Just Eat: il cibo si sceglie sempre sui social. Instagram e TikTok soprattutto

20240625102027justeat-worldsocialmediaday-b243dfce

Il 57% degli italiani sceglie frequentemente un piatto basandosi su una foto, mentre il 43% afferma di scegliere un ristorante in base a un contenuto visualizzato su Instagram o TikTok. Ma non basta, il 45% delle persone ammette di fotografare i piatti per condividerli sui social, alimentando un loop tra chi pubblica e chi osserva.

A dirlo e l'ultima ricerca condotta da Just Eat e BVA Doxa, realizzata in occasione del World Social Media Day che si celebrerà il prossimo 30 giugno, che mette nero su bianco come oggi **il mondo digitale influisca sensibilmente sulle scelte in ambito food**, **ispirando i consumatori** anche per il cibo a domicilio. Ma le fonti di ispirazione non si limitano qui e, talvolta, appartengono anche **al mondo offline**: nella scelta del food delivery, ad esempio, sono determinanti anche **offerte e promozioni (40%)**, **raccomandazioni di amici, familiari o colleghi (39%)** e persino la possibilità di poter **ordinare cucine internazionali o piatti regionali a piacere (24%)**.

IL RUOLO DEGLI INFLUENCER

L’indagine ha portato alla luce anche una **stretta relazione tra le ricette e gli influencer**: 7 intervistati su 10 hanno infatti dichiarato di aver provato, almeno una volta, a **replicare i piatti che hanno visto fare sui canali social da influencer o persone famose**, improvvisandosi chef per un giorno o per divertirsi in compagnia, creando nuovi esperimenti culinari.
Dato che non sorprende se confrontato con quelli dell’Osservatorio InSIdE, dove emerge che **più di 1 italiano su 4 segue il tema cibo e alimentazione sui social media e che l’argomento “Cucina e alimentazione”** sia quello che le persone considerano di più quando decidono di seguire un influencer. Ma chi sono i follower principali? I giovani appartenenti alla **Gen Z**; **il 51% di loro**, infatti, dichiara di **fidarsi del consiglio degli influencer, mentre gli over 55 restano ancora legati alla fiducia nel brand.**

E quali sono invece **i social maggiormente utilizzati?** Dai risultati della ricerca emerge che il 78% dichiara di utilizzare Facebook, sebbene **Instagram (70%) e TikTok (33%) siano le piattaforme più utilizzate dai giovani.** Quest'ultima si presta particolarmente ai contenuti brevi di ricette o di consigli culinari, raggiungendo numeri straordinari di views: nell'ultimo anno l'hashtag **#foodtiktok** in Italia ha registrato **2 miliardi di visualizzazioni.**