



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it



VISUAL PORTFOLIO

 tam.

È PIÙ DI UNO SLOGAN,
È LA FILOSOFIA CHE
CI GUIDA NEL NOSTRO
LAVORO QUOTIDIANO

FOLLOW THE ARROW



Scroll



PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIAL MEDIA



Follow the ARROW



Nata dalla passione per il settore della comunicazione di tutti i soci coinvolti, oggi si propone come **provider integrato di servizi**.

Utilizziamo le nostre conoscenze per creare campagne di marketing efficaci che si concentrano sugli aspetti emozionali, visivi e profondi dell'identità di un territorio o di un'azienda. Ci impegniamo a fornire ai nostri clienti un servizio eccellente e **personalizzato** per aiutarli a raggiungere i loro **obiettivi** di posizionamento nel mercato. Siamo molto orgogliosi del lavoro che facciamo e dei risultati che abbiamo ottenuto per i nostri clienti. Siamo convinti che una comunicazione efficace e una strategia di marketing ben definita possano fare la differenza per qualsiasi azienda o territorio.



FOLLOW THE ARROW



Il Team

Siamo molto orgogliosi del lavoro che facciamo e dei risultati che abbiamo ottenuto per le comunità che abbiamo aiutato a promuovere. Siamo convinti che il marketing territoriale possa fare la differenza per molte comunità locali, contribuendo alla loro crescita economica e al loro sviluppo sostenibile.



Scroll



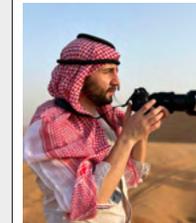
Antonio Prota

CEO & Founder



Flavio Albano

Head of Corporate Strategy



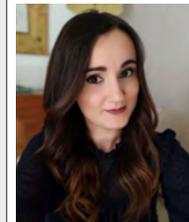
Donato Porzia

Art Director & DOP



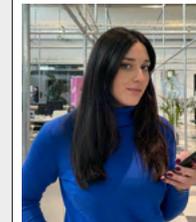
Francesco Panaro

Graphic Designer & Videomaker



Federica Cataldi

Project Manager



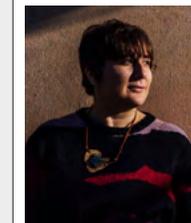
Rosamaria Loverre

Social Media Manager



Marcello Benevento

Destination Manager & Community Building



Francesca Zito

Location Scouting & Travel Designer



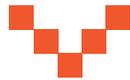
FOLLOW THE ARROW

www.tradingandmarketing.it



Main customer

Siamo orgogliosi di aver collaborato con alcuni dei migliori nomi del settore, aiutandoli a raggiungere i loro obiettivi di business attraverso la nostra consulenza di marketing e comunicazione. Tra i nostri clienti principali si annoverano aziende leader in diversi settori, enti pubblici a software house, dai servizi finanziari alla moda, passando per l'industria alimentare a quella tecnologica. La nostra esperienza di lunga data e la conoscenza del mercato ci hanno permesso di offrire soluzioni personalizzate che soddisfano le esigenze specifiche di ogni cliente. Siamo grati per la loro fiducia in noi e per la possibilità di lavorare insieme per raggiungere il successo.



Scroll





FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

PHOTOGRAPHY VIDEOCLIP BRAND IDENTITY SOCIAL MEDIA



MARKETING TERRITORIALE

Il gruppo TAM, essendo specializzato sul Marketing Territoriale in Puglia, può contare su una *business unit* dedicata all'analisi scientifica.

- **Aggregation And Innovation In Rural Tourism: Tourist Destination Of Hundred Country Houses**
di Santamato V. R., Iaffaladano N., Micucci N. con la collaborazione di **Albano F. R.**, XVI Verona-Toulon Conference;
- **Eco-sustainability and cooperation in Tourism: cultural heritage as a source for competitive advantage**
di Santamato V.R. e **Albano F. R.**, I° Foro internacional de turismo, ISBN 9788490420904;
- **Turismo & Management d'impresa** edito da Ycp Lecce 2014, 9788891137968
- **Analisi di Marketing territoriale città di Laterza e Grottaglie**
per Exiteam srl spinn-off Università di Bari
- **La valorizzazione della ruralità: la ceramica artistica come attrattore sostenibile per cultura e turismo**
di Santamato V.R. e **Albano F. R.** 2015, Annali 2016 Anno IV, Annali del Dipartimento Jonico – Uniba – ISBN 978-88-909569-6-6
- **La sperimentazione del marketing partecipato nel caso di Matera, Capitale Europea della cultura 2019**
di Santamato V.R. e **Albano F. R.** 2016, International Marketing Trends Conference, Escp Europe, Torino, ISBN 978-2-9532811-2-5 9782953281125
- **Ecoturismo, cultura e ruralità: la costruzione di un modello di sviluppo alternativo nel caso di Matera, Capitale Europea della Cultura 2019**
di Santamato V.R. e **Albano F. R.**; presentato alla IX Riunione Scientifica SISTUR, novembre 2017;
- **La frammentazione dei brand territoriali e la loro caratterizzazione come ipotesi di vantaggio competitivo**
di Santamato V.R. e **Albano F. R.** 2018, Convegno SIM Società Italiana Marketing 18.10.2018, Bari;



Nostri Brand

FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it



AdaTour è un brand interno di TAM, un tour operator che offre esperienze di viaggio uniche e coinvolgenti. Con una filosofia incentrata sul concetto di "abitanti temporanei", AdaTour ridefinisce il significato del viaggio, trasformandolo in un'opportunità per esplorare culture diverse, immergersi in comunità locali e creare connessioni significative.



FOLLOW THE ARROW

www.tradingandmarketing.it

UNICITÀ STRATEGICA



Approccio scientifico



Tour operator interno



Multidisciplinarietà (beni culturali, marketing, turismo, legal, arte, comunicazione, eventi, formazione)



Precedente esperienza Pubblica Amministrazione e Unesco

PARTNERSHIP:





FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIA MEDIA

FOLLOW THE CASE HISTORY

Ogni case history è una storia unica, che racconta come abbiamo lavorato insieme al cliente per affrontare sfide specifiche, superare gli ostacoli e raggiungere il successo. Il nostro portfolio di case history include una vasta gamma di progetti, dalle piccole imprese alle multinazionali, che hanno visto il nostro team impegnato in diverse aree di attività, dal branding alla comunicazione digitale, dal marketing territoriale all'advertising. Siamo orgogliosi di poter condividere con voi i nostri successi, i nostri obiettivi raggiunti e le sfide superate, offrendovi un'ampia panoramica delle nostre capacità e competenze.



Scroll



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIAL MEDIA



Siamo lieti di presentare il nostro coinvolgimento nel progetto sociale "TechByHer" di Huawei. Il progetto si è concentrato sulla ricerca del digital gender gap nel Sud Italia e ha avuto come obiettivo principale quello di promuovere l'inclusione digitale delle donne.



Il logo "Tech By Her" è stato creato con un carattere moderno e accattivante, e declinato in diverse forme e colori, in modo da essere facilmente riconoscibile. Inoltre, "her" è stato inserito in una nuvoletta, per dare forma al concetto per cui con questo progetto si vuole dare voce alle donne.

