

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895



# THE new humanity.

The 2021 Lavazza Calendar.

COMUNICATO STAMPA

**Comunicato stampa**

**Progetto artistico**  
Il calendario Il magazine

**The New Humanity 2021,  
l'arte sostenibile**

**The New Humanity 2021,  
l'impegno sociale**

**Credits**

## Calendario Lavazza 2021: *The New Humanity*, un progetto artistico che pone al centro l'uomo, un collettivo di artisti alla ricerca di una Nuova Umanità

**Torino, 5 novembre 2020** - In uno scenario complesso e mutevole in cui si rendono necessarie barriere e distanze tra gli individui, le comunità, le nazioni, Lavazza prova a gettare un ponte tra le persone, avvicinandole attraverso il linguaggio universale dell'arte, in grado di parlare direttamente al cuore di ognuno di noi: la volontà è quella di stimolare la riflessione intorno alla ricerca di una "Nuova Umanità" che metta in luce i valori fondanti della società, primi fra tutti solidarietà, inclusione, tolleranza e sostenibilità.

Dopo sei anni dedicati alla sostenibilità ambientale, dunque, oggi nel Calendario Lavazza si colloca **l'uomo al centro** per porre l'accento sul nodo centrale che la pandemia ha esposto ai nostri occhi: la sostenibilità sociale.

Nasce da queste premesse **The New Humanity 2021, un progetto artistico di Lavazza**, ideato e realizzato **sotto la direzione creativa dell'agenzia Armando Testa**, che propone un insieme di contributi artistici originali di esponenti di eccellenza del mondo della **fotografia**, ma anche della **musica**, della **poesia**, del **design**, dell'**architettura**, dell'**impegno sociale**.

**The New Humanity 2021** è stato concepito e fortemente voluto la scorsa primavera, in un momento di grandi incertezze purtroppo oggi tornato di estrema attualità; il progetto si declina **in un calendario e in un magazine, per la prima volta a disposizione del pubblico** di tutto il mondo, **in edizione limitata**, tramite un'attività di raccolta fondi a sostegno di **Save The Children**, l'ONG di cui Lavazza è partner da quasi 20 anni, che da oltre 100 anni si batte per salvare i bambini a rischio e per garantire loro un futuro. Sul sito [asta.lavazza.it](http://asta.lavazza.it), in collaborazione con la piattaforma CharityStars, dal 12 al 26 novembre 2020 saranno venduti 1.000 calendari Lavazza e messe all'asta le 12 foto originali e un oggetto speciale. Il ricavato andrà a sostenere **New Horizons**, un progetto di sviluppo sostenibile che favorisce l'autonomia dei giovani più vulnerabili in India, nella zona di Calcutta, già supportato da tre anni attraverso **A Cup of Learning**, il programma internazionale della **Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza** dedicato alla formazione di giovani in cerca di opportunità lavorative tra i gruppi sociali più svantaggiati, attivo in 9 paesi del mondo.

Nel **calendario**, attraverso il loro personale sguardo e la loro peculiare cifra stilistica, **tredici maestri della fotografia** riportano la propria visione dell'umanità di oggi in tredici immagini evocative che fanno appello alla nostra sensibilità affinché ognuno cerchi dentro di sé nuove strade per ritrovare l'essenza dell'uomo e dell'essere comunità: **Christy Lee Rogers, Denis Rouvre, Carolyn Drake, Steve McCurry, Charlie Davoli, Ami Vitale, Martha Cooper, David LaChapelle, Martin Schoeller, Joey L., Eugenio Recuenco, Simone Bramante e TOILETPAPER.**

Nel **magazine** che accompagna il Calendario, inoltre, ci sono **sei ambassador** di questo appello, sei voci chiamate a interpretare e amplificare i molteplici significati della Nuova Umanità, partendo dalla propria esperienza personale e attraverso la propria sensibilità, per stimolare una riflessione ancora più profonda: l'architetto **Carlo Ratti**, la fashion designer **Stella Jean**, lo scrittore **Alessandro Baricco**, l'attrice **Kiera Chaplin**, la cantautrice **Patti Smith**, la CEO di Save The Children International **Inger Ashing**. Sono espressioni di mondi collaterali alla fotografia che arricchiscono la visione del concetto di una Nuova Umanità attraverso linguaggi differenti: un disegno, un pensiero scritto, un brano musicale, un progetto architettonico...

*"The New Humanity 2021 rappresenta per Lavazza non solo un filone narrativo, ma un'avanguardia artistica per la quale abbiamo voluto intorno a noi le persone dell'universo di Lavazza e non solo" - dichiara Francesca Lavazza, Board Member Lavazza Group - "Abbiamo così creato un'opera corale di immagini e idee realizzata da una rete invisibile di artisti diversi tra loro, ma uniti dall'obiettivo di ispirare suggestioni e idee, con la loro sensibilità e il loro talento, che possano stimolare una riflessione sui valori universali, la vera essenza dell'Essere Umano".*

I tredici fotografi e i sei ambassador sono dunque artisti e intellettuali coinvolti da Lavazza **sotto il concetto di The New Humanity** per dare voce a un **movimento d'avanguardia culturale** che ha una valenza collettiva: ognuno di noi può riconoscersi in una o in più di una di queste opere e ricordarsi quanto siamo tutti interconnessi uno all'altro e quanto dobbiamo cercare di rimanere uniti per rinascere.

