

FABRICA LES YEUX OUVERTS

FABRICA: LES YEUX OUVERTS

19 ottobre – 11 novembre 07

Presentazione stampa

Venerdì 19 ottobre, ore 11.30

Curatore della mostra

Marie-Laure Jousset

*Direttore del Dipartimento Design
del Centre Pompidou*

Capo Progetto Fabrica Les Yeux Ouverts

Alfio Pozzoni

Progetto dell'allestimento

Studio Santachiara

Progetto grafico

Fabrica

Shanghai Art Museum

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

Fabrica

Via Ferrarezza
I-31020 Catena di Villorba (TV)

Ufficio stampa Fabrica

Tel.: +39-0422-516309

Email: fabrica@fabrica.it

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

Sommario

1. Comunicato stampa pag. 3
 2. Progetti in esposizione pag. 4
 3. Immagini per i media pag. 9
 4. Informazioni pratiche pag. 12
-

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

1. Comunicato stampa

**La mostra del Centre Pompidou sarà ospitata nello Shanghai Art Museum
FABRICA: LES YEUX OUVERTS
Dal 19 ottobre all'11 novembre 2007**

La mostra *Fabrica: les yeux ouverts*, curata dal Centre Pompidou, approda in Cina, e, accogliendo l'invito della Shanghai Cultural Development Foundation, sarà in esposizione dal 19 ottobre all'11 novembre allo Shanghai Art Museum nell'ambito dello Shanghai eArts Festival. La mostra continua così il suo percorso itinerante, che l'ha vista esordire a Parigi ad ottobre 2006 e proseguire il suo viaggio alla Triennale di Milano nell'estate 2007.

"Il Centre Pompidou è onorato di rispondere all'invito della Shanghai Cultural Development Foundation, in quanto la mostra sul lavoro di Fabrica ha incontrato un grande successo di visitatori. Il pubblico, molto numeroso, ha potuto apprezzare l'universo interattivo che lo invita a fare delle esperienze sensoriali ed a relazionarsi con lo sguardo di Fabrica, da sempre rivolto verso il resto del mondo", afferma Marie-Laure Jousset, direttore del Dipartimento Design del Centre Pompidou e curatrice della mostra *Fabrica: les yeux ouverts*.

Nelle sale anni Venti dello Shanghai Art Museum, la mostra presenta in una articolata panoramica i progetti realizzati nel corso degli anni a Fabrica, il centro di ricerca sulla comunicazione del Gruppo Benetton. Il visitatore incontrerà sia i progetti di documentazione (il magazine COLORS e i reportage fotografici) sia quelli di sperimentazione (video, visual communication, installazioni interattive che invitano a partecipare attivamente alla mostra dando il proprio contributo).

Fabrica è un luogo di sperimentazione ed innovazione nato nel 1994 su iniziativa di Luciano Benetton ed Oliviero Toscani per coniugare, partendo dall'esperienza di un gruppo presente in oltre cento paesi del mondo, "cultura" e "industria" in un esperimento senza precedenti. Ospitata in un complesso architettonico restaurato ed ampliato da Tadao Ando nei pressi di Venezia, Fabrica offre a giovani creativi di tutto il mondo una borsa di studio di un anno per sviluppare, guidati da un team internazionale di esperti, i propri progetti nei vari settori di grafica, cinema, design industriale, editoria, nuovi media e fotografia.

Il viaggio in Estremo Oriente di *Fabrica: les yeux ouverts* continuerà a gennaio, quando la Triennale di Milano ospiterà il progetto nello spazio dedicato al design italiano all'interno dello Shiodomeitalia Creative Center di Tokyo.

Ottobre 2007
www.fabrica.it/shanghaiipress
www.centrepompidou.fr
www.benettongroup.com/press

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

2. Progetti in esposizione

Distribuita in tre ambienti, la mostra *Fabrica: les yeux ouverts* offre al pubblico uno sguardo a tutto tondo sui lavori più significativi realizzati da Fabrica nel corso della sua storia. L'allestimento consente un agevole passaggio da un progetto all'altro e sottolinea così l'interdisciplinarietà delle varie attività di ricerca.