Per quanto riguarda la comunicazione, il progetto ha richiesto una grande attenzione alla creazione di teaser, promo e materiale grafico per l'evento di lancio e per la premiere del cortometraggio. Questi materiali sono stati curati nei minimi dettagli, con l'obiettivo di creare un'immagine coordinata e accattivante per l'intero progetto.

Supported by
HUAWEI | WOMEN⁺



by her

Tech

IL DIVARIO DIGITALE
DELLE DONNE
NEL MEZZOGIORNO

Scopri di più sul Digital Gender Gap nel Mezzogiorno

14 DIC 22
START h 16:30

Aula Magna
COSSU

×

IN EUROPA L'ITALIA È QUARTULTIMA PER "PARITÀ DIGITALE DI GENERE".

Scopri di più sul Digital Gender Gap nel Mezzogiorno

Tech by her

Supported by
HUAWEI | WOMEN⁺

Supported by
HUAWEI | WOMEN⁺



by her

Tech

IL DIVARIO DIGITALE
DELLE DONNE
NEL MEZZOGIORNO

Scopri di più sul Digital Gender Gap nel Mezzogiorno

14 DIC 22
START h 16:30

Aula Magna
COSSU

×

LAUREATI NELLE MATERIE STEM*:

*SCIENCE, TECHNOLOGY, ENGINEERING AND MATHEMATICS

UOMINI: 60%

DONNE: 40%

Fonte: ecompt.it

Scopri di più sul Digital Gender Gap nel Mezzogiorno

Tech by her

Supported by
HUAWEI | WOMEN⁺

La brand identity è stata declinata in tutti i materiali, dal banner pubblicitari ai gadget promozionali, dal teaser al materiale grafico. La comunicazione del progetto "Tech By Her" è stata curata in modo preciso e attento, con l'obiettivo di raggiungere un vasto pubblico e sensibilizzare l'opinione pubblica sull'inclusione digitale delle donne.

CLIENTE **HUAWEI ITALIA**

FOLLOW THE **ARROW**



CLIENTE **HUAWEI ITALIA**

FOLLOW

THE

ARROW



TECH BY HER

Ricerca

Huawei, un leader globale nel settore delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni, ha riconosciuto l'importanza di affrontare il digital gender gap e ha investito risorse significative per svolgere una ricerca accurata e approfondita su questa tematica. La nostra collaborazione con Huawei ha coinvolto una squadra multidisciplinare di esperti, composta da accademici e professori di varie discipline pertinenti. Questa sinergia di competenze ha consentito di adottare un approccio olistico nello studio del digital gender gap, esaminando le diverse sfaccettature del problema e identificando soluzioni per promuovere l'inclusione e la parità di genere nel mondo digitale

[LINK ALLA RICERCA](#)

Teaser e docufilm

La produzione del cortometraggio è stata affidata ad un team di professionisti del settore, che hanno lavorato a stretto contatto con Huawei per realizzare un prodotto di alta qualità. Il cortometraggio ha richiesto un'accurata preparazione della sceneggiatura, della fotografia, della regia e del montaggio, nonché la scelta dei luoghi di ripresa, delle attrici e degli attori coinvolti. Tutti questi elementi sono stati scelti con l'obiettivo di trasmettere un messaggio positivo sull'inclusione digitale delle donne, e di evidenziare le storie di donne che hanno superato le sfide del digital gender gap.



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

Tech ^{by} her

Progetto di Studio sul divario digitale delle Donne nel Mezzogiorno

Aula Magna
"ALDO COSSU"

Supported by
 HUAWEI | WOMEN+

Con il Patrocinio di


CONFINDUSTRIA
Bari e Barletta-Andria-Trani

PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIAL MEDIA



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

Tech by her

in exclusive collaboraton with

FABI SAAD NIEMEYER

a docu-film by



PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIA MEDIA

TECH BY HER

Rassegna stampa

La rassegna stampa è stata un altro importante strumento di comunicazione utilizzato per promuovere il progetto "Tech By Her" di Huawei. Grazie alla collaborazione con importanti testate giornalistiche e media locali, il progetto ha ricevuto una grande visibilità a livello nazionale.

Sono state organizzate diverse conferenze stampa, durante le quali sono state presentate le attività del progetto e i risultati della ricerca condotta. Inoltre, sono state inviate comunicati stampa alle principali testate giornalistiche e ai media locali, al fine di diffondere il messaggio del progetto e raggiungere un vasto pubblico.



La Gazzetta del Mezzogiorno

LA GAZZETTA
DEL MEZZOGIORNO

Antenna SUD

ANTENNA SUD

GEOS NEWS

GEOS NEWS

Il Quotidiano Italiano

il Quotidiano
Italiano

PADOANEWS

PADOANEWS
IL PRIMO QUOTIDIANO ONLINE DI PADOVA

Redazione ADNKRONOS

adnkronos



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

PHOTOGRAPHY

VIDEOCLIP

BRAND IDENTITY

SOCIAL MEDIA



parco nazionale®
dell'*alta murgia*

Il progetto di branding che abbiamo sviluppato per il Parco dell'Alta Murgia è stato concepito per sostenere la candidatura del territorio a Geoparco Unesco, con l'obiettivo di valorizzare e promuovere la straordinaria bellezza del MurGEopark.



Scroll



MURGEOPARK

ASPIRING UNESCO GEOPARK

La ricchezza geologica e geomorfologica del MurGEopark è di grande importanza per la rarità delle sue formazioni, il loro interesse scientifico, la loro bellezza estetica e il valore educativo che possono offrire ai visitatori. Il nostro progetto di branding ha cercato di catturare l'essenza di queste caratteristiche attraverso la creazione di un'immagine di marca forte e distintiva.

Abbiamo lavorato con cura e attenzione ai dettagli, creando un logo e un'identità visiva che rappresentano in modo accurato le peculiarità del territorio e le sue straordinarie bellezze naturali.



Il nostro progetto di branding per il Parco dell'Alta Murgia ha visto anche lo sviluppo di una forte identità visiva, comprensiva di un logo, pattern e una mascotte. In particolare, abbiamo creato una mascotte chiamata Rico, un simpatico dinosauro che funge da attrazione per i bambini e le famiglie che visitano il parco.



La guida geo turistica del Geoparco è stata sviluppata con l'obiettivo di fornire ai visitatori un'esperienza completa ed emozionante del territorio del MurGEopark. La guida è stata concepita per offrire informazioni approfondite sulla geologia e sulla geomorfologia del territorio, ma anche per guidare i visitatori attraverso un percorso unico di scoperta delle bellezze naturali e culturali del parco. Il processo di sviluppo della guida ha richiesto una grande attenzione ai dettagli e una vasta ricerca sul territorio. Siamo partiti dalla definizione degli obiettivi della guida e della sua struttura, identificando i punti di interesse principali del parco e i percorsi più interessanti per i visitatori.



