta un ritorno a una spiritualità quotidiana, simbolica e leggera, come risposta alle incertezze che permeano il nostro mondo moderno.

I consumatori cercano connessione e benessere attraverso piccoli rituali, talismani e credenze che intrecciano semplicità e profondità.

Cosa vedremo nel 2025?

Prodotti di lusso che combinano estetica mediterranea e simbolismo spirituale

Un incremento nell'utilizzo di design minimali che evocano calma e introspezione

Marchi che abbracciano la sostenibilità attraverso accessori e profumi olistici

Esperienze immersive, come la land art, per comunicare valori di connessione e cura.

La spiritualità simbolica e il lusso evocativo sono trend in crescita, offrendo un nuovo modo di connettersi al proprio benessere e all'ambiente circostante.

Come applicare questo trend?

- **Integrare elementi simbolici nei prodotti:** utilizzare materiali che richiamano la

natura o il sacro, come cristalli, pietre naturali o simboli ancestrali, per creare oggetti con significati profondi.

- **Design che evoca benessere spirituale:** progettare spazi o prodotti che sfruttino la luce per creare un'atmosfera meditativa e rilassante, ispirandosi a opere come le lampade di Yuichiro Morimoto o i progetti di Mandalaki Studio.
- **Esperienze immersive per il consumatore:** creare eventi o installazioni che trasportino le persone in universi simbolici e spirituali, offrendo workshop su rituali olistici o incontri con esperti del benessere interiore.
- **Storytelling evocativo:** comunicare in modo autentico il legame tra spiritualità, prodotto e ambiente, ispirandosi a campagne che celebrano il ritorno alla natura e la connessione con l'universo.

Marketing

Il 2025 segnerà una svolta nel marketing, con un focus sempre più forte su empatia, autenticità e connessione umana. In un contesto in evoluzione, le agenzie che puntano su creatività, attenzione ai dettagli e strategie personalizzate avranno l'opportunità di distinguersi. Sarà il momento di guidare i clienti verso approcci innovativi, allineati ai nuovi valori e capaci di costruire relazioni autentiche e durature.

Autenticità e Creatività Umana: l'arte del racconto umano nell'era dell'IA

Il 2025 vedrà l'affermazione dell'intelligenza artificiale nel marketing, ma anche una riscoperta della creatività umana come elemento distintivo.

Mentre l'IA automatizza processi e aumenta l'efficienza, i brand che sapranno valorizzare l'autenticità e l'ingegno umano si distingueranno in un mercato sempre più omologato.

Con il 90% dei contenuti online generato dall'IA entro il 2026, l'empatia e il racconto autentico diventeranno il vero lusso. Per i brand di alta qualità, la chiave sarà trovare un equilibrio tra tecnologia e creatività, offrendo messaggi che rispecchino il contesto culturale e le esigenze reali dei clienti.

World-Building: costruire universi di marca coinvolgenti

Questo anno, il World-Building sarà una delle strategie più

rivoluzionarie: non solo per promuovere prodotti, ma per creare mondi narrativi immersivi che coinvolgano i consumatori.

Già diffusa nel cinema e nei videogiochi, questa tecnica permetterà ai brand di trasformarsi in entità di intrattenimento, grazie a universi digitali interattivi.

Per i brand, il metaverso, la realtà aumentata e le piattaforme digitali offriranno nuove possibilità per costruire esperienze omnichannel uniche.

Questi mondi immersivi rafforzeranno il legame con i consumatori, favorendo relazioni autentiche e aumentando il coinvolgimento in modi innovativi e memorabili.

Slow Marketing: qualità oltre la quantità

Il 2025 segna un cambio di paradigma verso uno Slow Marketing che privilegia qualità e riflessione rispetto alla quantità e alla frenesia.

Consumatori sempre più saturi richiedono esperienze autentiche e contenuti significativi, spingendo i brand a creare valore duraturo anziché viralità immediata.

Per le aziende, e in particolare per chi adotta un approccio tailor-made, questo trend rappresenta un'opportunità per offrire campagne autentiche, personalizzate e in sintonia con i valori e il benessere dei clienti.

Surrealist Marketing: il potere dell'immaginazione

In un'epoca di sovraccarico informativo, il Surrealist Marketing emerge come una strategia potente per coinvolgere i consumatori. Ispirandosi al surrealismo, invita i brand a creare campagne che sfidano la logica e trasportano il pubblico in mondi fantastici.

Questa tendenza offre opportunità creative uniche, combinando esperienze immersive con soluzioni fisiche e digitali.

