



Made in Italy, cos'è Alex Webb lo racconta nel calendario Lavazza 2026

## Descrizione

(Adnkronos) Per spiegare l'italianità, elemento immateriale eppure cos'è riconoscibile in tutto il mondo, con il calendario 2026 Lavazza prosegue il racconto iniziato a livello globale con la campagna "Pleasure makes us human". E per farlo, ha affidato la direzione creativa del progetto all'agenzia Armando Testa, con cui prosegue un sodalizio consolidato nel tempo dal successo di campagne globali, e allo sguardo di Alex Webb, fotografo della prestigiosa agenzia fotografica Magnum Photos, tra i più originali street photographer contemporanei, celebre per il talento compositivo e la sensibilità cromatica. (VIDEO) (PHOTOGALLERY)

Il lancio del calendario vede per questa edizione un palcoscenico d'eccezione: per la prima volta, Lavazza presenterà al pubblico il suo Calendario in occasione di Art Basel Miami Beach, una delle fiere d'arte moderna e contemporanea più importanti al mondo, appuntamento imprescindibile per galleristi, collezionisti e appassionati d'arte di ogni latitudine. "Siamo estremamente orgogliosi di essere official partner di Art Basel Miami e partecipare a questo momento unico dove poter raccontare la nostra lunga relazione con il mondo dell'arte e della fotografia", spiega Francesca Lavazza, board member del Gruppo Lavazza.

L'arte contemporanea continua a rappresentare un linguaggio universale capace di connettere sensibilità, culture e generazioni in ogni angolo del mondo. Attraverso le sue molteplici espressioni, essa ci invita a riflettere sulla complessità del presente, esaltandone la bellezza e rivelandone le contraddizioni. Lavazza, da sempre impegnata nella promozione della cultura, ha saputo intrecciare visione e responsabilità sociale in un percorso che valorizza l'arte come strumento di dialogo e trasformazione. In questo contesto, la partecipazione ad Art Basel Miami costituisce una tappa significativa del nostro impegno nel sostenere e celebrare la creatività.

Per il nuovo calendario, Alex Webb ha realizzato le sue fotografie costruendo un personale "grand tour" in alcune suggestive location italiane, componendo una narrazione visiva calda, intensa e sofisticata, lontana dai cliché. "Pleasure makes us human" il concept che intesse gli scatti, in un racconto dove l'osservazione della vita reale si arricchisce di rimandi sottili al cinema, alla fotografia, alla pittura, traducendo con eleganza e ironia momenti del vivere quotidiano all'italiana.

A tal proposito dice Webb: «Ho sempre pensato che l'Italia avesse una certa tradizione estetica, che attraversa i secoli ed è viva ancora oggi. Una caratteristica che ho sempre percepito nella mia relazione con questo paese». Una qualità palpabile che si può ritrovare semplicemente passeggiando tra le strade, negli scorci delle città e negli angoli meno conosciuti, tra la sua gente. Una caratteristica che Webb unisce alla propria sensibilità, realizzando dodici scatti per i mesi dell'anno, a cui si aggiungono il dettaglio pensato per la cover e la back cover. Sono scatti ambientati in luoghi non consueti e compongono un ritratto inaspettato, dove il caffè si rivela come un elemento imprescindibile della convivialità e del piacere di ogni giorno. Il talento di Webb per la luce e il colore costruisce una continuità narrativa in contesti differenti, dove la sua capacità di cogliere l'imprevedibile guizzo di un momento, la vitalità di una situazione inaspettata, riesce a far emergere un ritratto ipnotico di una realtà vibrante. Dice Webb: «Ho cercato di seguire la luce, i colori e i movimenti delle persone, catturando immagini che trasmettessero un certo livello di energia e risonanza. Come fotografo, tendo a vedere la bellezza, l'arte e il piacere anche nei piccoli gesti e nei momenti semplici, come bere caffè».

Nei dodici mesi del calendario, gli attimi colti dall'obiettivo di Webb si snodano tra l'apertura su un prezioso angolo lacustre animato dalla leggerezza dei giochi dei bambini a un delizioso bar in centro città, dove un momento di pausa rivela un imprevedibile lato ludico; dallo studio artistico, dove si tramanda un'arte antica come quella della modellazione del gesso, alla bocciofila, che diventa un ritrovo per un pubblico del tutto peculiare di sacerdoti; dallo scorcio sulla cittadina di mare dove il colore riempie le strade al pranzo in trattoria, un appuntamento irrinunciabile nelle abitudini quotidiane, per fare tappa in una barberia in stile liberty e, infine, per godersi un momento di festa durante la celebre processione dedicata a Santa Rosalia a Palermo; il tutto pervaso da un'atmosfera gioiosa e dai colori caldi che richiamano l'estate, la stagione per eccellenza di scoperta dell'Italia anche da parte di chi italiano non è.