Il nostro progetto di branding per il Parco dell'Alta Murgia ha previsto anche lo sviluppo di cartelloni informativi da collocare nei siti del geoparco. Questi cartelloni hanno lo scopo di fornire informazioni dettagliate sulle caratteristiche geologiche e geomorfologiche del territorio, sulla sua storia e sui suoi aspetti naturalistici e culturali.

La realizzazione dei cartelloni informativi è stata preceduta da una fase di studio e ricerca approfondita, al fine di selezionare le informazioni più rilevanti e interessanti da includere. Abbiamo lavorato a stretto contatto con esperti del settore per garantire la precisione scientifica delle informazioni presentate.

La progettazione dei cartelloni informativi è stata curata nei minimi dettagli, al fine di renderli accattivanti e facili da leggere e comprendere per tutti i visitatori. Sono stati utilizzati i colori e le forme dell'identità visiva sviluppata per il MurGEopark, compreso il logo e i pattern, per garantire la coerenza dell'immagine di marca.



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

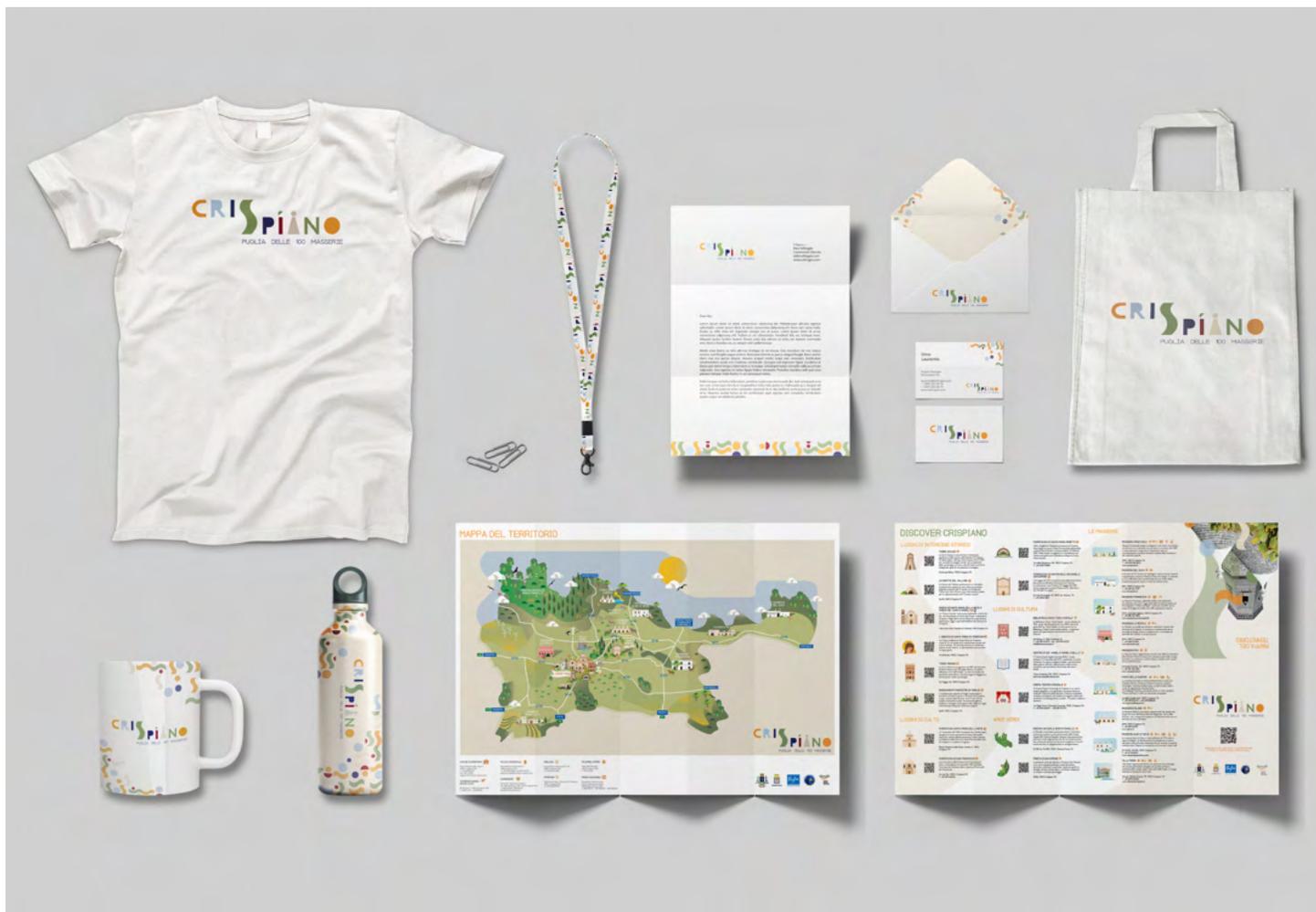
PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIAL MEDIA



Abbiamo creato un piano di marketing territoriale e una DMC specifici per la promozione delle "Cento Masserie" di Crispiano, al fine di valorizzare e promuovere il patrimonio storico, artistico, paesaggistico, culturale ed eno-gastronomico di questa terra. Questo è un importante passo per aumentare la visibilità e l'attrattività turistica del territorio e per far conoscere le tradizioni e i tesori di Crispiano a un pubblico più ampio.



Scroll



Per creare la brand identity di Crispiano, il team ha lavorato sulla base dei valori che rappresentano la specificità e l'unicità di questa regione. Ad esempio, ci siamo concentrati sulla valorizzazione del patrimonio storico e culturale del territorio, sull'importanza della natura e della tradizione agricola, sulla promozione dell'esperienza autentica e dell'ospitalità locale. Abbiamo poi creato una mappa ad hoc per aiutare i visitatori a scoprire le Masserie più belle di Crispiano e il territorio circostante. La mappa è stata studiata in modo da evidenziare i luoghi più importanti e suggestivi, come le masserie, i siti archeologici, le chiese, i monumenti e le aeree eventi in modo tale da offrire informazioni utili per pianificare un viaggio indimenticabile.



Il piano editoriale che prevedeva la creazione di contenuti originali, trasmettesse l'atmosfera unica e autentica di Crispiano. Abbiamo selezionato immagini suggestive e testi coinvolgenti, che mettessero in luce i valori della terra di Crispiano: l'ospitalità, la tradizione, la genuinità, la bellezza del paesaggio e il rispetto per la natura.

La mappa è stata studiata in modo da evidenziare i luoghi più importanti e suggestivi, come le masserie, i siti archeologici, le chiese, i monumenti e le aree eventi in modo tale da offrire informazioni utili per pianificare un viaggio indimenticabile.

100 MASSERIE

Shooting and videoclip

La strategia per lo shooting di Crispiano e le 100 masserie è stata quella di catturare l'autenticità e la bellezza del territorio, mettendo in risalto le caratteristiche uniche delle masserie e dei luoghi circostanti. Abbiamo scelto di concentrarci su un approccio naturalistico e non invasivo, utilizzando la luce naturale. Abbiamo lavorato in modo da rendere le immagini autentiche, senza utilizzare filtri o effetti, mantenendo l'aspetto naturale e reale dei luoghi e delle persone. L'obiettivo della nostra strategia era quello di creare immagini che rappresentassero la bellezza e l'autenticità della Puglia, con un tocco di eleganza e raffinatezza.

