

MA **XXI**

Memorabile
Ipermoda

27.11.24
— 23.03.25

a cura di **Maria Luisa Frisa**
in collaborazione con **Camera Nazionale della Moda Italiana**
main sponsor **Fondazione Bvlgari**



glossario

memorabile agg. [dal lat. *memorabilis*, der. di *memorare* «ricordare»]. – Degno d'essere ricordato; si dice in genere di fatti, avvenimenti, periodi di tempo, o anche di parole, che abbiano in sé qualche cosa di grande, di glorioso, o siano per qualche motivo famosi. (tratto da Enciclopedia Treccani)

in poche righe

Memorabile. Ipermoda, a cura di **Maria Luisa Frisa** e in collaborazione con **Camera Nazionale della Moda Italiana**, apre al pubblico il **27 novembre** al MAXXI nella più scenografica delle sue gallerie. A dieci anni dalla mostra *Bellissima*, l'esposizione segna un nuovo capitolo nel dialogo tra moda e museo, con un perfetto intreccio in cui il progetto espositivo e quello editoriale si completano in un'opera autonoma.

La mostra, attraverso una ricca collezione di abiti, accessori, materiali d'archivio e video, racconta la moda come strumento per riflettere sul presente. Tali elementi diventano una lente per indagare le questioni che la moda pone oggi, dimostrando la sua capacità di rispondere e adattarsi ai cambiamenti sociali, politici, economici e culturali.

La mostra propone visioni che esplorano temi come il rapporto della moda con il tempo, la gestione degli archivi, il ruolo strategico dei direttori artistici nei grandi gruppi del lusso e la sfida cruciale della sostenibilità. Gli abiti e gli accessori sono disposti per creare incontri inaspettati tra haute couture e moda indipendente. Ogni creazione esposta porta con sé una storia. Attraverso le visioni artistiche dei designer, le loro ricerche e sperimentazioni, emergono memorie, emozioni e intenzioni. È una narrazione collettiva che unisce creatività, consapevolezza e immaginazione, lasciando al visitatore la possibilità di scoprire e interrogarsi.

Memorabile è il desiderio di meraviglia che, oggi più che mai, pervade la moda. *Memorabile* è l'emozione per quei manufatti che costituiscono l'architettura più prossima al nostro corpo. *Memorabile* è il dialogo tra Ordinario e Straordinario, la costante riattivazione della moda e delle sue rappresentazioni.

voci

Emanuela Bruni, Consigliera reggente Fondazione MAXXI: «Con questa mostra, ogni partner e autore ha contribuito non solo con la propria visione, ma con un'apertura al confronto che arricchisce l'esperienza e ci invita a ripensare i confini stessi della creatività e dell'arte. Le collaborazioni tra il MAXXI, Camera Nazionale della Moda Italiana, il prezioso sostegno di Fondazione Bvlgari e degli altri partner animano *Memorabile. Ipermoda* creando veri e propri spazi di crescita e trasformazione, capaci di riflettere la complessità e la diversità del mondo contemporaneo».

Carlo Capasa, Camera Nazionale della Moda Italiana: «*Memorabile. Ipermoda* restituisce una visione multiforme e critica delle istanze e delle trasformazioni che attraversano la moda oggi, fotografa un sistema in cui agiscono molteplici attori, trovano spazio le visioni di maestri e giovani autori, si coniugano heritage e innovazione, si instaura un dialogo tra culture e sensibilità, si delineano nuovi scenari per l'industria e il business all'insegna della sostenibilità, dei nuovi mezzi di divulgazione e promozione, si crea l'immagine del nostro tempo. Le molte forme della creatività sono il cuore pulsante della moda, la mostra ne racconta le molteplici sfaccettature, sottolineando anche il seminale contributo della moda italiana al sistema grazie ai brand, ai direttori creativi, agli imprenditori e ai sapienti maestri del Made in Italy».