*"Per immaginare una nuova umanità avevamo bisogno di una testimonianza plurale, più eterogenea possibile. Ecco perché all'interno del Calendario abbiamo raccolto gli sguardi, le voci, i pensieri, di fotografi, scrittori, attori, e musicisti. Un affresco collettivo, che ci ha dato la possibilità di capire quanto profonda potesse diventare questa riflessione" - afferma Michele Mariani, direttore creativo esecutivo di Armando Testa.*

Il **12 novembre alle ore 18** su [calendario.lavazza.it](http://calendario.lavazza.it) il Calendario Lavazza 2021 si svelerà al pubblico attraverso le parole dei suoi protagonisti, in un evento dedicato alla **New Humanity** e ai suoi suoi imprescindibili valori.

L'attore **Pierfrancesco Favino** sarà il narratore di questo viaggio, accompagnato dalla musica di **Brunori Sas**, uno dei cantautori più rappresentativi della scena musicale italiana.

Sul palco si alterneranno i volti e le voci di Patti Smith, Kiera Chaplin, Alessandro Baricco, Francesca Lavazza, Michele Mariani, Stella Jean, Carlo Ratti, Inger Ashing e dei 13 fotografi di fama internazionale coinvolti nel progetto.

Il giorno successivo, il **13 novembre**, il progetto The New Humanity approda su RaiPlay, in un format realizzato in esclusiva per la piattaforma OTT targata Rai.

Un viaggio alla ricerca dei valori della Nuova Umanità accompagnati dalla voce narrante di Pierfrancesco Favino e dalla musica di Brunori Sas.

Grazie alla collaborazione con Rai Pubblicità infatti, The New Humanity sarà parte del palinsesto Originals di RaiPlay accompagnato da una campagna adv e social.

## THE NEW HUMANITY

È un concetto nato durante il lockdown della primavera 2020, quando Lavazza ha deciso di prendere una posizione, affidando alla comunicazione il ruolo di portavoce di valori universali indispensabili a un futuro di rinascita dell'umanità, in uno scenario di prolungata emergenza globale. Da allora The New Humanity modella e ispira i progetti di comunicazione di Lavazza, in un percorso coerente, integrato e declinato a livello internazionale: un filone narrativo che si è trasformato nel Calendario 2021 in un progetto artistico multidisciplinare che riunisce artisti di estrazione diversa.

Il percorso di The New Humanity è stato inaugurato nel maggio scorso dalla **campagna televisiva internazionale "Good Morning Humanity"**, in cui l'Azienda affida alle parole ormai famose di Charlie Chaplin nel discorso finale del film "Il Grande Dittatore" il buongiorno di un'umanità Nuova, facendosi portavoce di un appello potente a favore dell'essenza dell'uomo, attraverso il risveglio della sensibilità individuale.

The New Humanity si è declinato poi in ottobre, a Torino, nel progetto di land art **Beyond Walls - Oltre i muri** firmato dall'artista franco-svizzero **Saube**, che Lavazza ha supportato in collaborazione con il Comune di Torino e i Musei Reali Torino: due mani che si stringono, invitandoci a intraprendere uno sforzo collettivo per sentirci parte viva di un unico ecosistema nella "più grande catena umana della storia" che a Torino ha toccato la settima tappa di un percorso che è già passato, tra gli altri, dalla Tour Eiffel di Parigi e dal muro di Berlino.

Per informazioni:

UFFICIO STAMPA LAVAZZA

Marilù Brancato - 345 3972860 - marilu.brancato@lavazza.com

Massimo Borraccetti - 345 6789452 - massimo.borraccetti@lavazza.com

Roberta Recchia - 3467025060 - roberta.recchia@bcw-global.com

**Progetto artistico**

**Il calendario**

# Christy Lee Rogers

Visual Artist. Nashville TN, USA.

*“Ogni giorno le persone comuni possono essere trasformate in creature angeliche con un minimo cambio di prospettiva, usando gli strumenti che abbiamo in modo nuovo e permettendo ai nostri errori di guidarci verso nuove verità”.*

Christy Lee Rogers è nota per la sua passione per l'acqua come fonte di ispirazione artistica, una passione grazie alla quale ha superato le convenzioni della fotografia contemporanea. Per oltre un decennio il suo lavoro è stato paragonato a quello dei maestri della pittura barocca, come Caravaggio, per via del suo modo di usare il chiaroscuro e per il caratteristico movimento teatrale. Mettere in discussione e comprendere la follia, la tragedia, la vulnerabilità, la bellezza e il potere dell'umanità: questo è il tema dominante, nonché lo scopo, del suo lavoro.



# Denis Rouvre

Fotografo. Parigi, Francia.

*"Questa nuova umanità l'ho immaginata come un ritorno alle origini del mondo. Un'immagine fantastica in cui l'uomo è un tutt'uno con la natura".*

Denis Rouvre è un fotografo francese nato nel 1967 che vive e lavora a Parigi. Dal 1992 scatta ritratti di celebrità, ma anche di persone sconosciute con vite ordinarie e destini straordinari, coloro che lui stesso chiama i suoi "eroi contemporanei". Alcune sue mostre personali che indagano il potere e la fragilità dell'uomo sono state realizzate in Francia e in altri paesi. Ha ricevuto diversi premi di grande prestigio, come il World Press Photo, conquistato per ben tre edizioni.

Denis Rouvre ha firmato il Calendario Lavazza 2017, terzo capitolo del progetto Earth Defenders.



# Carolyn Drake

Fotografa. California, USA.