CLIENTE COMUNE DI CRISPANO



FOLLOW THE ARROW



CLIENTE COMUNE DI CRISPIANO



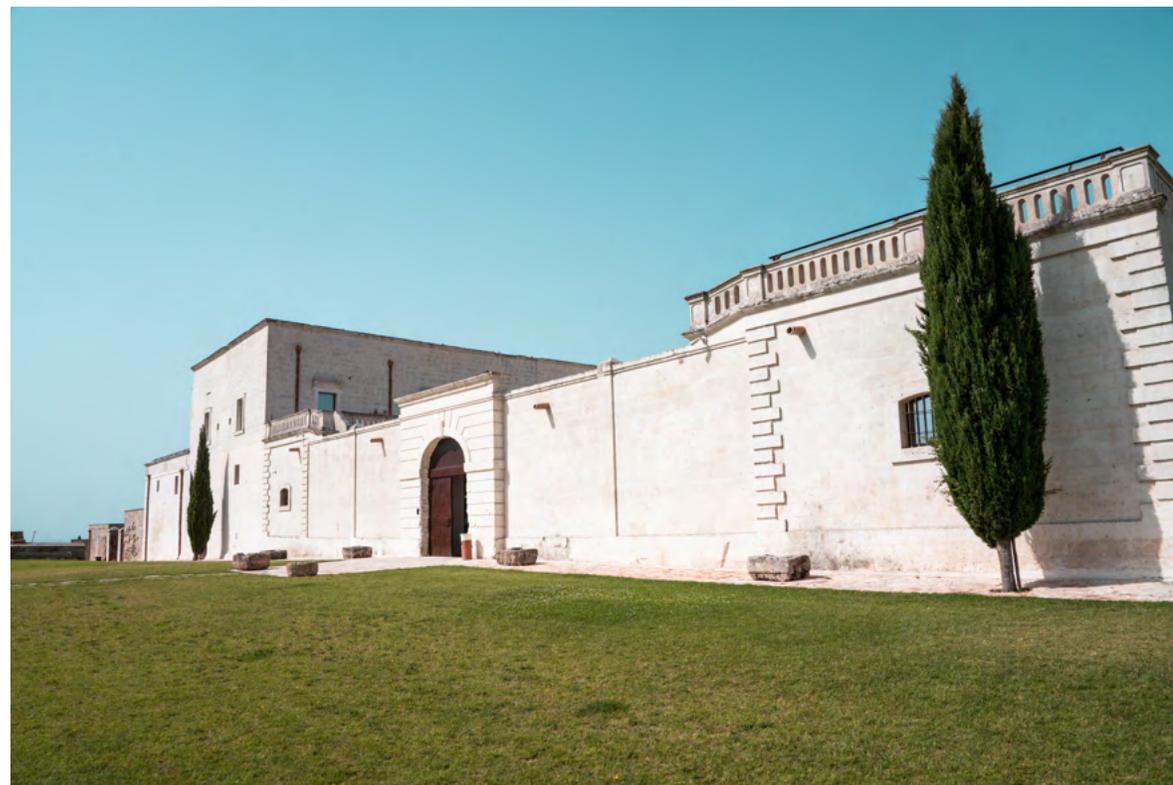
FOLLOW THE ARROW



amastuola

masseria wine resort

Per lo shooting degli interni di Masseria Amastuola, la strategia è stata quella di catturare l'essenza della bellezza rustica e dell'eleganza moderna della struttura. Abbiamo lavorato attentamente per evidenziare la perfetta combinazione tra i materiali originali della masseria risalente al 1400 e le nuove aggiunte di design, rendendo ogni ambiente accogliente e allo stesso tempo raffinato.

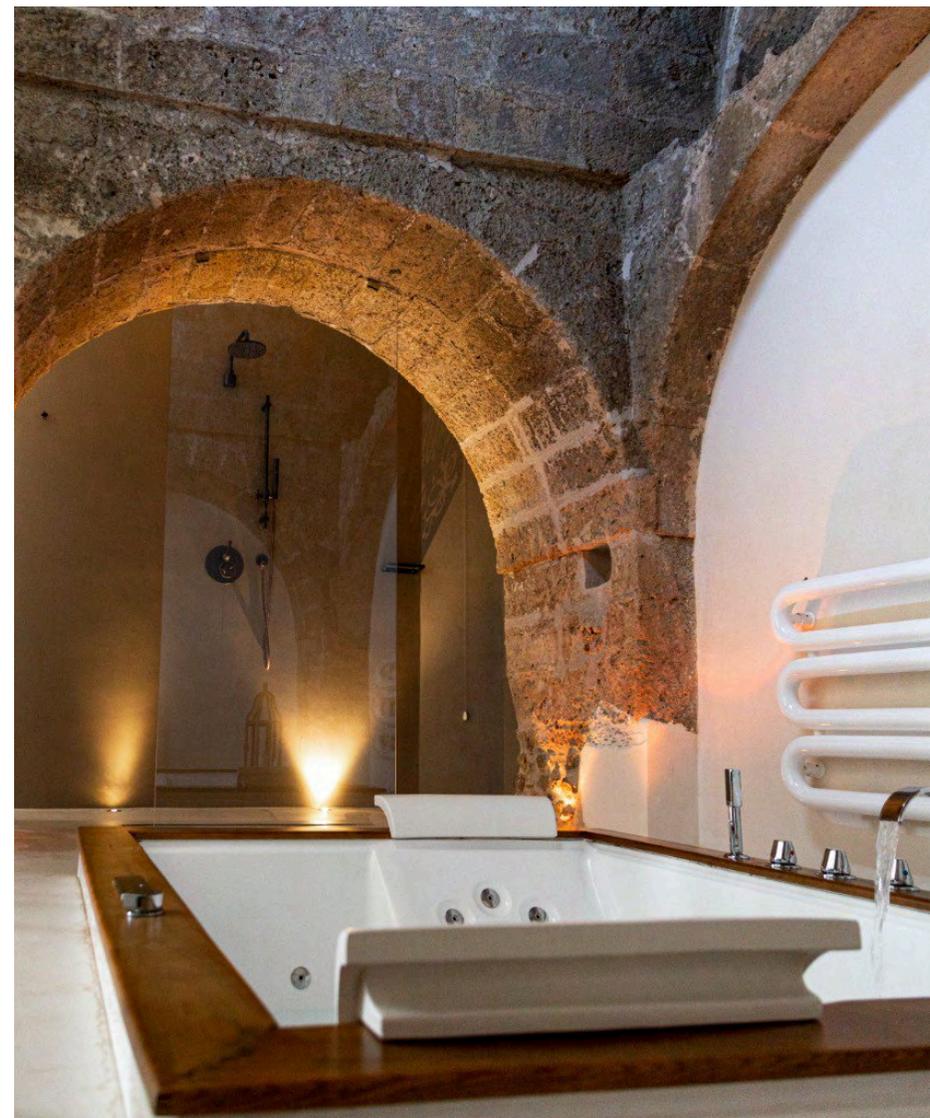


CLIENTE COMUNE DI CRISPIANO



La luce naturale è stata un elemento fondamentale per creare immagini luminose e raffinate, che trasmettessero l'atmosfera accogliente della struttura.

