

Instagram è il social più trendy nel mondo del vino

scritto da Amanda Arena | 26/07/2019



I dati parlano di una continua crescita, su questa piattaforma, dei profili dedicati al Nettare di Bacco con un incremento del 71% di follower rispetto al 2018 e agli altri settori. Tra le parole chiave e gli hashtag più utilizzati ci sono i vitigni autoctoni, gli abbinamenti con il cibo e i percorsi di degustazione in azienda

Instagram e Vino sono sempre più un binomio importante nella comunicazione aziendale, di quella fatta soprattutto di immagini, brevissimi messaggi e hastag targhettizzati.

Dalla sesta edizione della ricerca condotta da **Omnicom Pr Group Italia**, società di consulenza strategica in comunicazione, emerge che sono **17 su 25 le aziende con un account ufficiale Instagram** contro le 15 del 2018 e le 6 del 2014. L'analisi ha monitorato la presenza e le attività online delle prime 25 aziende vinicole italiane per fatturato, secondo l'indagine Mediobanca 2019,

confrontando i risultati con i trend rilevati dal 2014.

Instagram e Vino: le parole chiave più utilizzate sul social

Vitigni autoctoni, **abbinamenti con il cibo** e **percorsi di [degustazione in cantina](#)** sono le parole chiave menzionate e gli hashtag più usati dalle aziende. Nel 2014, a menzionare i vitigni autoctoni era solo il 19% delle cantine, nel 2018 il 64%. Si evidenzia, inoltre, che 13 cantine su 25 (52%) illustrano percorsi di degustazione (nel 2018 erano il 40%, solamente il 15% nel 2014), mentre l'abbinamento vino-cibo vede 10 aziende su 25 protagoniste.

E gli altri social...?

L'indagine evidenzia che **Facebook rimane stabile** con 21 aziende su 25 con un account ufficiale, mentre migliora la frequenza di aggiornamento settimanale (72% delle cantine nel 2018 contro l'84% del 2019).

YouTube e Twitter sono poco gettonati e aggiornati: il primo è usato spesso come una sorta di archivio, il secondo per una comunicazione aziendale sporadica riguardante notizie sull'azienda.

Infine le aziende con e-commerce proprietario negli ultimi dodici mesi sono passate da 3 su 25 (2018) a 6 su 25 (2019). Nel 2019 il 100% delle aziende (76% nel 2018 e 37% nel 2017) è attento al tema della sostenibilità. Le **lingue principalmente usate sui siti aziendali sono la lingua italiana e inglese.**