Il visitatore esplora la vocazione documentaristica di Fabrica con *Colors Notebook*, un progetto sviluppato assieme a Reporters Sans Frontières, e con *I SEE*, un reportage collettivo di sei giovani fotografi in sei grandi aree geografiche del mondo. Si passa poi all'esperienza interattiva, che presenta le sperimentazioni, sia sensoriali che cognitive, sviluppate dai team di Fabrica (*Flipbook!*, *Get in Touch*, *Fabrica Virtuale*, *Evidence*, *We are the time*. *We are the famous* e *Stock Exchange of Visions*).

Ampio spazio è dedicato anche al cuore dell'attività di Fabrica, la comunicazione visiva: grafica, fotografia e video sono gli strumenti che Fabrica mette al servizio dei suoi partner, tra i quali varie istituzioni e organizzazioni non governative. I progetti presentati comprendono due campagne globali di comunicazione, *Violence* (2003) per l'Organizzazione Mondiale della Sanità e *Food for Life* (2003) per il Programma Alimentare Mondiale e una serie di autoritratti di studenti di Fabrica (*Selfportraits*).

Colors Notebook (2006–2007)

Redazione di COLORS Magazine (Italia)

Realizzato con Reporters Sans Frontières, Colors Notebook è stato pubblicato nell'aprile 2006 con pagine bianche per dare voce a chi non ha voce. 30.000 copie hanno raggiunto i punti estremi del mondo offrendo a bambini sudafricani, preti canadesi, astronauti, disabili, artisti e gente comune, la possibilità di esprimersi. Più di 1.000 copie sono ritornate a Fabrica con i loro messaggi. Fondata nel 1991, la rivista COLORS è pubblicata in quattro lingue e venduta in oltre 40 paesi.

I see (2006)

Olivia Arthur (Regno Unito), Adam Huggins (Canada), Ashley Gilbertson (Australia), Leonie Purchas (Regno Unito), Lorenzo Vitturi (Italia), Philipp Ebeling (Germania)

Un viaggio fisico e visivo per esplorare le tendenze attuali dello sviluppo storico, culturale, artistico, sociale ed economico. "I see" – letteralmente, io vedo – significa anche "io guardo" e "io capisco". Sei fotografi di Fabrica hanno scelto una storia per rappresentare sei grandi aree geografiche: Nord America, Sud America, Oriente, Estremo Oriente, Africa ed Europa.

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

The middle distance

Olivia Arthur (Regno Unito)

Attraverso le storie di giovani donne che vivono in paesi euro-asiatici a cavallo fra Est ed Ovest, Olivia Arthur racconta le pressioni sociali, culturali e religiose derivanti dall'incontro di culture differenti e il modo diverso in cui le varie società reagiscono al cambiamento.

Death and birth

Ashley Gilbertson (Australia)

Dopo aver trascorso quattro anni in Iraq come reporter di guerra, confrontato di continuo alla morte, Ashley Gilbertson rappresenta la vita e la morte delle varie comunità che vivono a Vienna, e mostra al pubblico il valore della vita fotografandone il primo vagito e l'ultimo respiro.

The Villamil Family – Divided lives

Leonie Purchas (Regno Unito)

In questo fotoreportage Leonie Purchas indaga il concetto di famiglia e il suo ruolo nella società attraverso una galleria di ritratti di una famiglia separata geograficamente fra Cuba e Los Angeles, catturando ciò che, pur in contesti sociali diversi, resta immutato.

Oil will never end

Lorenzo Vitturi (Italia)

Questo progetto di Lorenzo Vitturi affronta la questione energetica, dalla ricerca di fonti di energia alternative e meno inquinanti all'esaurimento delle risorse del pianeta, documentando, in particolare, l'esaurimento dei giacimenti petroliferi nella regione del Mar Caspio.

Under the weather

Philipp Ebeling (Germania)

In un mondo in cui i disastri naturali anomali stanno diventando un evento abituale ed in cui gli uomini influenzano con il loro comportamento il corso della natura, Philipp Ebeling invita a riflettere sul lento e profondo processo che si sta volgendo dietro il dramma del cambiamento climatico: desertificazione, prosciugamento dei fiumi, città che crescono a ritmo vertiginoso, espansione caotica delle industrie, tutti fenomeni che portano a contrasti stridenti nella vita quotidiana delle persone.

Lines of food: men and fishing

Adam Huggins (Canada) in collaborazione con Terra Madre

Terra Madre è un progetto di Slow Food che riunisce i rappresentanti di comunità di cinque continenti con l'obiettivo di sviluppare un nuovo concetto di agricoltura sostenibile. Adam Huggins segue i pescatori di tre diversi continenti (Asia, America ed Africa) durante il lavoro e la vita quotidiana, documentando i vari metodi tradizionali di pesca e il loro rapporto con lo stile di vita locale.