FOLLOW THE ARROW





Abbiamo deciso di scattare le foto degli interni del Parco delle Querce in modo che trasmettessero la sensazione di lusso e tranquillità, ma allo stesso tempo, mantenendo una forte connessione con la natura che circonda la struttura.



Abbiamo usato solo luci naturali per evidenziare le caratteristiche principali degli interni e catturare l'atmosfera accogliente delle stanze. Inoltre, abbiamo messo in risalto i dettagli di design, come tessuti pregiati, finiture eleganti e opere d'arte uniche, in modo che ogni stanza avesse la sua personalità.





FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

CRISPINO
PUGLIA DELLE 100 MASSERIE

IN RURAL WE TRUST



PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIA MEDIA



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it



PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIAL MEDIA



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIA MEDIA

BONTÀ DA TUTTA ITALIA

FROM

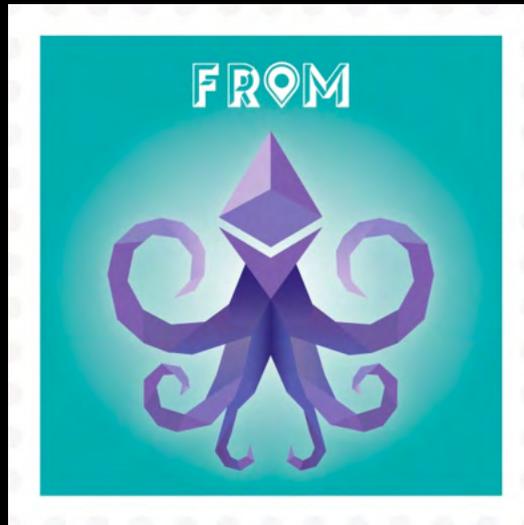
EINAUDI

Il ristorante From si classifica come il primo esperimento italiano di ristorante fusion all'italiana, che mescola piatti tipici delle varie tradizioni regionali del nostro paese, con l'obiettivo di emozionare il cliente interpretando la rivoluzione del Web 3.0.



L'ideazione e la realizzazione degli NFT per FROM parte dall'idea di voler combinare mondi apparentemente distanti tra loro come la gastronomia e il web 3.0. Il risultato di questo connubio è la collezione di NFT pensata per esprimere in chiave artistica questi due concetti. Il design diventa allora lo strumento per trasporre questa volontà in elementi visivi senza trascurare gli aspetti identitari del brand From e la sua storia.

Il francobollo, elemento centrale e identitario del brand che esprime i valori del progetto From, accoglie nuovi contenuti e si apre a una contaminazione di espressioni tra reale e virtuale.

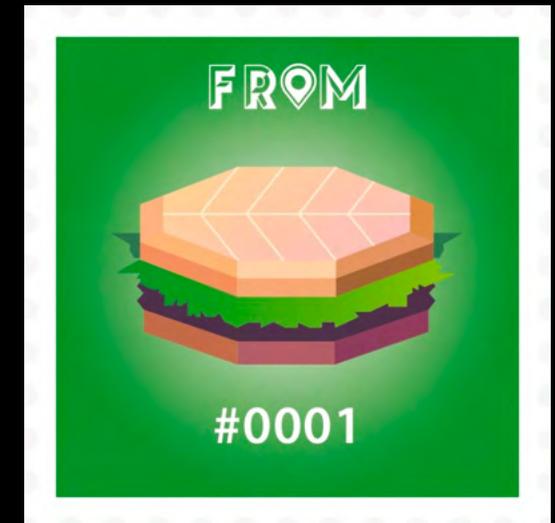


Il Polypon di From

Gastronomia, Gaming, Web3 e Criptovalute sono le parole chiave che caratterizzano questo NFT. Simbolo della tradizione culinaria barese, il “Polypon” di From (chiamato in questo modo per fare il verso al nome del popolare token “Polygon”) contiene all’interno della sua costruzione riferimenti intrinseci alla gastronomia, alla territorialità di prodotti d’eccellenza, al gaming e alle criptovalute (la testa del polpo è il simbolo di uno delle più importanti crypto attualmente in circolazione, gli Ethereum). Animale misterioso ed estremamente intelligente, il Polypon è la metafora ideale per rappresentare questi significati profondi che il possessore dell’NFT dovrà pian piano ricercare e scoprire.

Il panino di From per veri “gamer”

Realizzato in pieno stile Web3 (con uno sguardo al mondo dei videogame), il panino poligonale di From rappresenta l’NFT più emblematico della collezione, il prodotto alla base dell’oerta gastronomica di FROM. Una visione distruttiva e una costruzione geometrica che trasportano il possessore di questo NFT in una dimensione completamente nuova. La spiga di grano stilizzata e posta nella parte superiore del disegno è un riferimento all’unicità del prodotto FROM.



NFT FROM

Rassegna stampa

La Repubblica

la Repubblica

Bari Today

BARITODAY

Giornale di Puglia

Giornale di Puglia

Puglia Reporter

PUGLIA
Reporter

2Night

2night.



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIAL MEDIA



Per il branding di Tenute Aliani presso il Castello di Ramazzano, abbiamo adottato una strategia che si basa sull'idea di unire la bellezza del luogo con l'esperienza enologica unica delle Tenute Aliani. Abbiamo creato un'immagine di marca che rappresenta l'essenza della storia del Castello, trasmettendo la sua bellezza e la sua magnificenza attraverso le nostre fotografie e i nostri video.



Abbiamo creato un'immagine di marca che rappresenta l'essenza della storia del Castello, trasmettendo la sua bellezza e la sua magnificenza attraverso le nostre fotografie e i nostri video. Abbiamo utilizzato i colori naturali della campagna umbra per comunicare l'idea di un luogo autentico e genuino, in cui la natura e l'arte si incontrano. Abbiamo inoltre ideato un programma di eventi enogastronomici, come degustazioni di vini, cene tematiche e visite guidate alle cantine delle Tenute Aliani, per far vivere ai nostri ospiti un'esperienza sensoriale completa. Grazie a questa strategia di branding, siamo riusciti a creare un'immagine di marca forte e riconoscibile, che ha reso il Castello di Ramazzano un luogo di destinazione turistica d'eccellenza per gli appassionati di enogastronomia e cultura.



LA FAMIGLIA



Quella del Castello di Ramazzano è una storia secolare, un susseguirsi di epoche e casate che lo hanno abitato e che hanno plasmato il suo fascino magico e senza tempo. Tra le sue mura, il Castello custodisce aneddoti e racconti di guelfi, di papi e di tante figure illustri.

Alla fine degli anni '90, poi, *tre fratelli* poco più che trentenni, si innamorarono perdutamente di questo Castello, ormai in rovina, tanto da decidere di comprarlo e ristrutturarlo. *Angela, Salvatore* e *Vincenzo Aliani* per il Castello di Ramazzano hanno cambiato le loro vite, accantonato le vecchie professioni e abbracciato una vita dedicata all'agricoltura e all'ospitalità. Tre personalità diverse quelle dei fratelli Aliani ma così complementari da essere il caposaldo di *Tenute Aliani*.



