

made in italy's heritage

Evento concomitante ad ATP Finals 2024  
9-17 Novembre

TORINO  
Piazza Arbarello



# CLUSTER TEMATICI



Con il contributo di:



Ministero delle Imprese  
e del Made in Italy



Con il patrocinio di:

TALKS + EVENTS

ATP 2024

Made in Italy's Heritage è un'opportunità unica di collaborazione tra le imprese e un evento pubblico di grande visibilità verso un'utenza di circa 250k pax. E' pensato per promuovere le eccellenze del "saper fare" italiano e per creare sinergia e integrazione delle competenze oltre all'espansione della visibilità.

L'evento, in programma durante le ATP FINALS è progettato per valorizzare le singole imprese attraverso una piattaforma condivisa. La partecipazione congiunta ai talks permetterà di creare un'esperienza ricca e variegata per i visitatori, mettendo in luce l'innovazione, la qualità e la dedizione che caratterizzano le nostre imprese.

I principali vantaggi di questa collaborazione includono:

- **Visibilità e Riconoscimento:** Partecipare all'evento offre un'eccezionale aumento della visibilità dei marchi e del loro riconoscimento a livello locale e nazionale attraverso la partecipazione ai talks, un'occasione per comunicare i propri valori.
- **Networking e Sinergie:** Il contesto dell'evento favorirà lo scambio di idee e la creazione di nuove sinergie tra i partecipanti, aprendo la strada a potenziali collaborazioni future e a una maggiore coesione tra le nostre imprese.
- **Promozione delle Eccellenze:** Ogni azienda avrà la possibilità di presentare le proprie innovazioni e successi, mostrando al pubblico la diversità e la qualità delle nostre offerte. Questo permetterà di rafforzare la fiducia dei consumatori e di attrarne di nuovi.
- **Riscatto Sociale** le imprese hanno la possibilità di far partecipe l'utenza del loro impegno nel mettere a punto strategie produttive e sociali che rispettino i valori sociali, ambientali e di valorizzazione culturale..

Questa collaborazione rappresenta una straordinaria occasione per valorizzare l'impegno e le competenze degli imprenditori coinvolti, e siamo certi che la partecipazione all'evento si tradurrà in benefici concreti per tutte le imprese coinvolte insieme al rafforzamento della loro presenza sul mercato.

**Celebration of Heritage and Innovation:** l'evento celebra il patrimonio italiano, evidenziando l'evoluzione stilistica e tecnologica delle aziende e più in generale la capacità creativa e produttiva. I marchi italiani possono mostrare il loro contributo alla salvaguardia del pianeta esponendo le proprie strategie in materia di ambiente, sociale e culturale, rafforzando il legame tra la tradizione italiana e la capacità di innovare;

**High Visibility and International Exposure:** grazie alla concomitanza con le ATP Finals, l'evento offre una visibilità eccezionale a livello internazionale, aumentando la notorietà del marchio e creando nuove opportunità commerciali;

**Exclusive Networking Opportunities:** incontri e talks con esponenti dello sport, dell'industria e della cultura favoriscono il networking e la creazione di collaborazioni strategiche;

**Engaging and Interactive Experience:** un'esperienza immersiva con elementi visivi, sonori ed interattivi permette ai marchi di creare installazioni coinvolgenti che raccontano la loro storia e l'evoluzione dei loro prodotti;

**Educational and Cultural Contributions:** masterclass e percorsi formativi con istituzioni educative prestigiose come UNITO rafforzano l'immagine del marchio come promotore di valori culturali;

## L'EVENTO - PERCHE' PARTECIPARE

**Partecipare all'evento consente alle aziende di raccontare al pubblico il proprio heritage, comunicare il brand attraverso attività interattive e contribuire alle discussioni su sostenibilità e innovazione, consolidando la loro posizione nei confronti delle sfide del futuro in ambito sociale, ambientale e culturale in qualità di ambasciatori dell'eccellenza italiana.**

**Highlighting Sustainability and Future Vision:** l'evento pone un forte accento sulla sostenibilità, invitando i marchi a dimostrare il loro impegno verso pratiche sostenibili, migliorando la loro reputazione;

**Legacy and Modern Relevance:** essere parte di una retrospettiva degli 70 anni di storia del Made in Italy consente ai marchi storici di mostrare la loro continuità e rilevanza nel tempo, rinforzando la percezione del marchio come parte integrante della storia del nostro paese;

**Strategic Media Exposure:** la partecipazione all'evento garantisce una copertura mediatica significativa attraverso media partner e vari canali di comunicazione, amplificando la visibilità del marchio e rafforzando il posizionamento sul mercato;

**Product promotion and sampling:** l'evento offre l'opportunità di promuovere la produzione delle aziende partner attraverso offerta, degustazioni, dimostrazioni e agevolazioni all'acquisto nel corso delle attività della Geosfera eventi.

## ADESIONE FLAT VISIBILITA'

€ 1.200,00 + IVA

I **partner** beneficiano della comunicazione del logo su tutta la **letteratura dell'evento**.

Logo presente su tutte le comunicazioni ufficiali e sugli **inviti** agli eventi.

Inserimento in **cartella stampa** di flyer promo.