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

Flipbook! (2005-2007)

Juan Ospina (Colombia), con il contributo di Enrique R. Grullon (Santo Domingo), Maik Bluhm (Germania), Hans Raber (Austria)

Vincitore del Grand Prize al prestigioso Japan Media Arts Festival, Flipbook! (<http://www.fabrica.it/flipbook/>) è un progetto di animazione interattivo che consente a ciascuno, disegnando, di creare la propria storia animata, da inviare e condividere online. Il risultato è una comunità di migliaia di brevi storie. Flipbook! è diventato rapidamente un fenomeno web, con oltre 200.000 animazioni e 15 milioni di visitatori.

Get in touch (2007)

Stefano Bergonzini (Italia), in collaborazione con Luca Bilotta (Italia)

Una parete sensoriale, che mette in connessione con un segno grafico le mani che la toccano e riproduce così visivamente l'idea della rete che è alla base della visione del mondo di Fabrica, intesa come interattività tecnologica e come confronto ideologico tra culture diverse.

Fabrica virtuale (2005)

Pierre Ficheteux (Francia), Harun Alikadic (Bosnia), Mathieu Guimier (Francia)

Fabrica Virtuale è un "quake" che permette di fare un giro virtuale per la sede di Fabrica, attraverso uno spazio tridimensionale che riproduce ogni singolo particolare dell'edificio progettato da Tadao Ando. *Fabrica Virtuale* è un'elaborazione *mod* di Quake, basata sul motore creato da ID Software per il videogioco Quake 3. Il progetto è stato ideato da un team dell'area interattiva, che ha adattato i meccanismi del celebre gioco per creare un ambiente con cui interagire.

Evidence (1995)

Godfrey Reggio (Usa)

In questo cortometraggio con la colonna sonora di Philip Glass, l'americano Godfrey Reggio, regista visionario e autore di *Anima Mundi*, osserva il rapporto dei bambini con la televisione. Realizzato quando Reggio era direttore di Fabrica, *Evidence* ha partecipato a numerosi festival cinematografici, tra cui Locarno nel 1997.

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

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

Andy Cameron (Regno Unito), Hans Raber (Austria), David McDougall (Regno Unito), Oriol Ferrer Mesía (Spagna)

Un'installazione in cui il pubblico è protagonista, che esplora due modi di essere rappresentati nel tempo: l'immagine fotografica fissa e la sequenza filmica. Il visitatore entra in contatto e interagisce con due immagini di sé in tempo reale: una al rallentatore confonde la percezione del tempo, l'altra frammenta il tempo in una serie di fotogrammi. Su una parete il visitatore deve restare fermo per poter vedere la sua immagine riflessa, nell'altra solo muovendosi può animare le sequenze. Il titolo è tratto dalla poesia di J.L. Borges: "We are the time. We are the famous".

Stock Exchange of Visions (2006–2007)

Da un'idea di Gregor Kuschmirz (Germania), con il contributo di Alfio Pozzoni (Italia), Paolo Jannuzzi (Svizzera), Stefano Bergonzini (Italia), Giorgio Collodet (Italia)

Ispirandosi agli schermi che riportano in tempo reale le contrattazioni in Borsa, Stock Exchange of Visions consente di ricevere la visione del futuro di scienziati, sociologi e futurologi su cultura, ambiente, risorse, economia e società. Tramite una pedana il visitatore può scegliere gli argomenti che più lo interessano, alimentando un diagramma che presenta le tematiche che maggiormente colpiscono il pubblico. *Stock Exchange of Visions* è anche un sito web, www.stockexchangeofvisions.org, per creare una rete globale di "visioni" essenziali per il futuro dell'umanità.

Comunicazione visiva (1994–2007)

Fabrica, vari autori

Sono esposte le immagini realizzate da Fabrica per associazioni ed organismi no-profit, come l'Organizzazione Mondiale della Sanità, Amnesty International, Lawyers Committee for Human Rights, Witness, FAO (Organizzazione ONU per l'Alimentazione e l'Agricoltura), UNHCR (Alto Commissariato ONU per i Rifugiati). Poster per progetti culturali, libri, eventi musicali, film coprodotti da Fabrica (come *No Man's Land*, vincitore dell'Oscar come miglior film straniero); immagini e campagne per mostre realizzate da Fabrica; poster per eventi di attualità (come *Visions of Hope* sull'11 settembre) e temi globali (droga, AIDS, diversità, calcio e religione). La serie *Wanted Creativity* di illustrazioni e progetti personali.

