

# Boom social per le Dop e Igp Italiane

*Lo studio sulle indicazioni geografiche italiane presenti sul web. Le tipicità trionfano su Instagram e anche all'estero (grafico)*

di ALESSANDRA FAVARO



Boom social per le Dop e Igp italiane che crescono sempre di più sul web, soprattutto con i loro canali social negli ultimi due anni, e soprattutto su Instagram. Le tipicità sono veicoli di narrazione per raccontare realtà e territori a 360 gradi: non solo dal punto di vista alimentare ma anche

turistico, ambientale, ecc...e coinvolgono in modo importante anche i paesi stranieri. Sono i risultati che emergono dallo studio Web Dop, la prima ricerca sulla presenza online e l'attività digitale delle indicazioni geografiche italiane realizzata da Fondazione Qualivita.

Si parla di 6.500 contenuti al giorno veicolati su blog, forum, siti di notizie, social network in tutto il mondo, con oltre la metà delle conversazioni all'estero (55%), soprattutto negli Usa (26%), e con più di 100.000 utenti ingaggiati quotidianamente. Questi i principali numeri della presenza delle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane certificate DOP IGP. Instagram si afferma come il canale privilegiato per il settore Food&Wine con trend in continua crescita. Bene il Food che con 28 milioni di utenti coinvolti in nove mesi supera i risultati del Wine (23 milioni di utenti) che però mostra una più marcata la presenza di conversazioni all'estero (solo negli Stati Uniti quasi mille contenuti al giorno contengono riferimenti a vini italiani a denominazione di origine).

Instagram e i blog sono i canali preferiti dagli appassionati, mentre twitter e le news per i temi di attualità.

Leggi anche:

