



TORINO, ITALIA, 1895

GLI SCATTI DI AMI VITALE SONO “GOOD TO EARTH” NEL CALENDARIO LAVAZZA 2019

Sarà presentato il 21 novembre il Calendario Lavazza 2019 “Good to Earth”: la fotogiornalista americana Ami Vitale racconta e fa vivere con i suoi scatti le buone notizie per la Terra, storie di impegno per la salvaguardia del pianeta.

La natura è protagonista assoluta del progetto che, sviluppato in partnership con il Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente e con la direzione creativa di Armando Testa, ha portato alla realizzazione di sei opere di nature art immerse nell'ambiente nei quattro continenti.

Torino, 29 ottobre 2018 - La natura si fa arte nel **Calendario Lavazza 2019**. Un'arte **immersa nell'ambiente**, tutt'uno con foreste, deserti, ghiacciai e città. Una **nature art** portatrice di **buone notizie per la Terra**.

Così il Calendario Lavazza è **“Good to Earth”** e racconta - attraverso gli scatti della **fotografa Ami Vitale e sei opere artistiche immerse nella natura** - gli esempi virtuosi di chi si impegna per la salvaguardia del pianeta. Sì perché, nonostante tutto, **c'è del buono sulla Terra**. E le immagini della fotogiornalista americana celebrano proprio **le buone notizie che arrivano dalla Terra e per la Terra**, individuate in tutto il mondo insieme al Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente (**United Nations Environment Programme - UNEP**).

“La natura è l'opera d'arte per eccellenza, ma nel Calendario Lavazza diventa anche una tela bianca su cui si può incidere il proprio amore e impegno per l'ambiente. Così con un mix non convenzionale tra la fotografia d'autore di Ami Vitale e sei opere di nature art, una forma d'arte contemporanea e totalmente immersa nella natura, raccontiamo i progetti Good to Earth che fanno bene alla Terra. Buone notizie di cui oggi si avverte un grande bisogno: esempi positivi di comportamenti virtuosi, storie di riscatto personali e riqualificazione ambientale che speriamo possano contagiare le persone, soprattutto i più giovani, e ispirare un impegno diretto per la salvaguardia del nostro pianeta”, commenta Francesca Lavazza, Membro del Consiglio d'Amministrazione dell'Azienda.

A firmare il Calendario Lavazza 2019 è **Ami Vitale**, fotogiornalista americana per il National Geographic Magazine, apprezzata in tutto il mondo per la sua **capacità di raccontare e di vivere le bellezze surreali della natura**. Vincitrice di sei World Press Photos, Ami Vitale ha documentato la natura selvaggia e i bracconieri dell'Africa, ha raccontato i conflitti tra l'uomo e l'ambiente e si è impegnata in iniziative per salvare il rinoceronte bianco del Nord e reintrodurre i panda nel loro habitat. La sua filosofia del **“vivere la storia”** l'ha portata in oltre 100 Paesi, dove ha vissuto in capanne di fango e in zone di guerra, ha contratto la malaria e si è camuffata da panda per raccontarne la vita segreta (Ami Vitale è autrice del best seller “Panda Love”).

Il Calendario “Good to Earth”, da un progetto creativo di Armando Testa, sarà presentato il **21 novembre** a Torino, nella **Nuvola Lavazza**. Saranno svelati gli scatti di Ami Vitale e le originali opere di nature art che, realizzate da **sei artisti**, ognuna con tecniche differenti, si integrano nel paesaggio, in armonia con l'ecosistema e la vegetazione. Le sei opere sono

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

ispirate ad altrettanti progetti buoni per la Terra, individuati da Lavazza e dallo United Nations Environment Programme nei quattro continenti: dalla **Colombia** alla **Svizzera**, dal **Kenya** alla **Tailandia**, passando per il **Belgio** e il **Marocco**.

GOOD TO EARTH

#GoodtoEarth @Lavazza





TORINO, ITALIA, 1895

Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Fra i principali torrefattori mondiali, il Gruppo è oggi presente in oltre 90 Paesi attraverso consociate e distributori, con il 63% dei ricavi realizzato all'estero. Lavazza impiega complessivamente circa 3 mila persone, con un fatturato di 2 miliardi di euro nel 2017. Lavazza ha inventato, proprio alle sue origini, il concetto di miscela, ovvero l'arte di combinare diverse tipologie e origini geografiche del caffè, caratteristica che ancora oggi contraddistingue la maggior parte dei suoi prodotti.

L'azienda, tra le prime 100 marche al mondo per reputazione secondo il Reputation Institute, conta inoltre più di 25 anni di tradizione nel settore della produzione e della commercializzazione di sistemi e prodotti per il caffè porzionato, imponendosi come prima realtà italiana a lavorare sui sistemi a capsula espresso.

Lavazza è presente in tutti i business: a casa, fuori casa e in ufficio, puntando sempre alla costante innovazione. Ad oggi Lavazza vanta un brand conosciuto in tutto il mondo, cresciuto grazie a importanti partnership perfettamente coerenti con la strategia di internazionalizzazione della marca: come quelle, nel mondo dello sport, con i tornei tennistici del Grande Slam e – nel campo dell'arte e della cultura - con prestigiosi Musei quali il Guggenheim di New York negli USA e l'Ermitage di San Pietroburgo in Russia.