Jean-Christophe Babin, CEO del gruppo Bvlgari e Presidente di Fondazione Bvlgari: «È un grande onore per Fondazione Bvlgari sponsorizzare per la prima volta una mostra, e felice di iniziare con "Memorabile", ospitata al Museo MAXXI. Il concetto che è alla base di questo progetto è strettamente legato al DNA di Bvlgari, perché memorabile è ciò che si crea per generare bellezza senza tempo e va ben oltre la semplice capacità di essere ricordato. Rappresenta quell'esperienza unica legata ad una creazione esclusiva, che lascia un segno profondo nell'animo e nella memoria di chi la vive. Nel cuore di Bvlgari, il concetto del "bello senza tempo" rappresenta l'anima stessa del nostro impegno verso l'eccellenza. Creare qualcosa che non si ferma la presente, ma passa di generazione in generazione. È un incontro tra tradizione e innovazione, dove la maestria artigianale che abbiamo custodito per 140 anni si fonde con l'avanguardia

creativa, dando vita a opere che non solo rispondono ai desideri del presente, ma che sopravvivono al trascorrere del tempo, diventando appunto, memorabili!».

Francesco Stocchi, Direttore artistico MAXXI: «*Memorable. Ipermoda* esplora la capacità della moda di essere straordinaria e al tempo stesso radicata nel quotidiano, presentandola quindi non solo attraverso valori estetici, ma come un mezzo espressivo che riflette e rinegozia continuamente i valori sociali e culturali. La mostra esplicita quindi il ruolo delle pratiche curatoriali della moda, ricerca bisognosa di struttura e sviluppo, in particolare in un paese che ancora oggi risulta manchevole di un museo dedicato».

Maria Luisa Frisa, curatrice della mostra: «*Memorable. Ipermoda* cerca di restituire uno spaccato della ricchezza immaginativa e progettuale della moda degli ultimi anni. Sono onorata che questa mostra sia nel segno di una significativa azione di sistema tra MAXXI Museo nazionale delle arti del XXI secolo e Camera Nazionale della Moda Italiana. In Italia che la moda entri nel Museo assume un significato particolare. Vuol dire riconoscere il valore che la moda ha nel sistema culturale contemporaneo».

tour

La cornice espositiva della Galleria 5 guida naturalmente il visitatore lungo il percorso espositivo. Fin dall'ingresso, la leggera pendenza accompagna lo sguardo, suggerendo un cammino fluido e continuo. L'allestimento si sviluppa attraverso una sequenza di scene, svelando gli abiti in modo graduale, con un gioco di prospettive che sfrutta al meglio le particolarità architettoniche dello spazio. I volumi esterni, dalle forme enigmatiche, celano interni con superfici rivestite da teli lucidi e leggeri, simili al latex, riflettendo tonalità morbide ispirate al make-up. Questo dialogo tra materiali e colori crea un'atmosfera sofisticata e contemporanea in cui ogni elemento, dalla geometria degli spazi ai rivestimenti, contribuisce a un'esperienza che unisce architettura e moda.

La mostra propone una serie di "stazioni" in cui gli abiti costruiscono relazioni inaspettate fra loro, dove i pezzi straordinari della haute couture dialogano con esperienze più indipendenti, senza gerarchie. *Memorable. Ipermoda* è l'occasione per poter ammirare i virtuosismi di Viktor&Rolf, protagonisti dell'immagine guida della mostra, insieme alla couture di Christian Dior nell'interpretazione di Maria Grazia Chiuri e a quella inaspettata di Schiaparelli secondo Daniel Roseberry, e di Balenciaga secondo il progetto di Demna Gvasalia; le esplorazioni concettuali di Jonathan Anderson e quelle politiche di Virgil Abloh per Louis Vuitton; le visioni del maschile secondo Thom Browne e Craig Green; la grande stagione contemporanea della moda italiana, dai protagonisti più affermati come Giorgio Armani, Miuccia Prada (che ora condivide la direzione creativa del suo marchio con Raf Simons) e Dolce&Gabbana (che riattivano l'archivio collaborando con Kim Kardashian), fino alle esperienze più recenti, da Alessandro Michele nella sua interpretazione di Valentino, passando per Marni secondo Francesco Risso, fino alla nuova generazione di designer rappresentata da ACT N°1 e Marco Rambaldi. Alcuni oggetti ritmano il percorso espositivo, sottolineando le atmosfere della mostra: in particolare, lo straordinario carapace in bronzo e ottone decorato con monete d'argento e gemme realizzato da Bvlgari su ideazione dell'artista Francesco Vezzoli è un oggetto spettacolare e monumentale, che ci fa riflettere sull'oscillazione sempre attuale del gusto fra massificazione e radicale individualismo.