*"Così rimaniamo impigliati in sistemi che differenziano e dividono persone e luoghi. Ho voluto fare una foto che si sbarazzasse per un momento di ogni categoria e diventasse una sorta di memorandum su come le persone, la natura e il mondo fatto dall'uomo si intrecciano perfettamente".*

Da Vallejo, in California, Carolyn Drake lavora su progetti fotografici che si posizionano tra la forma artistica e quella del documentario. Ha trascorso molti anni lavorando con gli Uiguri nella Cina occidentale per un'opera chiamata Wild Pigeon, presentata in una mostra personale al San Francisco Museum of Modern Art nel 2018. Il suo libro Knit Club, realizzato con un misterioso gruppo di donne di un'area rurale del Mississippi, è stato pubblicato da TBW Books. Carolyn Drake ha ricevuto il premio Guggenheim Fellowship, una borsa di studio per il Programma Fulbright, il Premio Lange Taylor e una borsa di studio della Peter S. Reed Foundation, ed è membro di Magnum Photos.



# Steve McCurry

Fotografo. USA.

*“Certamente mi auguro di ritrovare la stessa gioia, la stessa curiosità, lo stesso amore e lo stesso rispetto per il prossimo che proviamo a infonderle ogni giorno. Quella stessa umanità che abbiamo imparato a chiamare “nuova” e che nel frattempo spero sia diventata “antica”.*

Steve McCurry è una delle voci più iconiche della fotografia contemporanea da più di 30 anni. Il suo lavoro spazia dai conflitti alle culture che stanno scomparendo, dalle antiche tradizioni alla cultura contemporanea, concentrandosi sempre sull'elemento umano. McCurry ha ricevuto alcuni dei premi più prestigiosi del mondo della fotografia, tra cui la Robert Capa Gold Medal e il National Press Photographers Award. Ha vinto per quattro edizioni consecutive il primo premio del concorso World Press Photo.

A Steve McCurry, già reporter ufficiale del progetto Lavazza iTierra!, l'Azienda ha affidato il primo calendario della trilogia “Earth Defenders”, nel 2015, realizzato insieme a Slow Food, in cui il fotografo è riuscito a catturare la grandissima anima del continente africano.



# Charlie Davoli

Fotografo surrealista. Lecce, Italia.

*"Ci basterebbe comprendere la differenza tra l'essere i custodi e non i padroni della Terra. Proteggere questo mondo per chi verrà dopo di noi".*

Charlie Davoli, alter ego di Riccardo Schirinzi, è nato a Singapore nel 1976 e vive e lavora a Casarano (Lecce, Italia). Nella sua opera ricrea situazioni visive paradossali, acquisendo un linguaggio la cui anima risiede nella creazione di atmosfere fantastiche e disancorate dalla realtà. Charlie Davoli considera la fotografia un mezzo ludico con cui ironizzare sulla realtà e fa emergere l'elemento narrativo conducendo lo spettatore verso itinerari inesplorati.



# Ami Vitale

Fotoreporter e documentarista, USA.

*"La natura ci ha inviato un messaggio forte e ci ha ricordato quanto sia piccolo e profondamente interconnesso il nostro mondo. È un momento perfetto per reinventare il rapporto con la natura e anche tra di noi. Dobbiamo prenderci cura di questo pianeta e proteggere gli habitat esistenti".*

Ami Vitale, Nikon Ambassador e fotografa per National Geographic Magazine, ha viaggiato in più di cento paesi, testimoniando non solo la violenza e il conflitto, ma anche la bellezza, a volte surreale, e il vero potere dello spirito umano. Nel corso degli anni, Ami ha vissuto in capanne di fango e in zone di guerra, ha contratto la malaria e ha indossato un costume da panda per un reportage fotografico immersivo in Cina, seguendo sempre il suo credo che pone al centro l'importanza di "vivere la storia". Ha ricevuto cinque volte il premio World Press Photos.

Ami Vitale ha collaborato con Lavazza nel Calendario 2019 "Good to Earth", l'edizione che attraverso gli scatti della fotogiornalista americana e sei opere artistiche immerse nella natura rappresenta gli esempi virtuosi di chi si impegna per la salvaguardia del pianeta.



# Martha Cooper

Fotografa urbana. NYC, USA.

*"Durante i molti mesi trascorsi in casa, ho fotografato una galleria di persone di tutte le età che con le mascherine camminavano, correvano, sfrecciavano di fronte alla mia panchina e ogni tanto vi si sedevano. In pratica vedevo la vita che si riaffermava. La mia speranza è poter affrontare gli altri gravi problemi che affliggono il mondo con la consapevolezza di questa nuova comune umanità".*

Martha Cooper è una fotografa documentarista specializzata da oltre quarant'anni in scatti urbani di "vernacular art" e architettura. Tra i suoi libri citiamo Subway Art, una collaborazione con Henry Chalfant, R.I.P.: Memorial Wall Art, Hip Hop Files 1980-1984, We B\*Girz, Street Play, New York State of Mind, Tag Town, Going Postal, Name Tagging, Tokyo Tattoo 1970 and Remembering 9/11. Martha vive a Manhattan, ma partecipa spesso a festival di street art in tutto il mondo.

Nel 2020, Martha Cooper ha fotografato le 18 opere murali ispirate agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU, protagonisti di TOWard2030, What are you doing?, il progetto ideato da Lavazza con lo scopo di diffondere la cultura della sostenibilità attraverso il linguaggio della street art.



# David LaChapelle

Fotografo e regista. NYC, USA.

