

YES! we're
OPEN

CARTELLA STAMPA

LAVAZZA
GROUP

-  **YES! we're OPEN - Comunicato stampa**
-  **YES! we're OPEN - Calendario**
-  **La fotografa - Alex Prager**
-  **YES! we're OPEN - Volume**
-  **L'arte responsabile - Gruppo Lavazza**
-  **Credits**

YES! we're OPEN

Alla Triennale di Milano vengono presentati il Calendario Lavazza 2023 firmato da Alex Prager e il libro curato dall'architetto Fabio Novembre per i dieci anni di Calendario dedicati al racconto dell'impegno nella sostenibilità.

13 ottobre 2022

Pochi luoghi al mondo come i bar rappresentano un incontro di identità e culture. Il caffè, la bevanda della socialità per eccellenza, per proprietà transitiva ha saputo infondere nei luoghi dove viene consumato la sua caratteristica unica di facilitare l'incontro tra le persone. **I bar, chiamati appunto anche caffè - in un felice e spontaneo scambio linguistico che mette al centro la materia prima - rappresentano da oltre due secoli i naturali punti di aggregazione per culture diverse in tutto il mondo.**

Sono luoghi di inclusione per eccellenza, dove le differenze si amalgamano per dare vita all'incontro con l'altro. Con il Calendario 2023, ideato e realizzato anche quest'anno sotto la direzione creativa dell'agenzia **Armando Testa**, Lavazza ha scelto di far proprio il messaggio che accomuna i bar a tutte le latitudini: **YES! we're OPEN**, un incentivo a farsi prossimi, a entrare e a vivere un'esperienza di piacere e convivialità.

Dopo la pandemia che ha interessato tutto il pianeta e in un momento storico nel quale la complessità degli eventi fa emergere ostacoli e divisioni che attraversano la società, Lavazza si fa portavoce di un invito all'apertura e al cogliere il valore della differenza quale risorsa ed elemento di ricchezza collettiva. Il Calendario 2023 firmato da Alex Prager e l'omonimo libro, curato da Fabio Novembre, danno corpo al concetto **YES! we're OPEN**: mettono entrambi in scena **la bellezza di un'umanità che si riscopre vitale e curiosa, esprimendo individualità e collegando le persone.**

Attraverso l'arte, espressione di talento e creatività del singolo che diviene patrimonio comune, Lavazza prosegue nel percorso che ha segnato la storia del Calendario, facendosi portavoce di contenuti tanto universali quanto attuali. Superare le disuguaglianze e abbattere le barriere è un obiettivo alla portata di ognuno, e lo sguardo di un'artista come Alex Prager ci allena a farlo. Ogni piccola

storia, come ogni singola tazzina di caffè servita ogni giorno, possiede un potenziale di emozioni, bellezza e condivisione che è proprio lì, a portata di mano, qualcosa che può essere colto da ognuno. Il bar ci ricorda che l'umanità sfugge a etichette e categorie e che solo nel rispetto reciproco possiamo assaporare la felicità di un incontro inaspettato, l'opportunità di ricevere un sorriso di chi ci è sconosciuto o di sentirci parte del teatro del mondo con la sua inesauribile meraviglia.

Nel Calendario 2023 il bar diviene quindi un luogo reale e metaforico insieme e Alex Prager dà corpo a una riflessione visiva sull'unicità che contraddistingue ogni singolo individuo per esaltarne il valore, abbracciando il tema della nostra comune umanità e celebrando le differenze, concetti che animano la visione di Lavazza e che sono così centrali nella contemporaneità.

Gli scatti di Prager, che alternano vedute ampie a dettagli in primissimo piano, sono caratterizzati da una costruzione meticolosa e da uno humor sottilmente provocatorio; il gusto per la citazione, caratteristica precipua del lavoro della fotografa, mescola suggestioni della Hollywood classica e frammenti di cinema sperimentale, fiction e iperrealismo, iconografia pop e staged photography. Il risultato è una composizione, dai colori saturi, imprevedibile e vibrante come la vita delle persone che mette in scena. Un Calendario dove le immagini parlano da sole, senza bisogno di ulteriori didascalie, e arrivano allo spettatore con lo stesso calore e la capacità ristoratrice del migliore caffè.

A proposito del nuovo Calendario, dice **Francesca Lavazza, Board Member del Gruppo Lavazza**: «*Con questo nuovo progetto artistico Lavazza vuole interpretare e promuovere messaggi importanti legati alla diversità e all'inclusione e lo fa ripartendo dalle proprie origini, dalla base: il caffè, da sempre sinonimo di socializzazione, così come i numerosi locali che lo servono. Il*

Calendario, nel corso degli ultimi dieci anni, è diventato un po' il nostro manifesto dove, attraverso la cifra artistica, decliniamo ciò che ci sta a cuore ed è in sintonia con la visione e gli impegni dell'azienda.»

Il Calendario 2023 aggiunge un importante tassello al racconto della sostenibilità tracciato negli ultimi dieci anni dal Calendario proseguendo nel solco delle ultime due edizioni intitolate rispettivamente *The New Humanity* del 2021, firmato da tredici fotografi di fama mondiale, e *I Can Change The World*, del 2022, scattato da Emmanuel Lubezki, uno dei più importanti direttori della fotografia del mondo.

YES! we're OPEN rappresenta un oggetto artistico che ha l'obiettivo di essere anche strumento per il cambiamento, rivolgendosi a un pubblico ampio e con una particolare attenzione ai giovani. Grazie alla visione degli artisti e dei suoi ambassador contribuisce a far nascere consapevolezza nelle persone ed è anche per questo che, tra i protagonisti degli scatti di questa edizione, troviamo **Levante**, cantautrice italiana tra le più amate dal pubblico. Sensibile al tema delle differenze e capace di unire l'impegno e la grinta alla poesia: un pensiero che si rispecchia perfettamente nelle immagini del Calendario 2023.

«Il bar torna ad essere il baricentro delle nostre storie. Il bar come luogo ideale in cui tutte le differenze vengono accolte senza etichette e senza gerarchie. Microstorie piene di umanità, raccontate con lo stile inconfondibile di Alex Prager, con la ricchezza della sua composizione scenica, la sua volontà di non esprimere giudizi, e la sua capacità di restituirci un'armonia sospesa tra verità e fantasia. Sarebbe bello che in tutto il mondo ci fosse la stessa armonia che ritroviamo nelle foto di Alex.» sottolinea **Michele Mariani, direttore creativo esecutivo del Gruppo Armando Testa.**

L'appuntamento presso la Triennale di Milano sarà anche l'occasione per presentare al pubblico **il volume YES! we're OPEN, a cura di Fabio Novembre. Lavazza ha deciso di celebrare così dieci anni di vocazione per la sostenibilità ambientale e sociale del proprio Calendario**, realizzando un ideale viaggio attorno al mondo per accompagnare il lettore ad approfondire i valori che hanno guidato l'Azienda e scoprire il lavoro che ha plasmato un decennio di intensa attività creativa e di azioni concrete per il cambiamento. Realizzato con la direzione artistica di Novembre Studio, il volume è un progetto editoriale di ampio respiro racchiuso dalla **copertina concepita dall'artista Emilio Isgrò che ha realizzato, per Lavazza, una sintesi poetica del concetto di viaggio.** L'introduzione del volume è stata affidata a Muhammad Yunus, economista di fama mondiale e vincitore del Premio Nobel per la Pace nel 2006, grazie al suo lavoro sul microcredito. Libro fotografico, diario di viaggio e

documentazione del "dietro le quinte", il volume si sviluppa facendo tappa nei luoghi che sono stati i set degli scatti attraverso una serie di interviste realizzate da **Mario Calabresi** ai principali protagonisti che hanno accompagnato Lavazza in questi dieci anni di Calendario, tra cui Carlo Petrini, Steve Mc Curry, Massimo Bottura, Sonia e Jeffrey Sachs, con cui c'è una progettualità condivisa da tempo.

*«Realizzare questo volume è stata un'occasione preziosa per ripercorrere il percorso che l'azienda ha fatto in questi ultimi dieci anni, che raccontano, attraverso la voce delle persone che ci hanno ispirato in questo cammino, l'evoluzione dei temi e dei progetti in ambito sostenibilità e l'incontro virtuoso con il linguaggio dell'arte che da sempre è strumento di confronto e veicolo per amplificare i messaggi - commenta **Francesca Lavazza**, Board Member del Gruppo Lavazza»*

Un percorso appassionante tra immagini e parole che parte da Torino, dove affondano le radici dell'azienda, per attraversare il mondo intero, con tappe in Europa, Africa, Asia, Sud America e Nord America per arrivare a Los Angeles, il luogo dove è stato realizzato il Calendario 2023. **Un unico invito per rappresentare un'umanità sfaccettata e consapevole, inclusiva e aperta al domani.**

Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Il Gruppo è oggi tra i principali protagonisti nello scenario globale del caffè, con un fatturato di oltre 2,3 miliardi di euro e un portfolio di marchi leader nei mercati di riferimento come Lavazza, Carte Noire, Merrill e Kicking Horse. È attivo in tutti i segmenti di business, presente in 140 mercati, con 9 stabilimenti produttivi in 6 Paesi e oltre 4.200 collaboratori in tutto il mondo. La presenza globale è frutto di un percorso di crescita che dura da oltre 125 anni e gli oltre 30 miliardi di tazzine di caffè Lavazza prodotti all'anno sono oggi la testimonianza di una grande storia di successo, per continuare a offrire il miglior caffè possibile in qualsiasi forma, curando ogni aspetto della filiera, dalla selezione della materia prima al prodotto in tazza.

Il Gruppo Lavazza ha rivoluzionato la cultura del caffè grazie ai continui investimenti in Ricerca e Sviluppo: dall'intuizione che ha segnato il primo successo dell'impresa - la miscela di caffè - allo sviluppo di soluzioni innovative per i packaging; dal primo espresso bevuto nello Spazio alle decine di brevetti industriali sviluppati. Un'attitudine a precorrere i tempi che si riflette anche nell'attenzione rivolta al tema della sostenibilità - economica, sociale e ambientale - considerata da sempre un riferimento per indirizzare la strategia aziendale. "Awakening a better world every morning" è il purpose del Gruppo Lavazza, che ha l'obiettivo di creare valore sostenibile per gli azionisti, i collaboratori, i consumatori e le comunità in cui opera, unendo la competitività alla responsabilità sociale e ambientale.

La fotografa Alex Prager interpreta il nuovo Calendario Lavazza 2023, incoronando il bar come luogo-simbolo di una nuova umanità.

Sin dagli inizi, Lavazza affida la realizzazione del suo Calendario a figure di spicco della fotografia internazionale. Negli anni, i nomi dei più grandi maestri dello scatto ne hanno siglato le varie edizioni, nomi del calibro di Helmut Newton, Steve McCurry, David LaChapelle, Annie Leibovitz, Emmanuel Lubezki, passandosi il testimone di un appuntamento imprescindibile per l'arte e la comunicazione. **Il Calendario ha sempre saputo cogliere la vibrazione dell'attualità, ma non solo: grazie alla visione degli artisti e alla determinazione del Brand, è riuscito ad affermarsi nel tempo come un vero e proprio oggetto culturale, trasformandosi da prodotto d'autore dall'estetica sofisticata a strumento per veicolare i valori sociali e d'impresa di Lavazza.**

La nuova edizione, intitolata **YES! we're OPEN**, ideata e realizzata sotto la direzione creativa dell'agenzia Armando Testa, segna un nuovo tassello nel composito mosaico dei calendari dedicati alla sostenibilità, un percorso intrapreso dieci anni fa e che oggi si avvale del talento della fotografa e regista Alex Prager. **YES! we're OPEN** è il terzo capitolo di una riflessione che prende corpo nel 2020 attorno all'idea di nuova umanità, osservata con gli occhi di un'artista capace di portare alla luce le emozioni e le inquietudini che ogni individuo racchiude in sé. **I dodici scatti di Prager, in cui si evidenzia una squisita cura del particolare, delineano scene altamente evocative, volutamente senza una precisa collocazione temporale:** la scelta di mescolare con sapienza abiti, stili, dettagli d'interni e ambientazioni differenti crea un effetto di ambiguità che accresce la tensione interna delle immagini. **Il mondo del bar raffigurato da Prager è un mondo sospeso tra un gusto post-pop ed elementi surrealisti, nel quale finzione e verità sono indistricabili e danno forma e sostanza alla realtà che viviamo.** Una

realtà che - soprattutto negli ultimi due anni - sembra sempre più sfuggire al nostro controllo, dove però la gentilezza e l'apertura verso l'altro, la curiosità e il riconoscimento di ciò che abbiamo in comune possono unirci e darci forza. A tal proposito dice Prager: *«Penso che la cosa più importante dell'essere vivi sia l'esperienza comune che facciamo, le emozioni che condividiamo, le persone si connettono le une alle altre e attraverso questa connessione hanno una migliore comprensione di sé stesse e della vita.»*

Condividiamo le stesse emozioni ma siamo tutti profondamente diversi, eppure interconnessi. **Un luogo familiare, speciale come il bar, ci ricorda ogni giorno, attraverso il rito del caffè, cosa significa essere vivi, cosa significa essere umani.**

Ed è proprio l'umanità su cui si vuole porre la massima attenzione, una umanità su cui Lavazza ha voluto concentrarsi dal 2021 con il progetto *The New Humanity*. Il 2021 è infatti un anno importante, segnato da una profonda riflessione di Lavazza, dopo la pandemia. Ci si concentra sull'Uomo e una visione neo-umanistica matura all'interno della cornice legata al tema ambientale.

L'ultimo capitolo, in ordine di tempo, è *I Can Change the World*, del 2022: lo sguardo di Emmanuel Lubezky, il più celebre direttore della fotografia del mondo ritrae sei protagonisti - quattro donne e due uomini, tra cui il cantautore statunitense Ben Harper - impegnati attivamente attraverso l'arte per il cambiamento ambientale e sociale.

Oggi con YES! we're OPEN si concretizza ulteriormente questa ideale trilogia sulla nuova umanità grazie a un'artista dall'impronta visiva inconfondibile e del tutto personale. **È tempo di "raccontare nuove storie", proprio come quelle racchiuse nel nuovo Calendario Lavazza.**

La fotografa - Alex Prager



Alex Prager è una fotografa e regista famosa per le scene fotografiche caratterizzate da allestimenti elaborati, ispirati ad un vasto ambito di influenze e riferimenti, tra cui il cinema hollywoodiano, i film sperimentali, la cultura popolare e la street photography. Tutti i suoi lavori comportano l'uso intenzionale di allestimenti e casting, fondendo passato e presente per creare un senso di ambiguità. Le sue immagini ben note e tuttavia sempre misteriose ritraggono mondi che riuniscono finzione e realtà, evocando una sensazione di nostalgia. Nelle sue foto e nei film, Alex Prager coltiva il surreale, creando momenti emozionanti che danno l'impressione di ricordi o sogni inventati.

Ogni fotografia coglie un momento sospeso nel tempo, che invita lo spettatore a "completare la storia" e a

riflettere sul contesto narrativo. Spesso i suoi lavori permettono allo spettatore di prendere coscienza della natura voyeuristica della fotografia e dei film, suscitando l'imbarazzante impressione di intromettersi in un momento potenzialmente privato. La qualità fortemente coreografica delle sue foto e dei film svela come le immagini vengono costruite e consumate nella nostra società satura di media.

L'opera di Alex Prager è stata esposta in tutto il mondo in sedi istituzionali come: FOAM Fotografiemuseum, Amsterdam, Paesi Bassi (2019); Musée des Beaux-Arts Le Locle, Svizzera (2018); The Photographers' Gallery, Londra, Regno Unito (2018); National Gallery of Victoria, Melbourne, Australia (2014); Corcoran Gallery of Art, Washington, D.C. (2013). Le sue opere fanno parte anche delle collezioni di diversi musei, quali: il Whitney Museum of American Art, New York; il Los Angeles County Museum of Art, Los Angeles; il Museum of Modern Art, New York, tra le varie collezioni internazionali pubbliche e private.

L'artista ha ricevuto numerosi premi, tra cui il FOAM Paul Huf Award (2012), The Vevey International Photography Award (2009) e il London Photographic Award (2006). Il suo lavoro editoriale è comparso in riviste di spicco, come Vogue, New York Magazine, New York Times Magazine e W, mentre la sua serie cinematografica Touch of Evil, commissionata da The New York Times Magazine, si è aggiudicata un Emmy nel 2012. Il suo primo incarico pubblico di rilievo, Applause, per Times Square Arts: Midnight Moment, New York, ha avuto luogo nell'estate del 2017.

YES! we're OPEN



gennaio



febbraio



marzo



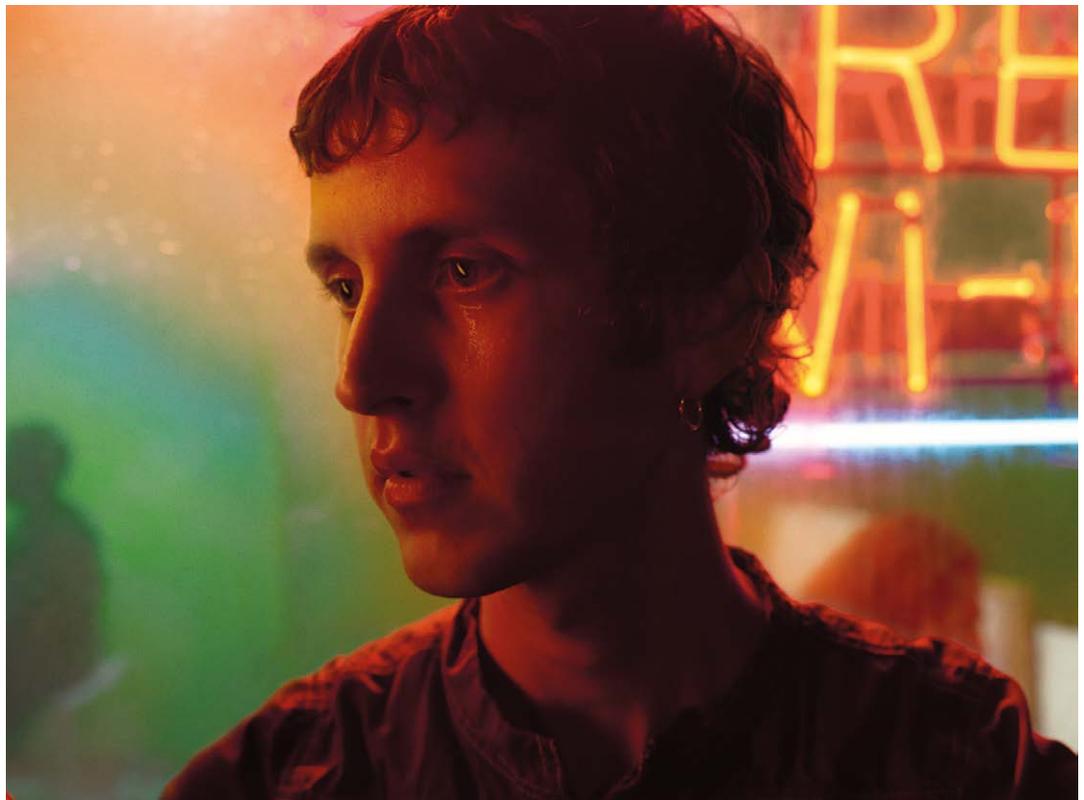
aprile



maggio



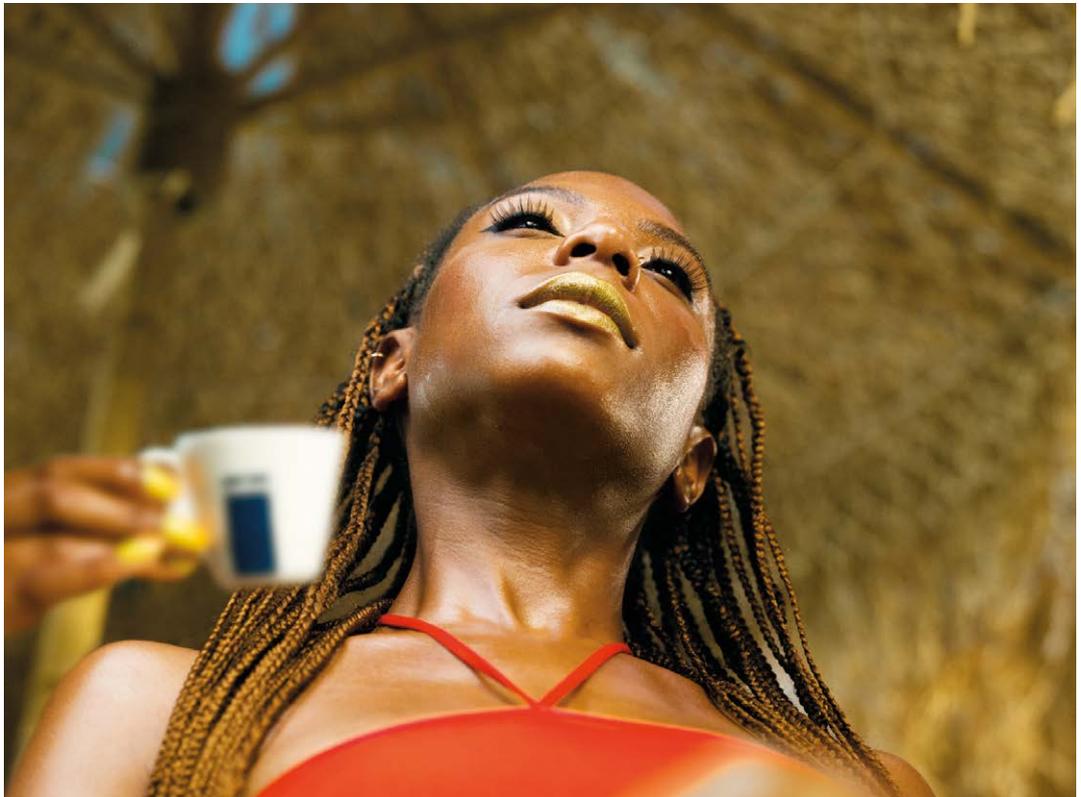
giugno



luglio



agosto



settembre



ottobre



novembre



dicembre



YES! we're OPEN: dieci anni di Calendario che raccontano l'impegno di Lavazza per la sostenibilità nelle pagine di un "diario di viaggio" d'artista, a cura di Fabio Novembre.

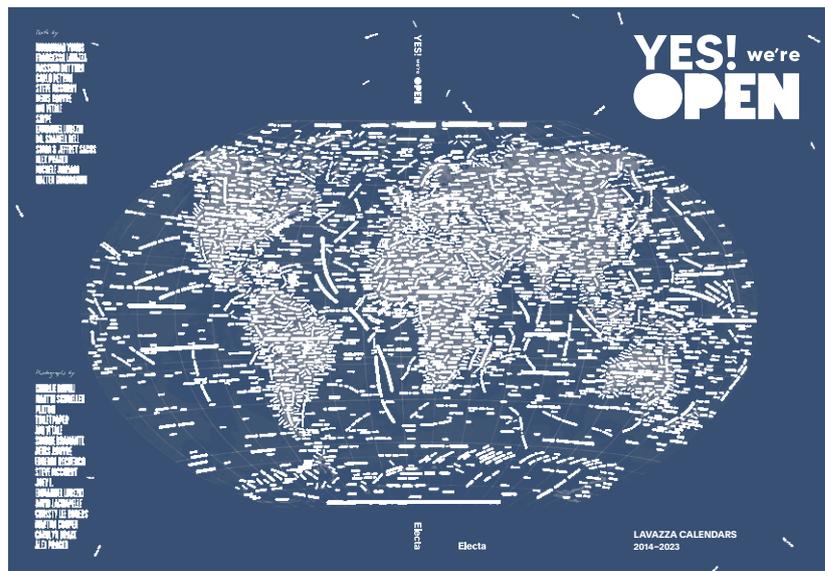
Dieci anni di Calendario che raccontano l'impegno per la sostenibilità, dieci anni di grande fotografia: un progetto artistico unico come il Calendario Lavazza si trasforma oggi in un viaggio letterario e fotografico grazie al libro **YES! we're OPEN**.

Con la direzione creativa di Novembre Studio e la supervisione dell'agenzia Armando Testa, Lavazza ha deciso di raccontare il proprio percorso nella sostenibilità, iniziato vent'anni fa, raccontando il lavoro fatto attraverso un progetto editoriale ricco di informazioni e suggestioni che abbracciano le ultime dieci edizioni del Calendario.

Non solo quindi tutto ciò che ruota attorno agli shooting e ai grandi fotografi che si sono susseguiti nell'ultima decade, ma anche le attività sociali che la **Fondazione Lavazza** porta avanti dal 2004 e i contenuti dei partner che, negli anni, hanno collaborato al progetto come **Save The Children**, **UN** e **Slow Food**, il tutto arricchito da una serie di interviste a grandi nomi legati al mondo Lavazza.

Nasce così un volume speciale, edito da **Mondadori Electa**, a metà tra libro d'artista e *travel book*, che offre al lettore la possibilità di approfondire il mondo valoriale del Brand seguendo una rotta che parte da Torino per approdare a Los Angeles, la prima e l'ultima città - in ordine di tempo - ad ospitare il set in cui è stato realizzato il Calendario. **Un viaggio scandito dalle interviste esclusive realizzate dallo scrittore e giornalista Mario Calabresi**, che si alternano alle splendide immagini fotografiche selezionate dai dieci calendari, e dalle appassionanti "storie dietro le foto".

Dal punto di vista grafico, Novembre Studio realizza un volume che prende spunto dalle forme agili del magazine e della *fanzine*, facendo proprio lo stile del



reportage per creare una narrazione visiva coinvolgente e incalzante. **Sulla copertina campeggia un'opera creata appositamente dall'artista Emilio Isgrò**, celebre per le sue "cancellature", che raffigura un planisfero bianco su sfondo blu Lavazza, i nomi degli ambassador e i fotografi che hanno realizzato i calendari, ovvero Charlie Davoli, Martin Schoeller, Platon, TOILETPAPER, Ami Vitale, Simone Bramante, Denis Rouvre, Eugenio Recuenco, Steve McCurry, Joey L., Emmanuel Lubezki, David LaChapelle, Christy Lee Rogers, Martha Cooper, Carolyn Drake e Alex Prager. Il planisfero raffigura al centro l'Asia, una versione mai realizzata prima da Isgrò, e insieme alle tipiche cancellature sono visibili delle formiche, animali-simbolo ricorrenti nel lavoro dell'artista siciliano. All'interno, le splendide illustrazioni del francese Yann Kebbi, autore che collabora con le più prestigiose testate internazionali, si inseriscono con brevi note visive, componendo una serie di ritratti contemporanei.

Il racconto degli ultimi dieci anni di Calendario è introdotto dal Premio Nobel per la Pace **Muhammad Yunus**, un testo denso e pieno di speranza sul futuro che ci attende,

dove le sue osservazioni sulla necessità di essere solidali e uniti nell'intraprendere nuove strade, si sostanziano in una proposta concreta rivolta alle le nuove generazioni. Un invito ad attivarsi individualmente per creare impatti positivi sull'ambiente e ridurre le disuguaglianze sociali.

All'introduzione di Yunus segue poi il racconto vero e proprio dei Calendari, visti attraverso la lente delle interviste agli ambassador, e gli scatti, disposti in ordine geografico, seguendo un percorso che parte dall'Europa e attraversa Africa, Asia, Sud America e Nord America. **Le interviste, curate da Mario Calabresi, toccano i temi più cari a Lavazza: il concetto di apertura, la sostenibilità e la tutela del pianeta, l'idea del viaggio e il suo significato, e naturalmente le riflessioni professionali e personali legate all'esperienza del Calendario, componendo una narrazione emozionante che restituisce appieno il valore del progetto Lavazza.**

All'interno del libro è inoltre presente una mappa che arricchisce il volume, aiutando il lettore a collocare i diversi progetti nelle aree del globo dove sono stati realizzati. La parte conclusiva del volume ospita infine un testo di Michele Mariani dell'Agenzia Armando Testa e un contributo di Walter Guadagnini, esperto di fotografia, già direttore del festival Fotografia Europea di Reggio Emilia e di CAMERA - Centro Italiano per la Fotografia di Torino.

Il viaggio, con tutte le sue infinite metafore e possibilità narrative, ci conduce sulle rotte del caffè, alla scoperta di un mondo in piena trasformazione. Abbracciare le differenze e custodirne il valore, esaltandone la Bellezza, è un compito che spetta a tutti. Proprio come testimoniano le storie raccolte in YES! we're OPEN.

L'arte responsabile, secondo il Gruppo Lavazza

L'impegno di Lavazza sui temi dell'ambiente e il rapporto tra l'arte, la natura e il sociale si declina in modalità artistiche differenti. A partire dal suo iconico Calendario, ma anche producendo direttamente progetti artistici e supportando mostre realizzate da grandi istituzioni culturali.

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

Si tratta dunque di una **concezione di arte che riconosce l'importanza della conoscenza e della consapevolezza nell'attivare il cambiamento**: 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.

I Calendari Lavazza tra umanità, natura e sociale

La lunga storia dei calendari Lavazza, nata nel 1993, racconta come una grande passione per il linguaggio visivo possa sposare la sostenibilità.

In particolare, scorrendo la decade appena trascorsa, **il Calendario Lavazza, sempre ideato dall'agenzia Armando Testa, si rivela come un progetto organico, i cui singoli capitoli sono legati tra loro dalla volontà di creare una narrazione visiva coerente e in continua evoluzione, che rispecchi la traiettoria della sostenibilità percorsa dall'azienda.**

Il primo tassello di questo corso è il Calendario targato 2014 *Inspiring Chefs* in cui i maestri della cucina, immortalati da Martin Schoeller come artisti del cibo, propongono la sintesi estrema della qualità nell'alta gastronomia attraverso la sperimentazione continua di nuove frontiere della creatività alla ricerca delle migliori materie

prime. *The Earth Defender*, targato 2015, si avvale del contributo di Steve McCurry, fotografo di reportage tra i più celebri e amati al mondo. Realizzato in collaborazione con Slow Food e Carlo Petrini, lo shooting pone al centro del proprio racconto le comunità locali e coloro che si battono per tutelare la propria terra e il cibo, in particolare nel territorio africano, quali ambasciatori di un futuro sostenibile. Il 2016 è l'anno di *From Father to Son*, sempre insieme a Slow Food, questa volta ambientato nelle terre del Centro e Sud America: è qui che Joey L. (Joseph Anthony Lawrence), astro nascente della fotografia, ritrae i giovani difensori della biodiversità, innovatori incaricati di ricevere e custodire la conoscenza dei loro padri. La trilogia si chiude nel 2017 con *We Are What We Live*, la serie di potenti immagini che Denis Rouvre dedica al rapporto tra uomo e ambiente, stavolta realizzate in Asia. Autore pluripremiato, più volte vincitore del World Press Photo, Rouvre inquadra il rapporto ancestrale tra i coltivatori e la natura che li circonda, mettendo in evidenza la relazione di mutua dipendenza che li unisce e la profonda influenza reciproca che ne modella forme e spirito.

L'Agenda 2030 delle Nazioni Unite diventa il nucleo del lavoro di Platon nel 2018, artista celebre per i ritratti pieni di forza e umanità: nel suo calendario, dal titolo programmatico *2030. What Are You Doing?*, i 17 Goal si trasformano in altrettanti scatti in un bianco e nero di grande incisività, nei quali sono protagonisti personaggi celebri e persone comuni, uniti dall'impegno in prima persona per il cambiamento. Il 2019 vede invece la partecipazione di Ami Vitale, altro grande nome della fotografia reportagistica: famosa per i suoi servizi dedicati alla fauna in pericolo, Vitale ritrae sei "artisti della natura", tra cui l'artista francese Saype, per mettere in luce gli interventi umani che sono un esempio concreto di miglioramento della vita nell'ambiente, in un progetto che unisce narrazione fotografica e arte contemporanea. *Earth Celebration*, il Calendario del 2020, segna un momento chiave nella ricerca visiva di Lavazza, con il ritorno dietro l'obiettivo di David LaChapelle, uno dei più importanti ed influenti artisti contemporanei. LaChapelle firma una serie di scatti che segnano un nuovo orientamento del Calendario e una inedita traiettoria del suo percorso personale. Dopo gli anni del glamour barocco e dei grandi servizi di moda, il fotografo statunitense compone

una serie di scatti nei quali la passione per il colore e lo splendore dell'immagine rimangono intatti, ma i soggetti sono parte di una sinfonia della natura dove la Bellezza è la fonte d'ispirazione primaria per rinnovare la relazione tra l'uomo e il Pianeta.

A questi sono seguiti nel 2021 il Calendario *The New Humanity* e nel 2022 *I Can Change the World*, accomunati dall'invito più marcato all'azione per un cambiamento positivo. *The New Humanity* raccoglie tredici maestri della fotografia tra cui l'italiano Simone Bramante, Martha Cooper, Eugenio Recuenco e TOILETPAPER, e viene realizzato per la prima volta insieme a un magazine con i contributi di sei ambasciatori d'eccezione - Alessandro Baricco, Carlo Ratti e Patti Smith tra le firme -, per un progetto artistico dedicato all'idea di una "nuova umanità". L'ultimo capitolo, in ordine di tempo, è *I Can Change the World*, del 2022: lo sguardo di Emmanuel Lubezky, il più celebre direttore della fotografia del mondo ritrae sei protagonisti - quattro donne e due uomini, tra cui il cantautore statunitense Ben Harper - impegnati attivamente attraverso l'arte per il cambiamento ambientale e sociale.

Quest'anno, con il progetto YES! we're OPEN si continua a riflettere sul tema dell'umanità, con una nuova sensibilità verso i concetti di diversità, equità e inclusione.

Il Gruppo Lavazza: un impegno quotidiano nella sostenibilità

Fin dalla sua fondazione nel 1895, Lavazza ha sempre avuto un'attenzione ai valori della sostenibilità e ha maturato nel tempo un percorso strategico concreto verso lo sviluppo sostenibile. Nel 2004, con la nascita della **Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza**, il Gruppo definisce in maniera efficace e concreta il suo impegno a supporto delle comunità in cui opera. I programmi della Fondazione Lavazza sono esempi reali e misurabili di un impegno globale che oggi conta 32 progetti di cui beneficiano oltre 136.000 coltivatori di caffè in 20 Paesi e 3 continenti. **I progetti sostenuti dalla Fondazione Lavazza hanno in primo luogo l'obiettivo di migliorare la resa produttiva e la qualità del caffè, promuovendo allo stesso tempo l'imprenditorialità dei produttori e il miglioramento delle loro condizioni di vita.** La strada intrapresa dalla Fondazione è quella del sostegno all'autonomia delle comunità locali, attraverso la valorizzazione del lavoro delle donne e il coinvolgimento delle nuove generazioni, a cui si accompagna la condivisione di buone pratiche agricole e l'introduzione di strumenti tecnologici finalizzati al contrasto degli effetti del cambiamento climatico.

Negli ultimi vent'anni, l'impegno sui temi della sostenibilità ha subito una forte accelerazione. Un anno chiave è il 2015, quando viene realizzato il primo bilancio di sostenibilità, su base volontaria, e si avvia un percorso di integrazione della sostenibilità nel business dell'Azienda, coerente con la vicina adesione all'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, con i suoi **17 Sustainable Development Goal (SDG)**. Lavazza, inoltre, aderisce al Global Compact delle Nazioni Unite, consolidando ulteriormente il suo caratteristico approccio incentrato sul fare sistema con altre organizzazioni pubbliche e private per raggiungere gli obiettivi di sviluppo responsabile.

In questo percorso l'Azienda ha individuato i quattro pilastri di sostenibilità prioritari per le persone e il business, rispetto ai quali continuare a impegnarsi nei prossimi anni: **Goal 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica, Goal 12 - Consumo e produzione responsabile, Goal 13 - Agire per il clima e Goal 5 - Uguaglianza di genere.** Quest'ultimo incorpora l'impegno che il Gruppo ha assunto nei confronti di tutte le persone, da quelle che operano nelle comunità in cui Lavazza è presente a tutti i propri collaboratori.

Tra il 2015 e il 2018 Lavazza realizza la sua trasformazione in Gruppo internazionale, integrando in maniera più profonda culture diverse e nuovi brand. Per sostenere questo processo, l'Azienda dà vita a un **Manifesto della Sostenibilità**, documento di impegno programmatico, e a quattro valori fondanti (Authenticity, Passion for Excellence, Responsibility, Inventiveness), da cui nasce il purpose del Gruppo "Awakening a better world every morning", che inserisce i temi della sostenibilità come parte integrante di un approccio valoriale al business.

L'impegno di Lavazza nella catena del valore prevede una strategia di responsabilità ambientale articolata secondo tre livelli di azione: la misurazione dell'impatto, i piani di riduzione e i piani di compensazione, volti al raggiungimento della carbon neutrality. In particolare, prosegue la "Roadmap del Packaging Sostenibile", che ha l'obiettivo di rendere l'intero portfolio packaging riutilizzabile, riciclabile o compostabile entro il 2025. Tale percorso è guidato dall'approccio Sustainable by Design di Lavazza, che mira a garantire l'utilizzo più responsabile ed efficiente possibile dei materiali secondo i principi dell'eco-progettazione.

Nell'ottica di poter raccontare in maniera trasparente gli impegni concreti del Gruppo, nel 2021 viene creata **Blend for Better**, la piattaforma che comunica l'impegno del Gruppo Lavazza e dei propri brand nella sostenibilità e definisce l'attuale posizionamento nell'ambito della Corporate Social Responsibility.

Credits

Supervision&Coordination	Luigi Lavazza S.p.A.
Member of Board	Francesca Lavazza
Lavazza Marketing Communication Department	Luigino Finelli
Photographer	Alex Prager
Creative Project	Armando Testa S.p.A.
Executive Creative Director	Michele Mariani
Creative Directors	Andrea Lantelme, Federico Bonenti
Graphic Designer	Michela Repellino
Project Manager	Gina Graci
Production	Alex Prager Studio
Producer	Lisa Ziven
Production Company	Arts & Sciences
Line Producer	Jack Winter
1 st Assistant Director	Craig Owens
Production Supervisor	Nathan Israel
Production Coordinators	Ariana Govan, Marie Ramos
Lighting Designer	Darren Lew
Production Designer	Susan Chan
Costume Designer	Callan Stokes
1 st Stills Assistant	Tyler William Parker
2 nd Stills Assistant	Blake Brent
Digital Tech	Luz Gallardo
Gaffer	Jeff Ferrero
Key Grip	John Stabile
Make-up	Nichole Servin
Hair	Victoria Payne
Manicurist	Lizzy Arroyo
Behind the Scenes Photographer	Sam Jackson
Color & Retouching	Evans Wittenberg
Photographer's Agency	Artist Commissions
Production Advisor & Talent Management	The Producer International
Featured Cast	Dylan Blue, Blake Brent, Ana Calderon, Michael Dean, Tabitha Denholm, Josie Dichter, Ariana Govan, Sabine Hallauer, Rebecca Hazlewood, Kaidon Ho, Gabriella Landay, Jodi Leesley, Nathalie Love, Blythe Marks, Chloë Narine, Ellen Prager, Delta Rae Reed, Ignacio Ramos, Marie Ramos, Haana Noel Richards, Alicia Sadler, Jennifer Verdier, Chris Wadhams
Special Guest	Levante
Special Thanks	Matt Aselton, Chiara Barlassina, Gary Blake, Nikki Bowles, Simon Dargan, The Dichter's, Erica Frauman, Felix Frith, Figures on a Landscape, Stefania Giuffrè, Nigel Godrich, Mark Goodman, Marc Marrie, Michelle May, Milena Milicevic, Francis Prager-Dargan, Christa Skotland, Shea Spencer, Mal Ward
Digital project	Lavazza Digital Marketing
Website	Creative Project Armando Testa S.p.A.
Digital creative directors	Gabriella De Stefano, Paolo Fenoglio
CTO	Marco Savojardo
Ux Designer	Maria Matarrese
Motion designer	Luca Perli
Web Developer	Silvia Maistrello, Antonio Pezzella
Client service	Francesca Romaldo
Communication, media relations and corporate digital	Lavazza Corporate Communication
With the Support of	BCW