L'allestimento è un progetto di Supervoid e tra i designer e marchi in mostra troviamo ACT N°1, Alexander McQueen, Stefano Gallici per Ann Demeulemeester, Armani Privè, Demna Gvasalia per Balenciaga, Matthieu Blazy per Bottega Veneta, Bulgari, Craig Green, Coperni, Delfina Delettrez, Glenn Martens per Diesel, Dilara Findikoglu, Raf Simons per Dior, Maria Grazia Chiuri per Dior, Dolce & Gabbana, Marco De Vincenzo per Etro, Fendace (Kim Jones e Donatella Versace), Kim Jones per Fendi, Maximilian Davis per Ferragamo, Garbagecore, Grace Wales Bonner, Alessandro Michele per Gucci, Sabato De Sarno per Gucci, Iris van Herpen, Jonathan Anderson per LOEWE, Jacquemus, Judith Clark, Virgil Abloh per Louis Vuitton, Pharrell Williams per Louis Vuitton, John Galiano per Maison Margiela, Marc Jacobs, Marco Rambaldi, Francesco Risso per Marni, Max Mara, Medea, Miu Miu, Moncler Genius, Adrian Appiolaza per Moschino, MSGM, Miuccia Prada per Prada e Raf Simons per Prada, Priscilla Anati, Rick Owens, Hedi Slimane per Saint Laurent, Anthony Vaccarello per Saint Laurent, Daniel Roseberry per Schiaparelli, Stone Island, Thom Browne, Pierpaolo Piccioli per Valentino, Alessandro Michele per Valentino, Versace, Viktor & Rolf e Virgil Abloh x Ikea.

racconti

Dalla dimensione performativa della sfilata al museo, e ritorno. I look memorabili in mostra si raccontano sul piano d'ascolto della musica, evocando il ruolo che il sound design assume in modo sempre maggiore nel definire le atmosfere dei fashion show. L'aspirazione a diventare memorabili passa anche per le onde basse, medie e alte che contribuiscono alla composizione e narrazione di un'idea. Una playlist, in collaborazione con Spotify, da ascoltare mentre si attraversa la mostra, rigorosamente in modalità shuffle, alla ricerca di sintonie e dissonanze tra abiti e suoni.

In occasione della mostra, l'Ufficio Educazione propone un articolato programma per scuole secondarie di primo e secondo grado, famiglie e adulti, tra cui visite-esplorazione, i laboratori del programma "MAXXI in famiglia", pensati per famiglie con bambini dai 5 agli 11 anni, e le visite guidate per gruppi da prenotare scrivendo a edumaxxi@fondazionemaxxi.it.

Il **catalogo** - edito da Marsilio e con i testi di Judith Clark, Emanuele Coccia, Dylan Colussi, Maria Luisa Frisa, Alexander Fury, Alessandro Giammei, Saul Marcadent, Silvano Mendes, Gabriele Monti, Marco Ricchetti, Nick Rees- Roberts, Silvia Schirinzi, Luis Venegas - è concepito come una galleria multimediale, un volume ricco di testi, immagini e un'antologia di interviste che racconta e sviluppa i temi presentati in mostra promuovendo nuovi spunti critici sulla moda contemporanea. Testi di docenti, giornalisti, curatori, scrittori, ricercatori e fashion director si intrecciano a immagini di sfilate, copertine di riviste e vedute di allestimenti dando vita a una narrazione in divenire che rende l'esperienza della moda "memorabile".

MAXXI A/R è l'edizione speciale del PCTO, ideata da Federico Borzelli e da Susanna Correrella e nata grazie al sostegno di **Cassa Depositi e Prestiti**. Con MAXXI A/R, per la prima volta, l'edificio di Zaha Hadid a Roma e il Palazzo Ardinghelli a L'Aquila sono il punto d'incontro per studentesse e studenti che attraverso le mostre *Memorabile*, *Ipermoda* e *Terreno. Tracce del disponibile quotidiano* (a cura di Lisa Andreani, che inaugura 7 dicembre) scoprono il dietro le quinte delle professioni museali, in un'esperienza che mette insieme formazione, sperimentazione e orientamento e che fa dei ragazzi i veri protagonisti e non semplici fruitori del museo. Il PCTO del MAXXI ha il patrocinio del Comune di Roma e del Comune de L'Aquila.