***“Con autenticità, essere d'aiuto al mondo e offrire alle persone bei prodotti, senza avidità e senza abusare della Madre Terra e dei suoi abitanti”.***

David LaChapelle è nato nel Connecticut nel 1963 e si è trasferito a New York City all'età di 17 anni. Grazie alla sua padronanza del colore, alla peculiarità della sua arte compositiva e alla sua narrazione visionaria inizia ad ampliare il concetto di fotografia. I suoi quadri, i ritratti e le nature morte sfidano le tecniche della fotografia tradizionale e il suo lavoro si afferma rapidamente a livello internazionale. Nei decenni successivi, LaChapelle diviene uno dei fotografi più pubblicati al mondo e in parallelo la sua arte inizia ad esprimersi anche in video musicali, film e progetti teatrali. Negli ultimi 30 anni, LaChapelle espone a livello internazionale in gallerie e musei tra cui la National Portrait Gallery di Londra, il Monnaie de Paris, il Barbican Centre, il Victoria and Albert Museum, il Tel Aviv Museum of Art, il Musée D'Orsay, il Groninger Museum, il Palazzo delle Esposizioni e The US National Portrait Gallery.

Le strade di Lavazza e David LaChapelle si sono incontrate in occasione di tre edizioni diverse del Calendario Lavazza: il fotografo americano ha firmato il Calendario 2020 “Earth CelebrAction”, mentre in precedenza ha realizzato gli scatti di “Espresso & Fun” del 2002, il primo calendario Lavazza a colori, ed è stato tra i 12 artisti protagonisti di “The Lavazzers” nel 2012.



# Martin Schoeller

Fotografo ritrattista. Germania.

*"Proviamo a capirci al di là delle parole, al di là delle idee anche, semplicemente dalla nostra umanità condivisa. In fondo quale specchio migliore di noi stessi, di chi siamo, se non proprio i nostri occhi? Forse visceralmente, attraverso il contatto visivo, arriveremo anche a capirci meglio gli uni con gli altri."*

Martin Schoeller, artista tedesco nato nel 1968, è uno dei più importanti ritrattisti contemporanei del mondo.

È conosciuto soprattutto per i suoi primi piani estremamente ravvicinati e iper-dettagliati, in cui volti noti sono rappresentati come quelli di persone non famose. La coerenza stilistica del suo lavoro crea una sorta di piattaforma democratica che mette alla pari i diversi soggetti fotografati, sfidando le nozioni di celebrità, valore e onestà dello spettatore. I suoi ritratti sono esposti e raccolti a livello internazionale.

Nel 2014, Martin Schoeller ha immortalato i maestri della cucina per "Inspiring Chefs", ventiduesima edizione del Calendario Lavazza.



# Joey L.

Fotografo e regista. USA.

*"Non è il più ricco a vincere, ma colui che mentalmente è più concentrato"*

Joey Lawrence è fotografo e regista, particolarmente apprezzato per il suo grande equilibrio tra la produzione di opere d'arte nate dal proprio sentimento personale e opere create su commissione ad alto profilo. Ha costruito il suo stile dedicando tempo e risorse a progetti personali ideati per svelare l'umanità vissuta all'interno di comunità sconosciute, in circostanze mai viste. Joey, per esempio, è stato cinque volte in Iraq, e in Siria per documentare i conflitti in corso, raccontando immagini profondamente umane e rappresentando la lotta delle culture in pericolo durante la guerra. Il suo prossimo progetto celebrerà 12 anni di ritratti fatti in Etiopia.

Joey L. ha realizzato i 13 scatti di "From Father to Son", il Calendario Lavazza 2016 che ha celebrato il passaggio generazionale con i giovani "Earth Defenders": agricoltori del Sud America che, grazie agli insegnamenti dei padri, nutrono il pianeta in modo sostenibile, testimoniando come l'incontro tra tradizione e innovazione rappresenti una chiave di volta per lo sviluppo sostenibile.



# Eugenio Recuenco

Fotografo "pittorico". Madrid, Spagna.

*"Il futuro che vogliamo costruire dipende solo da noi"*

Nato a Madrid nel maggio 1968, Eugenio Recuenco è fotografo e regista. Ha creato immagini e spot per marchi noti in tutto il mondo di settori diversi, dall'abbigliamento alle tecnologie, dalle bevande ai prodotti di lusso. Ha dedicato otto anni al suo progetto personale più importante, "365°" (366 fotografie), concepito come una grande installazione e un viaggio nella nostra storia recente, reinterpretata e illustrata liberamente.

Fotografo per il Calendario Lavazza nel 2007 e nel 2012.



# Simone Bramante

Fotografo e direttore creativo. Italia.

*“Non più uomo ma essere umano, non più un mondo al centro dell’universo in conflitto e in competizione con l’ambiente naturale: piuttosto l’essere umano consapevole di esserne una parte importante”*

Il lavoro di Simone Bramante mira a catturare emozioni, stili e colori attraverso le sue storie, sviluppate in progetti incentrati su uno stile narrativo unico e onirico. Crede fortemente nella storia intesa come modalità incisiva di raccontare la vita attraverso elementi quali l'autenticità, i valori universali e le emozioni. Ha esposto a Los Angeles, San Francisco, Parigi, Minsk e recentemente a Milano con le sue opere realizzate nel Mar Artico.

Simone Bramante ha collaborato con Lavazza in occasione del 120° anniversario del brand nell'ambito della campagna "There's more to taste".



