Gestione end-to-end del pack
La soluzione cloud che integra un PLM, PIM, DAM e LAM ottimizzati per il Food & Beverage
4PACK per Food&Beverage
Scopri Di Più

Lifestyle 28/06/2021 10:00

Quando il cibo fa tendenza: chi sono i 20 migliori food influencer in Italia

Di Forbes.it Staff

(shutterstock)

Share

In Italia la crescita degli utenti di Klarna su base mensile è quadruplicata.
Klarna.

Leggi anche

Quando il cibo fa tendenza: chi sono i 20 migliori food influencer in Italia
Di Forbes.it

In Cina c'è un nuovo magnate miliardario dei vaccini
Di Forbes.it

Entro il 2025 General Motors investirà 35 miliardi di dollari nell'elettrico e nella guida autonoma
Di Alfonso Rizzo

Aworld racconta "Cambia-menti" – "Partnership per gli obiettivi"
Di Forbes.it

Il salotto buono dell'auto: gli showroom "come ristoranti stellati" del gruppo Chiarito
Di Alfonso Rizzo

In Italia la crescita degli utenti di Klarna su base mensile è quadruplicata.
Klarna.
Privacy

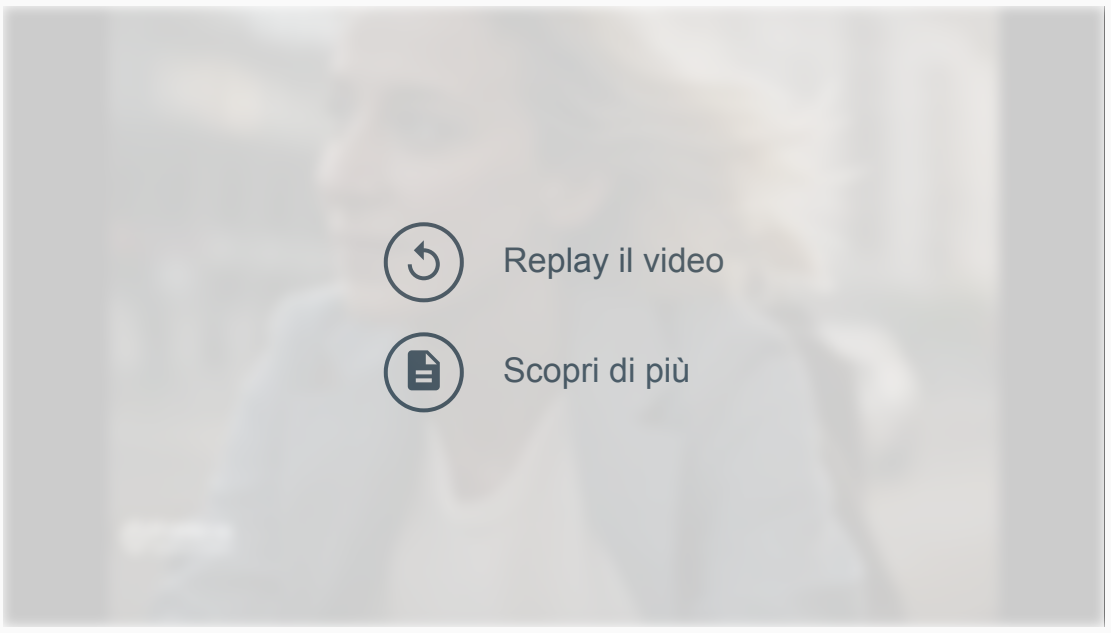
di Fabiola Fiorentino

Come la moda, i viaggi e la musica anche il settore del food ha scalato negli anni migliaia di classifiche portando alla luce personaggi del panorama televisivo italiano e non solo. Nel 2006 **Sonia Peronaci** (tra le 100 donne Forbes Italia nel 2019) ha avviato per la prima volta la più grande community di ricette online con la piattaforma GialloZafferano. Da allora, internet e in particolare i social network come Instagram, il quale si conferma secondo l'Osservatorio di Buzzoole il social preferito dagli influencer per la creazione di contenuti inclusivi, brulicano di blog, pagine e siti web di cucina.

Ricette vegane, della tradizione o rivisitate in chiave light: ogni profilo è orientato su una precisa tipologia di contenuti digitali offerti attraverso **due format**: la fotografia e il video. L'approccio è diretto, le ricette sono semplici da replicare e la presentazione fa spazio all'arte dell'impiattamento.

Molti dei food influencer citati di seguito hanno studiato food photography o hanno seguito corsi di cucina. Altri collaborano con aziende italiane o estere per la creazione di contenuti originali.

