

# Fotografia e comunicazione

---

L'INFLUENZA DELLA FOTOGRAFIA SULLA COMUNICAZIONE E IDENTITÀ AZIENDALE

[eleonorademartinph.com](http://eleonorademartinph.com)

Eleonora De Martin   
Photographer | Visual Storyteller | Content Creator

# CHI SONO

---



**Eleonora De Martin**

*Fotografa  
freelance e Creativa*

- Mi occupo di fotografia di ritratto, lifestyle branding e servizi fotografici di matrimonio.
- Mi dedico a progetti personali di fotografia analogica e digitale fine art e street photography per esposizioni nazionali ed internazionali.
- Collaboro con enti, circoli fotografici e collettivi per l'organizzazione di eventi e mostre nel ruolo di curatrice e Art Director.



# L'IMMAGINE È COMUNICAZIONE

---

Eleonora De Martin   
Photographer | Visual Storyteller | Content Creator

Tutto inizia dalla volontà di comunicare, anche nei progetti personali.

La foto è legata profondamente alla necessità di raggiungere lo spettatore con un messaggio.

Raccontare per immagini è qualcosa che fa parte dell'essere fotografo. Che si tratti di una **fotografia fine art, un progetto editoriale o di ritratti**, la fotografia si esterna con la propria personale visione del mondo interiore ed esteriore.





# L'IMMAGINE È COMUNICAZIONE

Eleonora De Martin   
Photographer | Visual Storyteller | Content Creator

La fotografia per me è il **desiderio di comunicare i pensieri** sulle esperienze personali o avvenimenti sociali.  
“**Mestiere di Fotografa**” è qualcosa di olistico, inevitabilmente contamina ed è contaminato da molteplici aspetti: l'espressione fotografica personale si rispecchia nella fotografia lavorativa e viceversa.  
Per questo, in tutti i servizi fotografici, **gli aspetti progettuali e concettuali sono le fondamenta** per far risultare la fotografia efficace nella comunicazione del messaggio.



FOCUS OFF



PISA STREET PHOTOGRAPHY  
INTERNATIONAL 2024



VENERE: LA BELLEZZA  
UNIVERSALE DELLA DONNA



# COS'È LA FOTOGRAFIA DI BRANDING

---

La fotografia di branding consiste nel **catturare l'essenza del marchio in forma visiva**. Non si tratta solo di scattare belle foto; si tratta di raccontare una storia, trasmettere emozioni e **creare una connessione con il pubblico attraverso le immagini**.

Che si tratti di mostrare un prodotto, evidenziare il team o trasmettere i valori del brand, la fotografia di branding svolge un ruolo cruciale nella **costruzione dell'identità aziendale**.

# FOTOGRAFIA COME IDENTITÀ VISIVA AZIENDALE

---

- ***Crea il riconoscimento del marchio***

L'uso coerente della fotografia aziendale aiuta i clienti a riconoscere il marchio e a ricordarlo più facilmente.

- ***Comunica i valori dell'azienda***

Gli elementi visivi utilizzati nella fotografia possono trasmettere i valori del marchio, la personalità e il posizionamento nel mercato.

- ***Crea connessioni emotive***

Una fotografia di alta qualità e coinvolgente può evocare emozioni e portare a connessioni più profonde con i clienti.

- ***Si differenzia dai concorrenti***

Una fotografia unica permette di distinguere il marchio dai concorrenti e dal mercato affollato, direzionando la comunicazione ad una nicchia precisa di utenti (target).

- ***Rafforza la narrazione***

La fotografia migliora la narrazione fornendo spunti visivi che supportano e rafforzano lo storytelling, i valori e il messaggio del marchio.

