



Tracce digitali di posizionamento dei prodotti e
delle aziende del programma per una strategia di
marketing digitale simbiotico

Azione 7



PSR
2014 2020

LOMBARDIA
L'INNOVAZIONE
METTE RADICI



Regione
Lombardia

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali



SYMBIOTIQA
CONNECTING COMMUNITIES

Sommario

Introduzione

Executive Summary

Tracce digitali prodotti

Tracce digitali produttori

Tracce digitali su tematiche affini a
RESILIENT e ai produttori

Conclusioni

Introduzione *RESILIENT*

Il progetto “Buone pratiche per la salvaguardia e la coltivazione di varietà locali lombarde tradizionali di patata e mais in aree interne” (RESILIENT), cofinanziato dal Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 della Regione Lombardia, ha l’obiettivo di fornire agli agricoltori lombardi, soprattutto quelli che operano in aree interne di montagna ed entro e nei dintorni di aree protette naturali, le informazioni e gli strumenti conoscitivi sulle buone pratiche di ri-coltivazione di **varietà locali tradizionali** e **cultivar “antiche” recuperate di mais e patata**, su cui recentemente si è concentrato l’interesse di molte aziende, alla ricerca di prodotti originali che distinguano le loro produzioni e le valorizzino.

Il progetto intende fornire le conoscenze e le informazioni tecniche, attraverso azioni informative e dimostrative in campo, a quegli imprenditori agricoli che vogliono incrementare la produzione di cultivar non usuali, e che aspirano a diventarne i “custodi”, che spesso richiedono pratiche agronomiche specialistiche e “dimenticate” (cfr. resilient.univpv.it).

Introduzione *RESILIENT*

All'interno delle Azioni Dimostrative di RESILIENT, l'Azione 7 riguarda il “**Marketing e la valorizzazione economica di aziende che operano in Aree Interne**”, SYMBIOTIQA, in qualità consulente esterno del progetto, si occupa delle seguenti fasi:

1. Analisi della presenza e della reputazione digitale delle cultivar antiche di RESILIENT e delle aziende agricole selezionate
2. Laboratori pratici di metodologie e strumenti per individuare gli elementi distintivi dei prodotti e delle aziende e di analisi delle comunità potenziali di interesse, propedeutica ad una strategia di relazione diretta tra produttore e consumatore (relazione simbiotica).

Il presente report è il prodotto della Fase 1, che contiene i risultati delle numerose analisi condotte sui principali motori di ricerca e social network sulla presenza, visibilità e reputazione delle varietà locali lombarde tradizionali di patata e mais (si veda il paragrafo “Metodologia”).

Sommario

Introduzione

Executive Summary

Tracce digitali prodotti

Tracce digitali produttori

Tracce digitali su tematiche affini a
RESILIENT e ai produttori

Conclusioni

Executive summary

Le analisi web e social, basate su strumenti e metodologie di marketing relazionale e simbiotico, condotte per il progetto RESILIENT, mostrano come **l'agroalimentare sia un argomento di interesse in forte crescita negli ultimi 5 anni**. In particolare l'emergenza pandemica del 2020 ha fatto registrare un **picco di interesse mai registrato**.

I prodotti oggetto del progetto (mais e patata tradizionali), presentano un interesse uniformemente distribuito a livello geografico, fra Nord, Centro e Sud Italia ed emergono degli interessi crescenti per prodotti trasformati, come ad esempio per il mais, la pasta di mais, la galletta, i pop-corn e i biscotti.

Si assiste inoltre ad un interesse sempre più forte per **il ciclo produttivo**, che il consumatore medio richiede che sia sempre **più sano e naturale possibile**.

Executive summary

Per quel che riguarda le aziende partecipanti al progetto, l'interesse riscontrato è ancora abbastanza limitato e rappresentato principalmente da collegamenti diretti tra gli utenti e le aziende stesse, soprattutto per quel che riguarda i prodotti di RESILIENT.

L'analisi su una scala più ampia, però, lascia intravedere delle opportunità interessanti: l'interesse generale per dei prodotti alimentari sostenibili, legati al territorio e alle tradizioni è in crescita in Lombardia e nei territori di confine. Anche l'interesse circoscritto per le varietà tradizionali deve essere visto come un'opportunità per le aziende che decidono di diventare "custodi" della coltura tradizionale: vi è lo spazio per legare sempre di più il proprio brand a dei prodotti che hanno caratteristiche con interesse crescente, inseriti in territori naturali e culturali che a loro volta sono sempre più ambiti.

Una strategia di comunicazione che riesce a calare efficacemente questi elementi, quindi, può permettere di ottenere risultati interessanti in termini di crescita in visibilità e di aumento di relazione con nuove comunità digitali.

Sommario

Introduzione

Executive Summary

Tracce digitali prodotti

Tracce digitali produttori

Tracce digitali su tematiche affini a
RESILIENT e ai produttori

Conclusioni

Tracce digitali prodotti

Le varietà tradizionali di patata e mais

Mais

Patata

Confronto



Varietà tradizionali patata e mais *_tracce digitali*

Per analizzare il livello di interesse e notorietà delle varietà tradizionali di mais e patata della Lombardia, sono state analizzati innanzi tutto i trend di ricerca di diverse parole chiave associate a queste cultivar, attraverso l'utilizzo di strumenti di analisi disponibili a tutti, come Google Trends. Di seguito si riporta l'elenco completo delle **keyword analizzate**.

Ciò che se ne ricava è che la **notorietà e l'interesse specifico** per le varietà antiche e tradizionali lombarde di mais e patata, fra i consumatori che effettuano ricerche online è ancora bassa. Infatti, gli strumenti di analisi non hanno restituito risultati significativi per le seguenti parole chiave:

- | | | | |
|---------------------|------------------------------|-------------------|--------------------|
| - Varietà di patate | - varietà antiche di mais | - Mais ottofile | - 4 cereali |
| - Varietà di mais | - varietà antiche di patate | - Marano pavese | - Mais saraceno |
| - mais antico | - varietà antiche di cereali | - Frumento tenero | - Gallette di mais |
| - Cereali antichi | - tuberi | - Grano tenero | - Polenta taragna |
| - patate antiche | - tuberi antichi | - Grano saraceno | - Biscotti di mais |
| | | - 4 cereali | |

Varietà tradizionali patata e mais *_tracce digitali*

Le stesse parole chiave, però, hanno registrato più **risultati sui blog e sui canali di news**, compresi i canali digitali dei **quotidiani**.

Questo a dire che si registra sia un timido ma significativo interesse verso questi prodotti, frutto anche di qualche azione di divulgazione e di marketing

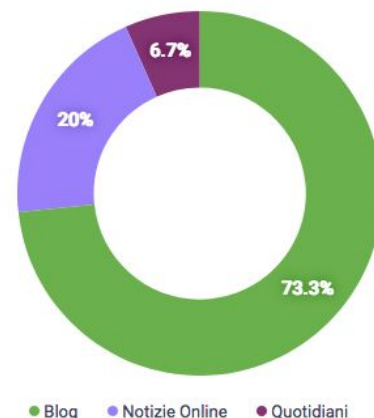
su queste varietà di nicchia. Elemento questo comunque significativo, che parla di un aumento di consapevolezza (*awareness*) e di interesse generalizzato sul tema delle varietà antiche.

Dal punto di vista demografico, vi è al momento una predominanza di interesse da parte del pubblico femminile rispetto a quello maschile.

Ad ogni modo, il numero dei risultati, lascia spazio ad un importante margine di miglioramento in termini di **comunicazione, presenza e reputazione sul web e sui social**.



RIPARTIZIONE PER TIPI DI MEDIA



Varietà tradizionali patata e mais *_tracce digitali*

varietà di patate: 15 risultati da blog e social network



Mai piantare vicini questi ortaggi se non vogliamo che il raccolto sia un fallimento
...particolarmente cetrioli e fragole. Quando si piantano le **varietà** di cavolo, scegliamo un luogo vicino alle cipolle, alla la...
P: www.proiezioniidiborsa.it | pubblicato il 27/03/21 alle 15:51 | [🔗](#)



Ultime 12h

6



Per preparare delle patate fritte croccanti e gustose vanno usate queste patate
...non era quello più adatto. Per preparare delle **patate** fritte croccanti e gustose vanno usate queste **patate**. Quale **varietà** scegliere Le **varietà** d...
P: www.proiezioniidiborsa.it | pubblicato 8 ore fa | [🔗](#)

1



Patate e Prostata: Ode alla Patata!
...gratificazione, una palatabilità medio-bassa, un basso livello **di varietà** e un alto livello **di sazietà** sensoriale specifica. Anche se condivisi le tue...
♂ www.prostatainforma.com | pubblicato il 01/04/21 alle 08:55 | [🔗](#)

1



DA S.QUI.SITO LA PASQUA È TAKE AWAY
...morbidezza e intensità di gusto: c'è il classico ruoto **di agnello** con le **patate**, una selezione **di arrostiti** alle brace e il pregiato agnello **di Laticaud...**
FF www.foodmakers.it | pubblicato il 31/03/21 alle 17:55 | [🔗](#)

1



SEMPlici SUGGERIMENTI PER COLTIVARE UN PICCOLO ORTO CASALINGO |
...particolarmente cetrioli e fragole. Quando si piantano le **varietà** di cavolo, scegliamo un luogo vicino alle cipolle, alla lattuga, alle **patate** e agli ...
specialesportacisblog.wordpress.com | pubblicato il 28/03/21 alle 11:53 | [🔗](#)

1



49 Migliore friggitrice professionale nel 2021 Basato su 8669 recensioni
...frittura perfetta in poco tempo Friggitrice **di alta gamma** con capacità **di 3 litri** di olio, perfetta per cucinare per tutta la famiglia una **varietà** di f...
postgenovaonline.com | pubblicato 5 ore fa | [🔗](#)

N/D



Stiamo cercando i Farmer Cime di Rapa | Food Truck
...biodiversità del nostro agronomo, selezionando tra le 1600 **varietà** di semi (es. cavolo nero, cavolo riccio, cece rosso liscio, cime **di cola**, cipoll...
www.esperienzeconsul.it | pubblicato 8 ore fa | [🔗](#)

N/D

Varietà tradizionali patata e mais *_tracce digitali*

varietà antiche di mais: 2 risultati

varietà di mais: 34 risultati da blog e social network

Piume e Alveari. Verso un'economia circolare



di matias gadaleta creato un post

...stalla ad Arcene, in provincia di Bergamo. Ci ha appena descritto le proprietà antiossidanti dei suoi cereali e farine con **mais** rosso. Per il **mais** da Polenta utilizzano **varietà** così dette "**antiche**" di cui producono le sementi. Siamo nella

sua...

pubblicato 8 ore fa | Blog | Italia | www.dinamopress.it

Progetto Interassoc: Agricoltura ecologica e sociale in Valcodera



copyright creato un post

Legambiente continuerà la coltivazione della patata bianca e rossa di Starleggia, del **mais** rostrato e del fagiolo di San Giacomo. **Varietà antiche** e locali, ben adattate alle condizioni climatiche e quindi in generale più robuste e meno bisognose di...

pubblicato il 31/03/21 alle 12:51 | Notizie Online | Italia | primalavaltellina.it

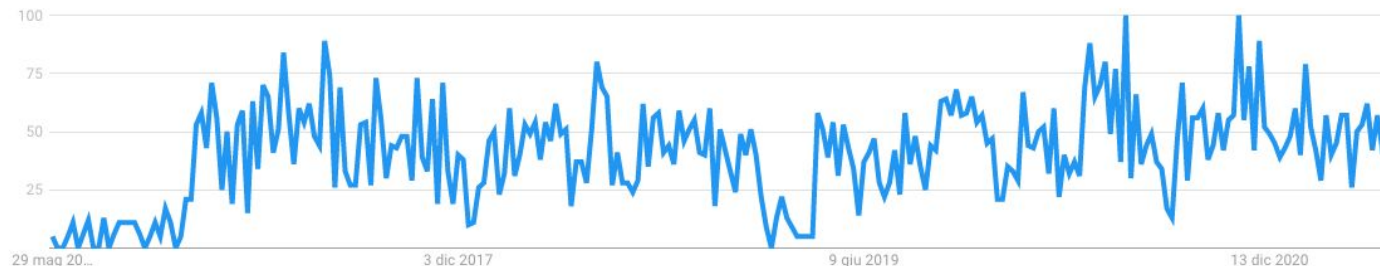
Varietà tradizionali *interessi correlati*

Dati i risultati limitati su keywords molto specifiche, al fine di ottenere elementi significativi e capire le potenzialità di diffusione e commercializzazione delle varietà antiche, si è deciso di allargare l'analisi su **parole chiave più generiche**, sempre inerenti alle varietà tradizionali, focalizzandole, grazie agli strumenti di analisi, al mondo agrifood.

I risultati sono interessanti e mostrano un **aumento dell'interesse** per la **biodiversità e le varietà dei cibi tradizionali in particolare nell'ultimo anno e mezzo**. Si notano in particolare degli interessi correlati con le parole chiave elencate in precedenza, che tuttavia se analizzate singolarmente non mostrano risultati degni di nota: ad es. "varietà di patate". Questo è rilevante per eventuali future strategie di posizionamento che facciano leva sull'interesse di parole chiave più generiche e correlate indirettamente.

Inoltre, l'analisi sulla biodiversità e sulle varietà nell'agrifood ha permesso anche di **capire quali cibi tradizionali risultano più associati a queste parole**. Considerando i **macro trends di queste parole generiche in aumento** è probabile che anche le ricerche più specifiche aumenteranno i loro volumi di interesse nei prossimi anni.

Varietà (categoria agrifood)_tracce digitali



Ultimi 12 mesi



Basilicata,100
Sardegna,99
Calabria,91
Marche,78
Puglia,72
Umbria,63
Abruzzo,60
Veneto,58
Molise,57
Sicilia,54

Lazio,50
Emilia-Romagna,50
Friuli-Venezia Giulia,47
Toscana,45
Campania,42
Valle d'Aosta,41
Lombardia,39
Piemonte,38
Liguria,36
Trentino-Alto Adige,24

Ultimi 5 anni



Varietà (categoria agrifood)_tracce ultimi 12 mesi

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Olivo,100
 Ciliegia,85
 Oliva,67
 Pesco,57
 Uva,52
 Fico,33
 Parole crociate,28
 Nettarina,28
 Uva da tavola,24
 Leccino,19
 Seme,14
 Cavolo,14
 Ciliegio,14
 Vivaismo,14
 Pomodoro cuore di bue,9
 Semina,9
 Impollinazione,9
 Pomodoro datterino,5
 Mandorlo,5

ARGOMENTI CORRELATI IN AUMENTO

Ciliegio,Impennata
 Pomodoro cuore di bue,Impennata
 Semina,Impennata
 Impollinazione,Impennata
 Pomodoro datterino,Impennata
 Mandorlo,Impennata
 Nettarina,+350%
 Fico,+170%
 Parole crociate,+130%
 Seme,+130%
 Cavolo,+130%
 Vivaismo,+130%
 Uva da tavola,+90%
 Pesco,+80%
 Ciliegia,+70%
 Leccino,+50%

QUERY CORRELATE PIÙ CERCATI

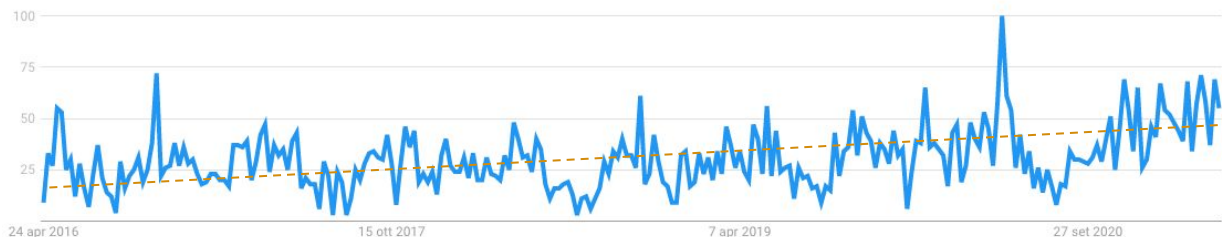
varietà pomodori,100
 varietà di pomodori,50
 varietà di patate,28 (*)
 insalata,21
 varietà di ciliegie,21

(*) analizzata singolarmente non produce numeri significativi, il fatto che si trovi questa keyword nell'analisi delle query correlate, può indicare che la conoscenza dell'argomento è ancora limitata per il pubblico, anche se in crescita

QUERY CORRELATE IN AUMENTO

insalata,+140%
 varietà pomodori,+80%

Biodiversità (categoria agrifood)_*tracce digitali*



Negli ultimi 5 anni Il tema della **biodiversità** è in costante crescita. L'agricoltura è il terzo argomento correlato mentre la **keyword** “**biodiversità in Italia**” è al quinto posto.