PUBBLICITÀ



Ecco 10 macro food influencer italiani su Instagram

Benedetta Rossi

Canale Instagram: @fattoincasadabenedetta

Followers: 3,8 milioni

Benedetta Rossi de "Fatto in casa da Benedetta" (tra le 100 donne Forbes Italia nel 2020) è tra i personaggi più amati del panorama food. Ha costruito la più grande community su Instagram, dove condivide uno stile di cucina semplice e legato ai suoi ricordi personali.

Benedetta Parodi

Canale Instagram: @ziabene

Followers: 976mila

Giornalista, food influencer e presentatrice tv: Benedetta Parodi ha dominato negli ultimi anni il panorama televisivo con il programma "Cotto e Mangiato", conquistando in cucina migliaia di persone.

Sonia Peronaci

Canale Instagram: @soniaperonaci

Followers: 802mila

Privacy

Sonia Peronaci è per il web la mamma a cui tutti ci rivolgevamo per ricette e consigli di cucina. Dopo essersi separata da GialloZafferano, ha lanciato il suo sito web e i canali social ufficiali che portano il suo nome.

Chiara Maci

Canale Instagram: @chiarainpentola

Followers: 689mila

Con una community di oltre 689mila followers, Chiara Maci ogni giorno racconta piatti della tradizione italiana ed esperimenti in cucina. Blogger, cuoca e presentatrice tv, ha conquistato il piccolo schermo e a oggi vanta tre programmi di cucina e diverse pubblicazioni con le sue ricette.

Carlotta Perego

Canale Instagram: @cucinabotanica

Followers: 537mila

Carlotta Perego, alias Cucina Botanica, (Forbes Under 30 2021) ha un'unica e importante missione: sensibilizzare più persone possibili a uno stile di vita sostenibile attraverso le sue ricette vegetali. Buone, amate e approvate da tutti, anche dai più scettici.

Daniele Rossi

Canale Instagram: @danielerossichef

Followers: 437mila

Daniele Rossi è lo chef da cui vorremmo imparare segreti e tecniche di cucina. Ha iniziato conquistando il pubblico di Tik Tok (1,2 milioni) con le sue video-ricette semplici, divertenti ed eleganti.

Marco Bianchi

Canale Instagram: @marcobianchioff

Followers: 411mila

Marco è sia un appassionato di cucina salutare sia un divulgatore scientifico, da sempre legato alla Fondazione Umberto Veronesi. Condivide con la sua community ricette semplici, colorate e sane. Adatte soprattutto ai bambini.

Federico Fusca

Canale Instagram: @federicofusca

Privacy

Followers: 271mila

La sua è una cucina di territorio, spesso legata alla tradizione gastronomica romana. In pochissimo tempo, Federico Fusca è diventato un punto di riferimento nel mondo dei food influencer italiani per il suo modo di cucinare fresco, dinamico ed estroverso.

Andrea Marsicano

Canale Instagram: @cucinandomelagodo

Followers: 260mila

Il re della carbonara e dei primi piatti cremosi senza panna. Lui è Andrea Marsicano, il food influencer che ha trovato letteralmente il soggetto giusto da fotografare. Ogni giorno tenta la sua community con ricette veraci e sostanziose.

Raffaele e Caterina

Canale Instagram: @2foodfitlovers

Followers: 147mila

Raffaele e Caterina sono una coppia nel lavoro e nella vita. Sono specializzati in ricette salutari, fitness e recensioni. Ma di tanto in tanto ci portano in giro per l'Italia alla ricerca di posti imperdibili dove gustare cibi tipici. Hanno un master in "scienze del pistacchio" e condividono quotidianamente consigli con la loro community.

Ecco invece la lista dei 10 migliori micro food influencer:

Stella Menna

Followers: 88,1mila

Canale Instagram: @unastellaincucina

Maurizio Rosazza Prin

Followers: 86,7mila

Canale Instagram: @maurizio_chissenefood

Cecilia Mansani di Delicious Breakfast

Followers: 85,2mila

Canale Instagram: @ceciliamansani

Marika Milano

Followers: 75,5mila

Instagram: @breakfast_and_coffee_

Francesca Gambacorta

Followers: 63,7mila

Canale Instagram: @frafoodlove

Ada Parisi

Followers: 62,3mila

Canale Instagram: @sicilianicreativi

Claudia Sirchia

Followers: 54,1mila

Canale Instagram: @quellaclaudia

Valentina Tozza

Privacy

Followers: 48,9mila

Canale Instagram: @la_cucina_che_vale

Martina Maggiordomo

Followers: 27,9mila

Canale Instagram: @unpizzicodisalerosso

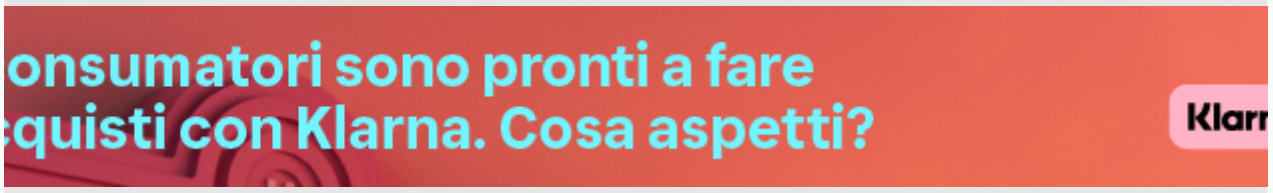
Chiara Gavioli

Followers: 17,4mila

Canale Instagram: @mangioquindisono

food influencer Social Media

Share



Tecnologia 04/06/2021 09:57

Twitter ha ora una versione a pagamento. Ed è solo il primo di futuri servizi di abbonamento

Privacy

Di Forbes.it
Staff

(foto Leon Neal/Getty Images)

Share

Questo articolo è apparso su Forbes.com

Ora puoi **annullare un tweet**, a un prezzo. Twitter ha lanciato **Twitter Blue**, il primo di una serie di iniziative da parte dell'azienda per introdurre servizi in abbonamento. La caratteristica più importante di Twitter Blue è l'introduzione di una finestra di 30 secondi per correggere un post, simile alla funzione di modifica che molti utenti desiderano ormai da anni.

Altre funzionalità di Twitter Blue includono uno strumento per organizzare i segnalibri sull'app e la possibilità di trasformare lunghi thread di Twitter in paragrafi più leggibili. Per ora, è disponibile solo in Australia e Canada e costa circa **$ 2,99** al mese.

PUBBLICITÀ

Privacy

A prima vista, Twitter Blue comprende solo alcune piccole funzionalità disponibili in due piccoli mercati. In realtà, questa è la mossa iniziale di un piano molto più grande. Twitter, per ora, guadagna la stragrande maggioranza dei suoi **3,7 miliardi di dollari di vendite annuali dalla pubblicità display**. Ma ora vuole diversificare le sue entrate rendendole meno dipendenti dalla natura capricciosa del business pubblicitario e sfruttare un recente cambiamento all'interno dell'azienda per accelerare il ritmo dei nuovi prodotti. Ecco quindi spiegata l'introduzione di Twitter Blue.

Twitter prevede di rafforzare le sue offerte in futuro, rivolgendole a più Paesi. "La nostra speranza è che in questa fase iniziale gli utenti possano comprendere cosa renderà la loro esperienza su Twitter ancora più personalizzata, più dinamica e, in generale, più accattivante", scrivono **Sara Beykpour** e **Smita Mittal Gupta** di Twitter in un post sul blog che parla del nuovo servizio.

Ma Twitter ha ancora altri progetti in lavorazione. La società prevede di consentire agli utenti con un ampio seguito sull'app di iniziare ad **addebitare l'accesso alle chat room audio**, consentendo eventualmente a Twitter di ridurre le entrate. Sta anche lavorando per consentire agli influencer di offrire un pacchetto di abbonamento mensile chiamato **Super Follows**, ovvero una sezione del sito protetta da paywall con contenuti aggiuntivi creati dagli influencer.

Il mese scorso, Twitter ha introdotto una funzione che consente agli utenti di inviare denaro a un gruppo selezionato di membri ampiamente seguiti sulla piattaforma. L'azienda dovrà comunque aggiungere nuove funzionalità per raggiungere gli ambiziosi obiettivi stabiliti durante l'assemblea degli investitori di febbraio, la prima di questo tipo che la società ha tenuto negli ultimi quattro anni. Twitter spera inoltre di aumentare i suoi utenti giornalieri da circa 200 milioni a circa **315 milioni**, e di far raddoppiare le entrate a quota $ 7,5 miliardi entro il 2023.

Social Media twitter Twitter Blue

Share

Privacy

Forbes

Benvenuti su Forbes Italia, l'edizione italiana del business magazine più famoso al mondo. All'interno le nostre leggendarie classifiche, i segreti dei leader di oggi e di domani, le strategie per il successo, i consigli di stile per essere sempre al top. Ogni giorno da 100 anni, Forbes vi apre le porte della business community globale.

Forbes.it è un'iniziativa:

BFC Media S.p.A.
Via Melchiorre Gioia n. 55
20124 Milano

Iscritta al Registro Imprese di Milano
REA n. MI-1489853
P.IVA 11673170152

Visita il nostro sito web

Privacy