Info e immagini
maxxi.art/area-riservata

Ufficio stampa MAXXI
press@fondazionemaxxi.it +3906324861

Ufficio stampa HF4
press@hf4.it

Ufficio stampa Camera Nazionale della Moda Italiana
beatrice.rossaro@cameramoda.it

Ufficio stampa Karla Otto
Paola.Giannini@karlaotto.com
Marco.Peruzzo@karlaotto.com

Ufficio stampa Bvlgari
Rosaria.Rapali@bulgari.com - Patrizia.Panni@bulgari.com

in collaborazione con



Camera Nazionale della Moda Italiana

main sponsor

FONDAZIONE
BVLGARI

sponsor



sponsor tecnico

NEW WAT.

informasistemi

BONAVERI

media partner

URBAN VISION

mobility partner



FONDAZIONE
BVLGARI

A commitment towards a magnificent future

Rome, March 26, 2024

Today we can craft the magnificent future of tomorrow.

Based on this belief, Bvlgari is proud to announce the creation of **Fondazione Bvlgari**, officially introduced at the dedicated press conference at the Ara Pacis in Rome, at the presence of Jean Christophe Babin, Bvlgari CEO, and Roberto Gualtieri Mayor of Rome and Claudio Parisi Presicce Director of the Capitoline Superintendence.

The Roman Maison has always felt the duty to create permanent value through a give back approach, a sense of care for the whole community that over time has taken shape into multi-faceted initiatives.

Collaborations with charities supporting gender equality or championing equal access to education, investments to reinforce educational infrastructures, financial contributions to the conservation of Italy's cultural heritage and the establishment of a support system for the crafts community are just a few examples of this deep social, philanthropic and cultural commitment that has always distinguished Bvlgari's corporate culture.

Now, with Fondazione Bvlgari, this deeply rooted vocation and extensive range of initiatives become a clear and inspired commitment to support the territories of **arts, philanthropy and savoir-faire**.

As the pinnacle of a mission that is part of the Maison's identity, Fondazione Bvlgari is **committed to building a meaningful tomorrow through care, generosity**

and long-term dedication. Firmly believing that life can be elevated by revealing the magnificent beauty of human diversity, the foundation aims to reveal, foster and treasure the limitless potential and unique beauty concealed in every field it will operate in and in everyone that will be impacted by its actions.

"For a long time now, Bvlgari has been engaged in a wide spectrum of initiatives focused on building a magnificent future starting from our heritage. We always felt it's our duty to give back to the arts, to the cultural legacy of Rome inspiring our Maison, to the vulnerable children that need a chance to change the course of their lives through education, to the talented people that can have a positive impact on society as well as to the new generations of artisans. This deep commitment has constantly evolved over time, just as the most diverse needs dictated by global changes are never the same. Now, with Fondazione Bvlgari we have the opportunity to fully embrace this eternal metamorphosis by making an increasingly significant impact." said **Jean-Christophe Babin**, Bvlgari CEO and President of Fondazione Bvlgari.

Fondazione Bvlgari will seek magnificence in diverse and ever-evolving fields of actions, enduring Bvlgari's deeply rooted commitment to **art and patronage, education, philanthropy and inclusion, and transmission of savoir-faire**.

FONDAZIONE
BVLGARI

Art & Patronage

Perpetuating artistic heritage, Fondazione Bvlgari will support **meaningful patronage activities**, safeguarding the inestimable value of national and international landmarks for the generations of tomorrow. The foundations of this commitment have already been laid previously by Bvlgari with a long series of initiatives which started in 2006 with the financing of the restoration of the **Scala d'Oro** of the Doge's Palace in Venice and of the **Spanish Steps** in Rome in 2014. Other key patronage projects aiming to safeguard Rome's unrivalled artistic legacy followed: the restoration of the polychrome floor mosaics of the **Caracalla Baths** (2015-16); of 90 Greek and Roman statues from the **Torlonia collection**, currently the most important private collection of ancient art in the world, as the main sponsor of the restoration project (2017); of the archaeological site of the Area Sacra in **Largo Argentina** (2021); as well as the financing of the relamping of the Ara Pacis (2021). Lately, Bvlgari subscribed to another patronage for the design and realization of the museum layout, part of the public spaces of the Mausoleum of Augustus. Together with the restoration and the enhancement of Piazza Augusto Imperatore square, this project will finally give back to Rome one of its most iconic and known places in the world.