# IL POTERE DELLE IMMAGINI NELL'ERA DIGITALE

---

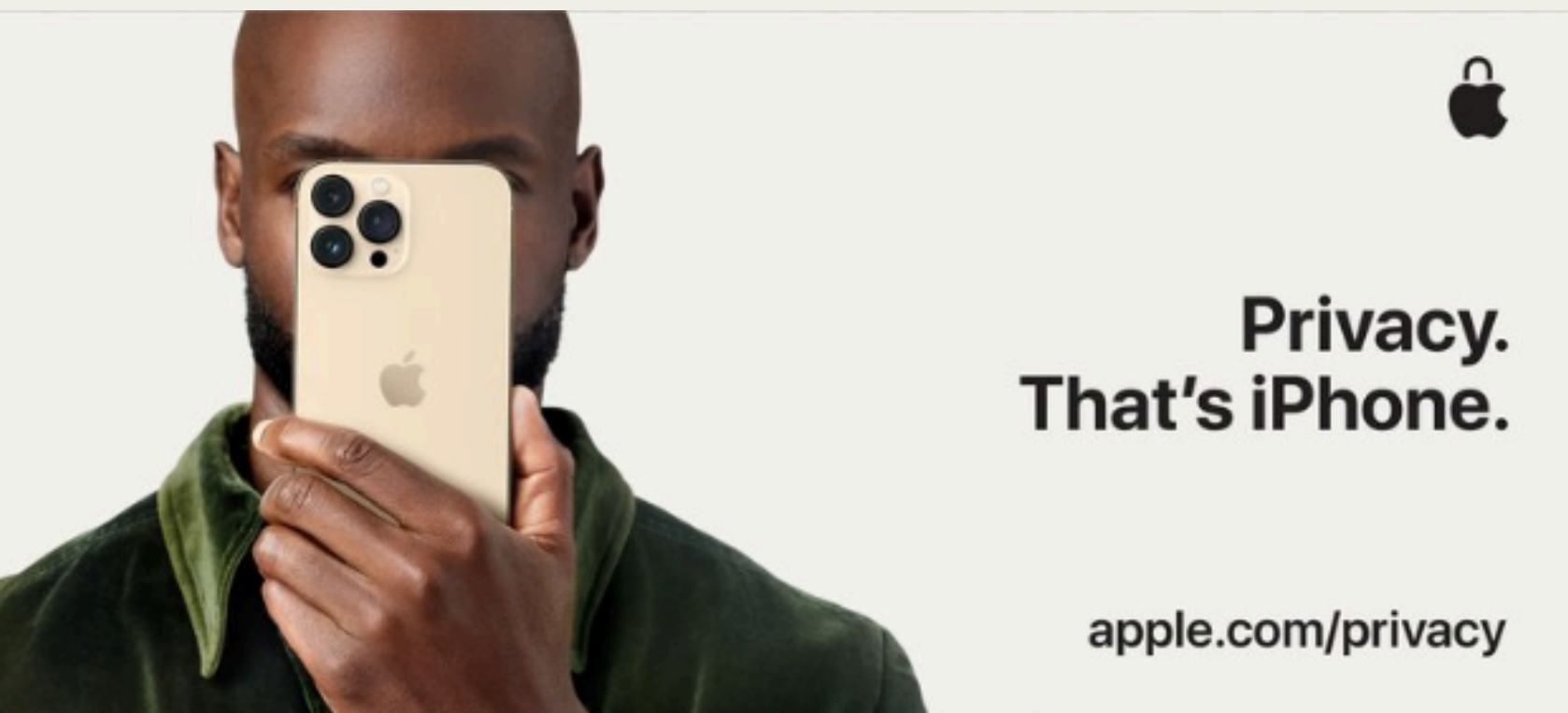
Nel campo pubblicitario, i **contenuti digitali con immagini pertinenti ottengono il 94% di visualizzazioni in più** rispetto ad altri tipi di contenuto.\* Una fotografia di branding di alta qualità può aumentare il coinvolgimento, **creare fiducia nel marchio e guidare le conversioni.**

\*HubSpot: 19 statistiche illuminanti sull'importanza dei contenuti visivi (<https://blog.hubspot.com/marketing/visual-content-marketing-strategy>)