Emozioni intense e meraviglia diventeranno strumenti chiave per distinguersi in un mercato sempre più competitivo e affollato.

Nuovi Valori: cultura, comunità e responsabilità

Nel 2025, i consumatori premieranno i brand che abbracciano valori come sostenibilità, responsabilità sociale e impegno verso la comunità.

Non si tratterà solo di vendere prodotti, ma di costruire connessioni autentiche con il pubblico attraverso iniziative che valorizzino tradizioni locali e impatti sociali positivi.

Per i brand di prestigio, sarà cruciale integrare strategie di marketing che riflettano questi valori, con KPI orientati non solo a performance di vendita, ma anche a coinvolgimento comunitario e responsabilità culturale.

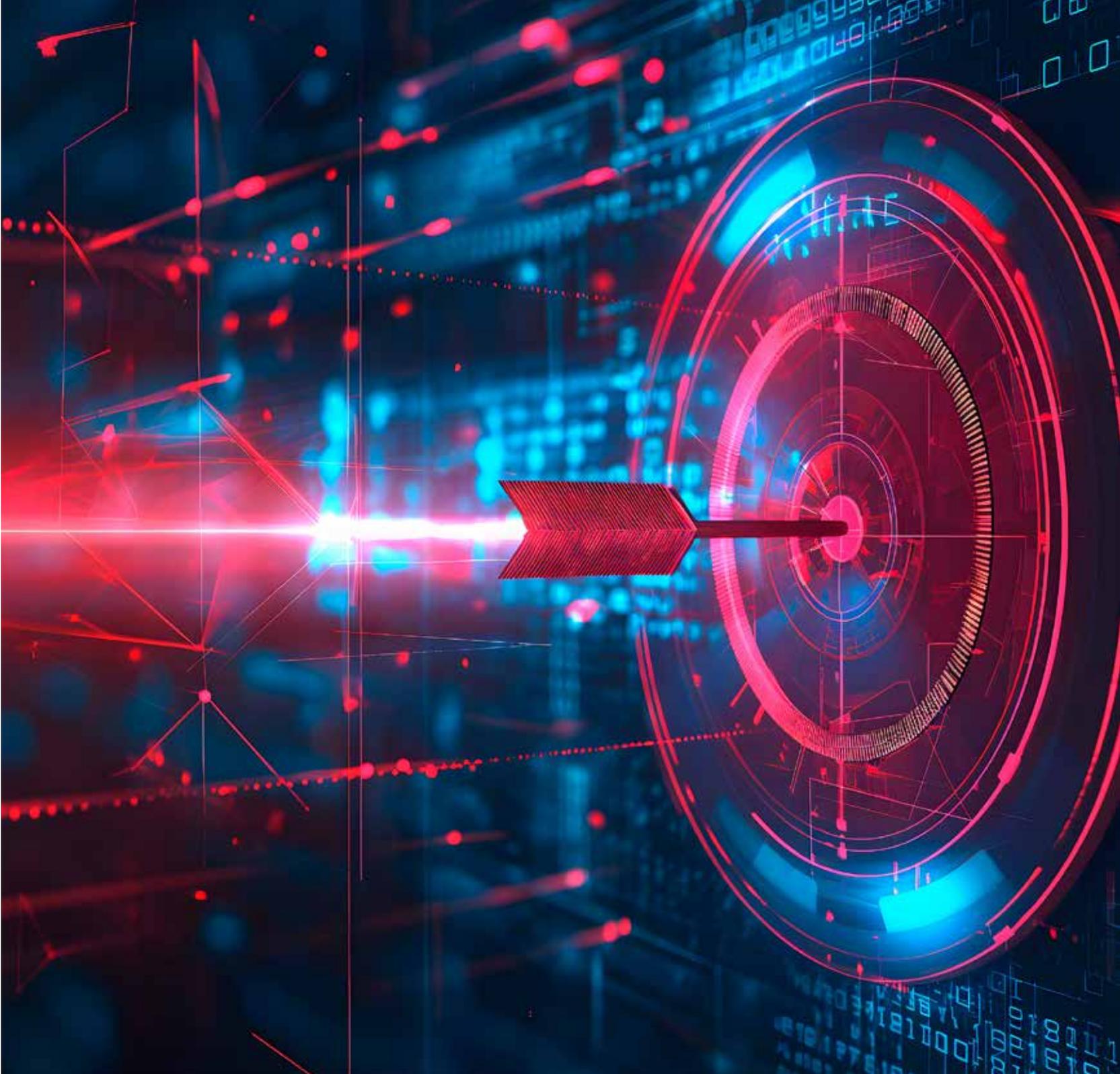
The New Mass Marketing: l'inclusione come imperativo

Il New Mass Marketing segnerà un cambiamento radicale, puntando su inclusività e connessione.