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

Violence (2003)

Gabriele Riva (Italia)

Una campagna di comunicazione per l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) sulla violenza nelle sue manifestazioni più difficili da denunciare e combattere: violenza coniugale, auto-lesionistica, sessuale, di gruppo; abusi su anziani e bambini, abbandono di minori. Presentata nel maggio del 2003, la campagna è stata diffusa in tutto il mondo e tradotta in varie lingue per sensibilizzare l'opinione pubblica sulla possibilità di adottare misure di aiuto e prevenzione.

Food for life (2003)

James Mollison (Regno Unito)

Campagna pubblicitaria realizzata per United Colors of Benetton in collaborazione con il Programma Alimentare Mondiale delle Nazioni Unite. Le immagini, realizzate in Afghanistan, Cambogia, Guinea e Sierra Leone, testimoniano la stretta relazione tra denutrizione e questioni sociali (educazione, lavoro, pace, emancipazione delle donne). Particolarmente efficace la distribuzione di cibo nelle scuole per indurre i bambini a ricevere un'istruzione. Fabrica realizza le campagne di comunicazione per United Colors of Benetton dall'anno 2000.

Selfportraits (1995–2007)

Fabrica, vari autori

Una selezione di autoritratti prodotti dai ragazzi di Fabrica. Un modo per mostrare le origini di Fabrica e la sua realtà attuale, attraverso le testimonianze di chi ha partecipato alla vita del centro di comunicazione.

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

3. Immagini per i media

1. Progetti in esposizione

Colors notebook (2006-2007)

© *Colors / Fabrica*

Autori:

Immagini n. 01, 02: *William Weazrock Huevo*

Immagini n. 03, 04: *Eria Solomon Nsubuga*

Immagini n. 05, 06: *Guadalupe de Agüero Servin, Ximena de A.*

Immagine n. 07: *anonimo*

Immagini n. 08, 09: *Patricia Tourne*

Immagini n. 10, 11: *Irwin Cruz*

Immagini n. 12, 13: *Isotta Dardilli*

Immagini n. 14, 15: *bambini dello Swaziland*

Immagini n. 16, 17: *Aysha Ahmed*

Immagini n. 18, 19, 20: *Natasja Maria Fourie*

Immagini n. 21, 22: *Mirella Brugnerotto*

Immagini n. 23, 24: *Javin Mo*

Immagini n. 25, 26: *Twiggy Li*

Immagini n. 27, 28: *Pascal Hachem*

Immagini n. 29, 30, 31: *Frances Alcaraz*

Immagine n. 32: *Copertine*

Credits fotografici:

Immagini 01-17 e 32: *Sebastiano Scattolin / Fabrica*

Immagini 18-31: *Alessandro Russotti*

Interactive

Fabrica Virtuale 1, 2 (2005)

© *Pierre Fichfeux, 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*

Fotografia

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*

Comunicazione visiva

Food for Life (2003)

© *James Mollison / Fabrica*

Violence (2003)

© *Gabriele Riva / Fabrica*

Varie Comunicazione Visiva:

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. Architettura

Immagine n. 01: Veduta interna dell'agorà

Architetto: Tadao Ando

© Francesco Radino

Immagine n. 02: Giardino e veduta di Villa Pastega

Architetto: Tadao Ando

© Francesco Radino

Immagine n. 03: Giardino e veduta di villa Pastega

Architetto: Tadao Ando

© Francesco Radino

Immagine n. 04: Colonnato e agorà

Architetto: Tadao Ando

© Francesco Radino

Immagine n. 05: Prospettiva dall'agorà

Architetto: Tadao Ando

© Francesco Radino

Immagine n. 06: La galleria a spirale

Architetto: Tadao Ando

© Francesco Radino

3. Xi'an Businessmen Army (2007)

© Erik Ravelo / Fabrica

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA LES YEUX OUVERTS

4. Informazioni pratiche

La mostra *Fabrica: les yeux ouverts*
è aperta dal 19 ottobre all'11 novembre 2007

Ingresso gratuito

Orari di apertura:

La mostra è aperta tutti i giorni,
dalle 9:00 alle 17:00
(ultimo ingresso entro le 16:00)

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

Per ulteriori informazioni:

Shanghai Art Museum:
+86-21-6327 2829
www.cnarts.net/shanghaiart

Fabrica:
+39-0422-516309
www.fabrica.it

 Centre
Pompidou

SHANGHAI
eARTS 

UNITED COLORS
OF BENETTON.