Angela, la sorella maggiore, con il suo sconfinato senso materno ha fatto dell'ospitalità il suo punto di forza riuscendo a coccolare gli ospiti come se fossero parte della sua famiglia. Una donna tenace, impulsiva e generosa, molto attenta ai *dettagli* e al *design*, fiore all'occhiello del Castello di Ramazzano.

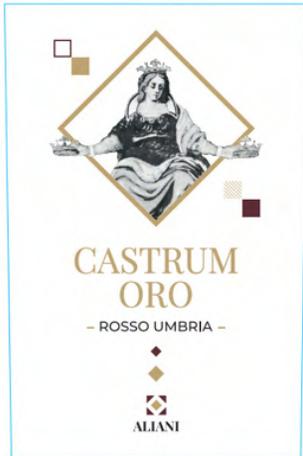
Salvatore, invece, è pratico e concreto, con una spiccata attitudine al *problem solving*, attento alla *qualità* dei prodotti e ai *valori* gemini della terra che cerca di trasmettere ai propri ospiti.

Vincenzo è un uomo carismatico, legato al Castello e alla sua storia che sa incantare gli ospiti con il suo *savoir faire*.

✦ Una vita vissuta insieme quella dei fratelli Aliani, fatta di legami solidi ma soprattutto di *ritorie* e *sacrifici* condivisi.



CLIENTE **TENUTE ALIANI**



Un obiettivo che Tenute Aliani voleva raggiungere era quello di aumentare la visibilità e le vendite dei propri vini, raggiungendo un pubblico sempre più ampio e diffuso in tutto il mondo. Per raggiungere questo obiettivo, abbiamo lavorato sulla realizzazione di nuove etichette per i vini e sulla creazione di un e-commerce dedicato alla vendita dei prodotti. Le nuove etichette sono state create per rappresentare al meglio l'essenza dei vini delle Tenute Aliani, mettendo in risalto le caratteristiche e le qualità che li rendono unici.

