

Il digital food marketing debutta al BE-Wizard!

notizia pubblicata **23 marzo 2016** alle ore **12:45** nella categoria **Eventi**



Per la prima volta all'8^a edizione del BE-Wizard! si parlerà anche di digital food marketing. Un'intera sessione dell'evento, in programma al Palacongressi di Rimini il 15 e 16 aprile, sarà dedicata al tema attraverso l'intervento di quattordici esperti in materia che racconteranno strumenti e strategie per comunicare al meglio e diffondere la cultura del cibo mediante il web. La sessione è coordinata da Nicoletta Polliotto, docente di Web e Social Media Marketing alla LUISS Business School (Roma).

“Tra i 5 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 la digital project manager che 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 online in quanto stimolo sensoriale in grado di interagire con le logiche di marketing, su cui si soffermerà invece Sonia Massari, docente al Politecnico di Design (Milano) e vincitrice del '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 Massari – Le forme di condivisione di competenze legate al mondo del cibo 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 di 'Ingredienti di digital marketing per la ristorazione'.

Anche Eatly Word sarà presente a BE-Wizard! con il contributo di Tiziana Primori, vicepresidente di Eatly. Stefano Colmo (Slow Food Italia) illustrerà come la produzione e l'offerta di cibo trovino una formidabile opportunità di diffusione attraverso i new media.

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).