Lavazza, azienda che affonda le proprie radici in Italia ma con lo sguardo aperto verso il mondo, con il Calendario 2026 ha scelto di raccontare un'atmosfera, una sensibilità e un insieme di costumi inconfondibili e, al contempo, sempre presenti. Michele Mariani, executive creative director del Gruppo Armando Testa, dice: «Abbiamo voluto raccontare un viaggio nell'italianità, evitando ogni stereotipo. Lo abbiamo immaginato come un percorso in dodici tappe, ognuna espressione di un'umanità diversa, che ci ha permesso di esplorare in profondità le molteplici sfumature del piacere. Un concetto, quello del piacere, che appartiene da sempre al dna di Lavazza. Così è nato un itinerario ideale attraverso l'Italia più autentica, concreta e sincera».

Gli scatti evocano la leggerezza della vita dolce: i ritmi rallentano, la spontaneità si fa spazio, ogni istante può racchiudere un momento di piacere che va ricercato nel tessuto del tempo quotidiano e ne rivela il valore intimo e prezioso. Il piacere di incontrarsi, dello stare insieme, il piacere della conversazione e della buona tavola, l'attimo in cui l'incalzare della giornata lascia spazio al rito del caffè: si tratta di piccoli momenti di felicità alla portata di tutti, qualcosa di cui ognuno può fare esperienza nelle proprie giornate e che fanno parte di quel patrimonio comune che è lo stile di vita italiano. Naturalmente in compagnia di una tazzina di caffè, quest'anno più che mai protagonista degli scatti, una punteggiatura che dona espressività ad ogni momento e può trasformarlo in una piccola festa.

E se pensiamo all'italianismo espresso, che anche all'estero indica una precisa tipologia di caffè, capiamo quanto questa bevanda sia parte costituentente della cultura italiana, tanto da diventarne

una bandiera a tutte le latitudini. Sempre Francesca Lavazza spiega: «Il caffè è una scintilla, è sempre l'inizio di qualcosa. È un momento condiviso che si può raccontare ma si può anche assaporare. E, in questo caso, è un piacere fatto di piccoli gesti, legato alla spontaneità dell'essere italiani. Una spontaneità che è apertura e accoglienza». Ma c'è anche una dimensione più raccolta, meno appariscente ma altrettanto importante legata al caffè: «È un gesto che diventa più intimo quando si desidera un momento per sé, un tempo in cui ci si prende cura delle relazioni, della propria famiglia, dei propri amici. Rappresenta davvero un universo di relazioni che abbraccia tutto il mondo all'interno di una tazzina».

Con la presentazione del calendario 2026 in occasione di Art Basel Miami Beach, Lavazza conferma il proprio interesse verso l'arte e la solida presenza all'interno del panorama della cultura visiva attuale. Con un'attenzione particolare alla fotografia, grazie alla straordinaria produzione del Calendario che è arrivato ormai alla trentaquattresima edizione, coinvolgendo i più grandi talenti fotografici del mondo, Lavazza fa proprio il racconto del contemporaneo, cogliendo lo spirito dinamico del tempo attraverso l'obiettivo fotografico e attraverso autori che hanno saputo interpretare i propri valori, arricchendone la narrazione con il proprio talento e la forza di una visione sempre originale.

L'appuntamento con Art Basel Miami arriva quindi a coronamento di un lungo percorso di attività nel campo artistico, durante il quale Lavazza ha realizzato significative collaborazioni con alcune delle istituzioni e degli interpreti più importanti a livello nazionale e internazionale, tra cui la Triennale e il Mudec di Milano, la collezione Peggy Guggenheim e i musei civici di Venezia, il Guggenheim Museum di New York. Un impegno costruito nel tempo che rende Lavazza non solo ambasciatrice del caffè nel mondo, ma anche portatrice di bellezza e di creatività.

»

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

## Categoria

1. Comunicati

## Tag

1. Ultimora

## Data di creazione

Dicembre 4, 2025

## Autore

redazione