Gelati: sui social medaglia d’oro ad Algida, argento a Grom, bronzo a Sammontana

cornetto-algida-7f500bfa

Gelati e social media. Il rapporto tra i due mondi è stato messo sotto la lente da Blogmeter, società italiana leader nei servizi di social intelligence che ha monitorato ed analizzato le performance di tutte le pagine ufficiali Facebook, Twitter, Instagram e YouTube dei principali brand di gelati e dessert freschi presenti sul mercato italiano.

Di 12 brand presi in esame sono state create due classifiche: una con i 5 brand risultati migliori per interazioni totali su Facebook, Instagram e Twitter e una riportante i 3 brand migliori per engagement su YouTube, entrambe per il trimestre dal 1 marzo al 30 giugno 2019.

Il primo posto spetta ad Algida, storico marchio italiano di gelati appartenente al gruppo Unilever dal 1974. Grazie a un post dedicato all’iniziativa Algida Time per WWF l’azienda romana ottiene, oltre alla medaglia d’oro della classifica, anche i “premi” per il most reacted e il most commented post del periodo. La comunicazione sul canale Instagram di Algida, inoltre, è quasi totalmente basata sull'utilizzo di User Generated Content, tramite repost di istantanee condivise sulla piattaforma dai suoi clienti.

Seconda pozione per Grom, il brand fondato nel 2003 da Guido Martinetti e Federico Grom e presente nel circuito della grande distribuzione dal 2017. Tra i numeri social che Grom può vantare: 219 mila fan/follower totali sui suoi canali social, un engagement pari a 28 k (86% proveniente dal solo profilo Instagram) e 130 post pubblicati nel periodo di analisi.

Con 19,5 k di engagement, Sammontana, il brand di gelati nato ad Empoli nel 1948, conquista il terzo posto. Tra i contenuti più apprezzati dagli utenti di Sammontana vi sono sicuramente quelli dedicati a Jova Beach Party 2019 (evento di cui il brand è main sponsor) e quelli legati alle iniziative di sostenibilità in collaborazione con Legambiente e WWF.

Il quarto posto va a Häagen-Dazs, marchio americano di gelati fondato a Brooklyn nel 1961, che conquista il suo pubblico social grazie ai post dedicati al nuovo gusto, brownie macchiato, e ottiene 14 mila interazioni totali. Quinto posto, invece, per Perugina, storico brand di cioccolato che produce anche squisiti dessert freschi, come le Creme e leNuvole, e gelati.

La classifica su Youtube

Ad aggiudicarsi la medaglia d'oro è Perugina, che grazie alle sue video-ricette guadagna anche il premio per il most viewed content del periodo, con un video che ottiene oltre 2 mila visualizzazioni.

Il secondo posto nella classifica YouTube spetta a Sammontana, mentre il terzo gradino del podio se lo aggiudica Cameo, con i suoi video dedicati alla preparazione di dolci e dessert freschi.