FABRICA

PROFILO DEL CENTRO DI RICERCA

Fabrica è il centro di ricerca sulla comunicazione della Benetton, nato nel 1994 dal patrimonio culturale del Gruppo. Ha sede a Treviso, nel complesso restaurato ed ampliato da Tadao Ando.

La sfida di Fabrica è quella dell'innovazione e dell'internazionalità: un modo per coniugare cultura e industria, attraverso la comunicazione che si affida non più solo alle forme pubblicitarie consuete, ma veicola la "cultura industriale", "l'intelligenza" dell'impresa attraverso altri mezzi: il design, la musica, il cinema, la fotografia, i prodotti editoriali, internet. Fabrica ha scelto di scommettere sulla creatività sommersa portata da giovani artisti-sperimentatori di tutto il mondo, invitati dopo un'impegnativa selezione a sviluppare progetti concreti di comunicazione sotto la direzione artistica di esperti nei diversi settori.

F A B R I C A

Con la mostra "Fabrica: les yeux ouverts", ospitata dal Centre Pompidou nell'autunno 2006, Fabrica ha ricevuto un attestato di stima e qualità da una delle più alte istituzioni culturali al mondo. La mostra ha permesso di dare spazio espressivo alle diverse anime di Fabrica, da quella documentaristica, con COLORS e i reportage fotografici, a quella più artistica, visionaria e concettuale, con film e installazioni. Sulla scia dell'attenzione riservata al progetto dai media internazionali e del cospicuo afflusso di pubblico, la mostra ha iniziato un percorso itinerante, che l'ha portata alla Triennale di Milano nell'estate 2007, per proseguire il suo viaggio nell'autunno dello stesso anno nel continente asiatico, allo Shanghai Art Museum.

COMUNICAZIONE VISIVA

In questo ambito Fabrica ha all'attivo numerose campagne realizzate per conto di istituzioni culturali ed organizzazioni no profit come ONU, FAO (Organizzazione delle Nazioni Unite per il Cibo e l'Agricoltura), UNHCR (Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati), OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità), Amnesty International, Reporters Sans Frontières, SOS Racisme, Lawyers Committee for Human Rights e Witness. Per Benetton Group Fabrica firma dal 2000 vari progetti di comunicazione, spesso in partnership con organizzazioni umanitarie, come *James ed Altri Simili* (2004), patrocinato dalla primatologa Jane Goodall, e *Food for Life* (2003), in collaborazione con il World Food Programme, l'agenzia ONU in prima linea nella lotta contro la fame nel mondo.

FOTOGRAFIA

Un ulteriore ambito in cui si svolge la ricerca di Fabrica è la fotografia, che è alla base di mostre, come *Visions of Hope* (realizzata in occasione del primo anniversario dell'11 settembre in collaborazione con il settimanale *The New Yorker*), progetti editoriali, ad esempio *Kosovars* (edito da Leonardo Arte e

realizzato nei campi profughi in Kosovo) e *Lavoratori* (edito da Feltrinelli, sui lavoratori extracomunitari nel Nord-Est italiano) e le sopra citate campagne di comunicazione. Tra gli ultimi lavori di documentazione merita di essere ricordato *I SEE* (2006) un viaggio alla ricerca delle direttrici dello sviluppo storico, culturale, artistico e socio-economico realizzato da sei giovani fotografi nelle sei grandi aree geografiche della Terra (Nord America, Sud America, Est, Estremo Oriente, Africa, Europa). Due giovani fotografi cinesi cresciuti nell'area Fotografia hanno inoltre realizzato un intero numero di *COLORS*, pubblicato nel marzo 2007 e dedicato alla città di Pechino.