In addition to preserving historical landmarks in the wake of what Bvlgari has done to date, Fondazione Bvlgari will empower the talents of today, promoting and **leading contemporary art initiatives** and partnerships with cultural institutions, fostering innovative artistic experiences, offering visibility to emerging talents and facilitating creative cross-contamination and exchange. So far, this objective has been pursued by Bvlgari through several initiatives such as the establishment of the **Maxxi Bvlgari Prize** in 2017, a biennial recognition born in collaboration with Rome's MAXXI Museum and dedicated to young artists who have created their work in Italy, but also the partnership with the **Whitney Museum**, which sees Bvlgari as the main sponsor of the next three editions of the Whitney Biennial, the foremost exhibition of contemporary American art. The same spirit has animated Bvlgari's participation to the latest editions of Milan's **Design Week**, where contemporary artists have collaborated with the Roman Maison.

Education, Philanthropy & Inclusion

Believing that the **magnificent diversity of humanity** is a precious resource, la Fondazione Bvlgari will address social and economic cohesion **under the sign of inclusivity, sustaining equal opportunities for all**. This commitment will translate into a contribute to charities fighting poverty and discrimination, and sustaining education and health care in underserved areas on a global scale, but also into the engagement for gender equality.

In keeping with Bvlgari's support to lasting philanthropic causes fostering quality education as an indispensable premise for development, Fondazione Bvlgari will continue the path traced by the 15-year long partnership between Bvlgari and **Save the Children**.

And if education can save lives, talent can inspire just as many. **Aurora**, the award created by Bvlgari in 2016 to reward talented women in different fields, will become the official platform of Fondazione Bvlgari to magnify pioneering female voices, inspire enterprising women and create virtuous cycles of game-changing ideas and actions.

Another initiative in this field undertaken by Bvlgari and which will guide the actions of Fondazione Bvlgari in the near future is the Maison's participation in Altagamma's **Adotta Una Scuola** project, which aims to strengthen the bridge between school and industry.

Transmission of Savoir-Faire

Building another meaningful bridge between heritage and future, Fondazione Bvlgari will also **give new life to traditional arts and crafts**, guaranteeing they are being handed down to the next generation – because a magnificent tomorrow always grows from legacy. As in a new Renaissance, the human being will be placed at the center of **educational and training projects** based on inclusivity and championing a culture focused on the “art of making”. Bvlgari’s unrivalled artisanal legacy will inspire existing and new partnerships contributing to create **professional opportunities** for young generations in the field of craftsmanship, to recognize and give visibility to the talents of the industry and to develop training programs that enhance the professional skills of Bvlgari’s master artisans.

In the past years, Bvlgari has promoted numerous projects introducing younger generations to artisanal crafts, such as with the **Bvlgari Jewelry Academy (2017)**, a training path where the new recruits of the Jewelry Manufacture in Valenza will learn Bvlgari’s specific crafting techniques and the **Metier d’Excellence LVMH**, the platform born to hand down, enhance and reveal the crafts and talents of the Group. Furthermore, in the frame of the extension project of the Bvlgari Manifattura in Valenza, started in 2022, the Maison will establish **La Scuola Bvlgari**, the first Bvlgari training school for external students. This opportunity intends to offer a dedicated path to professionalize the new generations of artisans, serving, at the same time, as a cultural reference center for the goldsmith sector, propelling the Italian goldsmith tradition into the future. A key objective that from now on will also be central to the field of action of Fondazione Bvlgari.

Fondazione Bvlgari **lives and breathes the ever-evolving beauty of its birthplace, Rome**. A city whose unlimited artistic, creative and savoir faire inheritance has generated an infinite territory of cultural contamination and stratification, where art inspires new forms of art and magnificence keeps growing from its endless heritage.

Founded by Bulgari S.p.A., Fondazione Bvlgari will be governed by a Board of Members headed by President Jean-Christophe Babin and Vice President Laura Burdese.