Andando ad analizzare nel dettaglio la keyword “biodiversità in Italia” si nota come l’interesse si manifesta principalmente nel **Lazio**, **Emilia-Romagna** e **Lombardia**.



Slow Food (categoria agrifood)_*tracce digitali*

La parola chiave “Slow Food” è la prima associata alla parola biodiversità (agroalimentare). Analizzando Slow Food notiamo che il **pesce**, la **mozzarella** e i **formaggi** sono i 3 alimenti più associati mentre le ricerche sulle **vitamine** e le **proprietà nutritive** dei prodotti sono spesso presenti.

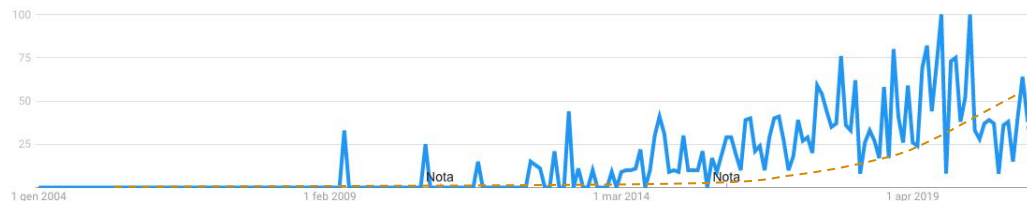


Il Piemonte è abbondantemente al primo posto come area geografica, con la città di Bra che monopolizza le ricerche (sede dell'Associazione Nazionale Slow Food).

Fra le grandi città invece solo 3 mostrano volumi rilevanti: Torino, Milano e Roma.

Grani antichi_tracce digitali Italia ultimi 12 mesi

L'analisi dal 2004 ad oggi ci permette di capire che nonostante i bassi livelli di ricerca **l'interesse per i Grani antichi** sta comunque **crescendo dal 2014 ad oggi**.



ARGOMENTI IN AUMENTO

Integrale, Impennata
Grani antichi siciliani, +130%
Pasta, +120%
Grano, +60%

PRINCIPALI REGIONI

Sicilia, 100
Marche, 94
Toscana, 86
Veneto, 59
Friuli-Venezia Giulia, 57
Lazio, 33
Lombardia, 30
Piemonte, 24
Campania, 19
Emilia-Romagna, 14

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Grano, 100
Grani antichi siciliani, 93
Pasta, 36
Farina, 28
Pane, 21
Integrale, 7



Tracce digitali prodotti

Le varietà tradizionali di patata e mais

Mais

Patata

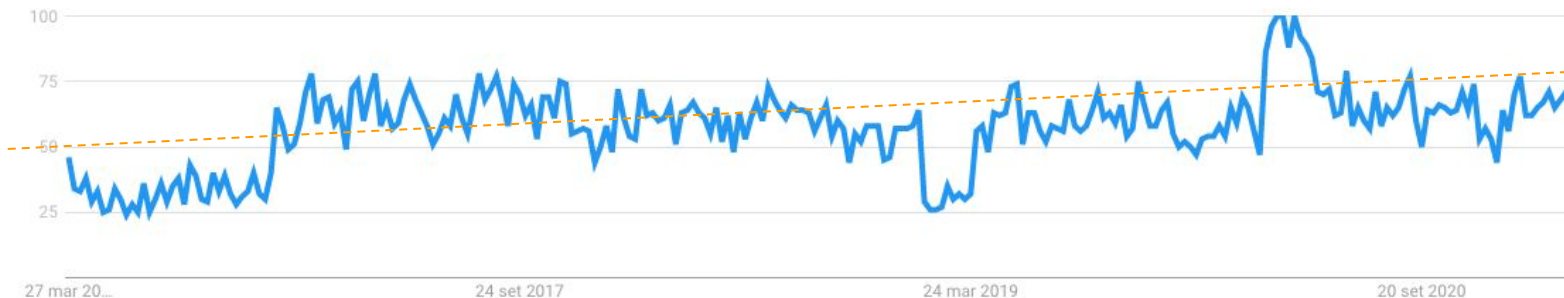
Confronto



Mais (cereali)_tracce digitali Italia ultimi 5 anni

Si è dunque passati ad analizzare le tracce digitali dei prodotti di RESILIENT nella loro accezione più generale: mais e patata.

Iniziamo dalla parola mais, nell'accezione di cereale: in Italia mostra un interesse elevato sia negli ultimi 5 anni che negli ultimi 12 mesi. Negli ultimi 4 anni la media di ricerca è aumentata sensibilmente confermando il **trend in crescita delle ricerche online legate all'agroalimentare**. Durante il **primo lockdown**, causa Covid-19, l'**interesse digitale per il mais è aumentato**, registrando dei picchi mai raggiunti prima, **riportandosi poi ai livelli precedenti al termine del primo lockdown**.



Mais (cereali)_*tracce digitali Italia ultimi 5 anni*

Dal punto di vista geografico **non si registra la prevalenza di nessuna area italiana rispetto alle altre**: l'interesse per il prodotto è **distribuito** uniformemente lungo tutto il territorio nazionale a livello regionale; per quel che riguarda le città, si nota una prevalenza dell'interesse delle **città settentrionali**.



REGIONI

- 1 - Molise 100
- 2 - Veneto 83
- 3 - Piemonte 83
- 4 - Friuli-Venezia Giulia 82
- 5 - Abruzzo 81
- 6 - Marche 73
- 7 - Umbria 71
- 8 - Lombardia 70
- 9 - Emilia-Romagna 70
- 10 - Calabria 68

- 11 - Trentino-Alto Adige 67
- 12 - Toscana 62
- 13 - Liguria 61
- 14 - Campania 60
- 15 - Sardegna 59
- 16 - Lazio 58
- 17 - Valle d'Aosta 58
- 18 - Basilicata 54
- 19 - Puglia 52
- 20 - Sicilia 47

CITTÀ

- 1 - Padova, 100
- 2 - Verona, 90
- 3 - Udine, 89
- 4 - Parma, 85
- 5 - Modena, 84
- 6 - Venezia 81
- 7 - Milano 81
- 8 - Torino 80
- 9 - Brescia 79

Mais (cereali)_*tracce digitali Italia ultimi 5 anni*

Fra i **principali argomenti correlati** all'interesse per il mais si notano **molti prodotti alimentari derivati**, che suscitano maggiormente l'interesse dei consumatori come: **pasta di mais, galletta, pannocchia, pane, pop-corn, insalata, polenta, biscotto e crema.**

Fra i principali argomenti con **interesse in aumento** si segnalano quelli di “**organismo geneticamente modificato**” e “**agricoltura biologica**”, confermando l'interesse elementi dei consumatori per questi argomenti.

Facciamo notare inoltre l'apparente crescita di interesse recente per il mais italiano da parte di consumatori di lingua tedesca (vedi query “mais italienisch”).

Nelle pagine seguenti vengono riportati nel dettaglio gli argomenti e le query di ricerca correlati all'interesse per il mais.

Mais (cereali)_tracce digitali Italia ultimi 5 anni

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Pasta,100
 Farina,85
 Galletta,65
 Grano,55
 Riso,52
 Caloria,51
 Mais,39
 Pannocchia,34
 Glutine,31
 Farina di mais,29
 Pane,27
 Pop-corn,26
 Insalata,26
 Tapioca,26

Semina,25
 Polenta,25
 Biscotto,25
 Cereali,25
 Tonno,24
 Seme,20
 Riso,17
 Crema,16
 Seminatrice,11
 Prosciutto,8
 Fioretto,8

ARGOMENTI CORRELATI IN AUMENTO

Fioretto,Impennata
 Oliva,Impennata
 Organismo geneticamente
 modificato,Impennata
 Sorghum vulgare,Impennata
 Diserbo,Impennata
 Semina,+4.400%
 Crema,+1.350%
 Prosciutto,+1.250%
 DuPont Pioneer,+1.200%
 Girasole comune,+1.150%
 Diabete,+950%
 Mais tostato,+900%
 Mulino,+850%

Agricoltura biologica,+700%
 Macina,+650%
 Seminatrice,+550%
 Orzo perlato,+550%
 Carpa comune,+500%
 Mais viola,+500%
 Riso,+400%
 Tonno,+400%
 Tapioca,+350%
 Insalata,+110%
 Seme,+100%
 Grano,+60%

Mais (cereali)_tracce digitali Italia ultimi 5 anni

QUERY CORRELATE PIÙ CERCATE

mais,100
 corn,12
 il mais,10
 pasta mais,7
 pasta di mais,6
 farina mais,5
 gallette mais,4
 granoturco,4
 granturco,4
 gallette di mais,4
 calorie,4
 calorie mais,4
 farina di mais,4

grano,3
 mais ricette,3
 mais glutine,3
 prezzo mais,2
 pane mais,2
 polenta,2
 maize,2
 biscotti mais,2
 mais e tapioca,2
 maiz,1
 pasta con mais,1
 tortillas,1

QUERY CORRELATE IN AUMENTO

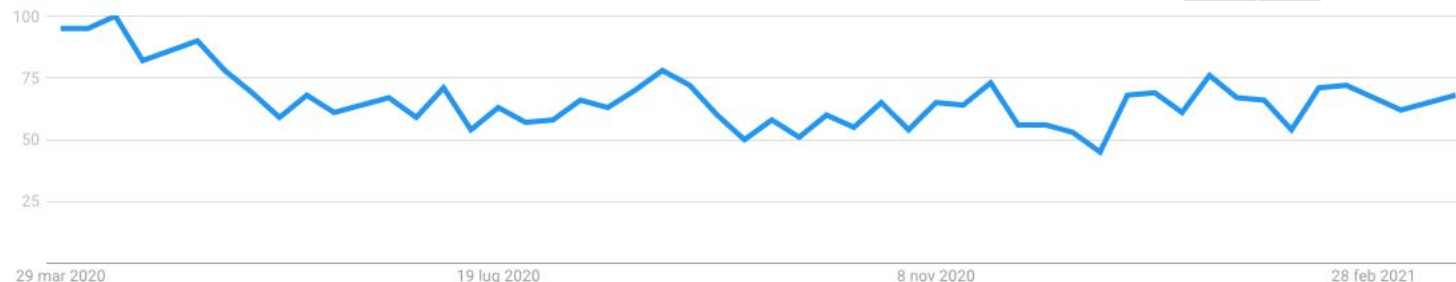
trincia mais,Impennata
 granone,Impennata
 mais tostato,Impennata
 mais fritto,Impennata
 cous cous di mais,Impennata
 prezzo mais treviso,Impennata
 gritz di mais,Impennata
 mais amor,Impennata
 quando seminare il mais,Impennata
 pizza panna prosciutto e mais,Impennata
 diabrotica del mais,Impennata
 il chicco di mais ad ogni torta il suo
 stampo,Impennata
 sì e no mais,Impennata
 corn hub,Impennata

mais italienisch,+3.750%
 il mais è una verdura,+3.700%
 granoturco cotignola,+2.550%
 semina mais,+250%
 mais e tapioca,+190%
 prezzo mais,+150%
 mais glutine,+120%
 pane mais,+70%
 farina mais,+60%
 pane di mais,+60%
 biscotti mais,+50%

Mais (cereali)_*tracce digitali Italia ultimi 12 mesi*

Restringendo l'analisi negli ultimi 12 mesi, vengono confermati i dati riguardanti la distribuzione geografica e temporale.

E' da evidenziare la **crescita dell'interesse verso la dieta e le ricette culinarie** con il mais come ingrediente principale: utile elemento su cui far leva per le azioni promozionali (es. utilizzo delle varietà tradizionali in preparazioni legate al territorio, qualità nutrizionali, ecc.).



Mais (cereali)_tracce digitali Italia ultimi 12 mesi

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Farina,100
 Pasta,80
 Galletta,69
 Riso,60
 Mais,60
 Caloria,58
 Grano,57
 Farina di mais,43
 Glutine,36
 Pane,36
 Pannocchia,34
 Semina,31
 Pop-corn,30
 Tapioca,28
 Amido,28

Insalata,27
 Cereali,25
 Tonno,23
 Polenta,21
 Crema,20
 Verdura,20
 Celiachia,9
 Spuntino,7
 Carota,6
 Lattina,5

ARGOMENTI CORRELATI IN AUMENTO

Carota,Impennata
 Olio di semi di girasole,Impennata
 Graminacee,Impennata
 Irrigazione,Impennata
 Lattina,+350%
 Tutolo,+350%
 Grissino,+300%
 Silo,+300%
 Diserbo,+250%
 Spuntino,+200%
 Celiachia,+170%
 Verdura,+160%

Amido,+100%
 Farina di mais,+80%
 Semina,+50%
 Cereali,+50%
 Mais,+50%
 Pane,+50%

Mais (cereali)_tracce digitali Italia ultimi 12 mesi

QUERY CORRELATE PIÙ CERCATE

mais,100
 corn,13
 granturco,5
 gallette di mais,5
 calorie mais,5
 pasta di mais,5
 granturco,4
 mais e tapioca,3
 maize,2
 tortillas,2
 tortillas di mais,2
 biscotti mais,2
 mais pop corn,2

prezzo mais,2
 pizza mais,2
 torta di mais,2
 ricette con mais,1
 mais in scatola,1
 pannocchie di mais,1
 biscotti di mais,1
 ricetta tortillas mais,1
 corn traduzione,1
 frumento,1
 gallette di mais calorie,1
 mais propriet√†,1

QUERY CORRELATE IN AUMENTO

le gallette di mais fanno
 ingrassare,Impennata
 farina di granturco,Impennata
 pane di mais fatto in casa,Impennata
 pannocchie di mais,+400%
 mais marano,+400%
 ricetta tortillas mais,+200%
 ricetta tortillas di mais,+130%
 mais in padella,+130%
 fecola di mais,+100%
 corn traduzione,+90%
 mais per pop corn,+70%

tortillas,+70%
 tortillas di mais,+70%
 gallette di mais
 calorie,+60%
 mais in scatola,+60%
 torta di mais,+60%
 calorie mais,+50%
 maize,+50%
 mais e tapioca,+50%
 granturco,+40%

Mais (pianta)_tracce digitali Italia ultimi 5 anni

Si è poi passato ad analizzare l'interesse per il Mais inteso come "pianta": trend, distribuzione geografica e interessi correlati ricalcano l'andamento visto per il "cereale".