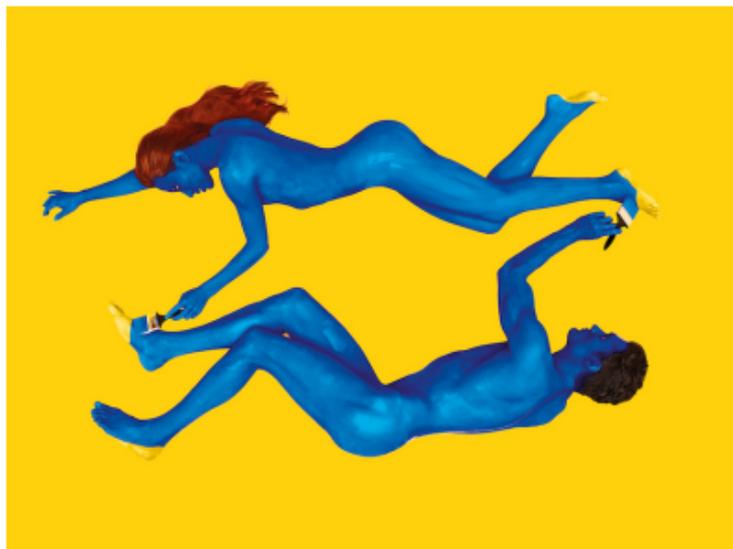
# TOILETPAPER

Art magazine. Italia.

*"Colori diversi. Stesso cielo"*

Fondato nel 2010, TOILETPAPER è un magazine artistico, creato e prodotto da Maurizio Cattelan e Pierpaolo Ferrari. Sin dalla pubblicazione del primo numero di TOILETPAPER nel 2010, Cattelan e Ferrari hanno creato un universo stravagante e audace in cui vengono presentate storie ambigue secondo un'immaginazione a volte disturbante, combinando la fotografia commerciale a un approccio visivo surrealista. Ispirandosi alla cultura popolare, al mondo della pubblicità, all'iconografia religiosa e alla storia dell'arte, TOILETPAPER indaga l'attuale fenomeno dell'iperconsumo di immagini, sempre con una buona dose di ironia.

E' con il supporto creativo dell'art magazine che nel 2018 Lavazza ha creato l'edizione speciale della macchina Tiny, dando vita alle Lavazza Tiny dreamed by TOILETPAPER - Lipsticks Edition in Blue e Pink, per un'esperienza di prodotto fuori dal comune.



**Progetto artistico**

**Il magazine**

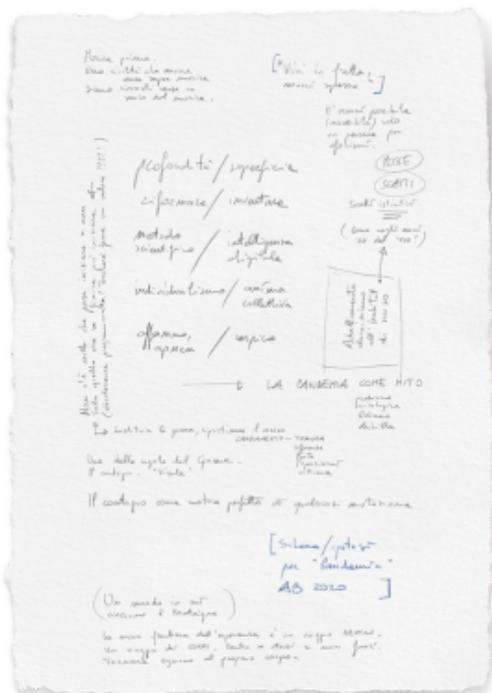


# Alessandro Baricco

Italian writer, director and performer.

**"La nuova frontiera dell'esperienza è un viaggio dentro. Un viaggio dei corpi. Dentro se stessi e non fuori. Tornare ognuno al proprio corpo."**

Alessandro Baricco è uno degli scrittori contemporanei e degli intellettuali più versatili in Italia. Noto per i suoi romanzi bestseller "Castelli di Rabbia", "Oceano Mare" e "Seta", Baricco ha anche una prolifica carriera come conduttore televisivo di programmi culturali, come drammaturgo e saggista. Nel 1994 a Torino ha fondato la Scuola Holden. Con il suo ultimo libro "THE GAME" ha ampliato la sua prospettiva sull'impatto che la rivoluzione digitale può avere sul pensiero umanista e sulla cultura in generale.





# Inger Ashing

Chief Executive Officer of Save the Children International.

**"I bambini ci ricordano cosa significa essere umani. I bambini ci mostrano come il cambiamento sia possibile. I bambini ci ispirano a riscoprire la nostra umanità."**

Inger Ashing è Chief Executive Officer (CEO) di Save the Children International. Stimata avvistista per i diritti dei bambini, Inger collabora con Save the Children da oltre 25 anni. Prima della sua nomina nel settembre 2019, Inger è stata Direttore Generale dell'Agenzia Svedese contro la Segregazione, dove ha lavorato per ridurre la disuguaglianza sociale. È stata anche Coordinatrice Nazionale per i giovani non istruiti o disoccupati per il governo svedese, Vicedirettore Generale dell'Agenzia Svedese per la Gioventù e la Società Civile e Amministratore Delegato del Global Child Forum. Oltre al suo impegno come esperta e membro del consiglio di amministrazione di diverse autorità e comitati, Inger è anche membro del Consiglio etico presso l'Agenzia Svedese per le Migrazioni.



*Make them feel proud of the children they have to be in your presence - because they are the best of you. (Nancy) 1957 - the whole world is yours.*

*Success, success with the children of children - my energy and the love, the love, the love - probably every generation will be made, simply because of what they are a little bit.*

*In each and every one of the things that you do, you are the best of you. (Nancy) 1957 - the whole world is yours.*

*If you are ever that surprised to change the way the world goes and the children, just make it an act of ordinary children and only just up the steps, but the way you go.*

*Children think of what's coming to the future. (Nancy) 1957 - the whole world is yours.*

*Children think of what's coming to the future. (Nancy) 1957 - the whole world is yours.*

*Children think of what's coming to the future. (Nancy) 1957 - the whole world is yours.*



# Stella Jean

Italian fashion designer of Haitian origin.