CINEMA

Con l'obiettivo di sostenere e favorire le voci indipendenti del "resto del mondo" (soprattutto in Africa e Mondo Arabo, Asia, America Latina), Fabrica ha avviato la coproduzione di una serie di film presentati in concorso ai maggiori festival europei. Da ricordare in particolare *No Man's Land* del regista bosniaco Danis Tanovic (Premio per la Miglior Sceneggiatura a Cannes 2001, Golden Globe come Miglior Film Straniero e Oscar come Miglior Film Straniero nel 2002), *Il Voto è segreto* (Secret Ballot) del regista iraniano Babak Payami (Premio per la Migliore Regia a Venezia 2001) e *Diciassette Anni* (Seventeen Years) dell'autore cinese Zhang Yuan (Leone d'Argento per la migliore regia al Festival di Venezia 1999). L'ultimo progetto cinematografico è il film *Tropical Malady*, del regista thailandese Apichatpong Weerasethakul, presentato in concorso al Festival di Cannes 2004, che ha ottenuto il Premio della Giuria.

MUSICA

Anche nella musica Fabrica vuole sperimentare nuove forme di comunicazione grazie alla creatività portata da artisti-sperimentatori provenienti da tutto il mondo. Nel 2006 ha avuto la sua prima mondiale *Winners*, un'azione musicale multimediale in collaborazione con il Brisbane Festival sul tema del dialogo tra vincitori e vinti, in cui alla musica si affiancano performance, interattività e collegamenti audio e video. Nel 2005 Fabrica ha inaugurato la Biennale Musica al Teatro La Fenice collaborando al progetto *Surrogate Cities - Venezia* del compositore tedesco Heiner Goebbels, di cui ha curato la nuova messa in scena multimediale. Del 2004 è *CREDO*, un'opera multimediale sui conflitti religiosi ed etnici, finanziata dalla Comunità Europea nell'ambito del progetto "Cultura 2000"; dopo la première allo Staatstheater di Karlsruhe, *CREDO* è stato presentato a Roma in occasione del V Summit dei Nobel per la Pace.

DESIGN

I giovani designer di Fabrica sono impegnati in innovativi progetti di design di prodotto, interni e industrial design. Dal settembre 2001 Fabrica ha avviato, con l'apertura del primo spazio a Bologna, il progetto Fabrica Features, da intendersi come luogo commerciale destinato alla vendita degli omonimi oggetti di design e al contempo spazio multietnico e

multimediale, dove concerti, proiezioni video, performance di artisti, workshop diventano momenti centrali di aggregazione. Gli spazi Fabrica Features sono presenti oggi anche a Lisbona, Hong Kong, Rotterdam e Londra. Numerose sono le collezioni di oggetti di design disegnate da Fabrica per importanti marchi internazionali, come Paola C. (due collezioni di tableware nel 2002 e 2005), Metalarte (una serie di lampade in pirex nel 2005) e Casamania by Frezza (una collezione di complementi d'arredo per il giardino presentati al Salone del Mobile di Milano nel 2005).

NUOVI MEDIA

I progetti relativi ai new media riguardano, oltre la realizzazione di siti internet che hanno ottenuto numerosi riconoscimenti internazionali, il web design, la video-art, i giochi interattivi e gli eventi multimediali. Tra i progetti attuali spicca UCB TV, il canale TV della rete commerciale Benetton, pensato per promuovere la filosofia globale del marchio, appoggiare iniziative commerciali e diffondere contenuti di entertainment e videoarte creati da Fabrica.

Vincitore del Grand Prize Award del prestigioso Japan Media Arts Festival, *FLIPBOOK!* (<http://www.fabrica.it/flipbook/>) è un progetto di animazione interattivo che consente a ciascuno, disegnando, di creare la propria storia animata da inviare e condividere online, ed ha registrato in pochi mesi oltre 200.000 animazioni e 15 milioni di visitatori.

Dal 3 marzo al 20 aprile 2007 Fabrica è stata invitata dal Museo di Arte Contemporanea di Shanghai (MoCA) a partecipare con l'installazione *Piacere, Fabrica* alla mostra di interactive e multimedia art REMOTE/CONTROL.

Fabrica si occupa inoltre dell'aggiornamento di www.benettontalk.com, un blog aperto alle idee di tutti, dove riflettere, inviare commenti e postare i propri interventi su temi globali: ambiente, diritti, diversità, comunità locali, sviluppo.

EDITORIA

L'attività nei media tradizionali come l'editoria ha prodotto una serie di pubblicazioni, per le quali Fabrica ha spesso realizzato anche le immagini fotografiche, come *COLORS 1000 Extra-Ordinary Objects* (2000, scelto dalla casa editrice Taschen tra le pubblicazioni con cui celebrare il suo 25° anniversario) e *COLORS 1000 Signs* (2004), anch'esso pubblicato da Taschen. *Fabrica 10 - From chaos to order and back* (Electa, 2004) è il sunto delle attività di Fabrica nei suoi primi 10 anni di vita.