# IL POTERE DELLE IMMAGINI NELL'ERA DIGITALE

---

Prendiamo l'esempio di marchi iconici come Apple e Nike. La loro fotografia di branding non riguarda solo i prodotti: **riguarda lo stile di vita, i valori e le emozioni che vogliono che i clienti associno al loro marchio.** Questi marchi hanno padroneggiato l'arte di raccontare storie attraverso le immagini per permettere all'acquirente di **immedesimarsi e riconoscersi in quelle storie.**



**Sky Brown** è la prima donna a fare un 540 e la più giovane pro skater a competere a Tokyo 2020.





## Tutto questo si trasforma in Brand Awareness

Cos'è la consapevolezza del marchio?

La consapevolezza del marchio è un termine di marketing per indicare il grado in cui i consumatori riconoscono un prodotto dal suo nome. Inoltre, **la consapevolezza del marchio da parte dei consumatori non significa solo riconoscimento, ma include anche percezioni positive del prodotto rispetto alla concorrenza.**

La fotografia aziendale svolge un ruolo cruciale nella Brand Awareness, perché aiuta a **stabilire un'identità visiva forte e coerente che risuona con il pubblico di destinazione.**

# FOTOGRAFIA COME MESSAGGIO

*Dove* nasce nel 1957. L'azienda statunitense fin da subito si impegnò per stabilire un rapporto di fiducia con i clienti (specialmente donne) attraverso la promessa dell'azienda e le caratteristiche di vendita del suo prodotto.

**Per oltre 40 anni "Dove" ha utilizzato pubblicità veritiere ed è diventato un simbolo di speranza, gioia, pace e positività nel settore della salute e della bellezza.**

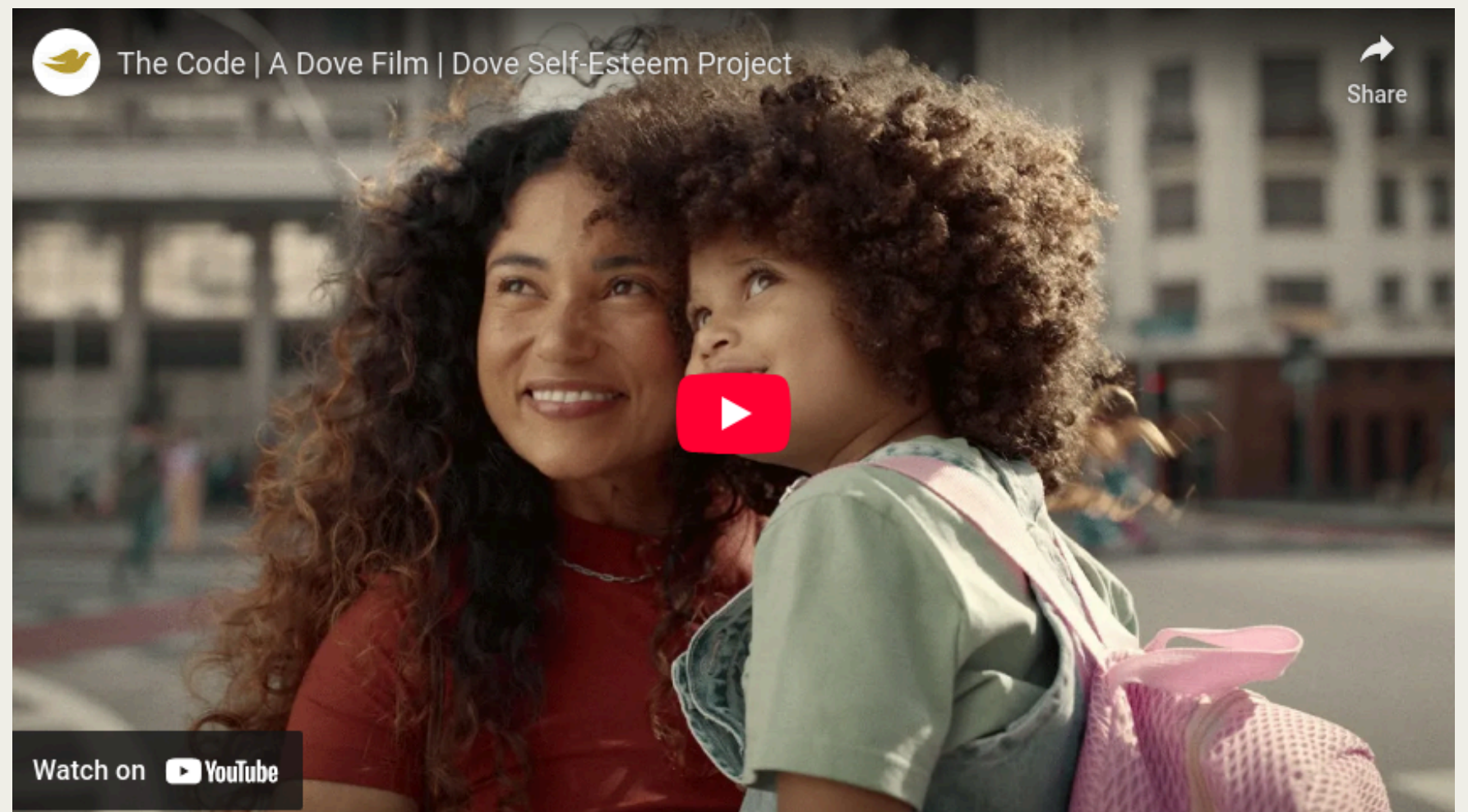
Nel 2004, *Dove* ha lanciato la sua "**Campagna REAL BEAUTY**" in tutto il mondo, nel tentativo di ridurre la visione stereotipata della bellezza e promuovere la bellezza e la salute delle donne ovunque.