Brand e aziende saranno chiamati a coinvolgere segmenti spesso ignorati, come persone con disabilità o appartenenti a minoranze etniche e sociali, sviluppando campagne che promuovano appartenenza e rappresentazione autentica.

Le strategie si concentreranno su linguaggi e immagini più inclusivi, collaborando con influencer e creatori capaci di portare prospettive uniche.

Questo approccio non solo rafforzerà il legame con il pubblico, ma offrirà ai brand l'opportunità di costruire fiducia e relazioni significative, adattandosi a un panorama sempre più consapevole e diversificato.



Key- points

Il marketing del 2025 sarà guidato da una perfetta sinergia tra innovazione tecnologica, sostenibilità e un focus sempre più marcato sul consumatore. In un panorama in continua evoluzione, i brand dovranno adattarsi a nuove dinamiche per restare competitivi.

1. Personalizzazione potenziata dall'AI

L'intelligenza artificiale permetterà di creare esperienze altamente personalizzate, analizzando i dati in modo avanzato per prevedere preferenze e comportamenti. Questo consentirà ai brand di proporre contenuti e offerte uniche, migliorando la fidelizzazione e la soddisfazione del cliente.

2. Ottimizzazione per la ricerca vocale

Con l'uso crescente di assistenti vocali come Alexa e Google Assistant, sarà indispensabile adattare le strategie di contenuto a linguaggi naturali e conversazioni dirette. Le aziende che integreranno questa tecnologia offriranno una migliore accessibilità ai propri servizi.

3. Sostenibilità come pilastro centrale

I consumatori richiederanno pratiche più trasparenti e rispettose dell'ambiente. Per i

brand sarà cruciale integrare la sostenibilità nella catena del valore e comunicarla con autenticità, dimostrando un reale impegno per il futuro del pianeta.

4. Dominanza del contenuto video

Il video continuerà a essere il formato preferito per il coinvolgimento degli utenti. I brand dovranno investire in video di alta qualità, dirette streaming e storytelling visivo, rendendo il video un elemento centrale delle loro campagne multicanale.

5. Micro e nano-influencer al centro delle strategie

L'influencer marketing evolverà verso collaborazioni con figure più autentiche e connesse a nicchie specifiche. Questi influencer, pur con un pubblico ridotto, offriranno un impatto emotivo maggiore e una maggiore fidelizzazione del target.

6. Zero Click Content

I motori di ricerca privilegeranno risposte immediate, riducendo il traffico diretto ai siti web. I brand dovranno concentrarsi sulla creazione di contenuti che generino valore istantaneo e visibilità anche senza clic tradizionali.

7. Esperienze immersive con la realtà aumentata

La realtà aumentata offrirà ai consumatori modi innovativi per interagire con i brand, consentendo loro di esplorare prodotti e servizi in ambienti virtuali. Questa tecnologia sarà particolarmente efficace nei settori moda, lusso e intrattenimento.

8. Etica e trasparenza nell'uso dell'AI

Con il crescente utilizzo dell'IA, i consumatori cercheranno maggiore trasparenza e responsabilità. Le aziende che adotteranno politiche etiche guadagneranno la fiducia del

pubblico, dimostrando integrità e rispetto per i dati personali.

9. Valorizzazione delle comunità di nicchia

Coinvolgere piccole comunità altamente fedeli sarà una strategia vincente. Questi gruppi, uniti da interessi comuni, permetteranno ai brand di creare legami più profondi e significativi, favorendo un senso di appartenenza.

10. Gestione dei dati e privacy al centro

Con normative sempre più rigide, le aziende dovranno garantire una gestione etica e trasparente dei dati. Dimostrare rispetto per la privacy sarà essenziale per mantenere la fiducia e la fedeltà dei clienti.

Guardando al futuro, il marketing del 2025 richiederà un mix di innovazione digitale e sensibilità umana. L'integrazione di tecnologie avanzate con approcci empatici e sostenibili sarà la chiave per costruire relazioni autentiche e durature con i consumatori.

Eventi

Nel 2025, anche il settore degli eventi si evolve per rispondere alle nuove aspettative dei partecipanti, integrando innovazioni tecnologiche, soluzioni sostenibili e un'attenzione particolare al benessere e all'esperienza complessiva.