REGIONI

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| 1 - Molise, 100 | 11 - Emilia-Romagna, 79 |
| 2 - Marche, 99 | 12- Veneto, 76 |
| 3- Abruzzo,90 | 13 - Lombardia, 75 |
| 4 - Friuli-Venezia Giulia 88 | 14 - Lazio. 72 |
| 5 - Valle d'Aosta,86 | 15 - Puglia, 74 |
| 6 - Toscana,85 | 16 - Sicilia 72 |
| 7 - Piemonte,82 | 17 - Liguria 72 |
| 8 - Calabria,81 | 18 - Basilicata 71 |
| 9 - Umbria,80 | 19 - Sardegna 62 |
| 10 - Campania,80 | 20 - Trentino-Alto Adige 58 |

CITTÀ

- 1 - Torino, 100
- 2 - Bologna, 87
- 3 - Firenze, 85
- 4 - Venezia, 79
- 5 - Roma, 79
- 6 - Milano, 77
- 7 - Genova, 76
- 8 - Bari, 76
- 9 - Catania, 76

Mais (pianta)_tracce digitali in Italia negli ultimi 5 anni

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Amido di mais,100	Polenta,8
Farina,85	Glutine,8
Farina di mais,77	Pane,7
Ricetta,31	Riso,7
Corn flakes,25	Olio di semi di mais,7
Fecola di patate,17	Cioccolato,5
Corn dog,14	Uovo,5
Biscotto,14	Grano,4
Mais,14	Latte,4
torta,14	Frittura,4
Dolce,13	
Patata,13	
Amido,12	
Olio,9	
Crema pasticcera,8	

ARGOMENTI CORRELATI IN AUMENTO

Fioretto,Impennata	Gelatina,+550%
Crema,Impennata	Wurstel,+500%
Benedetta Rossi,Impennata	Tutolo,+450%
Slime,Impennata	Focaccia,+450%
Fatto in Casa da Benedetta,	Gel per capelli,+450%
Patatine di mais,Impennata	Budino,+400%
Fatto in casa da Benedetta	Frittura,+250%
Arepa,Impennata	Crema
Kellogg's,Impennata	pasticcera,+170%
Vaniglia,Impennata	Patata,+140%
Fiocchi d'avena,Impennata	Amido,+120%
Nachos,Impennata	
Lievito chimico,Impennata	
Semolino,Impennata	
Impasto,+800%	

Mais (pianta)_tracce digitali in Italia negli ultimi 5 anni

QUERY CORRELATE PIÙ CERCATE

amido,100
 amido mais,99
 amido di mais,94
 farina di mais,87
 corn flakes,23
 corn dog,17
 biscotti,15
 fecola di patate,13
 amido di mais fecola di patate,12
 torta farina di mais,11
 biscotti farina di mais,10
 olio di mais,9
 biscotti con farina di mais,9
 farina di mais ricette,8
 crema pasticcera,8
 torta con farina di mais,8
 maizena,8
 crema pasticcera amido di mais,7
 crema con amido di mais,7

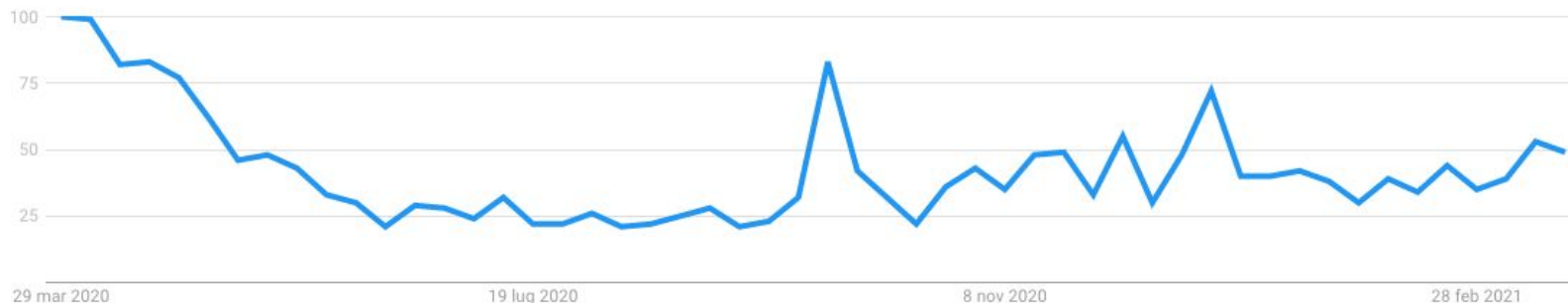
polenta,7
 polenta farina di mais,7
 pane di farina di mais,7
 maizena amido di mais,6
 crema pasticcera con
 amido di mais,6
 pane farina di mais,6

QUERY CORRELATE IN AUMENTO

fatto in casa da benedetta,Impennata
 tutolo di mais,Impennata
 perché hanno inventato i corn flakes
 slime con amido di mais,Impennata
 amido di mais come sostituirlo,Impennata
 amidi di mais,Impennata
 come fare i corn dog,Impennata
 chips di mais,Impennata
 torta di mele con farina di mais,Impennata
 crema pasticcera con amido di mais fatto in
 casa da benedetta,Impennata

fecola di patate e amido di mais
 sono la stessa cosa,Impennata
 biscotti con farina di mais fatto in
 casa da benedetta,Impennata
 perché sono stati inventati i corn
 flakes,Impennata
 tacos ricetta,Impennata
 sostituzione amido di
 mais,Impennata
 corn dog recipe,Impennata
 gam,Impennata
 perché hanno inventato i corn
 flakes,Impennata
 maizena o amido di mais sono la
 stessa cosa,+3.200%
 amido di mais o fecola di patate è la
 stessa cosa,+3.100%
 olio di semi di mais,+850%
 olio di semi,+750%

Mais (pianta)_tracce digitali in Italia negli ultimi 12 mesi



REGIONI

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| 1 - Molise 100 | 11 - Calabria 66 |
| 2 - Abruzzo 82 | 12 - Marche 65 |
| 3 - Basilicata 78 | 13 - Lombardia 65 |
| 4 - Friuli-Venezia Giulia 74 | 14 - Umbria 63 |
| 5 - Campania 73 | 15 - Puglia 62 |
| 6 - Sicilia 72 | 16 - Toscana 58 |
| 7 - Veneto 71 | 17 - Liguria 57 |
| 8 - Emilia-Romagna 69 | 18 - Valle d'Aosta 55 |
| 9 - Piemonte 68 | 19 - Trentino-Alto Adige 54 |
| 10 - Lazio 68 | 20 - Sardegna 50 |

CITTÀ

- 1 - Torino 100
- 2 - Milano 83
- 3 - Napoli 72
- 4 - Roma 71

Mais (pianta)_tracce digitali in Italia negli ultimi 12 mesi

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Amido di mais,100	Glutine,9
Farina,72	Pane,8
Farina di mais,63	Polenta,7
Ricetta,31	Olio di semi di mais,5
Corn flakes,25	Olio,5
Corn dog,19	Riso,5
Fecola di patate,18	Latte,4
Patata,14	Uovo,4
torta,14	Grano,4
Dolce,13	Frittura,4
Amido,13	Grammo,3
Mais,11	
Biscotto,10	
Crema pasticceria,10	

ARGOMENTI CORRELATI IN AUMENTO

Pastella,Impennata	Farina di
Polpetta,Impennata	castagne,Impennata
Sciroppo,Impennata	Sbrisolona,Impennata
Dieta senza glutine,Impennata	Cheesecake,+400%
Calamari fritti,Impennata	Corn dog,+130%
Avena comune,Impennata	Crema,+100%
Crostata,Impennata	Grammo,+100%
Zucchero,Impennata	Corn flakes,+90%
Grissino,Impennata	Pane,+80%
Colla di pesce,Impennata	Sciroppo di mais,+80%
Ciambella,Impennata	Crema
Teutidi,Impennata	pasticcera,+80%
Latte di mandorla,Impennata	Benedetta Rossi,+70%
Farina manitoba,Impennata	

Mais (pianta)_tracce digitali in Italia negli ultimi 12 mesi

QUERY CORRELATE PIÙ CERCATE

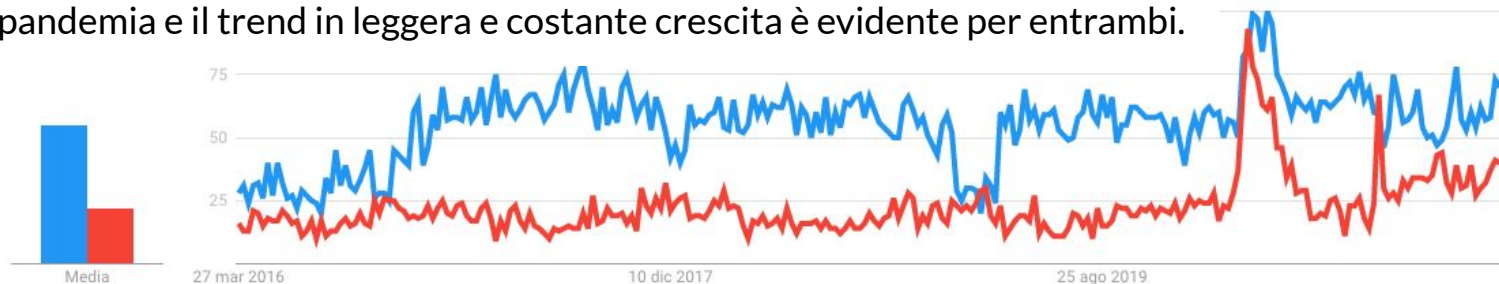
amido di mais,100	olio di mais,7
farina di mais,88	farina di mais ricette,7
corn flakes,23	biscotti con farina di mais,6
corn dog,17	maizena amido di mais,6
torta con farina di mais,10	corn dog ricetta,6
pane di mais,10	fecola di patate o amido di mais,5
crema pasticcera,9	amido di riso,5
maizena,9	amido di mais o fecola di patate,5
crema pasticcera amido di mais,8	farina di mais fioretto,5
biscotti farina di mais,8	dolce con farina di mais,5
sostituire amido di mais,8	
fecola di patate e amido di mais,8	
pane con farina di mais,7	
ricette farina di mais,7	
crema pasticcera con amido di mais,7	

QUERY CORRELATE IN AUMENTO

perche hanno inventato i corn	gel amido di mais,+130%
flakes,Impennata	sciroppo di mais,+120%
perche sono stati inventati i corn	amido di mais contiene
flakes,Impennata	glutine,+120%
perchè sono stati inventati i corn	corn flakes,+100%
flakes,Impennata	fecola di patate e amido di
differenza tra amido di mais e fecola di	mais,+80%
patate,Impennata	come sostituire amido di
maizena e amido di mais sono la stessa	mais,+80%
cosa,Impennata	pane di mais,+80%
come sostituire l amido di mais,Impennata	amido di mais ricette,+70%
corn dogs,+300%	amido di riso,+60%
fecola di patate e amido di mais sono la	flocchi di mais,+50%
stessa cosa,+250%	torta con farina di mais,+50%
dolce con farina di mais,+250%	amidi di mais,+50%
tutolo di mais,+160%	corn dog,+50%
pane con farina di mais,+130%	
olio di semi di mais,+130%	

Mais_cereali vs pianta in Italia negli ultimi 5 anni

Messi a confronto gli interessi per le due categorie, predomina quello per il mais come “cereale”, rispetto a quello come “pianta”. Il picco dovuto alla pandemia e il trend in leggera e costante crescita è evidente per entrambi.



REGIONI

- 1 - Trentino-Alto Adige 80% 20%
- 2 - Valle d'Aosta 77% 23%
- 3 - Piemonte 74% 26%
- 4 - Emilia-Romagna 74% 26%
- 5 - Umbria 74% 26%
- 6 - Veneto 73% 27%
- 7 - Lombardia 72% 28%

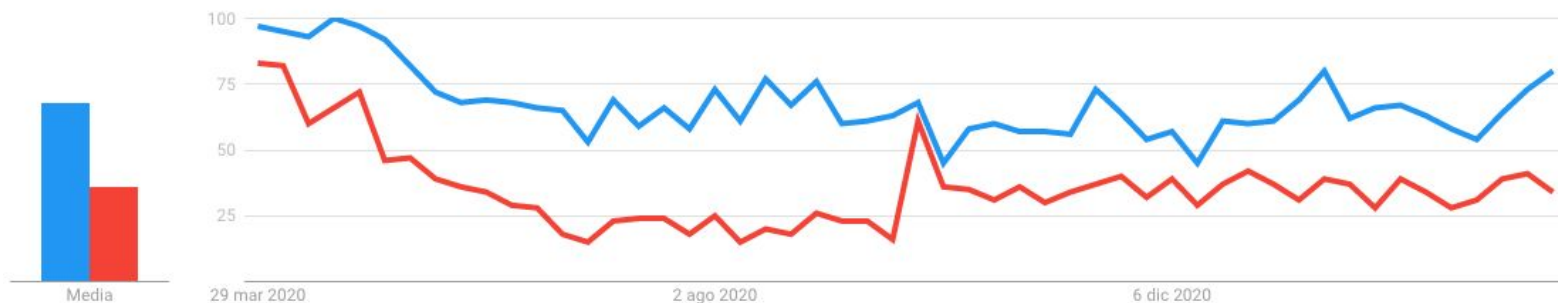
- 8 - Friuli-Venezia Giulia 71% 29%
- 9 - Sardegna 71% 29%
- 10 - Toscana 70% 30%
- 11 - Abruzzo 69% 31%
- 12 - Marche 69% 31%
- 13 - Calabria 69% 31%
- 14 - Lazio 69% 31%

- 15 - Molise 68% 32%
- 16 - Campania 68% 32%
- 17 - Liguria 68% 32%
- 18 - Sicilia 67% 33%
- 19 - Basilicata 66% 34%
- 20 - Puglia 64% 36%

CITTA

- 1 - Vicenza 79% 21%
- 2 - Bergamo 75% 25%
- 3 - Brescia 75% 25%
- 4 - Venezia 73% 27%
- 5 - Milano 73% 27%
- 6 - Verona 73% 27%
- 7 - Parma 73% 27%

Mais_cereali vs *pianta* in Italia negli ultimi 12 mesi



REGIONI

1 - Molise 71% 29%	8 - Valle d'Aosta 67% 33%
2 - Veneto 71% 29%	9 - Piemonte 66% 34%
3 - Abruzzo 71% 29%	10 - Toscana 66% 34%
4 - Friuli-Venezia Giulia 68% 32%	11 - Umbria 64% 36%
5 - Emilia Romagna 68% 32%	12 - Trentino-Alto Adige 64% 36%
6 - Lombardia 67% 33%	13 - Sardegna 64% 36%
7 - Liguria 67% 33%	14 - Marche 63% 37%

15 - Lazio 63% 37%
16 - Campania 58% 42%
17 - Calabria 58% 42%
18 - Sicilia 58% 42%
19 - Puglia 57% 43%
20 - Basilicata 51% 49%

CITTÀ

Bologna 68% 32%
Torino 66% 34%
Roma 66% 34%
Milano 65% 35%
Firenze 62% 38%
Genova 61% 39%
Napoli 60% 40%

Mais_ *tracce digitali Lombardia ultimi 12 mesi*

Restringendo il campo alla Lombardia, di seguito gli interessi correlati al “mais”:

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Farina,100	Crema,21
Galletta,45	Polenta,21
Caloria,39	Seme,21
Biscotto,39	Pomodoro,18
Pop-corn,39	Fagiolo,18
Mais,36	Tortilla di mais,18
Riso,36	Amido di mais,15
Tapioca,33	Patatine chips,12
Grano,33	
Semina,33	
Pannocchia,30	
Alimentazione,27	
Farina di mais,27	
Pane,24	
Insalata,24	
Tonno,24	
Glutine,21	

ARGOMENTI CORRELATI IN AUMENTO

Amido di mais,Impennata
 Patatine chips,Impennata
 Cereale decorticato,Impennata
 Avena comune,Impennata
 Cracker,Impennata
 Mulino,Impennata
 Integrale,Impennata
 Amido,Impennata
 Ettaro,Impennata
 Foraggio,Impennata
 Lattina,Impennata
 Pomodoro,+450%
 Fagiolo,+450%
 Semina,+150%
 Tonno,+140%
 Alimentazione,+100%
 Tapioca,+90%
 Pop-corn,+70%
 Farina,+60%
 Biscotto,+50%

QUERY CORRELATE PIÙ CERCATI

corn,12
 gallette di mais,5
 granoturco,2
 tortillas di mais,2
 pasta di mais,2
 biscotti di mais,1

QUERY CORRELATE IN AUMENTO

gallette di mais +110%

Mais_*tracce digitali dai social media*

E' poi analizzato l'interesse per il "mais" sui principali social network e blog, attraverso strumenti di *social listening*.

