

## Il Polo Agire insegna a fotografare i prodotti agroalimentari

Potranno portare con loro un prodotto agroalimentare (formaggio, ortaggi, frutta, dolci ed altro ancora) e imparare a fotografarlo i partecipanti a “Food Photography – Come la fotografia aiuta a promuovere la tua azienda nell’era 3.0”, seminario che Agire, il consorzio che gestisce il Polo di innovazione agroalimentare d’Abruzzo, ha organizzato per mercoledì 13 maggio, a partire dalle ore 15, nella propria sede, a Sant’Atto.

Nell’ambito del seminario, aperto a tutti, saranno approfondite le opportunità legate alla fotografia quale mezzo di comunicazione per le aziende del settore agroalimentare, oggi più che mai uno strumento imprescindibile per l’utilizzo che se ne può fare sia nel formato cartaceo sia con i supporti online.

Dopo i saluti del presidente del Polo Agire, William Di Carlo, intervengono, tra gli altri, Lorenzo Spinosi, esperto di marketing e titolare della società Spinosi Marketing Strategies (il tema sarà “La fotografia: strumento strategico per la comunicazione del settore agroalimentare”); Cristina Mosca, titolare di Modiv e direttore della rivista di enogastronomia abruzzese “C come magazine” (“L’immagine giusta: come raccontare un territorio”); Giammaria de Paulis, imprenditore e titolare di Cykel Software (“Food, foto e social: tre ingredienti per il successo online”).

Subito dopo, il fotografo Enrico Di Nenno (AzurMuvi Srl) allestirà un set fotografico e, coinvolgendo i partecipanti i quali potranno sperimentare dal vivo le tecniche di ripresa con le proprie macchine, terrà un intervento pratico su come rappresentare per immagini i prodotti agroalimentari.

“L’utilizzo del web e dei social network è in forte crescita soprattutto tra i giovani – afferma il presidente del Polo Agire, William Di Carlo – e questo è un dato di fatto che non solo non può essere sottovalutato ma che, al contrario, deve spingere le aziende a dotarsi di strumenti adeguati ai nuovi canali di comunicazione. L’uso delle immagini per ritrarre un prodotto può essere un elemento di promozione formidabile per le imprese agroalimentari e va inserito tra le potenziali leve di successo di una efficace strategia di comunicazione”.

Teramo, 11 maggio 2015