L'importanza del "Live" e il ritorno in presenza

Il Global Meetings and Events Forecast 2024 evidenzia che l'87% degli eventi sarà organizzato in presenza, segnando un forte ritorno al live. Nonostante l'avanzare del digitale, il bisogno di connessione reale resta fondamentale, soprattutto per gli eventi di lusso, dove l'esperienza diretta gioca un ruolo cruciale. Il futuro degli eventi punta quindi su format immersivi, capaci di esaltare l'interazione umana e creare emozioni autentiche.

Esperienze immersive e multisensoriali

Gli eventi si concentreranno su esperienze coinvolgenti e multisensoriali, sfruttando elementi come installazioni artistiche, ambientazioni immersive e tecnologie avanzate come realtà aumentata e virtuale. Questi format non solo lasciano un segno indelebile nei partecipanti, ma incentivano anche la condivisione sui social, amplificando l'impatto dell'evento.

Sostenibilità come imperativo

La sostenibilità è diventata una necessità irrinunciabile. Il 78% degli organizzatori punta a raggiungere l'obiettivo delle emissioni zero entro il 2025, segno di un impegno collettivo verso la riduzione dell'impatto ambientale. Questo si traduce nella selezione di fornitori certificati, nella limitazione degli spostamenti e nell'utilizzo di soluzioni tecnologiche eco-friendly per gestire gli eventi.

Bleisure: quando il lavoro incontra il piacere

Il bleisure, che unisce lavoro e piacere, continua a essere una tendenza dominante per il 2025. Eventi che offrono l'opportunità di prolungare il soggiorno e godere delle attrazioni locali, con esperienze culturali, attività ricreative e momenti di relax, non solo migliorano l'esperienza dei partecipanti, ma valorizzano anche la destinazione che li ospita.

AI e personalizzazione degli Eventi

L'intelligenza artificiale sta trasformando il mondo degli eventi, con il 42% degli organizzatori che la utilizzerà per personalizzare la comunicazione. Attraverso l'analisi dei dati, l'AI consente di creare esperienze su misura, migliorando sia la gestione logistica che l'interazione in tempo reale con i partecipanti.

Inclusività e diversità

La diversità e l'inclusione sono diventate pilastri nella progettazione degli eventi. Oggi, i partecipanti si aspettano un'attenzione concreta alle differenze culturali, etniche e di genere. Integrare questi valori nella pianificazione e nella comunicazione non solo rende gli eventi più rappresentativi, ma ne amplifica anche l'impatto sociale.

Microeventi esclusivi

I microeventi stanno guadagnando sempre più popolarità, offrendo esperienze intime ed esclusive.

Grazie alla loro dimensione ridotta, favoriscono una connessione più profonda tra i partecipanti, creando un ambiente meno dispersivo e altamente personalizzato. I microeventi di lusso, curati nei minimi dettagli, diventeranno un must per il 2025.

Neverending Events: l'estensione dell'esperienza

I neverending events puntano a prolungare l'esperienza oltre il giorno dell'evento stesso. Attività pre-evento, come la gamification, e comunicazioni post-evento mantengono alta l'attenzione e il coinvolgimento dei partecipanti, creando un'esperienza continua e memorabile.

Benessere e mind-fulness

Il benessere dei partecipanti è sempre più centrale, con eventi che includono momenti di mindfulness, spazi dedicati al relax e proposte gastronomiche salutari. Per i clienti più esigenti, che desiderano coniugare lusso e benessere, questo trend

rappresenta l'occasione perfetta per creare esperienze rigeneranti e indimenticabili.

La potenza dello Storytelling e la costruzione di comunità

Gli eventi si stanno trasformando in potenti strumenti di storytelling, con aziende che utilizzano temi ben definiti per costruire narrazioni coinvolgenti intorno ai loro brand. Creare esperienze che raccontino una storia e rafforzino la connessione emotiva con i partecipanti sarà fondamentale per costruire comunità e legami duraturi.



Get in touch!



SIMONETTA ROTA
MORE THAN EVENTS

- 📍 Via P. Lucchini 10,
6900 Lugano, Svizzera
- ☎ +41 79 194 54 19
- ✉ info@simonettarota.com
events@simonettarota.com
- 🌐 simonettarota.com



- 📍 Via P. Lucchini 10,
6900 Lugano, Svizzera
- ☎ +41 79 194 54 19
- ✉ info@simonettarota.com
marketingcomm@simonettarota.com
- 🌐 str-marketing.ch