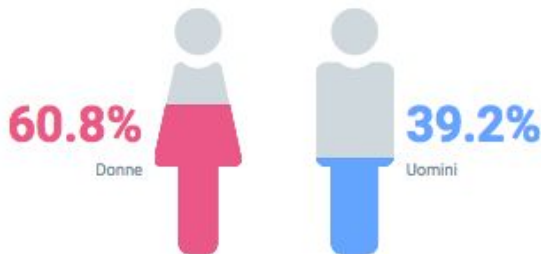
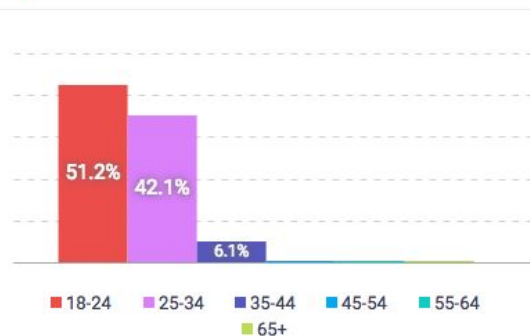
All'interno del campione campione raccolto, composto da circa 6.000 risultati, la prevalenza di citazioni proveniva dal Lazio e dalle regioni del Nord-Ovest.



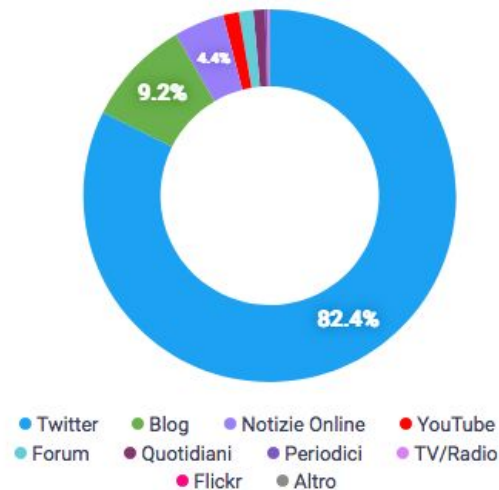
Mais_tracce digitali dai social media

Tra i mezzi, si nota la netta prevalenza di twitter rispetto ai social network, seguito dai blog e dai siti di news. I blog, in particolare quelli a tema cucina, e i canali Youtube, nonostante il numero inferiore di menzioni, rappresentano comunque una leva importante per il posizionamento, perché permettono di **intercettare delle comunità appassionate e propense alla relazione digitale.**

ETÀ



RIPARTIZIONE PER TIPI DI MEDIA



Tracce digitali prodotti

Mais

Patata

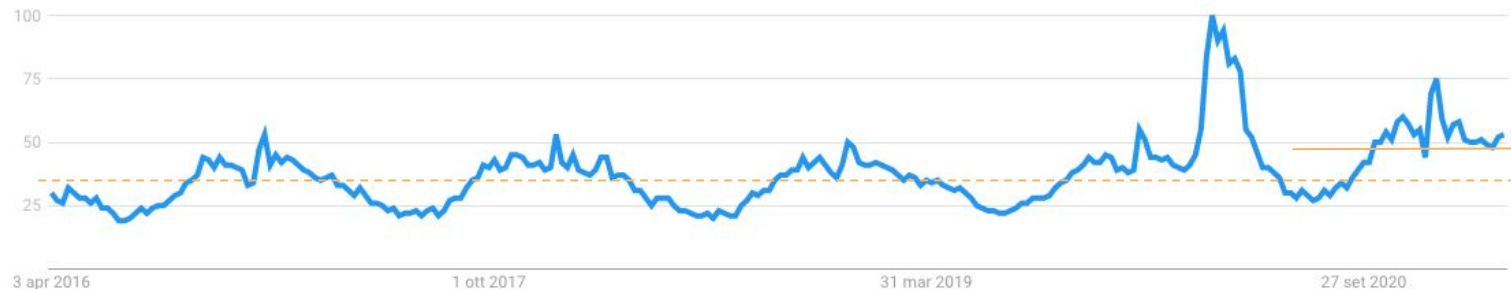
Confronto



Patata *tracce digitali in Italia ultimi 5 anni*

Si è poi passati ad analizzare l'interesse per il prodotto patata in Italia: questo si mostra elevato sia negli ultimi 5 anni che negli ultimi 12 mesi. Nella rappresentazione pluriennale, si nota un andamento stagionale dell'interesse.

Come per il mais, durante l'emergenza causata dal Covid-19, le ricerche digitali legate alle patate sono aumentate, registrando dei picchi mai raggiunti prima. Al termine dell'emergenza, il livello di interesse è diminuito, ma parrebbe mantenersi leggermente più alto rispetto a prima.



Patata_ *tracce digitali in Italia negli ultimi 5 anni*

A livello geografico **nessuna macro area del paese sembra prevalere sull'altra** mentre interessante notare come fra i **principali argomenti correlati** dai consumatori interessati al prodotto, a differenza di quanto abbiamo già visto per il mais, si registrano **ricerca relative principalmente alla ricette e a video**, anche di chef di fama nazionale.



REGIONI

- 1 - Basilicata 100
- 2 - Calabria 91
- 3 - Molise 89
- 4 - Liguria 86
- 5 - Campania 86
- 6 - Puglia 85
- 7 - Abruzzo 82
- 8 - Piemonte 82
- 9 - Emilia-Romagna 78
- 10 - Sardegna 78

- 11 - Sicilia 77
- 12 - Toscana 76
- 13 - Valle d'Aosta 76
- 14 - Umbria 76
- 15 - Friuli-Venezia Giulia 76
- 16 - Lombardia 73
- 17 - Marche 72
- 18 - Lazio 72
- 19 - Veneto 71
- 20 - Trentino-Alto Adige 61

CITTÀ

- 1 - Salerno, 100
- 2 - Taranto, 93
- 3 - Genova, 92
- 4 - Parma, 84
- 5 - Napoli, 81
- 6 - Torino 81
- 7 - Bologna 81
- 8 - Bari 81
- 9 - Palermo 77

Patata_ *tracce digitali in Italia negli ultimi 5 anni*

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Patata,100
 Forno,20
 Ricetta,14
 Gnocchi,6
 Pasta,6
 Gattò di patate,5
 Zucchini,4
 Padella,4
 Bimby,4
 Pura di patate,4
 Polpetta,3
 Salsiccia,3
 Polpo comune,3
 Spezzatino,3

Insalata,3
 Carne di pollo,3
 Cottura,2
 Zucca,2
 Frittura,2
 Frittata,2
 Minestra,2
 Crocchetta,2
 Patata dolce,2
 Torta salata,2

ARGOMENTI CORRELATI IN AUMENTO

Fatto in Casa da
 Benedetta,Impennata
 Fatto in casa da
 Benedetta,Impennata
 Semina,Impennata
 Benedetta Rossi,Impennata
 Teutidi,Impennata
 Dolce,+3.100%
 Crema,+1.850%
 Antonino
 Cannavacciuolo,+650%
 Impasto,+550%
 Friggitrice,+300%
 Rustico,+200%
 Patate dolci al forno,+170%

Provola,+130%
 Schiacciata,+100%
 Prosciutto,+100%
 Valore
 nutritivo,+100%
 Buccia,+80%
 Mais,+80%
 Amido,+80%
 Porraccio,+70%
 Rosmarino,+70%
 Padella,+70%
 Zuppa di zucca,+60%
 Tortel di patate,+60%
 Salsiccia,+60%

Patata *tracce digitali in Italia negli ultimi 5 anni*

QUERY CORRELATE PIÙ CERCATE

patate al forno,100	pasta con patate,14
ricetta patate,52	spezzatino con patate,13
pasta patate,37	gateau patate,13
gnocchi patate,34	patate dolci,13
gnocchi,34	gateau di patate,13
patate ricette,30	crocchette di patate,13
pasta e patate,30	salsiccia e patate,12
gnocchi di patate,29	frittata patate,12
patate in padella,23	polpette di patate,12
zucchine e patate,19	pur√® patate,12
ricetta con patate,18	
pollo con patate,15	
spezzatino,15	
patate lesse,15	
ricette con patate,15	

QUERY CORRELATE IN AUMENTO

patate dippers,+600%
 sbriciolata di patate,+400%
 schiacciata di patate,+400%
 torta di patate in padella,+400%
 patate mpacchiuse,+200%
 pasta patate e provola,+140%
 patate al.forno,+110%
 polpette tonno e patate,+110%
 chips di patate,+110%
 vellutata di zucca e patate,+110%
 salsiccia e patate in padella,+100%
 polpette di zucchine e patate,+100%
 vellutata zucca e patate,+90%
 polpette di tonno e patate,+90%
 pasta e patate con provola,+90%

Patata_tracce digitali in Italia negli ultimi 12 mesi



REGIONI

- 1 - Liguria 100
- 2 - Basilicata 99
- 3 - Calabria 97
- 4 - Molise 96
- 5 - Campania 95
- 6 - Piemonte, 95
- 7 - Puglia, 94
- 8 - Abruzzo, 93
- 9 - Emilia-Romagna, 91
- 10 - Lombardia, 89

- 11 - Toscana, 88
- 12 - Valle d'Aosta, 86
- 13 - Umbria, 86
- 14 - Marche, 84
- 15 - Sicilia, 84
- 16 - Lazio, 83
- 17 - Friuli-Venezia Giulia, 82
- 18 - Veneto, 81
- 19 - Sardegna, 81
- 20 - Trentino-Alto Adige, 65

CITTÀ

- 1 - Parma, 100
- 2 - Genova, 96
- 3 - Salerno, 95
- 4 - Torino, 89
- 5 - Bologna, 89
- 6 - Bari, 87
- 7 - Napoli, 83
- 8 - Trieste, 81
- 9 - Venezia, 80
- 10 - Catania, 80

Patata *_tracce digitali in Italia negli ultimi 12 mesi*

Restringendo l'analisi agli ultimi 12 mesi, si nota come gli interessi correlati siano principalmente legati alle ricette con base il prodotto patata, anche limitandosi alla Lombardia.

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Patata,100	Purea di patate,3
Forno,20	Spezzatino,3
Ricetta,14	Fecola di patate,3
Gnocchi,7	Crocchetta,3
Pasta,5	Insalata,3
Gattò di patate,5	Cottura,2
Zucchini,5	Tonno,2
Padella,4	Benedetta Rossi,2
Salsiccia,4	Patata dolce,2
Bimby,3	Carne di pollo,2
Polpetta,3	Torta salata,2
Polpo comune,3	Zucca,2

ARGOMENTI CORRELATI IN AUMENTO

patate al forno,100	patate e salsiccia,14
ricetta patate,51	pollo con patate,14
gnocchi,37	pasta con patate,13
gnocchi patate,37	spezzatino con patate,12
gnocchi di patate,32	crocchette di patate,12
pasta e patate,29	fecola di patate,12
patate in padella,25	patate dolci,12
ricette patate,24	patate lesse,12
patate e zucchini,18	polpette di patate,11
ricetta con patate,16	riso e patate,11
gateau patate,15	torta di patate,11
ricette con patate,14	
gateau,14	
gateau di patate,14	

Patata_ *tracce digitali in Italia negli ultimi 12 mesi*

QUERY CORRELATE PIÙ CERCATE

patate al forno,100
 gnocchi patate,37
 gnocchi,37
 pasta patate,37
 gnocchi di patate,33
 pasta e patate,28
 ricette patate,26
 patate in padella,23
 ricetta con patate,17
 gateau di patate,15
 ricette con patate,15
 spezzatino con patate,14
 patate e salsiccia,14
 pollo con patate,14
 pasta con patate,12

fecola di patate,12
 crocchette di patate,12
 frittata patate,12
 patate lesse,12
 frittata,11
 riso e patate,11
 polpette di patate,11
 torta di patate,11
 patate dolci,11
 pur√® di patate,10

QUERY CORRELATE IN AUMENTO

gnocchi di patate di benedetta rossi,+300%	sbriciolata di patate e salsiccia,+100%
orata al forno con patate e pomodorini,+250%	gnocchi di patate ricetta della nonna,+90%
rosti di patate in padella,+200%	patate viola ricette,+90%
sbriciolata patate e salsiccia,+130%	piantare patate,+80%
salsicce al forno con patate,+130%	riso patate e cozze ricetta pugliese,+80%
patate e salsicce al forno,+110%	almone al forno con patate,+80%
patate in padella croccanti,+110%	ciambelle fritte con patate,+80%
quanto devono bollire le patate,+100%	

Patata_ *tracce digitali in Lombardia ultimi 12 mesi*

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Forno,100	Salsa vellutata,11
Ricetta,52	Cipolla,10
Patata,24	Zucca,10
Pasta,24	Carne di pollo,10
Padella,23	Insalata,10
Zucchini,23	Minestra,10
Polpo comune,20	Carota,10
Polpetta,17	Frittata,10
Spezzatino,14	Pollo,9
Purea di patate,13	
Torta salata,13	
Bimby,13	
Cottura,12	
Tonno,12	
Salsiccia,12	
Crocchetta,11	

ARGOMENTI CORRELATI IN AUMENTO

Acciuga,+350%
 Cucina siciliana,+250%
 Carboidrati,+200%
 Rana pescatrice,+180%
 Benedetta Rossi,+180%
 Pizzaiola,+170%
 Spiedo,+160%
 Teglia,+120%
 Lingua ligure,+100%
 Costine,+90%
 Melanzana,+70%

QUERY CORRELATE PIÙ CERCATI

patate,100
 patate al forno,23
 patata,6
 patate ricette,5
 patate in padella,5
 pasta e patate,5
 polpo patate,5
 patate e zucchine,4

QUERY CORRELATE IN AUMENTO

patate sabbiose in padella,Impennata
 frittata di patate e cipolle,Impennata
 patate bollite al microonde,Impennata
 branzino in crosta di patate,Impennata
 pollo in umido con patate,+500%
 patate lesse al microonde,+350%

Patata_ *tracce digitali in Lombardia ultimi 12 mesi*

Di seguito le zone, con un dettaglio più granulare, in cui sono concentrati gli interessi per il prodotto all'interno della regione.