La mission di Spotify è liberare il potenziale della creatività umana, offrendo a un milione di creator la possibilità di vivere della propria arte e a miliardi di fan di fruirne e lasciarsi ispirare. Spotify ha rivoluzionato per sempre l'ascolto della musica quando è stato lanciato nel 2008. L'ingresso nel mondo del podcasting ha portato innovazione e una nuova generazione di ascoltatori a questo format. Nel 2022 siamo entrati in un nuovo mercato audio in grande crescita, aggiungendo gli audiolibri alla nostra offerta. Oggi, più ascoltatori che mai possono scoprire, gestire e fruire di oltre 100 milioni di tracce, 6 milioni di titoli di podcast e 350.000 audiolibri à la carte su Spotify. Siamo il servizio in abbonamento di streaming audio più popolare al mondo, con oltre 640 milioni di utenti, inclusi 252 milioni di abbonati in più di 180 mercati.

Spotify's mission is to unlock the potential of human creativity by giving a million creative artists the opportunity to live off their art and billions of fans the opportunity to enjoy and be inspired by it. Spotify's platform revolutionized music listening forever when we launched in 2008. Our move into podcasting brought innovation and a new generation of listeners to the medium, and in 2022 we entered the next audio market primed for growth with the addition of audiobooks. Today, more listeners than ever can discover, manage and enjoy over 100 million tracks, 6 million podcasts titles, and 350,000 audiobooks a la carte on Spotify. We are the world's most popular audio streaming subscription service with more than 640 million users, including 252 million subscribers in more than 180 markets.

NEWMAT®

THE NEW STANDARD IN STRETCH CEILINGS



NEWMAT Company Profile

NEWMAT is a leading company in development of innovative products and services for stretch ceilings and walls in France and worldwide. The numerous technical and aesthetic advantages of the NEWMAT product lines make it possible to create high-end and unique designs for many spaces.

Invented over 5 decades ago in Sweden, the stretch PVC ceiling system became an ideal remedy for damaged plaster ceilings. However, throughout the years its numerous aesthetic and technical advantages have made it the product of choice for unlimited applications.

For the last 35 years NEWMAT and its international network have provided the architectural, design, acoustical, and lighting communities worldwide with the most creative and technically advanced ceiling and wall systems on the market.

NEWMAT has 13 main product lines:

- NEW/ACOUSTIC (acoustic stretch ceilings and walls)
- NEW/ARTLIGHTS (light fixtures)
- NEW/BIOPRUF (antibacterial stretch ceilings and walls)
- NEW/CLASSIC (classic stretch ceilings and walls)
- NEW/CONFECTION (custom-made technical fabrics)
- NEW/GRAPHIC (printed stretch ceilings and walls)
- NEW/EASYFIT (wall-to-wall stretched system)
- NEW/LIGHT (luminous stretch ceilings and walls)
- NEW/LUX3D (3D light effects)
- NEW/MIRODAL (custom-made panels)
- NEW/PERF (perforated stretch ceilings and walls)
- NEW/TEXTIL (stretch fabric ceilings and walls)
- NEW/THERMACLIM (temperature comfort system)

Because all the NEWMAT systems are custom-made and highly sophisticated, they must be installed by our international network of licensed installers, who have been trained intensively to insure a quality installation and service to match the quality of the NEWMAT products.

NEWMAT S.A.S
130/140 Rue René Cauche - 59139 NOYELLES-LES-SECLIN - FRANCE
Tél : +33(0)3 20 50 70 06 - Fax : +33(0)3 20 50 98 03
newmat@newmat.com

www.newmat.com
www.newmatworld.com



informasistemi
art & technology for communication

Informasistemi è un'azienda in attività dal 2003 ed oggi, dopo vent'anni, continua a produrre innovazione nel mondo della tecnologia e della creatività digitale. Determinati ad evolverci e a confermarsi come azienda specializzata nel panorama internazionale, sviluppiamo soluzioni innovative e customizzate.



