Ulisse Marconcini vince il contest fotografico del Formaggio Piave Dop

piave-dop-887e230b

Proclamato il vincitore del contest che celebra la creatività di fotografi professionisti e amatori italiani, tedeschi e austriaci lanciato da “**Nice to Eat-Eu**”, la campagna triennale promossa dal **Consorzio per la Tutela Formaggio Piave Dop**. È il trentottenne romano **Ulisse Marconcini** ad aggiudicarsi il primo premio – un ingaggio da 5.000 euro – “per essere stato capace di incorniciare in un unico scatto e in modo originale, con la giusta eleganza ed emozione, la sua interpretazione di eccellenza agroalimentare, in una simbiosi coerente del “mood” che disegna la prima annualità di progetto, ovvero ‘Glamour & Eccellenza’”.

La foto prima classificata e la **campagna pubblicitaria** realizzata proprio da Ulisse Marconcini saranno svelate in anteprima con una proiezione fotografica aperta al pubblico e inclusa nel circuito dell’evento **Vogue for Milano**, attesissimo appuntamento organizzato da Condé Nast in programma il prossimo 12 settembre 2019 nel cuore del capoluogo lombardo.

Le selezioni si sono svolte lo scorso 5 agosto 2019 a Busche (BL), presso la sede del Consorzio, attraverso una giuria presieduta da **Chiara Brandalise**, Direttrice del Consorzio per la Tutela Formaggio Piave Dop e composta da **Barbara Galvan**, esperta di comunicazione e titolare dell’agenzia Blancdenoir srl, **Alberto Bizzotto**, Direttore Commerciale di Agriform Sca, **Matteo Bortoli**, responsabile Marketing di Lattebusche Sca.

Noto per aver collaborato con brand, firme e aziende prestigiose come Illy, Converse e Rai, Ulisse si appresta quindi a diventare l’ambasciatore ufficiale del formaggio Piave DOP, che attraverso Nice to Eat-Eu si fa veicolo delle produzioni di qualità made in Europe e dei marchi di tutela Dop e Igp.

La **campagna fotografica 2019/2020** - 12 scatti sviluppati nel Bellunese, meraviglioso territorio di produzione del formaggio – ha l’obiettivo di presentare questo straordinario prodotto che è il formaggio Piave Dop secondo il tema designato per l’annualità in corso: “Glamour & Eccellenza”. L’idea è di

creare un incontro unico, originale tra stile e qualità, che parli un linguaggio ricercato e contemporaneo in grado di sposarsi perfettamente al mondo fashion e ad occasioni ed eventi glamour.

Sempre il 12 settembre si terrà una presentazione stampa con degustazione di prodotto in purezza e in abbinamento, in una location sita nel cuore del quadrilatero della moda milanese. Nice to Eat-Eu segue quindi la scia del glamour e sceglie un palcoscenico unico, di grande visibilità e richiamo internazionale, che è Vogue for Milano, creando un legame tra la città ambasciatrice della moda e del Made In Italy e il formaggio Piave Dop, sinonimo di qualità e garanzia a livello mondiale.