**L'obiettivo della Campagna *Dove* è aumentare l'autostima e la fiducia personale di ragazze e donne.**

**LA FOTOGRAFIA DELLA CAMPAGNA rimane tuttora nella mente del consumatore come simbolo distintivo dei valori aziendali, "immagine senza tempo" che anticipa la BODY POSITIVITY consolidata solamente nei recenti anni.**



Real Beauty Campaign 2004



<https://www.youtube.com/watch?v=sD-R2OzcleQ>

Come fotografi che aspirano a eccellere in questo campo, è fondamentale comprendere **i punti chiave e le caratteristiche necessarie per navigare efficacemente nel regno della comunicazione aziendale.**



# PROGETTARE IL SERVIZIO DI BRANDING

1	2	3	4
<i>Comprendere l'identità</i>	<i>Indagine settoriale</i>	<i>Collaborazione</i>	<i>Versatilità</i>
I fotografi aziendali devono <b>comprendere l'essenza dell'identità del marchio, dei valori e del messaggio di un'azienda</b> per rappresentarli visivamente in modo accurato.	L'indagine iniziale per una conoscenza approfondita del settore da rappresentare, ci permette di comunicare in modo efficace usando <b>i codici visivi e il linguaggio idonei per essere comprensibili al target di riferimento.</b>	<b>Collaborazione e lavoro di squadra con i clienti, team di marketing</b> e altre parti interessate sono essenziali per comprendere i requisiti del progetto e ottenere i risultati desiderati.	Avere un' <b>elasticità creativa è fondamentale</b> per poter rappresentare in modo unico e originale i clienti di diversi settori. Variando le tecniche di ripresa e combinandole a soluzioni creative, l'immagine risulterà personalizzata e allineata alle linee guida della Brand Identity.

# Grazie!

ELEONORADEMARTINPH.COM

Teniamoci in contatto



@eleonorademartin.ph

Eleonora De Martin   
Photographer | Visual Storyteller | Content Creator