

THE 2022
LAVAZZA
CALENDAR BY
EMMANUEL
LUBEZKI

I CAN

CHANGE

THE WORLD

PRESS KIT

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

- [COMUNICATO STAMPA](#)
- [I CAN CHANGE THE WORLD](#)
- [IL FOTOGRAFO - EMMANUEL LUBEZKI](#)
- [BEN HARPER](#)
- [SONITA ALIZADA](#)
- [CRISTINA MITTERMEIER](#)
- [DR SHAMELL BELL](#)
- [SHILPA YARLAGADDA](#)
- [SAYPE](#)
- [CREDITS](#)

I CAN CHANGE THE WORLD

Il nuovo calendario Lavazza 2022 firmato dal pluripremiato Emmanuel Lubezki che ha ritratto sei artisti con un inedito Ben Harper

La presentazione a Firenze nell'ambito dei Renaissance Awards

Firenze 11 ottobre 2021 - Non è più il tempo dell'attesa e della riflessione, ma è giunto il momento dell'azione. Da questa considerazione nasce l'idea del **Calendario Lavazza 2022**, tra i protagonisti oggi a Firenze della cerimonia dei Renaissance Awards, un progetto, ideato e realizzato sotto la direzione creativa dell'agenzia **Armando Testa**, che già dal titolo **"I can change the world"** trasmette l'invito ad agire per un cambiamento positivo, ora e subito. Interpretato nella fotografia e nella musica, un invito rivolto a tutti e raccontato dalle storie di 6 attivisti che attraverso l'arte ogni giorno provano a cambiare il mondo, ritratti da uno dei più grandi direttori della fotografia della storia del cinema, il tre volte Premio Oscar **Emmanuel Lubezki**.

I can change the world è il messaggio raccontato dalle immagini attraverso sei protagonisti molto diversi tra loro per età, per cultura, per provenienza geografica, ma accomunati da storie personali molto potenti e dalla capacità di rappresentare in forma artistica il loro attivismo. Per il Calendario Lavazza sono diventati dei veri **attivisti**, cioè artisti che hanno messo al centro del loro pensiero, delle loro attività il pensiero sostenibile e lo hanno saputo raccontare, grazie alla loro sensibilità e al loro talento, mettendosi in gioco in prima persona.

L'uomo resta al centro del progetto, in continuità con il concetto coniato da Lavazza **"The New Humanity"**, ma in particolare la capacità dell'uomo di identificarsi completamente nei valori in cui crede, rendendoli un tutt'uno con la propria vita. I protagonisti scelti, infatti, sono **6 uomini e donne** che esprimono il loro attivismo **in campo sociale e ambientale**, attraverso forme

artistiche diverse: il musicista **Ben Harper** impegnato contro le disuguaglianze sociali e nella sensibilizzazione verso gli effetti della crisi climatica; **Saype**, pioniere della land art sostenibile con le sue monumentali opere per la salvaguardia del pianeta e la coesione sociale; la rapper rifugiata afgana **Sonita Alizada** attiva nella denuncia dei matrimoni forzati e delle spose bambine; la designer di gioielli **Shilpa Yarlagadda** che promuove e supporta l'empowerment femminile; la biologa marina **Cristina Mittermeier** con la sua fotografia che documenta l'avanzare della distruzione degli oceani; la street dancer **Shamell Bell** che si batte contro razzismo, sessismo e omofobia.

"Con il Calendario 2022 vogliamo celebrare le storie di chi, con eccezionale talento artistico, dedica ogni giorno della sua vita a mettere in pratica ciò in cui crede per rendere il mondo un posto migliore, e di chi, inoltre, può restituirci uno sguardo aperto e incontaminato capace di liberarci da ogni costrizione che può frenarci nell'azione di unirci tutti per il bene comune nostro e del Pianeta. Vogliamo trasmettere un messaggio di fiducia nella possibilità di cambiare noi stessi e, tutti insieme, di cambiare il mondo." - afferma **Francesca Lavazza**, Vicepresidente del Gruppo Lavazza.

Lavazza si fa portavoce, ma anche protagonista, di un cambiamento culturale: la nuova cultura della sostenibilità, che non solo viene raccontata attraverso il calendario, ma viene declinata quotidianamente attraverso le azioni in quello che può essere un nuovo risveglio alla sostenibilità sociale e ambientale, poste al centro di un'imprenditorialità sostenibile, come indica il purpose del Gruppo "Awakening a better world every morning."



“Dopo il calendario a più voci della scorsa edizione, quest’anno abbiamo scelto uno stile unico e distintivo, in grado di disegnare e tenere insieme le diverse personalità dei nostri artisti.

Per questo abbiamo scelto Emmanuel Lubezki, di cui conoscevamo la qualità dell’ approccio fotografico, la bellezza dei piani sequenza, la poetica della luce naturale.” - sottolinea **Michele Mariani**, direttore creativo esecutivo del Gruppo Armando Testa - “Fotografare significa “scrivere con la luce”, e chi meglio di un Direttore della Fotografia del suo calibro poteva mettere in luce l’impegno dei nostri attivisti?”.

IL CALENDARIO LAVAZZA 2022

Nei suoi 30 anni di calendario, Lavazza ha coinvolto alcuni dei migliori fotografi del mondo, da David LaChapelle a Steve McCurry, ma per “**I can change the world**” ha deciso di guardare al mondo del cinema, coinvolgendo **Emmanuel Lubezki**, conosciuto nel mondo dello spettacolo come **Chivo**, il primo direttore della fotografia a vincere per tre volte di seguito l’Oscar della categoria. Lubezki è stato scelto non solo per il suo riconosciuto talento, ma per dare uno sguardo diverso, più ampio e più profondo verso quelli che sono i sentimenti dei protagonisti, secondo un approccio più vicino all’arte cinematografica rispetto alla fotografia. Con la sua grande capacità di ascolto, Chivo riesce a conoscere in profondità le persone, facendone emergere le sfaccettature dell’anima e della loro espressione artistica: è saputo entrare nel cuore dei sei protagonisti del Calendario 2022, riuscendo a restituire **immagini evocative del loro impegno sociale e ambientale**.

Ma Chivo è anche riconosciuto per la sua straordinaria capacità di usare la luce naturale: i **sei protagonisti** sono ritratti ognuno in 12 scatti suddivisi in **sei momenti del giorno** diversi - aurora, alba, giorno, tramonto, crepuscolo, notte - per **sei storie di luce** raccontate dal

Maestro della Luce, in base all’emisfero in cui vivono.

Lo schema narrativo del calendario 2022 segue quindi lo schema ideale di una giornata e, inoltre, prevede differenti tipi di scatti per ogni protagonista: lo scatto “landscape” in cui il soggetto è inserito in un ambiente mozzafiato che diventa protagonista; il “ritratto” il cui focus si sposta sull’artista, visto più in close up, ma sempre inserito nell’ambiente di riferimento; infine, alcune immagini con dettagli di mani, di gesti catturati in momenti di riflessione particolari che trasmettano un’idea di “raccolimento” del protagonista.

L’esito complessivo ci porta una serie di **ritratti quasi onirici, ma saldamente ancorati alla realtà**: tutte le fotografie sono immerse in luoghi naturali del pianeta, a volte emblematici dell’impatto della crisi climatica, come i ghiacciai che stanno scomparendo, ma sempre correlati alla personalità o all’ambito di attività del soggetto, come l’acqua per la biologa marina Cristina Mittermeier o la roccia per una personalità forte come la street dancer Shamell Bell.

Il risultato è un risultato cinematografico. E grazie alle immagini e agli orizzonti infiniti il Calendario Lavazza 2022 si cala in una dimensione diversa, una dimensione più intima.

È questo il significato del Calendario 2022 che attraverso la lente del Maestro Lubezki ci ricorda la forza della natura che stiamo mettendo in pericolo e ci colpisce al cuore mostrandoci i valori e la forza di volontà degli attivisti ritratti: portandoci auspicabilmente a **unirci a loro e ad agire nella convinzione che ognuno di noi possa davvero cambiare il mondo**.

UNA PARTNERSHIP DI VALORE

“I can change the world” è anche il messaggio sposato da Eco-Age [agenzia internazionale per lo sviluppo di strategie di business sostenibili] nei The Renaissance Awards, il primo premio mondiale dedicato agli young leader internazionali sulla sostenibilità, di cui il Gruppo Lavazza è partner in questa edizione del progetto Calendario 2022. Il Calendario Lavazza 2022 “I can change the world” viene presentato ufficialmente alla stampa l’11 ottobre, nella sede di Palazzo Vecchio a Firenze, dove viene anche svelato in occasione dell’evento di preview del film The Renaissance Awards ad un parterre di ospiti internazionali.

*“Siamo felici di aver trovato in Eco-Age un alleato nella scelta di porre al centro dell’ispirazione i giovani: il 2022 sarà un anno importante di concretezza, un anno in cui le persone devono fortificarsi per poter rimodellare il futuro: crediamo nei giovani e li abbiamo fortemente voluti tra i protagonisti del nostro calendario, perché hanno la capacità di raccontarci attraverso il loro esempio come loro vedono il futuro, come loro disegnano il futuro.” - afferma **Francesca Lavazza** -*

“Inoltre il legame con Renaissance Awards trova in Shilpa Yarlagadda una ambassador di entrambi i progetti. La giovane designer è infatti sia protagonista del Calendario Lavazza sia la tutor ufficiale dei Young Leaders premiati ”

“Siamo lieti della partnership con il Calendario Lavazza in occasione dei Renaissance Awards di quest’anno” - afferma Livia Firth, Direttore Creativo di Eco Age. “E’ questa una collaborazione preziosa nel nome dei giovani talenti, dell’empowerment e di nuove visioni per un futuro migliore. E il legame è ancora più forte grazie a due talenti presenti in entrambi i progetti, Ben Harper e Shilpa Yarlagadd, ciascuno, a suo modo, esempio del vero significato di “I can change the world”.

Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è di proprietà della famiglia Lavazza da quattro generazioni. Tra i più importanti torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 140 Paesi attraverso consociate e distributori, con il 70% dei ricavi generato e un totale di oltre 4.000 dipendenti. Fanno parte del Gruppo Lavazza le aziende francesi Carte Noire ed ESP (acquisite rispettivamente nel 2016 e nel 2017), la danese Merrild (2015), la nordamericana Kicking Horse Coffee (2017), l’italiana Nims (2017) e il business dell’australiana Blue Pod Coffee Co. (2018). Alla fine del 2018, a seguito di acquisizione, è stata creata la Business Unit Lavazza Professional, che comprende i sistemi Flavia e Klix, attivi rispettivamente nel settore dell’Office Coffee Service (OCS) e del Vending.

Per informazioni:

UFFICIO STAMPA LAVAZZA

Marilù Brancato - marilu.brancato@lavazza.com

Massimo Borraccetti - massimo.borraccetti@lavazza.com



I CAN CHANGE THE WORLD

Il filone narrativo del Calendario 2022 muove dal concetto "**The New Humanity**", ideato da Lavazza nella primavera del 2020 e sempre realizzato sotto la direzione creativa dell'agenzia Armando Testa, proprio quando l'azienda ha deciso di prendere posizione, affidando alla comunicazione il ruolo di portavoce dei valori indispensabili a un futuro di rinascita dell'umanità: inclusività, tolleranza, solidarietà e sostenibilità sociale e ambientale. Con progetti come la **campagna internazionale Good Morning Humanity e il Calendario 2021 "The New Humanity"** Lavazza mirava così a stimolare la riflessione cercando di creare consapevolezza sull'universalità di tali valori. Con "I can change the world" Lavazza l'obiettivo è trasmettere l'importanza di trasformare i principi in azione, fornendo l'esempio trascinate di sei straordinari talenti, in grado di ispirare ognuno di noi ad avere fiducia in se stesso e a credere nella possibilità di dare un contributo concreto nel cambiare il mondo, per farlo diventare un posto migliore.

Lo scorso anno The New Humanity si è declinato anche a Torino, dopo Parigi e Berlino, nel progetto di land art "Beyond Walls - Oltre i muri" firmato dall'artista franco-svizzero **Saype**: 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".

Saype torna nel Calendario 2022, nell'ambito di una serie di **collaborazioni continuative basate sulla condivisione di valori**; ne è un esempio anche la collaborazione con **Ben Harper** che ha prestato la sua canzone "With my own two hands" alla campagna di lancio di Lavazza ¡Tierra! Bio: una delle canzoni più famose del suo repertorio che, come nel progetto di Saype, vede protagoniste le mani, simbolo dell'importanza che il musicista dà all'azione di ciascuno

di noi nel migliorare il mondo. Un linguaggio e un concetto che Lavazza lega al suo saper fare come impresa che cerca l'eccellenza e al suo impegno **nell'integrare la sostenibilità economica, ambientale, sociale nel proprio modo di operare.**

Un impegno racchiuso nel nuovo concetto **Blend for better** che abbraccia le iniziative di sostenibilità del Gruppo, partendo dalle origini valoriali più profonde per arrivare all'impegno attuale: non solo produrre caffè di eccellente qualità, ma anche farlo in modo responsabile. Blend for better, infatti, riflette l'impegno del Gruppo nel miscelare i valori, le esperienze e le attività di sostenibilità dei suoi brand e dei suoi prodotti per generare valore condiviso sulla società, sulle persone, sull'ambiente. Da questa miscela nasce un modo diverso di concepire la creazione di valore che nelle decisioni aziendali prevede considerazioni sociali e ambientali, oltre che economiche. Il tutto nel solco di un percorso concreto che si riflette nel settimo **Bilancio di Sostenibilità di Lavazza Group** "A goal in every cup - Leaving no one behind", recentemente pubblicato, e nell'impegno verso i Sustainable Development Goals (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

EMMANUEL LUBEZKI

Uno dei direttori della fotografia più innovativi e influenti del cinema contemporaneo.

Introduzione e perchè del progetto I can change the world

Il nostro mondo è fragile, bello. A volte ce ne dimentichiamo. questa edizione mette in luce sei artisti e attivisti impegnati a favore del cambiamento. Per me il processo inizia con il dialogo. Come puoi essere fotografato e dove? Il mio lavoro consiste nel tradurre la loro visione in immagini. Ogni immagine racchiude un segreto personale, un'evocazione.

Le location scelte in tutto il mondo mostrano i segni del cambiamento climatico. Gli scatti ci mettono di fronte a realtà allarmanti: laghi glaciali che scompaiono da un giorno all'altro e strade così roventi da sciogliere gli pneumatici. Tutto ciò mi ha reso tremendamente consapevole del fatto che abbiamo un disperato bisogno della voce di questi attivisti. Il loro lavoro ci sfida, crea una comunità, ci prepara maggiormente alla bellezza del mondo e ci rende più forti nel contrastare ciò che lo mette in pericolo. I ghiacciai sono quasi scomparsi, le alghe dominano gli oceani. Come artisti, come autori e come imprenditori abbiamo la responsabilità di richiamare l'attenzione su queste problematiche e risolverle, oltre a rendere omaggio a coloro che portano avanti il cambiamento e scendere al loro fianco "with our own two hands" proprio come canta Harper. Ringrazio Lavazza per avermi invitato a far parte di questo percorso.

About me

Messicano di origine, Emmanuel Lubezki è uno dei direttori della fotografia più innovativi e influenti del cinema contemporaneo. Universalmente conosciuto per l'uso della luce naturale e dei piani sequenza, Lubezki ha vinto per tre volte consecutive il premio osca per il suo lavoro in "Gravity" (2014), "Birdman" (2015) e "The



Revenant" (2016). Anche nella fotografia di scena applica lo stesso uso magistrale della luce naturale e della composizione. Nel 2019 ha scattato la copertina per l'edizione "Hollywood" di "Vanity Fair", una prima assoluta per un cinematographer. Viaggiatore instancabile, Lubezki ha sempre avuta la passione per i ritratti perchè in grado di connetterlo più profondamente al mondo e ai suoi misteri. Proprio come le sue acclamate immagini cinematografiche, anche i suoi scatti risultano coinvolgenti e poetici. Mentre le gallerie si contendono i suoi lavori fotografici, Lubezki posta spesso su instagram dove ha un ampio seguito.



BEN HARPER

Musicista, artista e attivista, una delle figure più versatili ed eclettiche del panorama musicale mondiale.

benharper.com



Gennaio



Febbraio

Ben Harper ha appositamente lavorato ad un remake della propria canzone "With my own two hands" per l'accompagnamento musicale del video clip del progetto Calendario Lavazza 2022. Un vero e proprio invito a tutti ad agire per cambiare il mondo: nelle parole della canzone di Ben Harper prende vita la call to action dell'artista in favore del pianeta e dell'essere umano.

*I'm gonna make (the world) a **brighter** place, (With my own)*

*I'm gonna make it a **safer** place, (With my own)*

*I'm gonna **help** the human race, (With my own)*

Personal claim

"Attivismo, musica e spiritualità: un accordo straordinario tra tre elementi. La spiritualità è il punto di arrivo della mia ricerca, la musica è il mio metodo per comprendere come raggiungerla e l'attivismo è un modo per assicurarmi di non smettere".

About me

Avevo diciott'anni quando ho preso la mia chitarra e uno zaino e sono salito su un aereo per Londra, iniziando il mio viaggio attraverso la musica: speravo

che una delle componenti della mia musica potesse essere una forma di dialogo con un mondo che ha bisogno di essere preservato. "With My Own Two Hands" è il riflesso del mio profondo desiderio di proteggere l'ambiente mentre mi batto contro le disuguaglianze sociali e culturali. Volevo descrivere il cambiamento che le persone sono in grado di attuare attraverso le proprie due mani, per rendere, tutti assieme, il mondo un posto più luminoso. In quanto musicista penso che esista un modo di presentare l'arte in modo che sia una finestra su una prospettiva, e sento la responsabilità di mantenere quella finestra pulita e aperta.



BACK TO INDEX

SONITA ALIZADA

Rapper e attivista afgana che combatte contro la pratica dei matrimoni precoci e il dramma delle spose bambine.

sonita.net



Marzo



Aprile

Personal claim

“Ogni anno oltre 12 milioni di ragazze si sposano prima di aver compiuto 18 anni, una ragazza ogni 3 secondi. Sono più di 650 milioni le donne che oggi soffrono per le conseguenze di un matrimonio precoce. Mi batto per le ragazze di tutto il mondo affinché ci sia un epilogo diverso e per assicurarmi che ognuna di esse abbia l’opportunità di scegliere il proprio futuro”.

About me

Sono nata a Herat, in Afghanistan, sotto il regime talebano. Per salvarsi la mia famiglia ha camminato per centinaia di chilometri sotto la pioggia e nella neve. Ero una bambina rifugiata, cresciuta nell’indigenza, lavoravo e non avevo documenti. All’età di dieci fui venduta e costretta a un matrimonio forzato. Il contratto saltò. Quando avevo sedici anni la mia famiglia cercò nuovamente di vendermi. Fuggii. Assistendo alle ingiustizie del mondo e vedendo le mie amiche sparire rapidamente perché costrette a sposarsi, ho scritto la canzone “Daughters for Sale” (Figlie in vendita). Con l’aiuto di un regista iraniano abbiamo girato un videoclip e la mia vita è stata documentata nel premiato film “Sonita”. Attualmente frequento il Bard College negli

Stati Uniti. Sostengo a suon di rap i diritti umani su una piattaforma dedicata con l’obiettivo di porre fine alla pratica dei matrimoni precoci e aiutare a salvare le vite della prossima generazione di ragazze.




BACK TO INDEX

CRISTINA MITTERMEIER

Biologa marina, attivista, fotografa per la rivista National Geographic e pioniera della «conservation photography».

cristinamittermeier.com

 @mitty | @sealegacy



Maggio



Giugno

Personal claim

“Siamo tutte creature terrestri, ma molti di noi hanno dimenticato che siamo qui grazie al mare. Quando le persone mi definiscono un'ambientalista o un'attivista o mi chiedono perché ci tenga a tal punto, rimango sempre sorpresa. Com'è possibile che non siamo tutti attivisti? Non ho mai preso in considerazione l'opzione di poter stare a guardare passivamente. Esistiamo grazie all'amorevole abbraccio congiunto della terra e del mare”.

un numero maggiore di persone comprenda che la salute dei nostri mari determina la salute del nostro pianeta: è l'unica casa che abbiamo e, per prosperarvi, anch'essa deve prosperare.

About me

Sono cresciuta in una città arroccata sui monti del Messico centrale, ma ciononostante mi sono innamorata dell'oceano già in tenera età: ho scelto gli studi scientifici proprio per immergermi in quel mondo e non ci ho messo molto a scoprire che gli oceani hanno seriamente bisogno di aiuto. C'è stato un momento in cui ho capito che avrei dedicato la mia intera esistenza a fare tutto il possibile per proteggere gli oceani e tutte le creature che lo rendono un ecosistema vivo.

Oggi uso la fotografia per dare vita a un movimento globale di sostenitori degli oceani che si è già consolidato, anche se non abbastanza. È necessario che



BACK TO INDEX

DR. SHAMELL BELL

Attivista street dance di origini americane, fondatrice di "The Balance Collective", gruppo di ballerini e artisti che attraverso la loro arte combattono contro il razzismo, la brutalità della polizia, il sessismo e l'omofobia.

shamellbell.com



Luglio



Agosto

Personal claim

“La maggior parte delle persone non desidera veramente che tutti siano liberi. Quello che vogliono è semplicemente non essere tra i più oppressi. Non basta liberarsi dall’oppressione: tutti noi dobbiamo essere coreografi dei nostri sogni di libertà e lavorare fianco a fianco per infondere amore in tutti i nostri movimenti quotidiani. Unendo le nostre vite sulle ali della danza, alziamo quelle frequenze e vibrazioni che, attraverso l’azione, innescheranno un cambiamento nel mondo”.

descrivendolo come un meccanismo che scandisce la struttura temporale del rapporto tra identità e diversità, tra passato e presente, in un’ottica di futuro. Oggi, attraverso la danza, la meditazione e l’azione collettiva voglio guidare le persone in un processo di trascendenza e trasformazione, che le spinga verso una nuova visione e una danza di liberazione.

About me

Sono “un’istigatrice visionaria” dello Street Dance Activism e della Global Dance Meditation for Black Liberation. Il mio lavoro pone la street dance come l’azione politica della gente comune vista attraverso i miei occhi di accademica, ballerina e coreografa. Il mio lavoro di ricerca analizza i movimenti della street dance della zona centro-meridionale di Los Angeles attraverso una visione basata su studi di autoetnografia e performance. Ho sempre voluto assicurarmi che qualunque fosse l’argomento della mia tesi, si rivolgesse direttamente alla mia comunità, e così mi sono trovata a scrivere di attivismo legato alla street dance



BACK TO INDEX

SHILPA YARLAGADDA

Giovane imprenditrice, designer di gioielli, attraverso la sua fondazione no-profit «Startup Girl Foundation» dona metà dei suoi profitti alle aziende che supportano l'emancipazione delle donne.



Settembre



Ottobre

Personal claim

“Viviamo in un'epoca in cui maggiore è il nostro impegno verso l'empowerment altrui, migliore diventa il nostro mondo”.

About me

Sono cresciuta nella Silicon Valley e ho visto quante disuguaglianze le donne debbano affrontare in ogni fase del cammino verso la realizzazione dei loro grandi sogni. Sebbene fossi solo una studentessa universitaria, ero conscia che se vogliamo vivere in un mondo equo, dobbiamo essere femministe e batterci per il cambiamento che desideriamo vedere. Anche il settore della gioielleria, alla stregua di molti altri, era dominato dagli uomini: gli utili non sostenevano il mondo femminile e non ripagavano le donne, che invece meritavano pari opportunità nell'ambito lavorativo. Così ho fondato la mia società, la Shiffon Co. Oggi, in qualità di giovane imprenditrice, voglio creare un mondo in cui le ragazze crescano sapendo di poter seguire le proprie passioni con il supporto di una rete globale di donne forti.



[BACK TO INDEX](#)

SAYPE

Saype è uno dei 30 giovani più influenti al mondo nel campo dell'arte e della cultura.

Il franco-svizzero land artist, pioniere della pittura sull'erba, collabora con Lavazza da anni in progetti artistici per promuovere la sostenibilità come Beyond Walls.

saype-artiste.com



Novembre



Dicembre

Personal claim

“Le nostre vite e le nostre azioni sono destinate a diventare le tracce del nostro passaggio in questo mondo, spetta a noi sapere cosa farne”.

About me

Mi piace l'idea di avere un impatto sulle persone e sulla società, senza però avere un impatto sulla natura. È proprio per questo che ho inventato un processo biodegradabile di pittura su erba, una tecnica che mi consente di dipingere enormi affreschi ecosostenibili direttamente sul terreno. Sono profondamente convinto che l'arte possa mettersi al servizio del mondo e della società. Nel 2019 ho lanciato “Beyond Walls”, un progetto in cui vengono rappresentate mani che si intrecciano e si uniscono in un impegno comune oltrepassando i muri che separano gli esseri umani rinchiudendoli in spazi mentali o geografici. In quest'opera l'attraversamento simbolico dei muri non cancella l'individualità di ciascuna di queste mani: tutte portano i segni sottili di molteplici appartenenze, siano esse di tipo sociale, geografico o etnico. Oggi l'universalità che si sprigiona “oltre i muri” è quella di un'umanità all'insegna della pluralità: “Beyond Walls”

attraverserà i confini per dare vita a un'universalità laterale che fluirà di città in città lungo questa immensa catena umana poiché è “soltanto unita che l'umanità potrà rispondere alle diverse sfide che dovrà superare”.



BACK TO INDEX



CREDITS

Supervision & Coordination

Luigi Lavazza S.p.A.
Francesca Lavazza, Member of Board
Luigino Finelli, Lavazza Marketing Communication Department

Photographer

Emmanuel Lubezki

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

Producer: Mirella Andreoli

Photographer Assistant: Mark Harris
Digital Tech: Benoit Lechevallier, Kevin Lavallade
Production: Park Pictures, Jackie Kelman Bisbee,
Caroline Kousidonis
Photographer Agent: Ann Murphy, ICM
Underwater Photography: Paul Nicklen, paulnicklen.com
Line Producer: Jessica Schaefer
Production Services: The Lift, Kanan Films, Alaska Media Pros
Production Manager: Laurie Devine
Assistant Production Supervisor: Deana Deatherage
Set Designer: Bret Lama, Christian Kastner
Costume Designer: Francisco Cancino (for Cristina Mittermeier)
Styling: Jessica Margolis (for Ben Harper), Shayna Frederick
Make Up: Prisca Wille
Color Grading & Retouching: Gloss Studio NY, Magnus
Andersson, Raja Sethuraman, BJ Delorenzo, Erica
Savidge, Kaitlyn Buzzetti, Laxman Sethuraman
Iceland Background Plate Photography: Erendur Thor
Magnusson.

Production Advisor & Talent management: The Producer
International

SPECIAL THANKS TO:

Lauren Strogoff, Alejandra Lubezki, Daniela Lubezki, Friends Of Sian
Kaan, Scott Howard, Nicolas Moreira, Chelsea Schwierig, Israel
Gonzalez, Pablo Ramos, sealegacy.org,
Kait Burgan, Catherine Perea, Janine Small, Evan Parson, Freeland
Shreve, Erik Schneider, Joel Archer, Simon Valencia, La Theater,
Kira Pollack, Michel Bulbenko, Michael Phillips, Chad Emswilder,
Matt Szundy, Glen Driver, Rick Elden, Daniel Voll, Adisah Grimes

Alice Cornaglia - Lavazza Marketing Communication Department
Chiara Barlassina - The Producer International

DIGITAL PROJECT

Lavazza Digital Marketing
Website:
Direzione creativa di Armando Testa
Creative team: Gabriella De Stefano, Roberto Gargano
Tech team: Marco Savojarjo, Maria Matarrese, Luca Perli
Digital client service: Francesca Romaldo
Implementazione di VMLY&R

COMMUNICATION AND MEDIA RELATIONS

Lavazza Corporate Communication
Marilù Brancato, Marco Amato, Marina Leonardini
Tiziana Radicci, Bianca Genitori, Massimo Borraccetti
With the Support of:
BCW (Global strategy, coordination and editorial content)



BACK TO INDEX

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895