Cologno Monzese, 100
Brugherio,
Abbiategrosso,
Cesano Boscone,
Macherio, 98
Bollate,
Vigevano, 92
Rho, 89
Cernusco sul Naviglio,
Crema, 87

Desio,
Legnano,
Treviglio,
Lecco,
Monza, 83
Pavia, 82
Lodi, 81
Voghera,
San Giuliano Milanese,
Como, 78
Seregno,

Varese, 74
Cinisello Balsamo, 73
Sesto San Giovanni, 73
Busto Arsizio, 72
Brescia, 69
Gallarate,
Cremona, 68
Milano, 67
Mantova, 67
Bergamo, 64

Patata_*tracce digitali dai social media*

Attraverso strumenti di **social listening**, sono state raccolte le menzioni della parola “patata” sui principali Social Network in un arco limitato di una settimana.

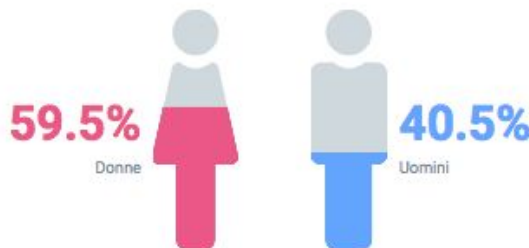
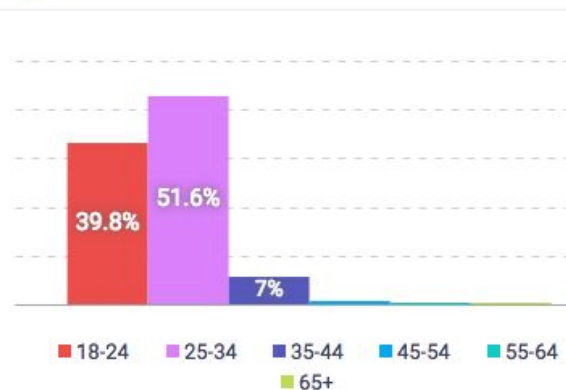
All'interno di questo campione, composto da circa 5.500 risultati, si ripete la prevalenza di citazioni proveniva dal **Lazio** e dalle regioni del **Nord-Ovest**, ma con una distribuzione più uniforme anche in altre: Emilia Romagna, Puglia, Campania.



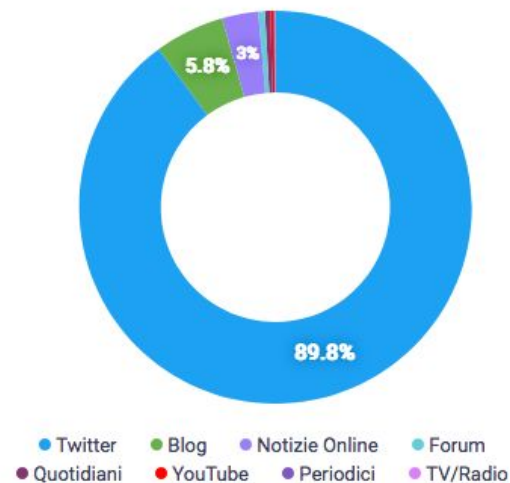
Patata_ *tracce digitali dai social media*

Anche in questo caso i social media sono il canali tradizionale più utilizzati anche se come confermano le tracce digitali della keyword patata, precedentemente analizzata, **i blog di cucina e le ricette di chef e microinfluencer** sono preponderanti e anche leve per intercettare il pubblico appassionato di cucina e ricette.

ETÀ



RIPARTIZIONE PER TIPI DI MEDIA



Tracce digitali prodotti

Mais

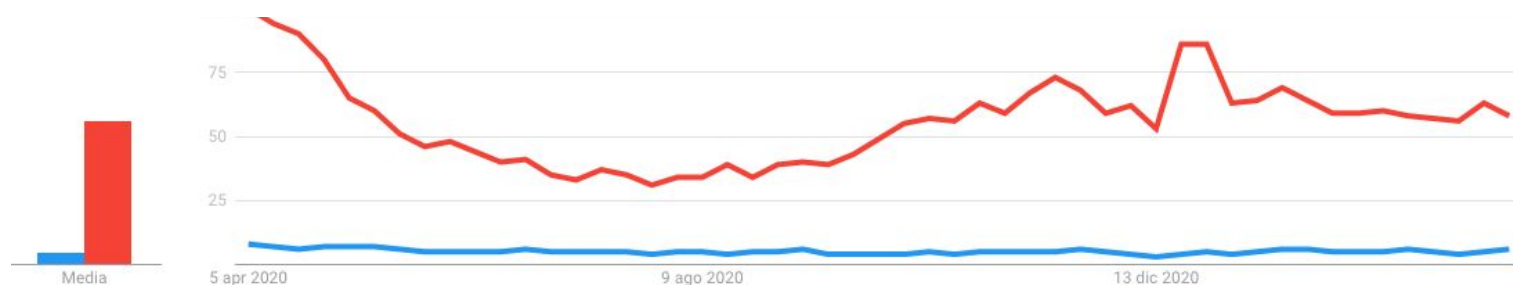
Patata

Confronto



Confronto_mais vs patata in Italia ultimi 12 mesi

Sono quindi stati messi a confronto gli interessi per i due prodotti: predominante quello per il tubero rispetto al cereale, uniformemente su tutto il territorio nazionale.



REGIONI

- 1 - Trentino-Alto Adige 11% 89%
- 2 - Veneto 10% 90%
- 3 - Marche 10% 90%
- 4 - Molise 9% 91%
- 5 - Piemonte 9% 91%
- 6 - Emilia-Romagna 9% 91%
- 7 - Lombardia 9% 91%

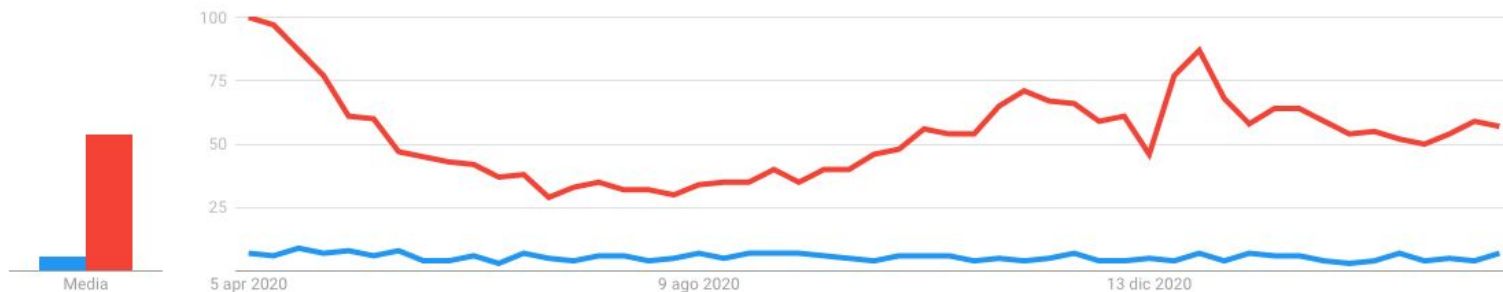
- 8 - Umbria 9% 91%
- 9 - Valle d'Aosta 9% 91%
- 10 - Abruzzo 9% 91%
- 11 - Friuli-Venezia Giulia 8% 92%
- 12 - Toscana 8% 92%
- 13 - Calabria 7% 93%
- 14 - Campania 7% 93%

- 15 - Lazio 7% 93%
- 16 - Basilicata 6% 94%
- 17 - Puglia 6% 94%
- 18 - Sicilia 6% 94%
- 19 - Sardegna 6% 94%
- 20 - Liguria 5% 95%

CITTÀ

- 1 - Firenze 9% 91%
- 2 - Milano 9% 91%
- 3 - Bologna 8% 92%
- 4 - Roma 8% 92%
- 5 - Torino 7% 93%
- 6 - Napoli 6% 94%

Confronto_mais vs patata Lombardia ultimi 12 mesi

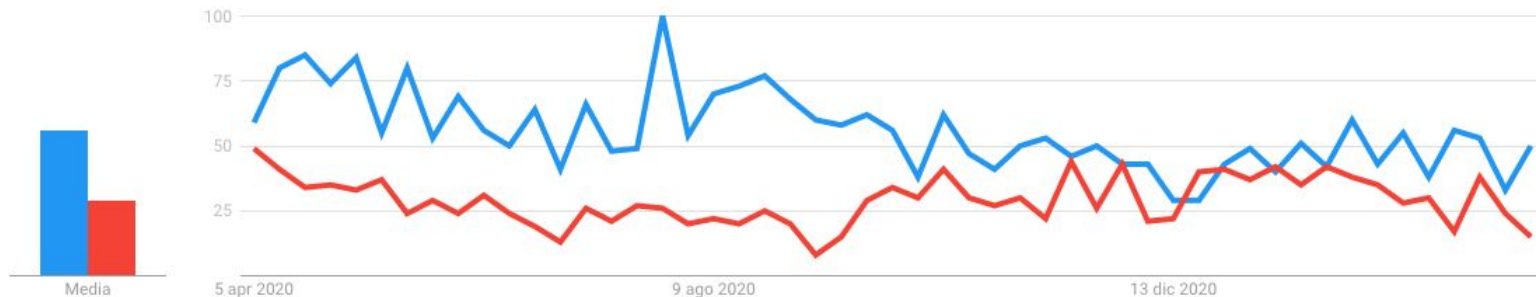


In Lombardia le proporzioni di ricerca fra le due keyword mais e patate sono all'incirca le stesse della media nazionale. I principali argomenti correlati al **mais** risultano essere le **gallette di mais** (che è inoltre il primo argomento in crescita più 110% negli ultimi 12 mesi), il **granturco** e le **tortillas di mais**.

Per quanto riguarda invece le **patate**, l'interesse prevalente è per le ricette, con al primo posto quelle per le **patate al forno**, seguito da quelle di **gnocchi**, **branzino in crosta** di patate, **pollo in umido** con patate, ecc. Da sottolineare che tra le prime dieci ricerche per volumi di ricerca troviamo **polpo e patate a Pavia**.

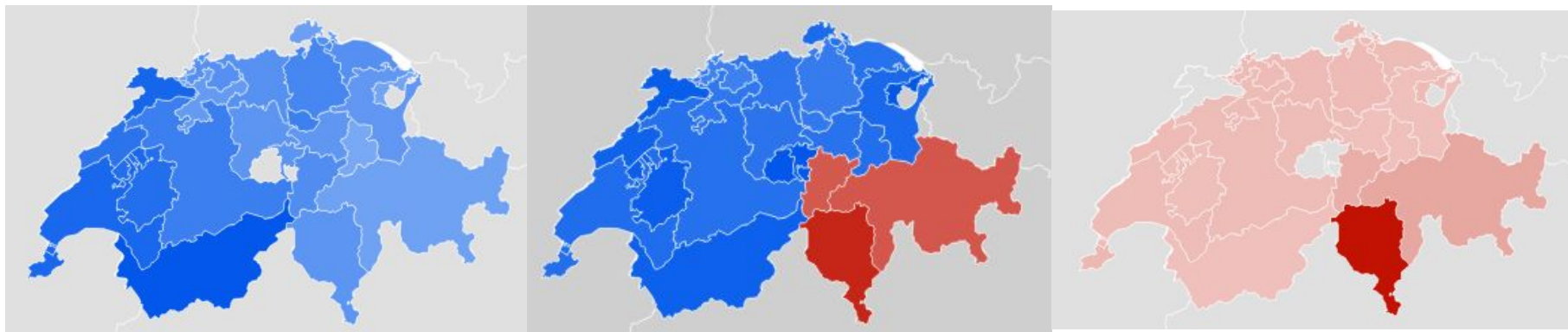
Confronto_mais vs patata Svizzera ultimi 12 mesi

Lo stesso confronto è stato effettuato con focus sulla **Svizzera**: l'interesse relativo al mais e alla patata hanno proporzioni molto **più vicine** fra loro.



Confronto_mais vs patata Svizzera ultimi 12 mesi

Effettuando un'analisi ancora più granulare, la Svizzera si divide molto a livello territoriale con **la parte italiana in netta controtendenza rispetto al resto del paese**. Nel Ticino infatti l'interesse per le **patate** superano abbondantemente **quelle per il mais**. Gli argomenti correlati sono invece molti **simili a quelli registrati in Italia**.



Sommario

Introduzione

Executive Summary

Tracce digitali prodotti

Tracce digitali produttori

Tracce digitali su tematiche affini a
RESILIENT e ai produttori

Conclusioni



Terre Villane

tracce digitali di posizionamento del brand e dei
macro trend di settore



SYMBIOTIQA
CONNECTING COMMUNITIES

Terre Villane *_tracce digitali del brand*

L'interesse per il brand **Terre Villane** sui motori di ricerca non risalta per volumi di ricerca in Italia, Lombardia e nella Svizzera italiana. Se questo da un lato può essere un punto di attenzione, rappresenta anche un'opportunità: il **brand** non è oggetto di competizione da parte di altre realtà imprenditoriali, e pertanto può essere oggetto di **azioni di valorizzazione** efficaci che lo associno in modo univoco alla realtà aziendale specifica.



I **collegamenti digitali** fra i potenziali clienti e l'azienda sono rappresentati **principalmente dai social media** e da pagine dedicate su **portali appositamente dedicati** ai produttori agricoli lombardi.

Ne consegue che **le visibilità dei prodotti e delle pagine web** sono molto **collegati alla conoscenza diretta del brand**: sui motori di ricerca viene digitata direttamente il nome "Terre Villane". La valorizzazione delle pagine sui social media, l'uso di più **hashtag**, l'indicizzazione di **keyword** secondarie e nuovi contenuti diventano quindi fondamentali leve di marketing per migliorare il posizionamento sui principali motori di ricerca e irrobustire la visibilità e awareness del brand **Terre Villane**.

Terre Villane_*strategia*

Alla luce di questo e delle analisi condotte nelle pagine precedenti sui prodotti del progetto RESILIENT, si propongono ora degli **esempi di keyword e contenuti che possono essere delle leve** interessanti per mettere in risalto l'azienda, il suo brand e gli elementi attrattivi del territorio e contesto in cui è inserita:

- Economia Circolare
- Senza l'utilizzo di prodotti chimici e conservanti
- Prodotti a km zero
- Agricoltura a basso impatto ambientale
- Alimenti e cibo biologico
- Cibo sano
- Vendita diretta
- Consegna a casa
- Romagnese
- sentiero cascate Rivarolo, sentiero del Tidone
- turismo lento

Terre Villane_*strategia*

La **creazione di un sito internet in sinergia con le pagine già esistenti sui social media** (ed eventuali altri canali attivati in futuro) permetterà di associare parole chiave e più hashtag all'azienda, che quindi potrà essere trovata dai nuovi potenziali clienti sul web, che manifestano il proprio interesse verso argomenti correlati, moltiplicando quindi la copertura di argomenti e **diversificando “le strade digitali”** attraverso cui un nuovo cliente può raggiungere l'azienda e i suoi prodotti.

