



Made in Italy, Arcadia: ??Il gusto della mozzarella di bufala Campana Dop conquista web, 37 milioni utenti in 2 anni??•

Descrizione

(Adnkronos) ?? La mozzarella di bufala campana Dop non ?? soltanto un??eccellenza gastronomica, ma anche un fenomeno digitale capace di generare conversazioni, emozioni e appartenenza.

A dirlo ?? l??indagine realizzata da Arcadia, societ?? specializzata in analisi dei dati e comunicazione strategica, che ha monitorato per 24 mesi l??ecosistema online legato al prodotto simbolo del Made in Italy. ??La nostra ricerca ?? spiega Domenico Giordano, amministratore di Arcadia ?? ha interessato una finestra temporale di due anni, durante i quali abbiamo censito parole chiave specifiche come ??Mozzarella di Bufala Campana Dop?? e altre pi?? generiche come ??mozzarella???. Questo ci ha consentito di recuperare tutto il parlato digitale, ossia le conversazioni che si sono sviluppate sulle principali piattaforme social ?? da TikTok a Instagram, da Facebook ai blog, fino alle testate giornalistiche e ai forum??•

Un lavoro di monitoraggio che ha restituito una fotografia chiara: il sentimento complessivo attorno alla Mozzarella di Bufala Campana Dop ?? fortemente positivo. Gli utenti che interagiscono con questa parola chiave mostrano un atteggiamento di fiducia e apprezzamento, associando il prodotto a qualit??, gusto autentico e tradizione.

??La nostra analisi ?? aggiunge Giordano ?? dimostra che chi parla di mozzarella di bufala Campana Dop lo fa in termini favorevoli, generando un comportamento digitale a vantaggio sia del prodotto che del brand??•

Un altro dato di rilievo ?? l??ampiezza dell??audience: nei 24 mesi analizzati, i contenuti legati alla Mozzarella di Bufala Campana Dop hanno raggiunto 37 milioni di utenti, confermando il ruolo del prodotto come simbolo di italianit?? e come marchio di valore anche nel linguaggio del web. Dal punto di vista demografico, la ricerca ha delineato l??identikit del consumatore digitale tipo: l??utente medio che parla della Dop campana ha un??et?? compresa tra i 25 e i 34 anni, con una buona ripartizione tra uomini e donne, e interagisce prevalentemente su Instagram, la piattaforma che si conferma la pi?? performante per la valorizzazione dei prodotti di eccellenza. Curioso anche l??effetto dell??et?? media in base alla precisione della parola chiave:

â??PiÃ¹ la ricerca Ã“ specifica â?? spiega Giordano â?? piÃ¹ aumenta lâ??etÃ media degli utenti; al contrario, chi utilizza chiavi generiche come â??mozzarellaâ?? tende ad avere unâ??etÃ piÃ¹ bassaâ?•. Un dato che racconta come il pubblico piÃ¹ maturo e consapevole si riconosca nella denominazione completa e certificata del prodotto, mentre le nuove generazioni mostrano interesse crescente verso il mondo della mozzarella, anche se con un approccio piÃ¹ istintivo e visivo, soprattutto su TikTok.

La ricerca di Arcadia si inserisce in un contesto di crescente attenzione alla reputazione digitale dei marchi Dop, un fronte strategico per la promozione delle filiere agroalimentari. La Mozzarella di Bufala Campana Dop si conferma cosÃ¬ non solo unâ??eccellenza gastronomica, ma anche un brand conversazionale capace di connettere tradizione e innovazione, gusto e identitÃ , territorio e comunitÃ online.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 22, 2025

Autore

redazione