COLORS

Nel quadro delle attività di Fabrica rientra anche la pubblicazione di *COLORS*, il magazine finanziato dal Gruppo Benetton, che dal numero 72 diventa sempre più magazine globale: alle tre edizioni bilingue – inglese più italiano, francese o spagnolo – se ne aggiunge una in cinese, che inizierà la distribuzione in Cina da novembre 2007.

La serie completa di COLORS è stata inserita nella mostra 25/25 del Design Museum di Londra (29 marzo-22 giugno 2007), che ha riunito i 25 oggetti di design che hanno maggiormente influenzato gli ultimi 25 anni.

La rivista ha ricevuto riconoscimenti da media di tutto il mondo, come ad esempio *Good Magazine*, bimestrale statunitense di cultura e società, che ha inserito i primi tredici numeri, diretti di Tibor Kalman, nella classifica delle 51 migliori riviste di tutti i tempi, o *La Vanguardia*, quotidiano spagnolo che l'ha segnalata tra le riviste culturali più di tendenza nel panorama globale. COLORS è venduto in oltre quaranta Paesi, pubblicato in tre edizioni e quattro lingue e presente su internet.

www.fabrica.it

Ottobre 2007

IL GRUPPO BENETTON

Oggi il Gruppo Benetton è presente in 120 Paesi del mondo. Il suo core business è l'abbigliamento: il gruppo ha una consolidata identità italiana di stile, qualità e passione, che si riflettono nei marchi *United Colors of Benetton*, casual, *Sisley*, più orientato al fashion, *Playlife*, abbigliamento per il tempo libero, e *Killer Loop*, streetwear. L'azienda ha una produzione totale di oltre 130 milioni di capi l'anno. La rete commerciale di 5.000 negozi moderni nel mondo offre ai clienti servizi di alta qualità e genera un fatturato totale di oltre 1,9 miliardi di euro.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Lo sviluppo della rete commerciale caratterizzata da una posizione privilegiata nei centri storici e commerciali e da un'elevata qualità dei servizi offerti alla clientela è sostenuto da un significativo programma di investimenti in tutto il mondo. I negozi Benetton ospitano le complete collezioni di abbigliamento, oltre ad un'ampia scelta di accessori e complementi d'abbigliamento, proponendo in modo globale lo stile e la qualità Benetton.

Come nell'evoluzione della rete commerciale, la costante tensione al nuovo, intesa quale rilevante fattore di sviluppo, ha attraversato fin dagli inizi i vari settori dell'organizzazione aziendale: dalla comunicazione ai sistemi informativi, dalla ricerca di nuovi materiali alla logistica integrata. Un particolare impegno nell'innovazione è dedicato alla struttura produttiva, i cui sistemi e apparati sono rinnovati completamente ogni cinque anni. Questa organizzazione ha il suo baricentro nel centro di coordinamento di Castrette (Treviso), un complesso logistico industriale dedicato all'abbigliamento, tra i più moderni al mondo.

Nonostante la dimensione globale, il Gruppo Benetton ha mantenuto forti legami con il territorio d'origine, in particolare attraverso le attività culturali della *Fondazione Benetton Studi e Ricerche* e i progetti che ruotano intorno allo sport. Dall'impegno nel rugby, volley e basket, alle storiche vittorie in Formula Uno, l'idea sportiva di Benetton propone, oltre che la ricerca dell'eccellenza agonistica, un carattere sociale di incontro, condivisione e benessere fisico che sfocia, in particolare, nell'avviamento allo sport di migliaia di giovani ogni anno.

La capacità di radicamento nella società si manifesta anche attraverso Fabrica, il centro di ricerca sulla comunicazione della Benetton. La sfida di Fabrica è quella dell'innovazione e dell'internazionalità: un modo per coniugare cultura e industria, attraverso la comunicazione che si affida non più solo alle forme pubblicitarie consuete, ma veicola la "cultura industriale", "l'intelligenza" dell'impresa attraverso altri mezzi: il design, la musica, il cinema, la fotografia, i prodotti editoriali, internet.

www.benettongroup.com

www.benetton.com

www.benettonpress.mobi

Ottobre 2007