

Promuovere la cultura del cibo attraverso il web e i social, se ne parla al Be-Wizard! a Rimini

Eventi - 23 marzo 2016 - 16:58



Per la prima volta si parlerà anche di digital food marketing a Rimini nell'ambito dell'ottava edizione di BE-Wizard!, in programma al Palacongressi il 15 e 16 aprile. Un'intera sessione specialistica dedicata al tema approfondirà attraverso l'intervento di **quattordici esperti in materia strumenti e strategie per comunicare al meglio e diffondere la cultura del cibo mediante il web.** La sessione, novità di questa edizione 2016, è coordinata da Nicoletta Polliotto, docente di Web e Social Media Marketing alla LUISS Business School (Roma).

“Tra i cinque grandi trend di digital food marketing che anticiperemo all'interno di questa sessione specialistica, ci sono da un lato la prenotazione on line dei ristoranti e dall'altro il servizio di consegna a domicilio tramite le piattaforme web” anticipa l'accreditata digital project manager che sarà coinvolta sia come coordinatrice che come relatrice e aprirà la seconda giornata con un contributo sulla digital strategy mirata al settore ristorazione fuori casa, in continua crescita sia a livello locale che globale. **Tra gli approfondimenti in programma, il tema del Food Design,** ovvero del valore dell'estetica del cibo on line in quanto stimolo sensoriale in grado di interagire con le logiche di marketing, **su cui si soffermerà invece Sonia Massari, Docente alla Scuola Politecnica di Design di Milano e vincitrice del premio "Premio Women Innovation"** per le donne impegnate nell'innovazione in tema di cibo e nutrizione.

“Social Food non significa solo condividere emozioni o parlare di cibo in rete” **anticipa l'esperta** “Le forme di condivisione di competenze legate al mondo del cibo - facendo riferimento a food delivery, chef on demand, ristorazione domestica, cooking class - sono figlie della Sharing Economy e stanno modificando i modelli di ristorazione, sia locali che globali”. Sull'importanza della local search in ambito food, in altre parole del ruolo della rete nella ricerca dei ristoranti vicini alla propria posizione via search engine, food app e via piattaforme social interverrà invece Luca Bove co-autore con la Polliotto del volume “Ingredienti di digital marketing per la ristorazione”. **Anche Eatly Word sarà presente a BE-Wizard! con il**

contributo di Tiziana Primori, vice presidente di Eataly. Stefano Colmo (Slow Food Italia) illustrerà come la produzione e l'offerta di cibo trovino una formidabile opportunità di diffusione attraverso i new media.

Food mania, i numeri di un fenomeno sociale e social: Facebook, Google Plus e Instagram, in particolare, e le piattaforme social in generale sono diventati strumenti fondamentali per la digital strategy di un'impresa operante nel settore del food e punti di riferimento per il mercato. **A dirlo sono i numeri: oltre 85 milioni le immagini postate con l'hashtag #foodporn a livello globale**, 100 i siti web e 25 mila i blog a tema food in ambito nazionale in grado di coinvolgere 35 milioni di utenti (fonte Food Economics, Antonio Belloni) "È un censimento sempre in difetto in realtà, conclude la Polliotto – perché è un fenomeno in continua e quotidiana evoluzione."