*"Iniziamo oggi stesso, dal prossimo 'straniero' che incroceremo, un sorriso e una frase che rappresentino un anticipo di gentilezza, che detonerà una catena virtuosa ad alto livello di contagio, sviluppando così un'immunità di gregge, che metterà in salvo tutti noi".*

Stella Jean è una stilista italiana. Alla base del suo lavoro c'è il concetto di multiculturalismo applicato alla moda etica, che si traduce in una fusione culturale della sua identità "métisse". Il suo lavoro spesso unisce la sartoria italiana classica alle identità stilistiche di culture diverse. Stella Jean ha creato un modello di business e una piattaforma di sviluppo sostenibile chiamato "Laboratorio delle Nazioni". Nel 2019 è stata definita dal New York Times come la più convincente tra tutti gli stilisti New Gen di Milano.



## The New Humanity 2021, l'arte sostenibile

Giunto alla 29esima edizione, con The New Humanity 2021 il Calendario Lavazza si è fatto progetto artistico a 360 gradi, frutto dell'attenzione dell'Azienda verso tutte le forme d'arte, ma anche della passione per l'eccellenza e del profondo impegno nella sostenibilità, elementi che racchiudono l'essenza del Gruppo.

Lavazza crede in un'idea di "arte positiva e sostenibile" in una duplice accezione: un'arte responsabile, non fine a se stessa ma in grado di sensibilizzare le persone a cui si rivolge, ispirarle e muoverle a comportamenti sostenibili, e un'arte come un luogo di incontro sui temi della sostenibilità sociale, ambientale ed economica, di dialogo tra intellettuali di ambiti diversi - artisti, scienziati, architetti... - in cui ognuno mette a disposizione l'espressione della propria disciplina con l'obiettivo comune di stimolare la riflessione intorno alla ricerca di una "Nuova Umanità" basata sui valori universali e l'essenza dell'Uomo, nonché sulla salvaguardia della natura.

Si tratta dunque di una concezione di arte che riconosce l'importanza della conoscenza e della consapevolezza nell'attivare il cambiamento. In quest'ottica il concetto di educazione alla sostenibilità si intreccia con il discorso artistico: l'educazione, intesa come formazione e presa di coscienza, è la base per poter poi sviluppare azioni efficaci di sviluppo sostenibile. Ecco perché Lavazza promuove le occasioni di incontro tra arte e sostenibilità, in una sorta di laboratorio multidisciplinare in cui i saperi convergono per arricchire lo scambio di idee.

The New Humanity 2021, con il suo collettivo di artisti che propongono la propria visione creativa di una Nuova Umanità, affonda le radici in questa concezione di arte sostenibile, come altri progetti in corso e che si sono susseguiti negli ultimi anni.

Tra i linguaggi visivi scelti da Lavazza a sostegno del proprio impegno nell'arte sostenibile hanno un posto speciale sia l'arte urbana - con **TOWard2030 - What Are You Doing?**, che diffonde la cultura della sostenibilità attraverso 18 opere murali ispirate agli SDGs dell'ONU, e con **Beyond Walls - Oltre i muri** dell'artista franco-svizzero Saype - sia la **fotografia**, per esempio con la lunga **storia dei calendari Lavazza**, nata nel 1993. Basti pensare alla trilogia dei calendari 2015-2017 dedicati agli **Earth Defenders** in

cui la fotografia di **Steve McCurry, Joey Lawrence e Denis Rouvre** ha permesso di portare a un pubblico globale il mondo dei coltivatori di caffè o al **calendario 2018 "2030 What Are You Doing?"** del fotografo **Platon**, prezioso alleato nel raggiungere il Goal Zero - Diffondere il messaggio dell'Agenda 2030, obiettivo ideato da Lavazza in aggiunta i 17 Sustainable Development Goals (SDGs) dell'ONU per condividere con il maggior numero di interlocutori possibile l'agenda 2030 e i temi di sostenibilità. La celebrazione della Nabura e la sensibilizzazione per un'attivazione corale per la salvaguardia dell'ambiente sono stati, infine, al centro dei calendari Lavazza 2019 a firma della fotografa **Ami Vitale** e 2020 del maestro **David LaChapelle**.

Il pionierismo di Lavazza nelle arti visive, infine, si affianca negli anni a una visione di **"moderno mecenatismo"**, sposata dall'azienda a sostegno dell'attività artistica e culturale: Lavazza è oggi partner delle più importanti istituzioni, quali la Peggy Guggenheim Collection di Venezia, i Musei Civici Veneziani e il Museo Statale Ermitage di San Pietroburgo in Russia. Inoltre, Lavazza sostiene la Triennale il MUDEC a Milano, e Camera (Centro Italiano per la Fotografia) a Torino, oltre ad alcune delle più importanti manifestazioni internazionali dedicate all'arte e al pensiero.

## The New Humanity 2021, l'impegno sociale

Lavazza da sempre è guidata da un profondo senso di **responsabilità** nei confronti dei territori in cui opera, in termini di salvaguardia dell'ambiente e di cura dei dipendenti, dei consumatori e delle comunità impegnate nella coltivazione del caffè, delle quali si prende cura attraverso la **Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza**, nata nel 2003 e oggi attiva con 24 progetti a beneficio di 97.000 persone in 17 paesi, lungo tre continenti.