Forniamo servizi customizzati per ogni tipologia di cliente:

Software di gestione e caricamento dei contenuti da remoto;

Produzione di contenuti creativi ad alto impatto comunicativo;

Progettazione, sviluppo e prototipazione di soluzioni tecnologiche, sia software, sia delle componenti hardware;

Assistenza post-vendita e monitoraggio delle infrastrutture e delle installazioni tecnologiche esistenti h24;



Utilizziamo la nostra esperienza per valorizzare la comunicazione, donandole qualità e profondità emozionale. Creiamo tendenze nel mondo della comunicazione, sviluppando tecnologie per implementare le strategie di marketing con soluzioni innovative e contenuti originali.

Trasformiamo qualsiasi ambiente in uno spazio interattivo e digitale, dando vita ad esperienze sensoriali. Connettiamo il mondo fisico con quello digitale ma soprattutto creiamo interazione tra i brand e i loro clienti.



BONAVERI

BONAVERI

Fondata nel 1950 a Renazzo di Cento (FE), oggi vuole semplicemente dire Manichino d'eccellenza, e ovunque sia la moda di qualità - in un negozio, in un museo, in un allestimento scenografico - là si trovano i manichini Bonaveri.

L'aver saputo saldare la capacità manifatturiera con una ricerca visionaria del senso della forma, ha consentito all'azienda di accompagnare la nascita, definizione e affermazione dell'industria della moda. Oggi Bonaveri produce circa 15 mila manichini l'anno: nelle sue collezioni si incontrano ricerca estetica, artigianalità, innovazione e sostenibilità, dalle più evocative linee a marchio *Schläppi* ai manichini bespoke di *Sartorial*, dalla collezione *Classica* alle proposte più giovanili di *B by Bonaveri* fino alle più recenti novità, come le collezioni realistiche *Adel Rootstein*.

La sede - a Renazzo di Cento (FE) - è un viaggio tra automazione e ispirazione. Visitandola è possibile passare dai laboratori per la scannerizzazione digitale dei corpi all'atelier di scultura dove - come in una bottega rinascimentale - un gruppo di scultori modellano argilla e gesso per comporre figure.

Il rapporto con i maggiori brand della moda l'ha portata ad eccellere nella creazione di manichini personalizzati, per la capacità di coniugare le esigenze di vestibilità con quelle estetiche.

Tramite l'installazione sul tetto dello stabilimento di un impianto fotovoltaico da 306 KWp, che occupa circa 2.000 mq, l'azienda ha diminuito la produzione di gas responsabili dell'effetto serra. Grazie all'impianto fotovoltaico infatti, Bonaveri ha immesso nell'atmosfera, tra il 2018 e il 2022, solo 851,84 tonnellate di CO2 invece di 2134,27 tonnellate, con una riduzione del 39,91%.



Gruppo FS

Company Profile Gruppo FS Italiane

Il Gruppo FS è al centro del sistema della mobilità del Paese e gioca un ruolo chiave nel suo sviluppo in un'ottica di integrazione tra infrastrutture e diverse modalità di trasporto. Tra i principali obiettivi di Ferrovie dello Stato Italiane c'è quello di dare certezza di esecuzione delle opere infrastrutturali, favorire il trasporto collettivo multimodale rispetto a quello privato, incrementare il trasporto merci su ferro, aumentare l'autonomia energetica. Innovazione, digitalizzazione, connettività e valorizzazione delle persone sono i fattori abilitanti su cui investire. Con i suoi oltre 92mila dipendenti FS Italiane è leader nel trasporto passeggeri e merci su ferro. L'infrastruttura ferroviaria corre per oltre 17mila km, di cui più di 1.000 chilometri di rete dedicati ai servizi Alta Velocità/Alta Capacità. Il Gruppo FS gestisce anche una rete stradale di circa 32mila chilometri.

FS Italiane Group Company Profile

The FS Group is at the heart of Italy's mobility system and plays a key role in its development with a view to integrating infrastructure and different modes of transport. The main objectives of Ferrovie dello Stato Italiane include providing certainty regarding the execution of infrastructure works, promoting multimodal collective transport over private transport, increasing rail freight transport, and improving energy autonomy. Innovation, digitisation, connectivity and empowerment of people are the enabling factors we should invest on. With over 92,000 employees, FS Italiane is a leader in passenger and freight rail transport. The railway infrastructure covers more than 17,000 km, over 1,000 km of which are dedicated to High-Speed/High-Capacity services. The FS Group also operates a road network of about 32,000 km.