Per esempio, il sito scelgoilterritorio.it presenta una pagina dedicata a Terre Villane che può essere trovata però dall'utente su Google digitando scelgoterritorio.it Terre Villane oppure Terre Villane e non digitando nomi di prodotti.

Importante per un'azione di marketing digitale è quindi individuare i trends, gli argomenti e le relative parole di interesse per il pubblico al fine di **proporre contenuti che intercettino l'attenzione dei consumatori e che possano quindi portare traffico e visibilità al nostro sito.**



BARELLI GABRIELE, SAMOLACO

**tracce digitali di posizionamento del brand e dei
macro trend di settore**



SYMBIOTIKA
CONNECTING COMMUNITIES

Barelli Gabriele *_tracce digitali del brand*

L'interesse per la keyword Barelli Gabriele, Samolaco su Google non presenta grandi volumi di ricerca in Italia, all'interno della Regione Lombardia e nella Svizzera italiana.

I collegamenti digitali fra i potenziali clienti e l'azienda sono rappresentati principalmente dai **social media e da pagine dedicate su portali** appositamente dedicati ai produttori agricoli.

Ne consegue che le visibilità dei prodotti e delle pagine web sono molto collegati alla **conoscenza diretta della parola chiave principale: Barelli Gabriele, Samolaco**. La valorizzazione delle pagine sui social media, gli **hashtag**, l'indicizzazione di **keyword** secondarie e i nuovi contenuti, che possono creare dei ganci digitali con nuovi pubblici, diventano quindi importanti leve di marketing per posizionarsi sui principali motori di ricerca e diversificare "le strade digitali" attraverso cui un utente può arrivare all'azienda e ai suoi prodotti.

Barelli Gabriele_ *strategia*

Alla luce di questo e dei risultati delle analisi condotte sui prodotti del progetto RESILIENT, proponiamo di seguito alcune parole chiave che possono aiutare l'azienda sia a migliorare il proprio posizionamento digitale, sia a livello di individuazione di nuove nicchie di mercato, intercettando interessi e ricerche in determinati archi temporali e aree geografiche di utenti potenzialmente affini ai prodotti agricoli offerti dall'azienda:

- Prodotti di montagna
- Carne
- Bresaola
- Formaggella
- Brie
- Scimudin
- Casera

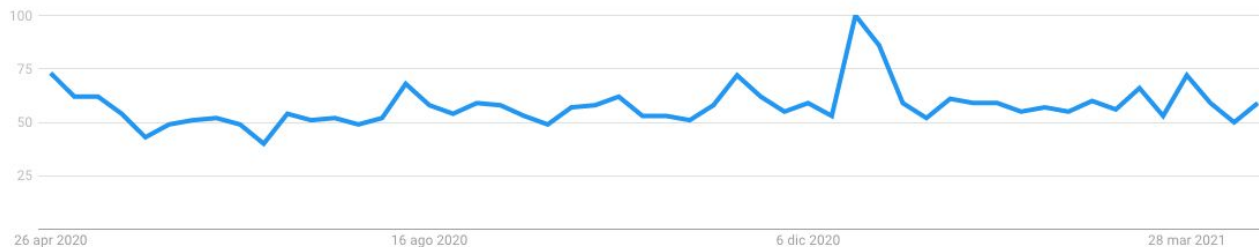
Nelle pagine seguenti proponiamo delle analisi specifiche delle tracce digitali legate a queste parole chiave.

Prodotti montanari

Questa keyword presenta dei volumi di ricerca particolarmente rilevanti in **Lombardia** come mostra il grafico a lato.

Per quanto riguarda la **carne** le ricerche hanno dei volumi medio alti e provengono principalmente, e in questo ordine, dalle città sotto elencate:

Sesto San Giovanni, 100
 Como, 87
 Cremona, 86
 Bergamo, 86
 Monza, 86
 Legnano, 86
 Milano, 82
 Busto Arsizio, 81
 Brescia, 79
 Varese, 79
 Pavia, 71



Bresaola della Valtellina - italia 12 mesi

La parola chiave “**bresaola della Valtellina**” risulta una delle principali che lega i prodotti agroalimentari con il territorio di riferimento. Questo si traduce in un forte interesse concentrato inoltre in altre 6 regioni italiane: Lombardia al primo posto, seguito da Toscana, Piemonte, Veneto, Emilia Romagna e Lazio.



Formaggella, brie, scimudin, casera

Anche per **formaggella** si notano dei volumi significativi in Lombardia e in Sardegna anche se non paragonabili a quelli degli altri alimenti valtellinesi.

Per quanto riguarda il **brie** invece è il Veneto la regione con più interesse, seguita dalla Lombardia.

Lo **scimudin** mostra invece dei volumi di ricerca più bassi, con un interesse prevalente nella regione Lombardia.

Il **Casera**, come la bresaola, è associato fortemente alla regione Valtellina e mostra dati interessanti anche a livello di interesse in altre Regioni, come mostra il grafico qui sotto.



CONSORZIO FORESTALE PRATA CAMPORTACCIO

tracce digitali di posizionamento del brand e dei
macro trend di settore



SYMBIOTIKA
CONNECTING COMMUNITIES

Consorzio Forestale Prata Camportaccio_ *tracce digitali del brand*

L'interesse per il Consorzio Forestale Prata Camportaccio sui motori di ricerca non presenta grandi volumi in Italia, all'interno della Regione Lombardia e nella Svizzera italiana. I collegamenti digitali fra gli interessati e l'azienda sono rappresentati principalmente dal sito internet dell'Ente e dai social media.

Il Consorzio non ha tra le sue finalità quello della vendita diretta di prodotti agroalimentari e nello specifico di quelli del progetto RESILIENT, ma svolge un ruolo di catalizzatore territoriale e di “custode” della agrobiodiversità nel suo territorio di riferimento. A partire da questo ruolo, il sito **può essere potenziato tramite l'indicizzazione di nuove keyword legate a queste sue caratteristiche distintive**, aumentando la sua visibilità, che al momento è molto legata alla conoscenza diretta del consorzio stesso da parte degli utenti.

Consorzio Forestale Prata Camportaccio_ *strategia*

La valorizzazione delle pagine sui social media, gli hashtag e l'indicizzazione di nuovi contenuti in ottica SEO possono quindi essere leve importanti per migliorare il posizionamento sui principali motori di ricerca. A titolo esemplificativo, altre parole chiave su cui si potrebbe fare leva potrebbero essere **“raccolta castagne”, “mais rosso della Valtellina”, “informazioni turistiche”**.

In generale, quindi, si suggerisce di associare un maggior numero di keyword e hashtag all'azienda al fine di diversificare “le strade digitali” attraverso cui un utente interessato può raggiungere il sito del Consorzio e i prodotti/servizi offerti.

Una maggiore connessione fra la SEO e i Social può sicuramente aiutare la visibilità del Consorzio e del suo sito internet, aiutando per esempio anche la valorizzazione turistica del territorio, delle comunità e dei valori promossi dal Consorzio.

Consorzio Forestale Prata Camportaccio_ *strategia*

Di seguito si riportano degli esempi di parole chiave sulle quali il Consorzio potrebbe far leva per questo fine:

- Gita in Valtellina raccolta castagne
- I Grandi sentieri della Valtellina
- Gita enogastronomica Valtellina
- Percorsi in bici Valtellina
- Agricoltori custodi.

A questo fine, nelle pagine seguenti si riportano delle analisi delle tracce digitali legate a delle declinazioni di queste specifiche parole chiave.

Valchiavenna (turismo)_tracce digitali 12 mesi

Italia

Per quanto riguarda il turismo, come mostra la mappa nazionale, questa zona attrae turisti da tutta Italia anche se la Lombardia è nettamente la regione che manifesta gli interessi più elevati.



Le parole chiave **principali correlate alla Valtellina e al turismo sono: piste ciclabili, cascate, madesimo, Madesimo, Val Bregaglia, Alpi, Montespluga, Lago**. Da sottolineare inoltre come le ricerche legate al **turismo lento e alla bicicletta** siano aumentate negli ultimi 12 mesi del 180% e che il periodo estivo raggiunge dei picchi paragonabili a quelli invernali. Un ultimo dato forse banale ma interessante è che l'unica keyword legata al cibo nella categoria turismo è “pizzoccheri”.



Sommario

Introduzione

Executive Summary

Tracce digitali prodotti

Tracce digitali produttori

**Tracce digitali su tematiche affini a
RESILIENT e ai produttori**

Conclusioni

Tracce digitali_ *temi affini a RESILIENT*

Come precedentemente sottolineato, l'**analisi di determinate parole chiave** sul web e sui canali digitali (Social, blogs, ecc.) permette di approfondire la **comprensione degli andamenti degli interessi delle comunità e dei mercati digitali**, delle loro dimensioni geografiche, culturali, linguistiche, nonché degli argomenti ad esse correlate e in aumento in un determinato periodo temporale.

Allo stesso tempo queste informazioni e parole **possono anche fornire una mappa concettuale** su cui impostare anche delle campagne efficaci e consapevoli di **marketing digitale**.

A complemento alle analisi condotte nelle pagine precedenti (prodotti del progetto RESILIENT e aziende partecipanti), nelle pagine seguenti si propongono delle **ulteriori analisi di parole chiave affini** alle tematiche sviluppate da RESILIENT, che possono quindi risultare degli elementi strategici per comprendere sempre meglio i **trends** su cui far leva e per impostare delle campagne di marketing digitale e relazionale.

Agricoltura biologica e a basso impatto ambientale

Dall'analisi degli interessi sulla rete riguardanti il macro tema del “sostenibile/biologico/km zero”, si nota che la maggior parte delle ricerche riguardano i **prodotti alimentari** cosiddetti biologici, e soprattutto la loro fase produttiva. Infatti il termine “**agricoltura biologica**” è il **primo argomento correlato** agli interessi riguardanti il “biologico”. Per quanto riguarda i prodotti specifici, segnaliamo i più alti volumi di ricerca sono rivolti a **olio, vino e cibi per animali domestici** (pet food).

Inoltre, per quanto riguarda il processo produttivo di un prodotto biologico, registriamo un forte interesse per le modalità effettive utilizzate in tutte le fasi di produzione, e in particolare le tecniche, metodologie e i prodotti utilizzati per garantire l'offerta di un prodotto che possa essere considerato “biologico” e il più possibile “naturale”. Caratteristiche che sempre di più appaiono come sinonimi di **alta qualità e salubrità alimentare e nutritiva**.

Dal punto di vista della prevalenza geografica, l'interesse per l'**agricoltura biologica** è diffuso su tutto il territorio italiano ma prevalentemente nelle regioni del **Centro Sud**, mentre è interessante notare la contrapposizione come le ricerche relative al **cibo biologico** che risultano essere nettamente più concentrate al **Nord**, con il Lazio come unica eccezione.

Agricoltura biologica e a basso impatto ambientale

Principali regioni negli ultimi 12 mesi

- 1- Puglia
- 2- Sicilia
- 3- Marche
- 4- Veneto
- 5- Emilia-Romagna



Principali regioni negli ultimi 5 anni

- 1- Marche
- 2- Umbria
- 3- Puglia
- 4- Sicilia
- 5- Sardegna



L'agricoltura biologica è diffusa su tutto il territorio italiano, con le regioni del Centro Sud in testa, e Veneto ed Emilia Romagna in crescita. Valle d'Aosta, Molise e Basilicata nonostante abbiano circa $\frac{1}{5}$ dei terreni coltivati dedicati all'agricoltura biologica non mostrano invece livelli di interessi degni di nota secondo Google.

Alimenti e cibo biologico

Dall'analisi di interesse relativo al **cibo e alimenti biologici**, emerge che, negli ultimi 12 mesi, la sua distribuzione geografica è prevalente nelle **regioni del Nord Italia e nel Lazio** rispetto al sud Italia. Si seguito una mappatura della distribuzione per tre parole chiave sinonimi e indicativi dell'interesse:

Cibo biologico



Alimenti biologico



Alimenti bio



Alimenti e cibo biologico

Gli utenti mostrano inoltre un interesse crescente verso **negozi che offrono prodotti biologici**, mentre negli ultimi 5 anni si registra una crescita costante dell'interesse per la **vendita online di prodotti biologici**. Come si vede inoltre nella figura qui sotto, tra gli i principali interessi correlati, segnaliamo anche la presenza di alimenti per bambini ("baby food").

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI NEGLI ULTIMI 12 MESI

- Negozi

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI NEGLI ULTIMI 5 ANNI

- Negozio
- Vendita
- Supermercato
- Erboristeria
- Grossista
- Negozio online
- Infante
- Neonato

ARGOMENTO CORRELATO PIÙ CRESCIUTI NEGLI ULTIMI 12 MESI

- Negozio

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CRESCIUTI NEGLI ULTIMI 5 ANNI

- Erboristeria
- Neonato
- Carne
- Conservazione degli alimenti

LA QUERY CORRELATA PIÙ CRESCIUTA NEGLI ULTIMI 5 ANNI

- Alimenti bio online

Agricoltura biologica vs Alimenti biologici

Sui social media, le parole agricoltura biologica, cibo biologico, alimenti bio/biologici ricevono mediamente un numero di post giornaliero molto elevato su **Instagram**, rispetto agli altri social, in particolare per gli hashtag: **#agricolturabiologica**, **#cibobiologico**, **#alimentibio**. Nella top 10 degli hashtag più associati ad agricoltura biologica, quelli più interessanti per RESILIENT sono ad esempio **#agricolturaitaliana**, **#aziendaagricola** e **#madeinitaly**. Per quanto riguarda invece **#cibobiologico** e **#alimentibio** l'associazione ricorrente è quella legata al concetto di **salute** sia con parole generiche come per esempio healthy sia con prodotti specifici come per esempio integratori naturali, succhi di frutta ecc.

Su Twitter il numero di post è sensibilmente inferiore, ma anche in questo caso agricoltura biologica è una parola molto più citata di quanto non siano cibi o alimenti bio. L'agricoltura biologica è spesso associata al **green new deal** ed è considerata come tematica fondamentale per combattere il cambiamento climatico. I post legati al cibo biologico invece riportano principalmente notizie di cronaca come per esempio il **boom di consumi domestici** di alimenti biologici (in primis ortaggi e uova) dall'inizio dell'emergenza pandemica, spinta dalla grande distribuzione organizzata, l'aumento delle aziende operanti nel settore, delle superfici coltivate e delle importazioni, in particolare di cereali, caffè, cacao, zuccheri, tè, spezie e frutta fresca e secca.