*"We engage with people everywhere because we believe every person can play a mighty role in helping our climate, economy and society"*: così afferma il **Manifesto della Sostenibilità del Gruppo Lavazza**, vera dichiarazione programmatica nei confronti dello sviluppo sostenibile. L'Azienda crede fortemente nell'importanza di prendersi cura e di coinvolgere le persone in un'azione corale volta a costruire un mondo migliore. In quest'ottica si è scelto di mettere a disposizione del pubblico **The New Humanity 2021**, protagonista di un **progetto di raccolta fondi** il cui ricavato andrà a sostegno di uno dei numerosi progetti sostenuti dal Gruppo attraverso la Fondazione Lavazza insieme a **Save The Children**, l'ONG che da oltre 100 anni si batte per salvare i bambini a rischio e garantire loro un futuro con cui Lavazza, nel 2021, raggiungerà con orgoglio il traguardo dei venti anni di collaborazione.

Si tratta del progetto **New Horizons** volto a contrastare la marginalità sociale ed economica e ad assicurare un futuro migliore alle nuove generazioni provenienti dalle fasce più indigenti delle aree urbane e rurali del distretto intorno alla città di **Calcutta**, in India. Esso si pone l'obiettivo di riscattare ragazzi dai 18 ai 24 anni provenienti da situazioni di abuso e sfruttamento per inserirli nel mondo del lavoro attraverso la formazione di competenze a 360 gradi, sia personali che professionali, per metterli nelle condizioni di imparare un mestiere adatto al settore della ristorazione e dell'hôtellerie.

La prima fase di New Horizons, conclusasi dopo tre anni nel marzo 2020, ha già dato risultati importanti e i proventi della raccolta fondi di New Humanity 2021 contribuiranno a sostenere la seconda fase, supportata anch'essa ancora una volta dalla Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza.

Nel primo triennio, New Horizons ha consentito a **406** giovani di ottenere una qualifica certificata da un istituto di formazione accreditato dal governo indiano (National Skill Development Corporation), che ha permesso loro di avere accesso a opportunità lavorative. Nel medesimo periodo, **45** giovani sono stati formati sulla teoria e la pratica della **professione barista**: sono ragazzi e ragazze che oggi sono in

grado di svolgere questo lavoro con una certificazione professionale. Questo risultato è stato ottenuto attraverso il progetto **"A Cup of Learning"**, un programma di formazione internazionale del Gruppo Lavazza, realizzato attraverso la partecipazione diretta degli esperti dell'Azienda che mettono a disposizione il loro know-how, il loro tempo e le loro energie andando a formare i ragazzi in prima persona sul campo, in questo caso in una delle zone più svantaggiate al mondo. Dagli slums, quartieri urbani dove le persone vivono senza i più basilari servizi igienici e sanitari, Save The Children ha selezionato i ragazzi che vivevano in situazioni di difficoltà per offrire loro il corso di formazione tenuto da un Trainer Lavazza del Training Center di Torino, per poi sostenerli nella ricerca di un lavoro.

Il primo corso di A cup of learning si è svolto in India nel 2017 in collaborazione con Save the Children all'interno di New Horizons ma da quel momento si è esteso a livello globale con un ampio numero di corsi di formazione a beneficio di un totale di oltre 120 persone in altri otto Paesi oltre all'India: Italia, Brasile, Repubblica Dominicana, Haiti, Cuba, Ecuador, Albania e Regno Unito.

New Horizons ha dato ai partecipanti competenze che li aiuteranno nel loro sviluppo personale e professionale, permettendo loro di diventare un'ispirazione per i giovani e la comunità nel processo di trasformazione sociale. Il cambiamento sulle ragazze ha avuto un impatto maggiore: grazie alle competenze acquisite, alle opportunità professionali e a un reddito dignitoso, lottano per l'uguaglianza di genere e ispirano anche altre giovani donne a diventare agenti di cambiamento.

**Lavazza e Save the Children Italia sono partner dal 2001.** Nei primi anni la partnership si è concentrata sulla risposta a emergenze domestiche e internazionali, come ad esempio i terremoti in Italia e in Nepal, e sui programmi di formazione, tutela della salute e supporto alla nutrizione sviluppati a favore dei paesi in via di sviluppo come Costa d'Avorio, Etiopia, India. Col tempo il Gruppo Lavazza e Save The Children Italia hanno consolidato il proprio rapporto sulla base di una co-progettualità che mira a creare valore condiviso: sono stati così ideati e attivati programmi di sviluppo sostenibile sui temi chiave e presso gli interlocutori specifici dell'Azienda. Un esempio su tutti è costituito dall'adesione ai **Children's Rights and Business Principles** sviluppati da UNICEF, il Global Compact delle Nazioni Unite e Save the Children, il primo insieme completo di principi che guida le aziende su tutta la gamma di azioni che possono intraprendere sul posto di lavoro, sul mercato e nella comunità per rispettare e sostenere i diritti dei bambini. Save The Children affianca il Gruppo Lavazza nello sviluppo di progetti ad hoc finalizzati all'integrazione dei principi nello svolgimento quotidiano delle attività dell'impresa. Anche durante l'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19 la collaborazione è proseguita: attraverso il Fondo Emergenza Covid-19 - distribuito nel suo complesso a 13 ONG in altrettanti paesi per oltre

50.000 beneficiari diretti e 98.000 indiretti - il Gruppo Lavazza ha sostenuto un progetto Save The Children in India volto a fornire aiuto immediato di beni alimentari e kit sanitari per le comunità più povere del West Bengala.

Alla luce di questa storica collaborazione, in The New Humanity 2021 non poteva mancare il coinvolgimento di **Inger Ashing, Chief Executive Officer di Save The Children International**, come portavoce culturale di una Nuova Umanità, ambassador dei valori universali che da anni si trasformano in progetti concreti di sostenibilità sociale.

