

**Zeitschrift:** Archi : rivista svizzera di architettura, ingegneria e urbanistica = Swiss review of architecture, engineering and urban planning

**Herausgeber:** Società Svizzera Ingegneri e Architetti

**Band:** - (2007)

**Heft:** 5

## Sonstiges

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 19.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



## Donne di carattere in primo piano come soggetto artistico

Puntualmente alla fine dell'anno, ecco svelato il segreto gelosamente custodito. Il calendario d'arte Lavazza 2008 sul tema «The most majestic espresso experience» – la più maestosa esperienza Espresso – fa la sua comparsa davanti al pubblico e ai media. In armonia con l'eleganza dello stile, come teatro dell'evento, è stato scelto il palazzo di Versailles di Parigi.

La 16<sup>a</sup> edizione dell'ambito calendario è dedicata alle donne imponenti e a quelle che nella vita si sentono un po' regine. Il calendario d'arte è stato realizzato dal talentuoso fotografo scozzese Finlay MacKay che con le sue preziose fotografie artistiche ha creato un variegato e pittoresco mix di pop e classico. Finlay MacKay è nato in Scozia nel 1973 e ha frequentato la scuola d'arte a Glasgow. Dopo aver collaborato con diversi fotografi, ha iniziato a lavorare come libero professionista nel 2002. Nelle sue opere si incontrano gli stili più diversi come Pop-Art, pittura in strada, fumetti, ma anche motivi della pittura classica inglese.

L'edizione 2008 del calendario d'arte Lavazza è un omaggio unico alle donne e alla loro femminilità. Anche le muse si concedono una pausa di tranquillità, scegliendo un caffè regale come Lavazza per sentirsi un po' regine anche loro. Perché è stato scelto questo tema per il calendario 2008? Francesca Lavazza, direttrice della Corporate Image del gruppo Lavazza osserva: «Il calendario è dedicato alla femminilità. Parla di donne forti, decisive, imponenti, orgogliose, ma anche semplici. Ritrae dunque soggetti importanti come lo sono tutte le donne. E non solo nel mondo delle fiabe ogni regina ha sempre accanto a sé un re, questo può accadere anche nella realtà. Nel calendario il re è l'espresso che domina maestoso la scena.» Il calendario d'arte rappresenta solo una piccola parte delle attività di marketing del gruppo Lavazza. Al centro è naturalmente sempre il marchio-caffè che è ormai diventato un cult nel mondo di tutti gli amanti dell'espresso. Ad accrescere quest'immagine positiva contribuirà sicuramente anche il calendario d'arte 2008 «The most majestic espresso experience». Sulla pagina web [www.lavazza2008.com](http://www.lavazza2008.com) è possibile avere tutte le informazioni su quest'opera d'arte. I collezionisti e le persone che non conoscono ancora il calendario Lavazza possono partecipare pure quest'anno a un concorso e vincere tra l'altro anche il calendario. Un premio di valore, poiché il calendario Lavazza non può essere acquistato da nessuna parte. Il sito consente inoltre di accedere al video del backstage di un viaggio dietro le quinte del calendario. Con la spedizione di una busta di risposta C5 affrancata con un francobollo da 1.10 CHF, è possibile ordinare gratuitamente il formato tavolo del calendario (18 x 15 cm) presso Lavazza, Casella postale 463, 6374 Buochs.

La spedizione avrà luogo fino ad esaurimento delle scorte.



## Cercasi scuole per il controllo gratuito del consumo di luce

Osram lancia una campagna speciale per gli istituti scolastici.

Nell'ambito della campagna «Tecnici Osram», il produttore di sistemi d'illuminazione cerca tre scuole che vogliono ottimizzare il consumo energetico dell'impianto d'illuminazione. L'analisi dell'attuale impianto è gratuita.

In collaborazione con la pubblicazione specializzata «Schweizer Gemeinde», Osram cerca soluzioni per ottimizzare i costi di elettricità negli istituti scolastici. I «Tecnici Osram» effettueranno un'analisi completa degli edifici selezionati, fornendo una nuova, gratuita soluzione per il sistema d'illuminazione. Per le scuole la partecipazione è semplice: basta iscriversi sul sito internet [www.osram.ch/stromfahnder](http://www.osram.ch/stromfahnder). Il sito fornisce anche informazioni dettagliate sul progetto. La partecipazione è consigliata soprattutto alle scuole il cui impianto di illuminazione ha almeno 15 anni.

Dopo la selezione degli edifici scolastici, il tecnico ispeziona l'impianto per valutarne lo stato e per un colloquio di consulenza. La valutazione della soluzione d'illuminazione adeguata viene effettuata per mezzo del nuovo software «Light Facility Management» (light@fm). Osram mette a disposizione gratuitamente il programma utilizzato nonché un numero limitato di nuove lampadine, che al termine della campagna rimarranno di proprietà delle scuole. Osram si occupa della consulenza, dell'implementazione e del calcolo del risparmio energetico. Al termine della campagna i risultati delle tre scuole vengono pubblicati in modo da incentivare altre scuole a controllare l'efficienza energetica dei propri impianti d'illuminazione.

Gli istituti scolastici prescelti vengono contattati per iscritto e ricevono un questionario che deve essere compilato prima della visita del tecnico Osram, per assicurare un'analisi il più possibile accurata. Il termine ultimo d'iscrizione è il 30 novembre 2007.

Osram SA, Bernadette Hofmaier, In der Au 6, casella postale 2179, 8401 Winterthur, telefono 052 209 92 47, fax 052 209 92 75, e-mail [bernadette.hofmaier@osram.ch](mailto:bernadette.hofmaier@osram.ch)