Cibo sano

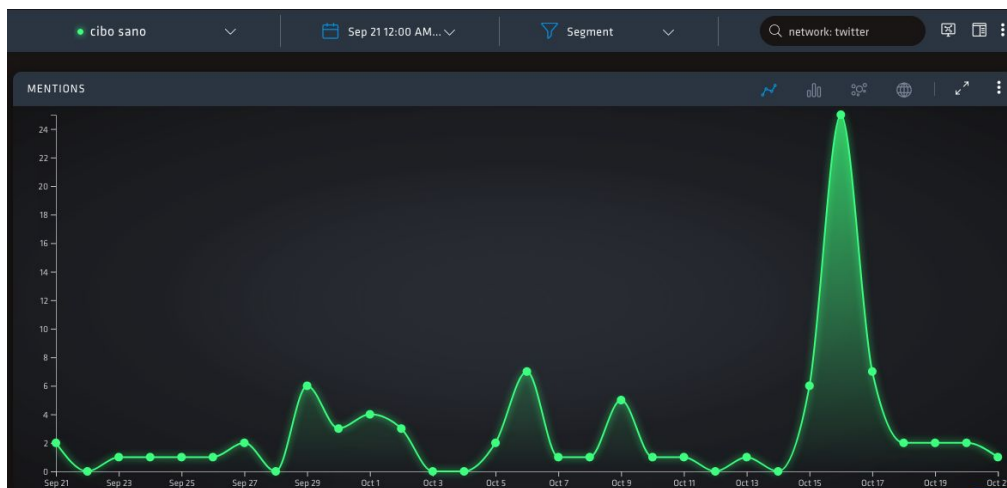
L'interesse relativo al cibo sano, come sottolineavano le analisi precedenti relative al cibo e agli alimenti biologici, confermano un **interesse prevalente nel Nord** del paese. Gli **argomenti correlati** più interessanti sono il legame con la **dieta, dieta salutare, dieta per dimagrire e l'attenzione alle calorie dei prodotti**. Nello specifico, prodotti come il **pesce, lo yogurt e cibi ricchi di proteine** registrano interesse in aumento nell'ultimo anno. Si nota inoltre uno stretto legame con i social media principali, attraverso l'associazione con l'hashtag #cibosano, che su Instagram ha più di 1M di post.

I principali influencer su Twitter riguardo l'interesse sul cibo sano risultano essere quotidiani e siti di news, aziende private e fondazioni, istituzioni pubbliche italiane ed europee e organi legati alla politica.

Su Instagram, fra gli hashtag più associati alla parola cibo sano, è presente un l'elevato numero di **#foodblogger, #dieta e #ciboitaliano**.

Cibo sano_ *WorldFoodDay*

Durante la WorldFoodDay il numero di post sui social associati a cibo sano è aumentato notevolmente e gli argomenti correlati più ricercati sono stati: **aree agricole a basse emissioni, eliminare gli sprechi** alimentari e lo spreco di suolo, potenziamento delle **filieri corte, educazione alimentare**, lotta alla fame e l'accesso al cibo sano, oltre a diversi suggerimenti al consumatore come comprare **prodotti locali, stagionali e di diverse varietà**.



Sostenibilità ed economia circolare

Analizzando l'interesse online per la Sostenibilità e l'Economia Circolare, notiamo innanzitutto un'elevata correlazione con gli obiettivi dello sviluppo sostenibile promossi dall'ONU (**SDGs**) e dall'**Unione Europea**, con **agenda 2030**, e le diverse **strategie nazionali**. Inoltre, questo interesse è diffuso e distribuito su tutto il territorio nazionale, con una prevalenza nelle regioni del Sud Italia rispetto a quelle del Nord, analogamente a quanto abbiamo già notato per l'interesse relativo ad "agricoltura biologica".

Principali regioni negli ultimi 12 mesi

- Puglia
- Calabria
- Campania
- Lazio
- Sicilia



Principali regioni negli ultimi 5 anni

- Molise
- Basilicata
- Puglia
- Calabria
- Campania



Sostenibilità ed economia circolare

Approfondendo l'analisi degli interessi correlati alla Sostenibilità, segnaliamo che negli ultimi 12 mesi la **sostenibilità** è stata associata sempre più frequentemente alla **sostenibilità alimentare** e agli **alimenti sostenibili**, facendo collocare questi ultimi interessi tra le primi 10 declinazioni dell'interesse generale per la Sostenibilità, dopo la quella ambientale.

Negli ultimi 5 anni, inoltre, l'interesse associato per l'**Economia Circolare** ha registrato la crescita maggiore.

Nei paragrafi che seguono riportiamo gli approfondimenti sugli interessi relativi a:

- Sviluppo sostenibile
- Sostenibilità ambientale
- Economia circolare

Sostenibilità ambientale

Focalizzando l'analisi sull'interesse specifico verso la “sostenibilità ambientale”, si evidenzia ancora una volta un interesse diffuso su tutto il territorio nazionale e principalmente al centro sud. Negli ultimi 12 mesi, fra gli argomenti correlati ed in aumento troviamo agricoltura mentre alimenti è al terzo posto.

Ambiente biofisico è invece l'**argomento correlato più cercato e fra i principali trend in crescita**. Fra gli interessi principali legati al biofisico, **bonifica agraria** è un trend in forte aumento negli ultimi 12 mesi.

Economia circolare

L'interesse per l'economia circolare è presente praticamente in tutte le aree del paese ma con un particolare interesse nelle **aree centrali del Paese**, su tutti Marche, Umbria e Abruzzo.

Molte ricerche sono invece connesse al Ministero dell'Economia, dello Sviluppo Economico, ai programmi di investimento denominati "industria 4.0" e a quelli legati all'economia verde. Mentre per quanto riguarda tematiche specifiche legate all'economia circolare, il tema dei **rifiuti**, dei **processi di riciclo** e dell'**energia** sono gli argomenti più presenti tra gli interessi rilevati online.

Sui social media, l'argomento "economia circolare" è nettamente il più citato sia su Twitter che su Instagram. Interessante notare come tra i primi 10 argomenti associati a economia circolare, sviluppo sostenibile e sostenibilità ambientale, quasi tutti risultano loro sinonimi, mentre il tema del processo di riciclo si conferma il macro tema più considerato, analogamente a quanto registrato sul web.

Vendita diretta

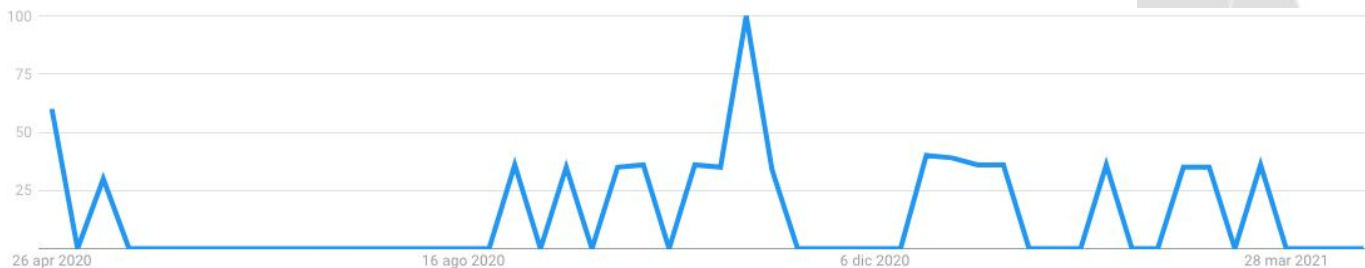
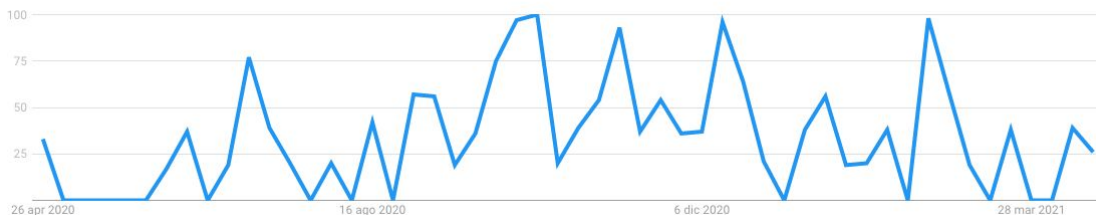
L'analisi di keyword come: **cibo online, vendita diretta di alimenti, frutta e verdura a casa, ordinare verdura a casa** ecc dicono che la Lombardia è la prima regione in Italia per ricerche digitali legate a queste parole. Nello specifico, negli ultimi 12 mesi in questa regione, le ricerche per ordinare frutta a casa sono aumentate del 300%, mentre quelle per ordinare verdura del 90%.

Per quanto riguarda i social media invece, il Lazio è la regione dove avvengono più post e menzioni e la maggior parte degli utenti è di sesso femminile (quasi il 60%).

Da segnalare che i prodotti della Valtellina fanno registrare dei volumi di ricerca interessanti e i sistemi informatici suggeriscono automaticamente delle categorie specifiche di prodotti seguiti dalla parola Valtellina

Patate bianche

Il primo grafico mostra i risultati delle ricerche in Italia negli ultimi 12 mesi mentre il secondo l'andamento delle ricerche nella regione Lombardia. Le 3 keyword più associate sono patata dolce, semina e pasta



Patate rosse

Anche in questo caso il primo grafico riguarda l'Italia e il secondo la Lombardia mentre fra le keyword in crescita e più associate in Italia troviamo gnocchi di patate rosse, torta salata e zucca mentre in Lombardia la principale associazione è con le barbabietole.



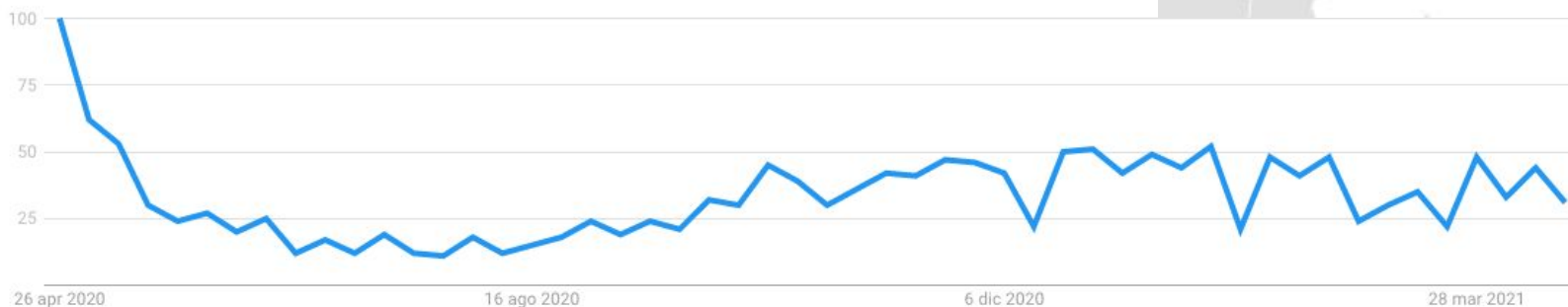
Patate gialle

Le patate gialle mostrano dei volumi di ricerca più contenuti delle patate bianche e delle patate rosse. La sola regione che registra volumi degni di nota è la Lombardia. Le principale parole associate sono ricette, patate al forno e foglia.

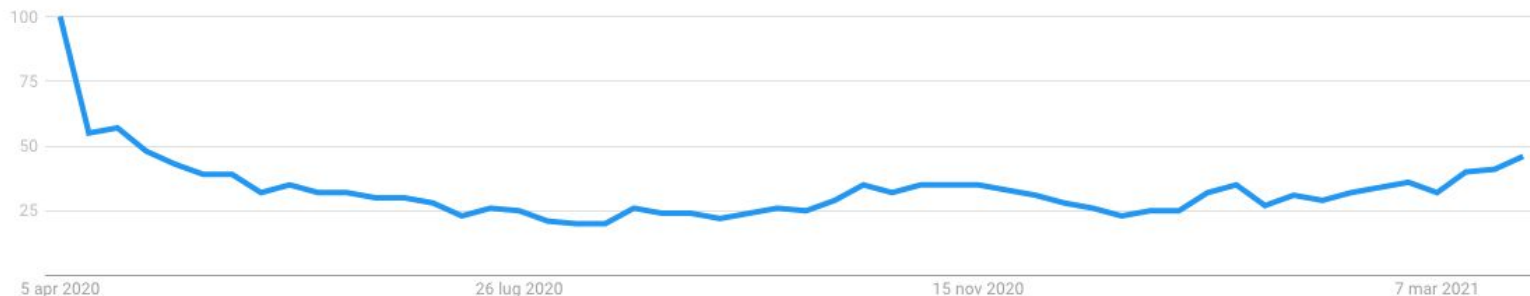


Farina di mais

I volumi di ricerca dopo la fine del primo lockdown 2020 sono calati molto e non sembrano essere più tornati da un anno a questa parte ai livelli di marzo 2020. La Lombardia è la decima regione per volumi di ricerca in Italia e in questa regione la farina di mais è associata principalmente a queste parole: ricette, torte, polenta, biscotto, dolce e pane. La **città di Milano** risulta abbondantemente prima nelle ricerche.



Grano tracce digitali in Italia negli ultimi 12 mesi



Molise, 100
Basilicata, 84
Puglia, 59
Marche, 58
Abruzzo, 52
Sicilia, 52
Emilia-Romagna, 49
Umbria, 48
Campania, 47
Veneto, 46
Lombardia, 45

Piemonte, 45
Toscana, 45
Liguria, 45
Calabria, 44
Lazio, 43
Friuli-Venezia Giulia, 43
Trentino-Alto Adige, 41
Valle d'Aosta, 40
Sardegna, 39

Foggia, 98
Salerno, 98
Catania, 100
Bari, 98
Genova, 90
Brescia, 88
Padova, 86
Firenze, 86
Bologna, 84
Milano, 84

Roma, 80
Napoli, 78
Cagliari, 74
Parma, 74
Venezia, 74
Palermo, 74
Torino, 72
Trieste, 72

Grano *tracce digitali in Italia negli ultimi 12 mesi*

negli ultimi 12 mesi, principali argomenti e query associate

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Grano saraceno,100	
Farina,71	Farro,6
Grano duro,68	Mais,5
Pane,28	Cereali,5
Semolino,27	Mulino,4
Pasta,24	Amido,4
torta,16	Varietà ,2
Pastiera napoletana,14	
Grano tenero,13	
Glutine,12	
Biscotto,9	
Farina di grano,9	
Spiga,8	
Lievito,8	
Grano cotto,7	
Riso,6	
Germe di cereali,6	

ARGOMENTI CORRELATI IN AUMENTO

Crivello,Impennata
 Lievito chimico,+450%
 Varietà,+400%
 Amido di mais,+350%
 Erba,+250%
 Seminatrice,+160%
 Galletta,+130%
 Amido,+120%
 Barattolo,+120%
 Pastiera napoletana,+110%
 Soia,+100%
 Mulino,+100%
 Quintale,+90%
 Rummo,+90%
 Cappelli,+80%
 Grano cotto,+70%

QUERY CORRELATE PIÙ CERCATE

grano saraceno,27	grano pastiera,5
grano duro,22	pastiera,5
farina,20	prezzo grano,4
farina di grano,14	grano tenero,3
frumento,10	ricette grano saraceno,3
farina grano duro,7	pizza di grano,3
semola di grano duro,7	farina di semola di grano duro,2
farina grano saraceno,6	
farina di grano duro,5	
farina di grano saraceno,5	

QUERY CORRELATE IN AUMENTO

crivelli per il grano,Impennata
 riduce il grano in farina,Impennata
 accumulo di grano,Impennata
grani antichi quali sono,Impennata
 grano san pastore,Impennata