# Credits

## SUPERVISION & COORDINATION

Francesca Lavazza, Member of Board  
Luigino Finelli, Lavazza Advertising Office, Marketing Communication Department

## CREATIVE PROJECT

Armando Testa  
Executive Creative Director Michele Mariani  
Creative Directors Andrea Lanbelme, Federico Bonenti  
Graphic Designer Michela Repellino  
Project Manager Gina Graci

## DIGITAL PROJECT

Lavazza Digital Marketing

## Website:

Direzione creativa di Armando Testa  
Digital creative director & interaction designer: Antonello Falcone  
Tech & innovation leader: Marco Savojardo  
Senior digital copywriter: Gabriella De Stefano  
Senior digital art director: Giulia Richetta  
Ux Designer: Alessandra Casbrioto  
Motion designer: Luca Perli  
Digital client service: Francesca Romaldo  
Implementazione di VMLY&R

The Producer International, production advisory Emanuele Tulli  
The Box, behind the scenes

## COMMUNICATION AND MEDIA RELATIONS

Lavazza Corporate Communication  
Mariù Brancato  
Marco Amato  
Marina Leonardini  
Tiziana Radicci  
Bianca Genitori  
Massimo Borraccetti  
Laura Poggio

With the Support of  
BCW (Global strategy, coordination and editorial content)  
Beyond the Line (Creative Agency and Event).

#### CHRISTY LEE ROGERS

PHOTOGRAPHER: Christy Lee Rogers  
PRODUCTION: Christy Lee Rogers  
PHOTOGRAPHER ASSISTANTS: Jennifer-Marie Tobara-Honold,  
Lauren Shapiro, Travis Hanlay, Amalia Dopp  
Models: Victoria Gregg, Elisabeth Donaldson,  
Nicholas Miyasato, Courtney Condon,  
Charlotte Morris, Tiffany York

#### DENIS ROUVRE

Photographer : Denis Rouvre  
Agency & Production : AMG PARIS  
Photographer assistant : Anais Oudart  
Digital Tech : Julien Paris  
Post production : Julien Paris  
Model : Deejay@agence wanted

#### CAROLYN DRAKE

PHOTOGRAPHER: Carolyn Drake  
AGENCY: Magnum Photos  
PRODUCTION: MAGNUM PHOTOS  
PHOTOGRAPHER ASSISTANT: ANDRES GONZALEZ  
MODELS: AMBER GAVIN, VIGNESH SWAMINATHAN

#### STEVE MCCURRY

PHOTOGRAPHER: Steve McCurry  
AGENCY: Sudest57  
PHOTOGRAPHER ASSISTANT: Andie Belone  
DIGITAL TECH: Emily Rogers  
Model: Lucia McCurry

#### CHARLIE DAVOLI

PHOTOGRAPHER: Charlie Davoli  
PHOTOGRAPHER ASSISTANT: Vincenzo Siciliano (Parallelo32)  
DIGITAL TECH: Sergio De Riccardis (Zeroseptanta)  
MODELS: Marcella Trani, Anna Orlandini, Giuseppe Tarantino

#### AMI VITALE

PHOTOGRAPHER: Ami Vitale  
AGENCY: Ami Vitale Productions  
MODELS: Tom Lesuda, John Nkuus Leriye, Lodou Lemopono, Philip Lereech

#### MARTHA COOPER

PHOTOGRAPHER: Martha Cooper  
POST PRODUCTION: Martha Cooper  
MODELS: Fellow New Yorkers

#### DAVID LACHAPELLE

PHOTOGRAPHER: David LaChapelle  
AGENCY & PRODUCTION Creative Exchange Agency  
POST PRODUCTION: Glen Vergara  
Modet: Guecha Good

#### MARTIN SCHOELLER

PHOTOGRAPHER: Martin Schoeller  
AGENT: Lauren Gabbe-Greene  
ASSISTANT & DIGITAL TECH: Jan Erting  
POST PRODUCTION: Jill Lewis  
MODELS: 25 New Yorkers

#### JOEY L.

PHOTOGRAPHER: Joey L.  
AGENCY: Sudest57  
PRODUCTION: Nibret Adem of Hamerland Tours Ethiopia  
PHOTOGRAPHER ASSISTANTS: Nebiyu Bekele, Kiya Tadele  
POST PRODUCTION: Joey L.  
MODELS: Bodi Me'en of the Southern Nations, Nationalities and People's Region

#### EUGENIO RECUENCO

PHOTOGRAPHER: Eugenio Recuenco  
PRODUCTION: weHELPSstudio  
ART DIRECTION: Eric Dover  
PHOTOGRAPHER ASSISTANT: Germán Arbos  
PHOTOGRAPHER ASSISTANTS and DIGITAL TECH: Raúl Lorenzo Cano  
POST PRODUCTION: Paz Otero Sanz  
Post Production assistant : Mercedes Hausmann  
MODEL: Marta Levenfeld (Gosua Management)

#### SIMONE BRAMANTE

PHOTOGRAPHER: Simone Bramante  
PRODUCTION: Brahmino.com  
ASSISTANT: Cinzia Bognesi  
PRODUCER: Alice Momolo

#### TOILETPAPER

PHOTOGRAPHER: TOILETPAPER  
PRODUCTION: Proservice  
PHOTOGRAPHER ASSISTANT: Alberto Zanetti  
DIGITAL TECH: Silvano Banfi  
POST PRODUCTION: Anna Tallone  
MODELS: Giulia Lippi, Zoran Karan

**LAVAZZA**  
TORINO, ITALIA, 1895

#TheNewHumanity