FOLLOW THE **ARROW**

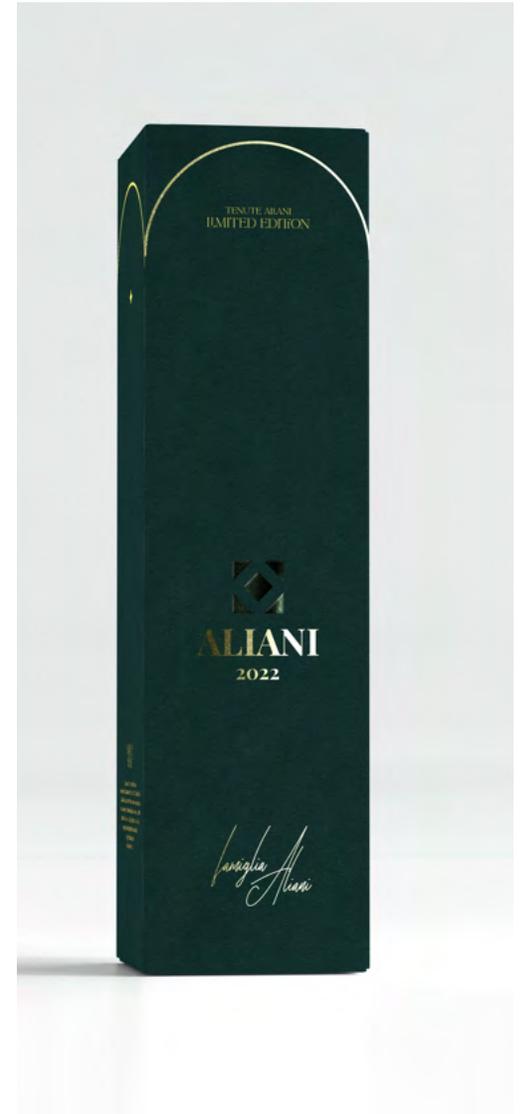


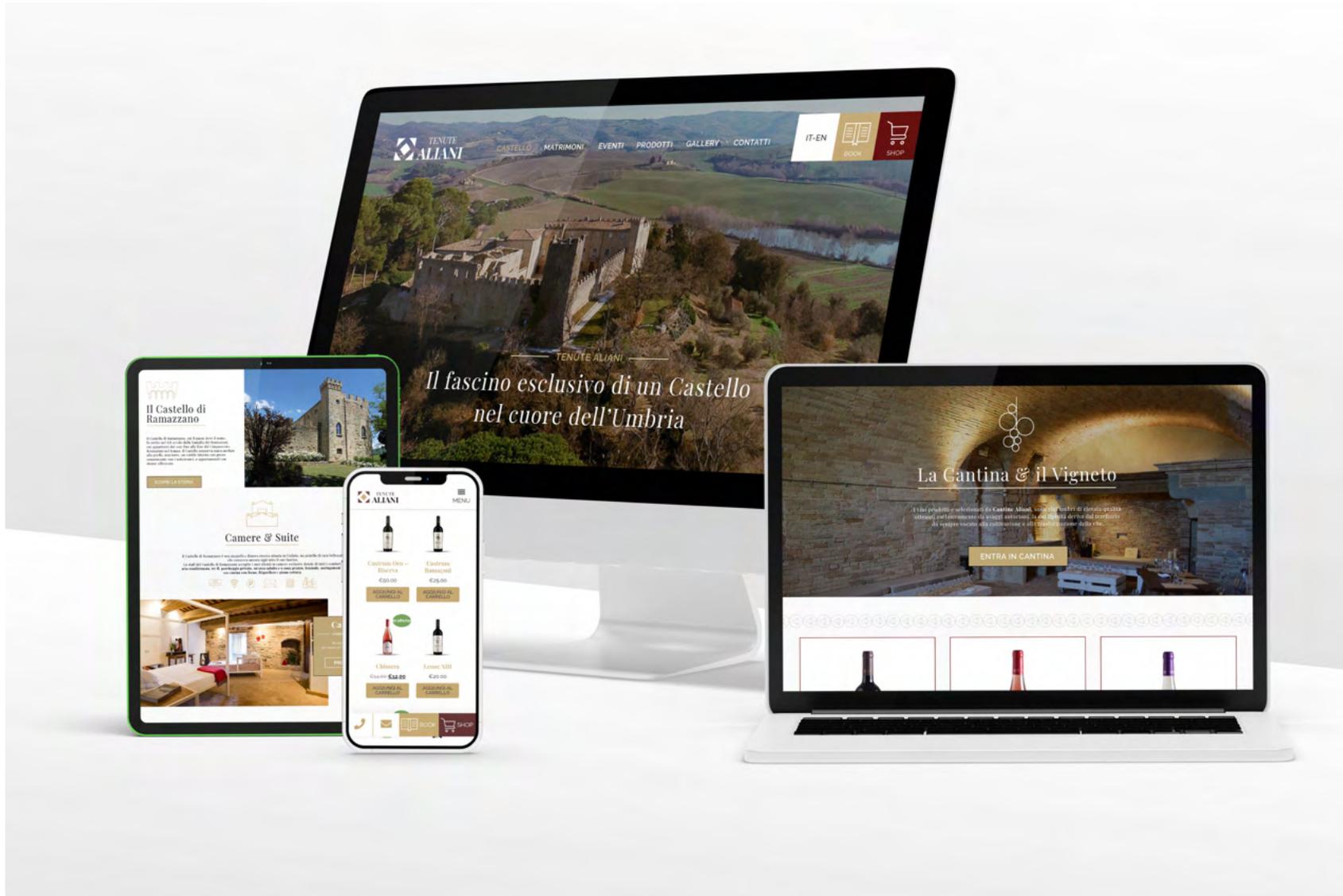
CLIENTE **TENUTE ALIANI**

FOLLOW

THE

ARROW





La creazione di un e-commerce dedicato alla vendita dei prodotti è stata un passo importante per raggiungere un pubblico sempre più vasto. Grazie al sito web dedicato, i clienti possono ora acquistare i vini delle Tenute Aliani da ogni parte del mondo, in modo facile e sicuro. Inoltre, abbiamo lavorato sulla creazione di un'esperienza d'acquisto online semplice ed intuitiva, con descrizioni dettagliate dei prodotti, immagini suggestive e informazioni sulla storia e la tradizione delle Tenute Aliani.

<https://tenutealiani.com/>

TENUTE ALIANI

Shooting and videoclip

Per lo shooting presso Tenute Aliani al Castello di Ramazzano, abbiamo deciso di utilizzare una strategia che fosse all'altezza della bellezza e della storia del luogo. Abbiamo scelto di utilizzare una combinazione di luci naturali e artificiali, creando una sorta di gioco di luci e ombre che mettesse in risalto le caratteristiche architettoniche del Castello e dei suoi dintorni.



Abbiamo inoltre lavorato su angolazioni e prospettive diverse, cercando di cogliere ogni dettaglio del Castello e degli spazi esterni circostanti. Il nostro obiettivo era di catturare l'essenza di questo luogo magico, che rappresenta una combinazione perfetta di storia, bellezza e fascino. Il nostro lavoro ha permesso di creare immagini che trasmettono la sensazione di essere immersi in un mondo di tradizione e di raffinatezza, dove la bellezza si unisce alla storia per creare un'atmosfera unica e indimenticabile.

CLIENTE **TENUTE ALIANI**



FOLLOW THE **ARROW**



CLIENTE TENUTE ALIANI



FOLLOW THE ARROW





FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it



PHOTOGRAPHY VIDEOCLIP BRAND IDENTITY SOCIAL MEDIA



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIAL MEDIA



Il nostro progetto di branding per Giglio Party Shirt è stato sviluppato per evidenziare i valori distintivi del marchio: colori vivaci, design unico, artigianalità e Made in Italy. Abbiamo lavorato per creare un'immagine di marca che sia vivace ed elegante, ma anche accessibile e divertente, per parlare al pubblico amante delle feste e della vita sociale. Abbiamo creato un logo che richiama la forma di una camicia. Poi abbiamo scelto font puliti e moderni per dare un aspetto professionale e distintivo.



Scroll

CLIENTE GIGLIO PARTY SHIRT



FOLLOW THE ARROW



GIGLIO PARTY SHIRT

Shooting Fotografici

Lo sviluppo degli shooting fotografici per Giglio Party Shirt è stato un processo che ha richiesto una pianificazione dettagliata e una collaborazione efficace tra i membri del team. In primo luogo, abbiamo definito un concept creativo per le foto, che doveva essere in linea con l'immagine di Giglio Party Shirt. Abbiamo scelto di ambientare le foto in un contesto festivo o spensierato, come le masserie Pugliesi o gli esterni dei resort, che dessero la sensazione di situazioni spensierate, come un aperitivo con gli amici.

CLIENTE GIGLIO PARTY SHIRT



FOLLOW THE ARROW

CLIENTE GIGLIO PARTY SHIRT



FOLLOW THE ARROW



CLIENTE **GIGLIO PARTY SHIRT**

FOLLOW THE **ARROW**



Abbiamo lavorato con un team di designer per creare un design accattivante e in linea con l'immagine di marca di Giglio Party Shirt. Il catalogo doveva essere colorato, divertente ed elegante, con un design grafico che enfatizzasse l'unicità delle fantasie e dei tessuti utilizzati per le camicie.

Abbiamo quindi scelto un fotografo specializzato in still life e prodotto, per realizzare le foto dei prodotti. Abbiamo utilizzato una luce naturale per catturare le caratteristiche dei tessuti e delle fantasie delle camicie, e abbiamo utilizzato diverse angolazioni per mettere in evidenza i dettagli delle camicie.



Abbiamo quindi curato la parte di contenuto del sito web, scrivendo testi accattivanti e di alta qualità per descrivere i prodotti e le caratteristiche del brand. Abbiamo inoltre inserito immagini e foto di alta qualità per presentare i prodotti e creare un'esperienza visiva coinvolgente per l'utente.

Infine, abbiamo integrato il sito web con una piattaforma di e-commerce, in modo da consentire agli utenti di acquistare i prodotti di Giglio Party Shirt direttamente dal sito. Abbiamo sviluppato un sistema di pagamento sicuro e una logistica efficiente per garantire la massima soddisfazione del cliente.

<https://www.giglioshirts.com/>



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it



La Rotta dei due Mari

Siamo stati incaricati di realizzare il docufilm "La Rotta dei due mari", un viaggio lungo circa 126 km in Puglia, che può essere percorso in 6 giorni. Durante la produzione, abbiamo cercato di mostrare la Puglia più autentica. Il nostro obiettivo principale era quello di mettere in evidenza l'esperienza dei camminatori e l'accoglienza che hanno ricevuto lungo il percorso.

Inoltre, abbiamo gestito con successo l'evento della premiere a Taranto, contribuendo a far conoscere e apprezzare il documentario in tutta la regione.



Scroll



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it



LA ROTTA DEI DUE MARI

PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIAL MEDIA



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIAL MEDIA



EUROMOTOR

Il video promo che prodotto per Euromotor rappresenta il marchio in modo coinvolgente e memorabile. Con un montaggio che crea un'energia positiva che accompagna le immagini e le animazioni e che rafforza l'immagine del marchio come leader nell'industria automobilistica.



Scroll



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it



PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIAL MEDIA

EUROMOTOR

Influencer Marketing

Per Euromotor abbiamo sviluppato una strategia di comunicazione basata sull'influencer marketing. Abbiamo identificato e selezionato influencer rilevanti per il settore automobilistico e la nostra target audience. Abbiamo poi lavorato con questi influencer per creare contenuti autentici e coinvolgenti, in grado di trasmettere i valori del marchio Euromotor. Abbiamo utilizzato diverse piattaforme social, come Instagram e YouTube, per diffondere i contenuti creati in collaborazione con gli influencer. Inoltre, abbiamo utilizzato le reti dei nostri influencer per aumentare la visibilità del marchio e raggiungere una vasta audience di potenziali clienti.