Cereali *tracce digitali in Italia negli ultimi 12 mesi*



Basilicata,100	Piemonte,66
Molise,96	Sicilia,63
Marche,89	Lombardia,63
Umbria,84	Sardegna,63
Puglia,82	Lazio,62
Veneto,79	Friuli-Venezia Giulia,61
Emilia-Romagna,75	Liguria,61
Valle d'Aosta,73	Trentino-Alto Adige,61
Abruzzo,71	Calabria,61
Campania,69	Toscana,60

Cereali *tracce digitali in Italia negli ultimi 12 mesi* negli ultimi 12 mesi, principali argomenti e query associate

ARGOMENTI CORRELATI PIÙ CERCATI

Pane,100	Minestra,42
Farina,87	Avena comune,41
Integrale,76	Alimento,40
Cioccolato,75	Grano,40
Biscotto,74	Fitness,32
Caloria,74	Alimentazione,31
Colazione,65	Pane multicereali,28
Kellogg Company,64	Farro,27
Latte,58	
Kellogg's,54	
cereale,54	
Riso,48	
Mercato,48	
Glutine,46	
Yogurt,46	
Fagiolo,43	
Dieta,42	

ARGOMENTI CORRELATI IN AUMENTO

Insonnia,Impennata
 Ortaggio,Impennata
 Lievito naturale,+800%
 Barchetta,+350%
 Monge,+200%
 Panino,+190%
 Dietetica,+170%
 Nesquik,+150%
 Cuscus,+150%
 Cece,+130%
 Special K,+120%
 Sesamo,+110%
 Kellogg's,+100%
 Mais,+70%
 Latte,+70%
 Kellogg Company,+70%
 Alimento,+60%
 Frutta,+50%

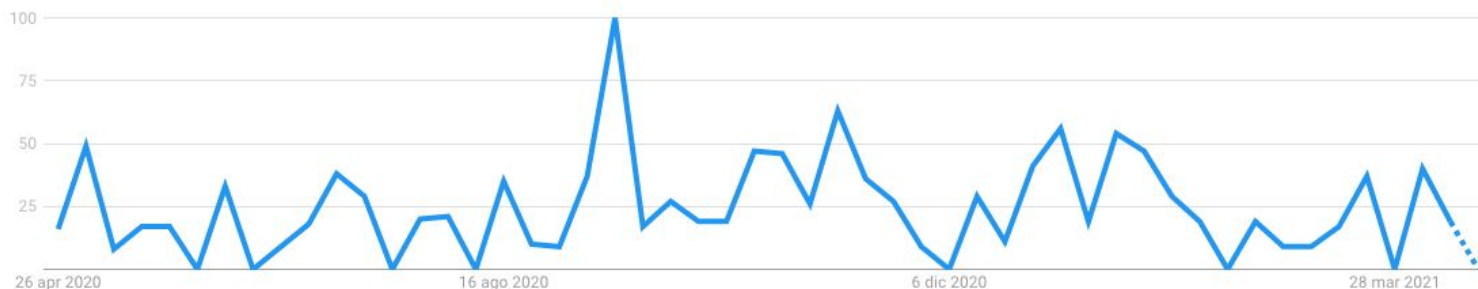
QUERY CORRELATE PIÙ CERCATE

pane cereali,7
 cereali integrali,6
 5 cereali,6
 cereal,6
 calorie cereali,6
 grain,5
 cereali colazione,5
 biscotti cereali,5
 cereali cioccolato,5
 cereali bologna,5

QUERY CORRELATE IN AUMENTO

mercato cereali bologna oggi,Impennata
 quotazione cereali bologna,Impennata
 cereale piu coltivato al mondo,Impennata
 monge bwild grain free,Impennata
 gran cereali mulino bianco,Impennata
 per cosa sono stati inventati i cereali,Impennata

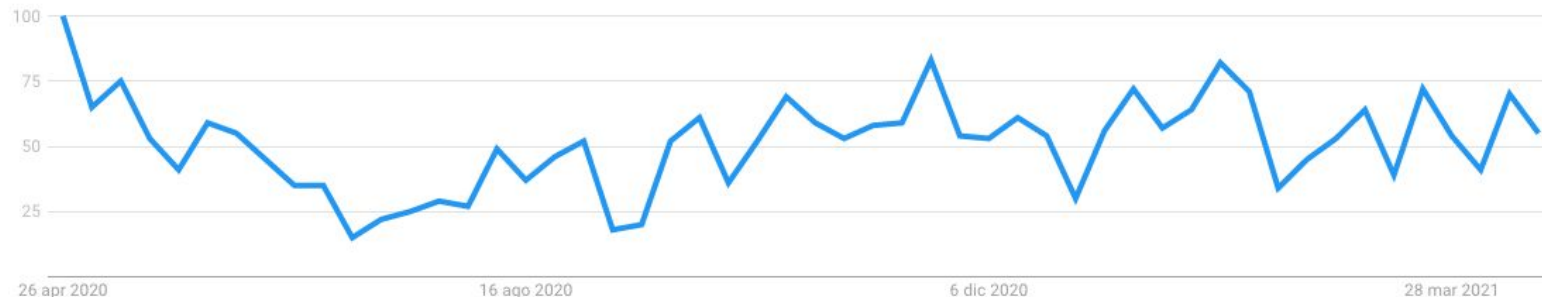
Zuppe e minestra



Il grafico mostra volumi di ricerca medio bassi in Lombardia. A livello nazionale la Lombardia è l'ottava regione per volumi di ricerca mentre le principali keyword associate a questa parola nella regione sono: ricetta, verdure, patata, dieta, zuppa di pesce e lenticchie. Milano è l'unica provincia che fa registrare livelli degni di nota. La keyword sinonimo **minestra** invece in Lombardia mostra ricerche da Milano, Brescia e Bergamo ed è associata alla cipolla, al porro, ai ceci, alle patate e ai fagioli.



Grano saraceno



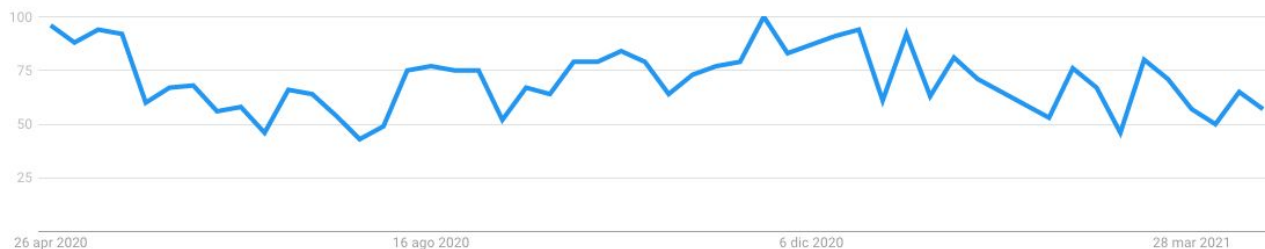
In Lombardia sono presenti un gran numero di ricerche legate al grano saraceno. Numeroso sono le keyword associate come: Torta, Ricetta, Pane, Biscotto, Pasta, Glutine, Crespella, Crostata, Burro, Pizza, Lievito, Impasto, Avena comune, Pancake, Muffin. Nella tabella a lato invece le 3 principali keyword in aumento.

1	ricette farina grano saraceno	+140%
2	grano saraceno glutine	+70%
3	ricette grano saraceno	+40%

Ortaggi - Miele

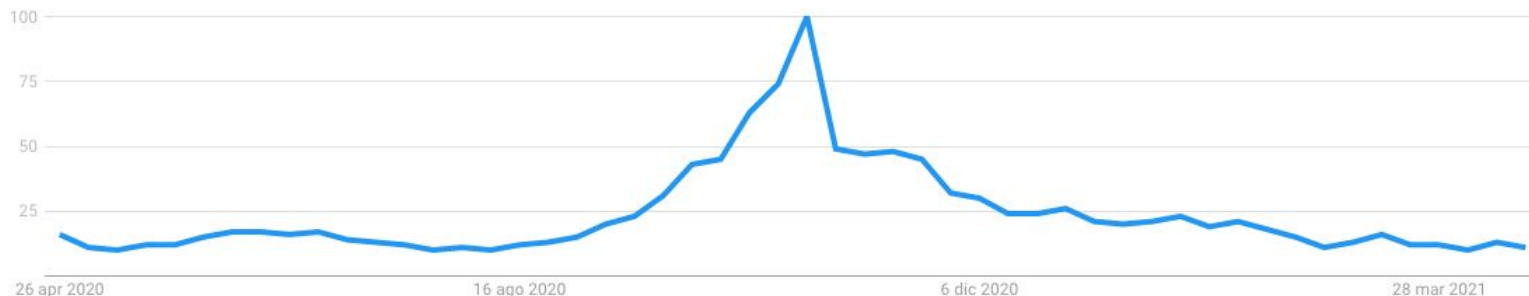


Le ricerche legate gli ortaggi in Lombardia provengono principalmente dalla città di Milano. Fra le keyword più citate abbiamo: cicoria, asparago, porro, orto, pomodoro, cavolo, patata, cicoria, melanzana e spinaci.



Per quanto riguarda il miele invece Milano e Brescia sono le due aree di ricerca principali mentre le top keyword lombarde associate sono: Biscotto, torta, castagne, yogurt, cannella, tè

Zucca

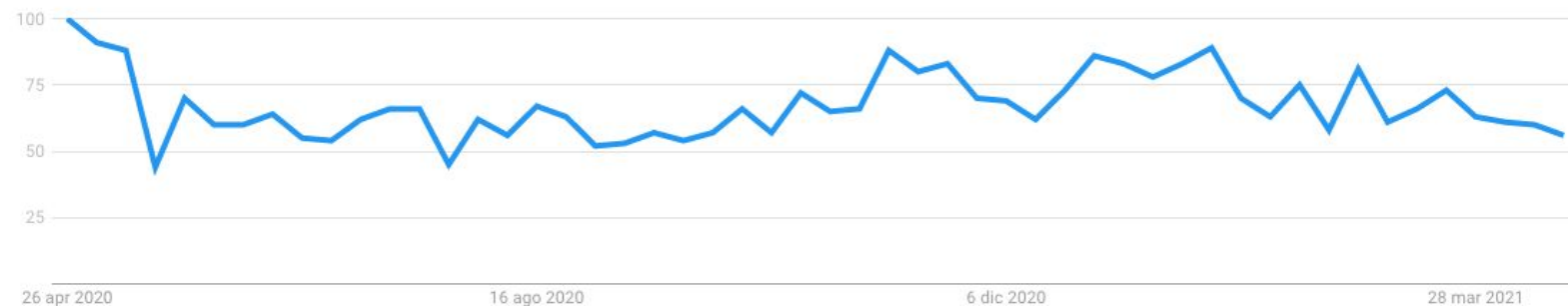


Anche in questo caso la maggior parte delle ricerche è legata alle ricette culinarie, le principali keyword sono: risotto, gnocchi, zuppa e ravioli. I volumi di ricerca sono elevati al punto da poter individuare le principali aree urbane lombarde da cui provengono le ricerche.

Busto Arsizio, 100
 Pavia, 93
 Cremona,
 Milano, 80
 Varese, 74
 Bergamo, 74
 Brescia, 73
 Monza, 72
 Lodi, 72
 Como, 63

Cipolla

In Lombardia i volumi di ricerca sono molto elevati, la maggior parte delle ricerche associate sono legate a ricette.



1	Pavia	100	
2	Brescia	91	
3	Milano	71	

Sommario

Introduzione

Executive Summary

Tracce digitali prodotti

Tracce digitali produttori

Tracce digitali su tematiche affini a
RESILIENT e ai produttori

Conclusioni

Conclusioni

L'agroalimentare è un trend in forte crescita sul web negli ultimi 5 anni, in particolare il primo lockdown 2020 ha fatto registrare il picco più alto che tuttavia è sostanzialmente rientrato a livelli standard alla fine della prima ondata Covid-19.

A livello geografico, il mais non registra grandi differenze di ricerche di volumi fra Nord, Centro e Sud mentre le città Settentrionali effettuano più ricerche. Fra i principali prodotti correlati troviamo molti alimenti derivati come pasta di mais, galletta, pannocchia, pane, pop-corn, insalata, polenta, biscotto e crema. Un trend in aumento per tutto il comparto agroalimentare è **l'interesse sempre più forte del consumatore per il ciclo produttivo del prodotto, che deve essere sano e il più naturale possibile.** Questa conclusione è desunta dall'aumento di ricerche legate a tutte quelle keyword come **biologico, sano, dieta, economia circolare, sostenibilità ambientale.**

Conclusioni

Per quanto riguarda il prodotto patata, come per il mais, durante il periodo pandemico l'interesse digitale è aumentato, registrando dei picchi mai raggiunti prima che tuttavia sono tornati ai livelli più bassi al termine del primo lockdown.

A livello geografico vale quello detto per il mais mentre per quanto riguarda gli argomenti correlati **le ricette e i video di chef stellati hanno una rilevanza importante.**

Da un'analisi più specifica nella regione Lombardia emerge che **la patata è molto più cercata del mais.** Per quanto riguarda le parole chiave associate in questa regione le principali per il mais sono le gallette, il granturco e le tortillas, per le patate invece le principali associazioni sono ricette per gnocchi, pollo in umido e branzino in crosta.

I collegamenti digitali fra i potenziali clienti e le aziende del progetto RESILIENT sono ancora abbastanza limitati e rappresentati principalmente dai social media e da pagine dedicate su portali appositamente dedicati ai produttori agricoli lombardi. La visibilità dei prodotti e delle pagine web sono quindi molto legati alla conoscenza pregressa e diretta delle aziende stesse.

Conclusioni

L'analisi delle keyword proposta è quindi sia una mappa sulle evoluzioni del mercato, utile per una migliore visione strategica, sia un elenco di temi di interesse per un nuovo pubblico, dal momento che, se vengono associate alle aziende, possono attrarre interesse verso le pagine social e internet.

Le ricerche sulle varietà antiche di patate e mais mostrano attualmente dei volumi ancora modesti. Da un'analisi dei big data emerge una **consapevolezza del pubblico** rispetto a queste tematiche ancora **limitata, ma in sensibile crescita**: pertanto si ritiene molto importante **improntare una strategia di comunicazione volta a** diffondere sempre più la conoscenza delle varietà antiche di questi prodotti associandoli al territorio (anche a livello turistico), alle loro qualità nutritive, naturali e salutarie del prodotto, nonché facendo leva su diverse tematiche affini.

Un ultimo elemento da tenere in considerazione è la rilevanza di **articoli e video relativi a ricette** che come abbiamo visto sono attività di marketing molto efficaci e particolarmente funzionali se per esempio **proposte da famosi chef con numerosi follower**.

Note Metodologica

Elaborazioni proprie su dati Google, Twitter, Instagram e altri Social network, raccolti con vari tool di social listening, elaborazioni dati SEO su SEMrush, SEOptimer e SEOzoom.

Il presente report è stato realizzato all'interno del progetto RESILIENT, promosso dall'Università di Pavia e finanziato da PSR Lombardia.

Elaborazione dati e testi a cura di Andrea Mori ed Emanuele Rizzardi.
www.symbiotiqa.it



PSR
2014 2020

LOMBARDIA
L'INNOVAZIONE
METTE RADICI



Regione
Lombardia

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali