

# FABRICA LES YEUX OUVERTS

---

## FABRICA: LES YEUX OUVERTS

19. Oktober – 11. November 2007

---

### Pressepräsentation

Freitag 19. Oktober, 11:30 Uhr

---

#### Ausstellungskurator

Marie-Laure Jousset

*Leiterin der Abteilung Design  
im Centre Pompidou*

#### Projektleiter Fabrica Les Yeux Ouverts

Alfio Pozzoni

#### Ausstattungsprojekt der Ausstellung:

Studio Santachiara

#### Graphische Gestaltung:

Fabrica

---

#### Shanghai Art Museum

No. 325, West Nanjin Rd.,  
Shanghai, China, 200003

#### Fabrica

Via Ferrarezza  
I-31020 Catena di Villorba

---

#### Fabrica Pressebüro:

Tel.: +39-0422-516309

Email: [fabrica@fabrica.it](mailto:fabrica@fabrica.it)

---

---

 Centre  
Pompidou

SHANGHAI  
eARTS 

---

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

---

# FABRICA LES YEUX OUVERTS

---

## Inhalt

---

- 1 - Pressemitteilung Seite 3
  - 2 - Ausgestellte Projekte Seite 4
  - 3 - Bilder für die Medien Seite 9
  - 4 - Nützliche Hinweise Seite 12
- 

---

 Centre  
Pompidou

---

SHANGHAI  
eARTS 

---

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

---

# FABRICA LES YEUX OUVERTS

---

## 1 Pressemitteilung

---

**Die Ausstellung des Centre Pompidou wird auch im Shanghai Art Museum gezeigt**  
**FABRICA: LES YEUX OUVERTS**  
**Vom 19. Oktober bis 11. November 2007**

Die vom Centre Pompidou betreute Ausstellung *Fabrica: les yeux ouverts*, übersiedelt jetzt auch nach China, wo sie auf Einladung der Shanghai Cultural Development Foundation vom 19. Oktober bis 11. November im Shanghai Art Museum, im Rahmen des Shanghai eArts Festival zu sehen sein wird. So setzt die Ausstellung ihre Reise fort, nachdem sie erstmals im Oktober 2006 in Paris und im Sommer 2007 auf der Triennale in Mailand gezeigt wurde.

“Es ist dem Centre Pompidou eine Ehre, der Einladung der Shanghai Cultural Development Foundation zu folgen, da sich die Ausstellung über die Arbeiten von Fabrica als großer Publikumserfolg erwiesen hat. Den zahlreichen Besuchern gefiel diese interaktive Welt, diese Einladung zum sinnlichen Erlebnis und zu Betrachtungsweisen aus der Sicht von Fabrica, die immer schon auf den Rest der Welt konzentriert war“, wie Marie-Laure Jousset, Leiterin der Abteilung Design im Centre Pompidou ausführt, die für die Ausstellung *Fabrica: les yeux ouverts* verantwortlich zeichnet.

In den Sälen der 20-Jahre des Shanghai Art Museum werden mit dieser Ausstellung in einem gegliederten Überblick Projekte gezeigt, die im Laufe der Jahre von Fabrica, Research-Zentrum für Kommunikation von Benetton, erarbeitet wurden. Der Besucher erhält Einblick sowohl in dokumentarische (Magazin COLORS und Fotoreportagen) als auch experimentelle Projekte (Videos, visuelle Kommunikation, interaktive Installationen, die dazu einladen, sich mit eigenen Beiträgen aktiv an der Ausstellung zu beteiligen).

Fabrica ist ein Ort der Experimente und Innovation, der 1994 auf Initiative von Luciano Benetton und Oliviero Toscani entstanden ist, um, ausgehend von der Erfahrung eines in über hundert Ländern der Erde vertretenen Konzerns, eine Verbindung zwischen “Kultur” und “Industrie” in einem ganz neuen Experiment herzustellen. Fabrica, untergebracht in einem von Tadao Ando restaurierten und erweiterten Baukomplex in der Nähe von Venedig, vergibt Jahresstipendien an junge Kreative aus aller Welt, die Gelegenheit erhalten, unter der Leitung eines internationalen Experten-Teams eigene Projekte in den Bereichen Grafik, Film, Industriedesign, redaktionelle Produkte, neue Kommunikationsmedien und Fotografie zu verwirklichen.

Die Reise in den Fernen Osten von *Fabrica: les yeux ouverts* geht im Januar weiter, wenn die Mailänder Triennale für ihre Ausstellung im Shiodomeitalia Creative Center von Tokio das Projekt im Sektor italienisches Design zeigen wird.

Oktober 2007  
[www.fabrica.it/shanghaipress](http://www.fabrica.it/shanghaipress)  
[www.centrepompidou.fr](http://www.centrepompidou.fr)  
[www.benettongroup.com/press](http://www.benettongroup.com/press)

---

 Centre  
Pompidou

---

SHANGHAI  
eARTS 

---

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

---

# FABRICA LES YEUX OUVERTS

---

## 2. Ausgestellte Projekte

---

Die Ausstellung *Fabrica: les yeux ouverts* bietet der Öffentlichkeit, verteilt auf drei Ebenen, einen umfassenden Überblick der signifikantesten Projekte von Fabrica. Das Konzept der Ausstellung erlaubt den Besuchern einen fließenden Übergang von einem Projekt zum anderen, dadurch wird auch der fachübergreifende Charakter der verschiedenen Research Aktivitäten hervorgehoben.

Die Besucher können das dokumentarische Talent von Fabrica mit dem Colors Notebook entdecken. Das Projekt ist in Zusammenarbeit mit „Reporters Sans Frontières“ und „I SEE“, einer Gruppendarstellung von sechs jungen Fotografen, die sechs große geographische Räume der Welt darstellen, entstanden. Darauf folgt die interaktive Erfahrung, welche die Experimente mit den Sinneswahrnehmungen veranschaulicht, die von den Fabrica Teams entwickelt wurden. (*Flipbook!, Get in Touch, Fabrica Virtuale, Evidence, We are the time. We are the famous and Stock Exchange of Visions*).

Ein großer Teil ist der Hauptaktivität von Fabrica gewidmet – der visuellen Kommunikation: Grafik, Fotografie und Videos sind die Tools, die Fabrica als Dienstleistung für seine Partner, zu denen viele Institutionen und Non-Profit-Organisationen gehören, einsetzt. Das gezeigte Projekt beinhaltet zwei weltweite Anzeigenkampagnen, *Violence* (2003) für die Weltgesundheitsorganisation, *Food for Life* (2003) für das World Food Programme und eine Serie von Selbstporträts von Fabrica Studenten (*Selfportraits*).

---

### Colors Notebook (2006-2007)

#### *Redaktion von COLORS Magazine (Italien)*

COLORS Notebook, realisiert von Reporters Sans Frontières, wurde im April 2006 mit leeren Seiten publiziert, um denen eine Stimme zu geben, die keine haben. 30.000 Exemplare haben die hintersten Winkel der Erde erreicht und geben südafrikanischen Kindern, kanadischen Priestern, Astronauten, Behinderten, Künstlern und gewöhnlichen Leuten die Möglichkeit, ihre Meinung auszudrücken. Über 1.000 Exemplare wurden mit ihren Botschaften an Fabrica retourniert. 1991 gegründet, erscheint das Magazin COLORS in vier Sprachen und wird in über 40 Ländern verkauft.

---

#### *I see (2006)*

*Olivia Arthur (Großbritannien), Adam Huggins (Kanada), Ashley Gilbertson (Australien), Leonie Purchas (Großbritannien), Lorenzo Vitturi (Italien), Philipp Ebeling (Deutschland).*

---

 Centre  
Pompidou

---

SHANGHAI  
eARTS 

---

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

---

# FABRICA LES YEUX OUVERTS

Eine physische und visuelle Reise, um die aktuellen Tendenzen der historischen, kulturellen, künstlerischen, sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung zu durchleuchten. "I see" - wörtlich, ich sehe - bedeutet auch "ich schaue" und "ich verstehe". Sechs Fotografen von Fabrica haben jeweils eine Story ausgewählt, um sechs große geografische Räume darzustellen: Nordamerika, Südamerika, Naher Osten, Ferner Osten, Afrika und Europa.

---

## **The Middle Distance**

*Olivia Arthur (Großbritannien)*

Über die Geschichten junger Frauen, die in euro-asiatischen Ländern zwischen Ost und West leben, erzählt Olivia Arthur vom sozialen, kulturellen und religiösen Druck, der durch die Begegnung unterschiedlicher Kulturen entsteht und von den verschiedenen Arten, in denen die Gesellschaften auf die Veränderungen reagieren.

## **Death and Birth**

*Ashley Gilbertson (Australien)*

Nach vier Jahren als Kriegsberichterstatter im Irak, ständig mit dem Tod konfrontiert, stellt Ashley Gilbertson Leben und Tod in verschiedenen, in Wien lebenden Gemeinschaften dar und vermittelt dem Betrachter den Wert des Lebens in seinen Fotos, die den ersten Schrei und den letzten Atemzug zeigen.

## **The Villamil Family – Divided Lives**

*Leonie Purchas (Großbritannien)*

In dieser Fotoreportage untersucht Leonie Purchas den Begriff Familie und ihre Rolle in der Gesellschaft über eine Serie von Porträts einer örtlich zwischen Kuba und Los Angeles getrennten Familie, um einzufangen, was sich trotz unterschiedlicher, sozialer Rahmenbedingungen nicht verändert.

## **Oil Will Never End**

*Lorenzo Vitturi (Italien)*

Dieses Projekt von Lorenzo Vitturi beschäftigt sich mit dem Energieproblem, von der Untersuchung alternativer, weniger die Umwelt belastender Energiequellen bis zur Erschöpfung der Reserven unserer Erde, wobei er vor allem das Versiegen der Erdölvorkommen am Kaspischen Meer dokumentiert.

## **Under the Weather**

*Philipp Ebeling (Deutschland)*

In einer Welt, in der außergewöhnliche Naturkatastrophen zu gewohnten Phänomenen werden und die Menschen durch ihr Verhalten die Natur beeinflussen, fordert Philipp Ebeling zum Nachdenken über den langsamen, tiefgehenden Prozess auf, der hinter diesem dramatischen Klimawandel abläuft: zunehmende Verwüstung, Austrocknen der Flüsse, phänomenales Wachstum der Städte, chaotisch expandierende Industrie, alles Phänomene, die zu krassen Gegensätzen im Alltagsleben der Menschen führen.

## **Lines of Food: Men and Fishing**

*Adam Huggins (Kanada) in Zusammenarbeit mit Terra Madre*

---

 Centre  
Pompidou

---

SHANGHAI  
eARTS 

---

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

---

# FABRICA LES YEUX OUVERTS

Terra Madre ist ein Projekt von Slow Food, in dem sich Vertreter von Gemeinschaften aus fünf Kontinenten zusammengeschlossen haben, um an einem neuen Konzept nachhaltiger Landwirtschaft zu arbeiten. Adam Huggins beobachtet Fischer in drei Kontinenten (Asien, Amerika und Afrika) bei der Arbeit und im Alltagsleben, wobei er ihre Beziehung zur lokalen Lebensweise sowie die verschiedenen Methoden des traditionellen Fischfangs dokumentiert.

---

## Flipbook! (2005-2007)

*Juan Ospina (Kolumbien), unter Beteiligung von Enrique R. Grullon (Santo Domingo), Maik Bluhm (Deutschland), Hans Raber (Österreich).*

*FLIPBOOK!* (<http://www.fabrica.it/flipbook/>), Sieger des Grand Prize Award des angesehenen Japan Media Arts Festival, ist ein interaktives Animationsprojekt, das jedem die Möglichkeit gibt, die eigene Geschichte in Comic-Form zu zeichnen, ins Netz zu stellen und mit anderen zu teilen. Das Ergebnis ist eine Gesamtheit von Tausenden kurzer Storys. *FLIPBOOK!* ist sehr schnell zu einem Web-Phänomen geworden, mit über 200.000 Beiträgen und 15 Millionen Besuchern.

---

## Get in touch (2007)

*Stefano Bergonzini (Italien), in Zusammenarbeit mit Luca Bilotta (Italien)*

Eine sensorielle Wand, die über ein grafisches Zeichen die Hände miteinander verbindet, die sie berühren, und so visuell den Netzgedanken wiedergibt, der an der Basis der Weltanschauung von Fabrica steht und als technologische Interaktivität und ideologische Konfrontation verschiedener Kulturen zu verstehen ist.

---

## Fabrica Virtuale (2005)

*Pierre Ficheteux (Frankreich), Harun Alikadic (Bosnien), Mathieu Guimier (Frankreich)*

Ein 'Quake', um einen virtuellen Streifzug durch Fabrica zu unternehmen. Realisiert wird dies über einen dreidimensionalen Online-Raum, bei dem jedes Detail der Architektur von Tadao Ando nachgebildet wird. Fabrica Virtuale wurde nach dem Modell eines Quake-Motors nach dem Videospiel Quake 3 von ID Software erstellt. Von einem Team der Abteilung Interactive wurden Konzept und Mechanismus des bekannten Videospieles weiterentwickelt, um ein mit Fabrica identisches Ambiente zu erzeugen, in dem Besucher interaktiv eingreifen können.

---

## Evidence (1995)

*Godfrey Reggio (USA)*

---

 Centre  
Pompidou

---

SHANGHAI  
eARTS 

---

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

---

# FABRICA LES YEUX OUVERTS

In diesem Kurzfilm mit der Musik von Philip Glass, beobachtet der Amerikaner Godfrey Reggio, visionärer Regisseur und Autor von *Anima Mundi*, die Beziehung von Kindern zum Fernsehen. *Evidence*, entstanden als Reggio Direktor von Fabrica war, nahm an zahlreichen Filmfestivals teil, darunter Locarno im Jahr 1997.

---

## We are the time. We are the famous (2005)

*Andy Cameron (Großbritannien), Hans Raber (Österreich), David McDougall (Großbritannien), Oriol Ferrer Mesía (Spanien)*

Eine Installation, die das Publikum zum Protagonisten macht und zwei Arten der zeitlichen Darstellung untersucht: fixes, fotografisches Bild und filmische Sequenz. Der Besucher wird mit zwei Bildern von ihm in Echtzeit konfrontiert und interagiert mit ihnen: eine Aufnahme in Zeitlupe, bei der die Wahrnehmung der Zeit verzerrt ist, die zweite, bei der die Zeit in eine Reihe von Fotogrammen unterteilt wird. Vor der einen Wand muss der Besucher still stehen, um sein zurückgeworfenes Bild zu sehen, vor der anderen kann er die Sequenzen nur durch seine Bewegung beleben. Der Titel stammt aus einem Gedicht von J.L. Borges: "We are the time. We are the famous".

---

## Stock Exchange of Visions (2006-2007)

*Nach einer Idee von Gregor Kuschmirz (Deutschland), unter Beteiligung von Alfio Pozzoni (Italien), Paolo Jannuzzi (Schweiz), Stefano Bergonzini (Italien), Giorgio Collodet (Italien)*

Angeregt durch die Bildschirme, die in Echtzeit die Schwankungen der Börsenkurse zeigen, liefert *Stock Exchange of Visions* eine Einsicht in die Zukunftsvisionen von Wissenschaftlern, Soziologen, Zukunftsforschern zu Kultur, Umwelt, Ressourcen, Wirtschaft und Gesellschaft. Über ein Trekkontaktbrett kann der Besucher die Fragen auswählen, die ihn am meisten interessieren und aktiviert so ein Diagramm mit den Themen, von denen die Öffentlichkeit am stärksten bewegt wird. *Stock Exchange of Visions* ist auch eine Website, [www.stockexchangeofvisions.org](http://www.stockexchangeofvisions.org), um ein globales Netzwerk von "Visionen" zu schaffen, die für die Zukunft der Menschheit von Bedeutung sind.

---

## Visuelle Kommunikation (1994-2007)

*Fabrica, diverse Autoren*

Ausgestellt werden Bilder, die von Fabrica für Vereine und Non-Profit-Organisationen wie die Weltgesundheitsorganisation, Amnesty International, Lawyers Committee for Human Rights, Witness, FAO (UN-Organisation für Ernährung und Landwirtschaft), UNHCR (Hoher Flüchtlingskommissar der UNO). Poster für kulturelle Projekte, Bücher, musikalische Events, Filme mit Fabrica als Koproduzent (wie *No Man's Land*, Oscar-Preisträger als bester ausländischer Film); Bilder und Werbekampagnen für Ausstellungen von Fabrica; Poster für aktuelle Events (wie *Visions of Hope* über den 11. September) und globale



# FABRICA LES YEUX OUVERTS

Themen (Drogen, AIDS, Anderssein, Fußball und Religion). Die Serie *Wanted Creativity* mit Illustrationen und individuellen Projekten.

---

## Violence (2003)

*Gabriele Riva (Italien)*

Eine Kommunikationskampagne für die Weltgesundheitsorganisation (WHO) über Gewalt in ihren Formen, die am schwierigsten aufzudecken und zu bekämpfen sind: Gewalt in der Ehe, Selbstverletzung, sexuelle Gewalt, kollektive Gewalt, Misshandlung von alten Menschen und Kindern, Vernachlässigung von Jugendlichen. Die im Mai 2003 präsentierte Kampagne fand weltweite Verbreitung und wurde in diverse Sprachen übersetzt, um die öffentliche Meinung auf die Möglichkeit der Anwendung von Hilfs- und Vorbeugungsmaßnahmen aufmerksam zu machen.

---

## Food for Life (2003)

*James Mollison (Großbritannien)*

Für United Colors of Benetton in Zusammenarbeit mit dem Welternährungsprogramm der UNO realisierte Werbekampagne. Die in Afghanistan, Kambodscha, Guinea und Sierra Leone gemachten Aufnahmen zeigen den engen Zusammenhang auf, der zwischen Unterernährung und sozialen Fragen (Bildung, Arbeit, Frieden, Emanzipation der Frauen) besteht. Besonders wirkungsvoll die Essensausgabe an Schulen, um Kinder zum Besuch des Unterrichts zu bewegen. Fabrica realisiert seit 2000 Kommunikationskampagnen für United Colors of Benetton.

---

## Selfportraits (1995-2007)

*Fabrica, diverse Autoren*

Eine Auswahl von Selbstporträts, die von den jungen Menschen von Fabrica gemacht wurden. Eine Form der Aussage, um anhand von Beiträgen der aktiven Teilnehmer am Leben des Kommunikationszentrums, Ursprünge und heutige Realität von Fabrica zu zeigen.

---

 Centre  
Pompidou

---

SHANGHAI  
eARTS 

---

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

---



# FABRICA LES YEUX OUVERTS

---

## 3. Bilder für die Medien

---

### 1. Ausgestellte Projekte

---

#### Colors Notebook (2006-2007)

© Colors / Fabrica

Autoren:

Bilder Nr. 01, 02: *William Weazrock Huevo*

Bilder Nr. 03, 04: *Eria Solomon Nsubuga*

Bilder Nr. 05, 06: *Guadalupe de Agüero Servin, Ximena de A.*

Bild Nr. 07: *anonym*

Bilder Nr. 08, 09: *Patricia Tourne*

Bilder Nr. 10, 11: *Irwin Cruz*

Bilder Nr. 12, 13: *Isotta Dardilli*

Bilder Nr. 14, 15: *Young Heroes*

Bilder Nr. 16, 17: *Aysha Ahmed*

Bilder Nr. 18, 19, 20: *Natasja Maria Fourie*

Bilder Nr. 21, 22: *Mirella Brugnerotto*

Bilder Nr. 23, 24: *Javin Mo*

Bilder Nr. 25, 26: *Twiggy Li*

Bilder Nr. 27, 28: *Pascal Hachem*

Bilder Nr. 29, 30, 31: *Frances Alcaraz*

Bilder Nr. 32: *Covers*

Fotografische Credits:

Bilder 01-17 und 32: *Sebastiano Scattolin / Fabrica*

Bilder 18-31: *Alessandro Russotti*

---

#### Interactive

#### Fabrica Virtuale 1, 2 (2005)

© *Pierre Ficheteux, Harun Alikadic, Mathieu Guimier / Fabrica*

#### Get in touch (2007)

© *Santi Caleca*

#### Stock Exchange of Visions 1 (2006-2007)

© *Mauro Bedoni / Fabrica*

---

 Centre  
Pompidou

---

SHANGHAI  
eARTS 

---

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

---

# FABRICA LES YEUX OUVERTS

Stock Exchange of Visions 2 (2006-2007)

© *Santi Caleca*

We are the time. We are the famous 1, 2 (2005)

© *Andy Cameron, Hans Raber, David McDougall, Oriol Ferrer Mesía / Fabrica*

---

## Photographie

I see (2006)

Death and birth

© *Ashley Gilbertson / Fabrica*

Lines of food: Men and fishing

© *Adam Huggins / Fabrica*

Oil will never end

© *Lorenzo Vitturi / Fabrica*

The middle distance

© *Olivia Arthur / Fabrica*

The Villamil family - Divided lives

© *Leonie Purchas / Fabrica*

Under the weather

© *Philipp Ebeling / Fabrica*

---

## Visuelle Kommunikation

Food for Life (2003)

© *James Mollison / Fabrica*

Violence (2003)

© *Gabriele Riva / Fabrica*

Diverse visuelle Kommunikation

Ashtray (2007)

© *Marian Grabmayer / Fabrica*

Bomb Vending Machine (2006)

© *Yianni Hill / Fabrica*

---

 Centre  
Pompidou

---

SHANGHAI  
eARTS 

---

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

---

# FABRICA LES YEUX OUVERTS

Image of old Che Guevara, old John Lennon and old Marilyn (2005)

© Erik Ravelo / Fabrica

Restaura (2007)

© Gabriele Riva, Natale Cardone / Fabrica

Road Safety 1 (2007)

© Marian Grabmayer, Reed Young / Fabrica

Road Safety 2 (2007)

© Yianni Hill, Reed Young / Fabrica

---

## 2. Architektur

Bild Nr. 01: Agora, Innenansicht

*Architekt: Tadao Ando*

© Francesco Radino

Bild Nr. 02: Garten und Ansicht der Villa Pastega

*Architekt: Tadao Ando*

© Francesco Radino

Bild Nr. 03: Garten und Ansicht der Villa Pastega

*Architekt: Tadao Ando*

© Francesco Radino

Bild Nr. 04: Säulengang und Agora

*Architekt: Tadao Ando*

© Francesco Radino

Bild Nr. 05: Perspektive aus der Agora

*Architekt: Tadao Ando*

© Francesco Radino

Bild Nr. 06: Schneckenförmige Galerie

*Architekt: Tadao Ando*

© Francesco Radino

---

## 3. Xian Businessmen Army (2007)

© Erik Ravelo / Fabrica

---

---

 Centre  
Pompidou

SHANGHAI  
eARTS 

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

---

# FABRICA LES YEUX OUVERTS

---

## 4. Nützliche Hinweise

---

Die Ausstellung *Fabrica: les yeux ouverts*  
ist vom 19. Oktober bis 11. November 2007 geöffnet

---

Eintritt frei

---

### Öffnungszeiten:

Die Ausstellung ist täglich geöffnet,  
von 9:00 bis 17:00 Uhr  
Kassenschluss um 16:00 Uhr

---

Shanghai Art Museum  
No. 325, West Nanjin Rd.,  
Shanghai 200003

---

### Für weitere Informationen:

Shanghai Art Museum:  
Tel.: +86-21-6327 2829  
[www.cnarts.net/shanghaiart](http://www.cnarts.net/shanghaiart)

Fabrica:  
Tel. +39-0422-516309  
[www.fabrica.it](http://www.fabrica.it)

---

 Centre  
Pompidou

---

SHANGHAI  
eARTS 

---

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

---

## **FABRICA PROFIL DES FORSCHUNGSZENTRUMS**

Fabrica ist das Zentrum für Kommunikationsforschung von Benetton, das 1994 aus dem kulturellen Reichtum des Konzerns entstanden ist. Sein Sitz ist in Treviso, in einem von Tadao Ando renovierten und ausgebauten Gebäudekomplex.

Die Herausforderung von Fabrica ist Innovation und internationales Denken: eine Art, um Industrie und Kultur durch Kommunikation zu verbinden, indem nicht nur klassische Werbeformen eingesetzt werden, sondern die "industrielle Kultur" und "Intelligenz" des Unternehmens auf andere Weise vermittelt werden: durch Design, Musik, Film, Fotografie, redaktionelle Produkte und Internet. Fabrica setzt auf die unentdeckte Kreativität der Jugend und auf experimentelle Künstler aus aller Welt, die nach strenger Auswahl eingeladen werden, unter der künstlerischen Leitung von Experten konkrete Kommunikationsprojekte in den verschiedenen Bereichen zu entwickeln.

F A B R I C A

Durch die Ausstellung "Les Yeux Ouverts", die im Herbst 2006 im Centre Pompidou gezeigt wurde, brachte eine der maßgeblichsten kulturellen Institutionen seine Hochachtung und Anerkennung für die Arbeit von Fabrica zum Ausdruck. Die Ausstellung stellte die vielen unterschiedlichen Gesichter von Fabrica heraus, von der dokumentarischen Arbeit durch COLORS und den Fotoreportagen bis zu der künstlerischen, visionären und konzeptionellen Seite durch Filmarbeiten und Installationen. Aufgrund der großen Aufmerksamkeit internationaler Medien und der enormen Anzahl an Besuchern wurde diese Ausstellung zu einem Wander-Projekt, welches bereits in der Mailänder Triennale im Sommer 2007 zu sehen war, fortgesetzt wird die Reise nächsten Herbst im Shanghai Art Museum in China.

### **VISUELLE KOMMUNIKATION**

In diesem Bereich hat Fabrica zahlreiche Kampagnen für kulturelle Institutionen und Non-Profit-Organisationen realisiert wie UNO, FAO (Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen), UNHCR (Hoher Flüchtlingskommissar der UNO), WHO (Weltgesundheitsorganisation), Amnesty International, Reporters Sans Frontières, SOS Racisme, Lawyers Committee for Human Rights und Witness. Für Benetton Group war Fabrica seit 2000 diverse Kommunikationsprojekte, häufig in Partnership mit humanitären Organisationen, zuständig, wie *James and Other Apes* (2004) unter der Schirmherrschaft der Primatenforscherin Jane Goodall, und *Food for Life* (2003), in Zusammenarbeit mit dem Welternährungsprogramm, einer UN-Unterorganisation für den Kampf gegen den Hunger in der Welt.

### **FOTOGRAFIE**

Ein weiterer Bereich, auf den sich die Forschung von Fabrica richtet, ist Fotografie, die Basis von Ausstellungen wie *Visions of Hope* (realisiert anlässlich des ersten Jahrestages vom 11.

September in Zusammenarbeit mit der Wochenzeitschrift *The New Yorker*), von redaktionellen Projekten wie beispielsweise *Kosovars* (im Verlag Leonardo Arte erschienen und realisiert in den Flüchtlingslagern in Kosovo) und *Lavoratori* (im Verlag Feltrinelli erschienen, über Dritte-Welt-Arbeiter im Nordosten Italiens) und der vorgenannten Kommunikationskampagnen. Besondere Erwähnung unter den jüngsten Projekten verdient I SEE (2006), eine Reise auf der Suche nach den Richtungen der historischen, kulturellen, künstlerischen und sozialwirtschaftlichen Entwicklung, realisiert von sechs jungen Fotografen in den sechs großen, geografischen Räumen unserer Erde (Nordamerika, Südamerika, Osten, Ferner Osten, Afrika, Europa). Zwei junge chinesische Fotografen, die im Bereich Fotografie aufgewachsen sind, haben eine ganze Nummer von COLORS gestaltet, die im März 2007 erschienen und der Stadt Peking gewidmet ist.

#### FILM

Mit dem Ziel, die unabhängigen Stimmen aus dem "Rest der Welt" (vor allem Afrika, arabische Länder, Asien, Lateinamerika) zu unterstützen und zu fördern, agierte Fabrica als Koproduzent bei einer Reihe von Filmen, die auf den wichtigsten europäischen Filmfestspielen gezeigt wurden. Besonders zu erwähnen *No Man's Land* des bosnischen Regisseurs Danis Tanovic (2001, Preis für das beste Drehbuch in Cannes; 2002, Golden Globe als bester ausländischer Film und Oscar als bester ausländischer Film), *Secret Ballot* des iranischen Regisseurs Babak Payami (2001, Preis für die beste Regie in Venedig) und *Seventeen Years* des chinesischen Regisseurs Zhang Yuan (1999, Silberner Löwe für die beste Regie auf den Filmfestspielen in Venedig). Das letzte Filmprojekt ist der Streifen *Tropical Malady* des thailändischen Regisseurs Apichatpong Weerasethakul, dem 2004 in Cannes der Preis der Jury verliehen wurde.

#### MUSIK

Auch in der Musik will Fabrica mit neuen Kommunikationsformen experimentieren und stützt sich dabei auf die Kreativität experimenteller Künstler aus aller Welt. 2006 war die Weltpremiere von *Winners*, eine multimediale Musik-Performance in Zusammenarbeit mit dem Brisbane Festival, die einen Dialog zwischen Siegern und Besiegten zum Thema hat, bei der Musik durch Performance, Interaktivität und Audio- und Video Zuschaltungen ergänzt wird. 2005 war Fabrica an der Eröffnung der Musikbiennale im Theater La Fenice mit *Surrogate Cities - Venezia* des deutschen Komponisten Heiner Goebbels beteiligt, dessen neue multimediale Inszenierung bearbeitet wurde. Aus 2004 stammt *CREDO*, ein multimediales Werk über religiöse und ethnische Konflikte, das von der Europäischen Union im Rahmen von „Kultur 2000“ finanziert wird; nach der Premiere am Staatstheater von Karlsruhe, wurde *CREDO* auch beim 5. Gipfeltreffen der Friedensnobelpreisträger in Rom aufgeführt.

## DESIGN

Die jungen Designer von Fabrica arbeiten an innovativen Projekten in den Bereichen Produkt-, Einrichtungs- und Industriedesign. Im September 2001 startete Fabrica mit der Eröffnung des ersten Standortes in Bologna, das Projekt Fabrica Features, zu verstehen als kommerzieller Bereich für den Verkauf der gleichnamigen Designobjekte und gleichzeitig multiethnischer und multimedialer Ort, wo Konzerte, Video-Projektionen, künstlerische Performances und Workshops zu zentralen Momenten der Begegnung werden. Standorte Fabrica Features gibt es heute auch in Lissabon, Hongkong, Rotterdam und London. Zahlreich die Kollektionen von Designobjekten, die von Fabrica für renommierte internationale Marken entworfen wurden, wie Paola C. (zwei Kollektionen von Tischwäsche, 2002 und 2005), Metalarte (eine Serie von Lampen aus Pirex, 2005) und Casamania by Frezza (eine Kollektion von Gartenzubehör, die auf der Mailänder Möbelmesse 2005 vorgestellt wurde).

## NEUE MEDIEN

Zu den Projekten im Bereich neue Medien zählen neben der Realisierung von Websites, die zahlreiche internationale Auszeichnungen erringen konnten, Web-Design, Videokunst, interaktive Spiele und multimediale Events. Unter den aktuellen Projekten ist UCB TV hervorzuheben, ein TV-Kanal für das Benetton-Vertriebsnetz, um für die globale Philosophie der Marke zu werben, kommerzielle Aktionen zu unterstützen und von Fabrica geschaffenes Entertainment und Videokunst zu verbreiten.

FLIPBOOK! (<http://www.fabrica.it/flipbook/>), Sieger des Grand Prize Award des angesehenen Japan Media Arts Festival, ist ein interaktives Animationsprojekt, das jedem die Möglichkeit gibt, die eigene Geschichte in Comic-Form zu zeichnen, ins Netz zu stellen und mit anderen zu teilen. In wenigen Monaten wurden 200.000 Beiträge und 15 Millionen Besucher verzeichnet.

Vom 3. März bis 20. April 2007 war Fabrica vom Museum für Gegenwartskunst in Shanghai (MoCA) eingeladen, mit der Installation *Piacere, Fabrica* an der Ausstellung für interaktive und multimediale Kunst REMOTE/CONTROL teilzunehmen.

Fabrica beschäftigt sich außerdem mit der Aktualisierung von [www.benettontalk.com](http://www.benettontalk.com), einem Blog, das für die Ideen aller offen ist, um nachzudenken oder Kommentare und eigene Beiträge zu globalen Themen zu übermitteln: Umwelt, Rechte, Anderssein, lokale Gemeinschaften, Entwicklung.

## VERLAGSWESEN

Die Beschäftigung mit traditionellen Medien im Verlagswesen hat zu einer Reihe von Publikationen geführt, für die Fabrica häufig auch die Fotos geliefert hat, wie *COLORS 1000 Extra-Ordinary Objects* (2000, vom Taschen-Verlag zur Feier seines 25-jährigen Bestandsjubiläums ausgewählt) und *COLORS 1000 Signs* (2004), ebenfalls bei Taschen erschienen. *Fabrica 10 - From chaos to order and back* (Electa, 2004) ist eine Zusammenfassung der Aktivitäten von Fabrica in den ersten 10 Jahren des Bestehens.

## COLORS

Zum Bereich der Aktivitäten von Fabrica gehört auch die Herausgabe von COLORS, das von Benetton Group finanzierte Magazin, das mit der 72. Nummer immer globaler wird: zu den drei zweisprachigen Ausgaben - Englisch plus Italienisch, Französisch oder Spanisch - kommt nun eine chinesische dazu, die ab November 2007 in China erhältlich sein wird.

Die komplette Reihe von COLORS war in der Ausstellung 25/25 im Design Museum in London (29. März-22. Juni 2007) zu sehen, in der die 25 Designobjekte gezeigt wurden, die die letzten 25 Jahre am meisten beeinflusst haben.

Das Magazin hat Auszeichnungen in aller Welt erhalten, wie beispielsweise von Good Magazine, zweimonatlich erscheinendes US-Kultur- und Gesellschaftsmagazin, das die ersten dreizehn, unter der Leitung von Tibor Kalman entstandenen Nummern in die Reihung der 51 besten Magazine aller Zeiten aufgenommen hat, oder von der spanischen Tageszeitung La Vanguardia, die COLORS unter die Kulturmagazine einreicht, die im globalen Panorama am stärksten im Trend liegen.

COLORS wird in über vierzig Ländern vertrieben, in drei Ausgaben und vier Sprachen veröffentlicht und ist auch Internet präsent.

[www.fabrica.it](http://www.fabrica.it)

Oktober 2007



## DIE BENETTON GROUP

Heute ist die Benetton Group weltweit in 120 Ländern vertreten. Ihr Kerngeschäft liegt im Bekleidungssektor: die Gruppe zeichnet sich durch eine stark italienisch geprägte Identität in Stil, Design und Hingabe aus, die ihren Ausdruck in den Marken *United Colors of Benetton*, *Casualwear*, *Sisley*, eher fashion-orientiert, *Playlife*, Bekleidung für die Freizeit, und *Killer Loop*, Streetwear, findet. Das Unternehmen weist eine Gesamtproduktion von mehr als 130 Millionen Stück jährlich auf. Das Vertriebsnetz besteht aus 5000 modernen Stores weltweit, bietet den Kunden hochwertigen Service und erzielt einen Gesamtumsatz von über 1,9 Milliarden Euro.

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

Die Entwicklung des Vertriebsnetzes von Benetton, das sich durch zentrale Lage in Innenstädten und Einkaufszentren und auch durch exzellentes Kundenservice auszeichnet, wird durch ein weltweit bedeutendes Investitionsprogramm unterstützt. In den Benetton Geschäften werden die kompletten Bekleidungskollektionen sowie eine breite Auswahl an Accessoires und Bekleidungszubehör im typischen Stil und der gewohnt hochwertigen Qualität von Benetton angeboten.

Wie beim Aufbau des Vertriebsnetzes hat die ständige Beobachtung und Ausrichtung nach neuen Trends und zukunftsorientierten Entwicklungsfaktoren von Anfang an auch die verschiedenen Geschäftsbereiche des Unternehmens beeinflusst: von der Kommunikation bis zu den betrieblichen EDV-Systemen, vom Forschungseinsatz für innovative Materialien bis zur integrierten Logistik. Besonders deutlich wird dies bei den Produktionsstrukturen, deren Systeme und industrielle Einrichtungen alle fünf Jahre komplett erneuert werden. Diese Organisation hat ihren Schwerpunkt in Castrette, eine der weltweit modernsten Industrie – und Logistik Anlagen der Textilbranche.

Trotz der globalen Dimension, wurde von Benetton die starke Bindung zum ursprünglichen Territorium stets aufrechterhalten, speziell im Wege von kulturellen Aktivitäten wie der Stiftung *Fondazione Benetton Studi e Ricerche* und mit Projekten im sportlichen Bereich. Vom Engagement für Rugby, Volley- und Basketball bis zu den legendären Siegen in der Formel 1, steht bei Benetton neben dem Ehrgeiz für sportliche Höchstleistungen auch der soziale Charakter als Chance für Begegnung, Gemeinsamkeit und körperliches Wohlfühl immer im Mittelpunkt: in diesem Sinne werden jährlich Tausende von Jugendlichen neu für den Sport gewonnen.

Ein weiterer Ausdruck der Verankerung von Benetton in der heutigen Gesellschaft ist Fabbrica, das Studienzentrum für Kommunikation von Benetton. Fabbrica hat sich zum Ziel gesetzt, Innovation und internationales Denken zu verbinden: Ein Mittel, um die Industrie und Kultur mit Hilfe der Kommunikation interagieren zu lassen, indem man

sich nicht nur klassischer Werbeformen bedient, sondern „die industrielle Kultur“, „die Intelligenz des Unternehmens“ auf andere Weise vermittelt: mit Design, Musik, Film, Fotografie, Verlagsprojekten, Internet.

[www.benettongroup.com](http://www.benettongroup.com)

[www.benetton.com](http://www.benetton.com)

[www.benettonpress.mobi](http://www.benettonpress.mobi)

Oktober 2007