Serenella e Ferrero, campioni di social network

nutella-e56995f1

Serenella e Ferrero attivissimi sui social network. A distanza di quasi un anno dalla prima edizione, la **Top Brands di Blogmeter** del mese di dicembre torna ad occuparsi delle performance dei profili Facebook e Twitter del mondo Food. Come riporta Askanews, il focus dedicato alle aziende italiane del settore alimentare evidenzia che, durante il periodo natalizio, i prodotti del gruppo **Ferrero** hanno dominato le classifiche di engagement e dei nuovi fan/follower su Twitter, ottenendo anche un ottimo piazzamento su Facebook.

Per quanto riguarda Facebook, l'analisi mette in luce il buon risultato del consorzio emiliano **Selenella - Un Tesoro di Patata** che su Facebook si dimostra il brand più performante sia per page engagement che per nuovi fan: a generare un elevatissimo numero di interazioni sono i post contenenti consigli e ricette per il pranzo di Natale. Nella Top 5 per engagement, Ferrero conquista ben due posizioni con i suoi due prodotti **Mon Chéri e Pocket Coffee**, rispettivamente secondo con la campagna #lasciatistupire e quinto con i numerosi post natalizi. In terza posizione **Fiorucci**, la cui partnership con food blogger come Le Sorelle Passera ha portato ottimi risultati in termini di interazioni. Per quanto riguarda la classifica dei brand che più hanno incrementato la propria community, dietro Selenella troviamo **Lay's Italia** che ha acquisito tanti nuovi fan in concomitanza dell'iniziativa concorsuale Natale al Cubo. A seguire, la community Le Ricette di Casa Mia con **Galbani e Parmalat,** mentre a chiudere la Top 5 c'è Girella di **Motta**.

Sul fronte cinguetti, a dominare su Twitter è **Nutella** che si aggiudica la medaglia d'oro per total engagement e quella d'argento per nuovi followers. La classifica per numero di interazioni totali prosegue con **Identità Golose**, il congresso internazionale di cucina atteso a marzo 2016, e con **Melegatti**, che con la promozione dei suoi pandori e panettoni, ma soprattutto grazie alla sponsorship di Valerio Scanu ha fatto il pieno di interazioni. Quinto posto infine per **Ferrero Rocher**.

Il primo posto per la crescita delle community va a **Nestlé**, brand che ha acquisito più follower nel periodo considerato, conquistando anche un quinto posto per numero di interazioni totali grazie ad una comunicazione improntata sulla condivisione di consigli, aforismi e curiosità sul mondo del food.

In terza posizione, dietro a Nutella, si piazza un altro prodotto Ferrero, **Kinder Bueno**, che ha cavalcato l'onda di Star Wars per avere nuovi seguaci. Chiudono la Top 5 **Buitoni e Ciobar**.