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it

 EUROMOTOR



PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIA MEDIA



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it



AN ANGEL COMPANY

Il video promo "Land of Future" prodotto per SIT rappresenta in modo coinvolgente e dinamico il concetto di Digital Twin dei territori, delle Smart City e il ruolo centrale dei rilevamenti con sensore LIDAR in questo processo. Il video mette in evidenza i molteplici vantaggi della tecnologia Lidar per la pianificazione urbana e la gestione del territorio, sottolineando l'importanza dei dati derivanti dai rilevamenti Lidar per prendere decisioni sostenibili e vantaggiose per tutti.



Scroll



FOLLOW

THE

ARROW

www.tradingandmarketing.it



PHOTOGRAPHY VIDEOCLIP BRAND IDENTITY SOCIAL MEDIA

Brochure

Inoltre, abbiamo anche curato la progettazione grafica della brochure per SIT, che illustra in modo chiaro e dettagliato i prodotti e i servizi offerti dall'azienda nel settore dei rilevamenti con sensore Lidar e nella creazione di Digital Twin dei territori.

La brochure presenta un design accattivante e moderno, in linea con l'immagine dell'azienda, e utilizza grafiche, immagini e infografiche per comunicare in modo chiaro e preciso le informazioni sui servizi e prodotti ad alto contenuto tecnologico offerti.

Abbiamo lavorato a stretto contatto con SIT per definire il contenuto della brochure, selezionando le informazioni più rilevanti e utili per il pubblico di riferimento dell'azienda.





FOLLOW

THE

ARROW



Fotografia REPORTAGE

TAM è specializzata nell'offrire soluzioni di marketing personalizzate per promuovere il tuo brand o la tua destinazione turistica. Il nostro servizio di foto reportage ti consente di mostrare al mondo la tua realtà attraverso immagini coinvolgenti ed emozionanti.

Il nostro team di fotografi professionisti e esperti di marketing collaborano strettamente per creare un reportage fotografico che rappresenti al meglio la tua attività o il tuo territorio. Attraverso l'utilizzo di tecniche innovative e di attrezzature all'avanguardia, creiamo un prodotto fotografico di alta qualità, in grado di trasmettere l'essenza del tuo brand o della tua destinazione turistica.



www.tradingandmarketing.it

Il nostro servizio di foto reportage ti consente di avere a disposizione un ricco patrimonio di immagini da utilizzare per la tua comunicazione su tutti i canali digitali e tradizionali. Le foto saranno inoltre utilizzate per la creazione di brochure, cataloghi, presentazioni e siti web, offrendo ai tuoi clienti un'esperienza coinvolgente e di alta qualità.

Scegli TAM per creare un foto reportage unico e coinvolgente che rappresenti al meglio la tua attività o il tuo territorio, e che lasci un'impronta indelebile nella mente dei tuoi clienti.

PHOTOGRAPHY
VIDEOCLIP
BRAND IDENTITY
SOCIAL MEDIA











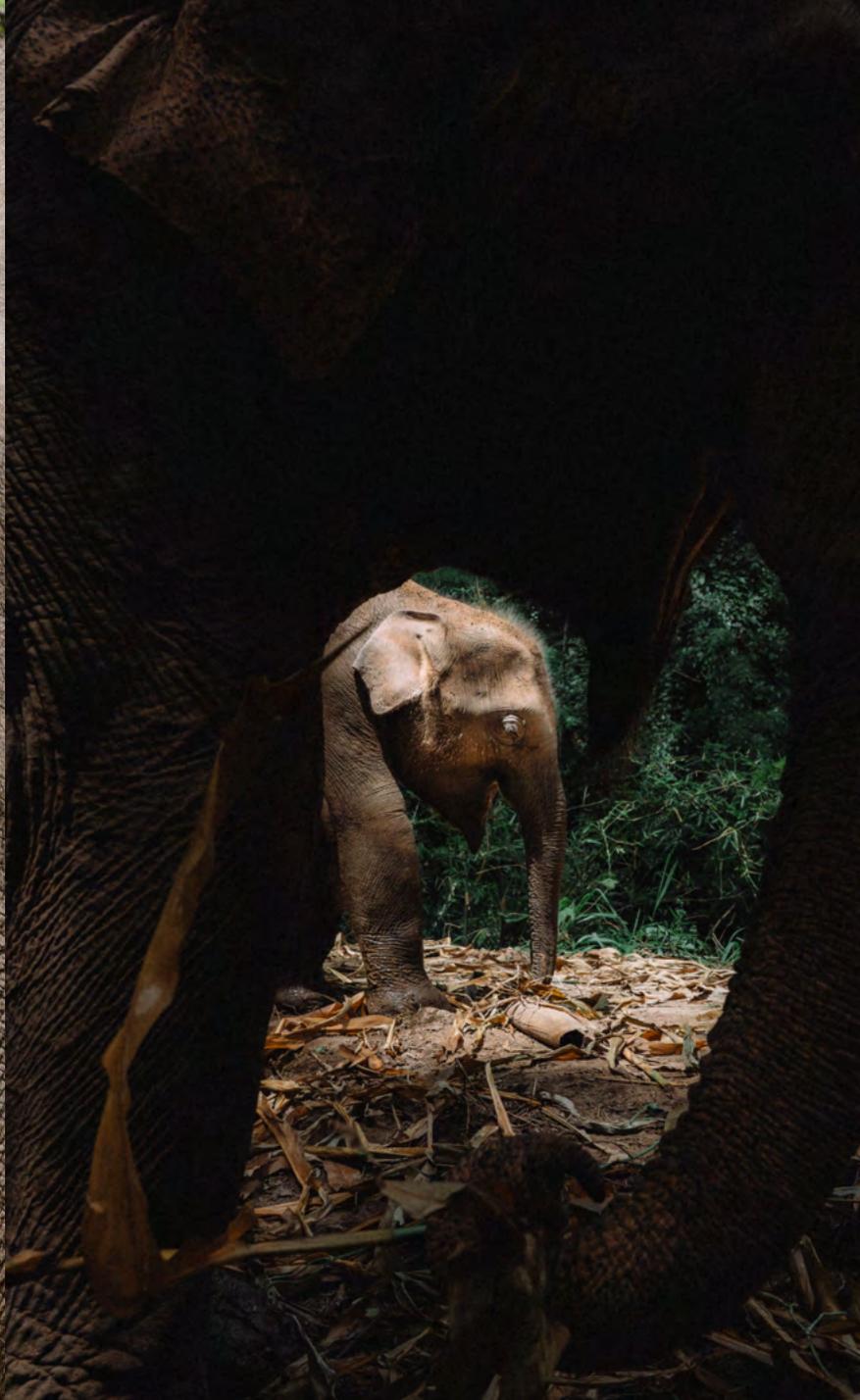
Skywalk @ CentralWorld
ทางเดินเชื่อม ชั้นใต้ดิน - ชั้นหน้าห้าง
ขึ้นที่วัดเจ้าฟ้า CentralWorld

ทางออก
EXIT
→

Grab
Grab
6กค 2760









www.tradingandmarketing.it



+39 377 343 3913



contact@tradingandmarketing.it



Corso A. De Gasperi,
314/a 7125 - Bari, Italia