### TALKS

I referenti dei brand coinvolti saranno ospiti graditi all'interno dei panel che verranno costituiti per prendere parte alle discussioni collettive e alle masterclass. (vedi elenco cluster tematici).

I panel, composti da esperti, imprenditori e rappresentanti del Made in Italy, offrono un'occasione preziosa di visibilità, di comunicazione corporate del brand e di partecipazione a discussioni su tematiche rilevanti, come indicate nei cluster di seguito riportati oltre che comunicare i valori aziendali e le strategie messe a punto nel rispetto dell'ambiente, delle diversità e dell'integrazione sociale.

## ADESIONE PLUS

€ 5.000,00 + IVA

I benefici commerciali offerti alle aziende sono molteplici e rilevanti.

In aggiunta a quanto elencato per l'adesione "FLAT", il brand può

# BENEFITS E VISIBILITA' PARTNER

la partnership e le attivazioni collaterali

allestire un **corner** di dimensioni da concordare, all'interno della geosfera, attiva durante gli orari di operatività finalizzato al brand awareness, engagement e promozione retail.

Ha la facoltà inoltre di organizzare un **evento privato** per i propri clienti all'interno della geosfera.

Questo contesto offre un'opportunità unica di networking e di consolidamento delle **relazioni con i clienti** in un ambiente esclusivo e culturalmente stimolante.

Vengono riservati 10 **accessi VIP** ai brand co-sponsor per ogni evento privato a calendario, garantendo così un'esperienza privilegiata e di alto profilo oltre che un incrocio di utenze.

Inserimento del logo sul backdrop della Social Room, la capsula di comunicazione social presente all'interno della geosfera per la produzione di contenuti destinati alla viralità social.

Presidio di personale interno con la funzione di realizzare materiale promo e contributi foto/video di outfits, attrezzatura, tecnica, testi, fotografie, contributi video.

Short video sul led wall all'interno della geosfera.

Questi benefici rappresentano un valore per i brands, aumentandone la popolarità agli occhi dell'utenza, l'immagine pubblica e favorendone il riscatto sociale in relazione al rispetto dell'ambiente e della società.

## **domenica 10/11**

---

dalle ore 11.00

### **FASHION: UNA STORIA ITALIANA**

Talk e case-histories con i protagonisti delle aziende italiane che rappresentano dei punti di riferimento costanti nella storia della moda, non solo nel tennis, dall'abbigliamento al luxury. Una eredità importante che guarda a un futuro sempre più inclusivo e sostenibile.

nel pomeriggio

**SHOWCASE** del brand emergente An-Joy.

alla sera

**SFILATA INCLUSIVA** con modelli e modelle Fashion Team "Fashionable", in collaborazione con Carlo Pignatelli e CPD - Consulta persone in difficoltà.

## **martedì 12/11**

---

dalle ore 10.00

### **TECNOLOGIE AVANZATE I4.0**

Una riflessione su come l'adozione diffusa di AI, digitalizzazione e automazione nel settore produttivo abbiano rivoluzionato il mondo del lavoro e i modelli formativi.

A seguire

**SHOWCASE** con la partecipazione di imprese, istituti e Università.

dalle ore 14.00

### **INNOVAZIONE: MATERIALI E RIUSO**

Come ridurre l'impronta ecologica? Talks e dibattiti su come la ricerca sui materiali si orienta verso soluzioni innovative e sostenibili, privilegiando risorse rinnovabili e processi produttivi a basso impatto.

A seguire

**SHOWCASE** con la partecipazione di imprese, istituti e Università.

# TALK | WORKSHOP | SHOWCASE

Real Collegio - Piazza Arbarello

## **mercoledì 13/11**

---

dalle ore 10.00

### **ENERGIE RINNOVABILI E INFRASTRUTTURE SMART: LA VIA DEL DOMANI**

Confronto su come affrontare le sfide climatiche e soddisfare la crescente domanda energetica.

A seguire

**SHOWCASE** con la partecipazione di imprese, istituti e Università.

dalle ore 14.00

### **BENESSERE E NUTRIZIONE**

Incontro per parlare di salute e benessere: quali sono le sfide e le opportunità?

A seguire

**SHOWCASE** con la partecipazione di imprese, istituti e Università.

## **sabato 16/11**

---

dalle ore 10.00

### **COMUNICAZIONE**

Incontro che affronta l'evoluzione della pubblicità dagli anni '50 ad oggi, esplorando come i messaggi commerciali siano diventati più emozionali, interattivi e responsabili.

### **INCLUSIONE SOCIALE**

Lo sport presentato come un potente motore educativo che, oltre che ad allenare il corpo, educa al rispetto e all'inclusione, costruendo una società più unita.

dalle ore 14.00

### **DESIGN**

I protagonisti del design svelano i segreti delle loro icone in una mostra e in una serie di incontri unici.

## FASHION

*Il tennis: una storia italiana da rivivere attraverso i brand che ne hanno interpretato lo stile, l'eleganza, la bellezza.*

*Talk e case-histories con i protagonisti delle aziende italiane che hanno rappresentato dei punti di riferimento costanti nella storia della moda nel tennis, dall'abbigliamento al luxury.*

Tre i temi principali trattati:

**Evoluzione del design:** Negli ultimi 70 anni, il design della moda ha attraversato varie fasi, dagli stili glamour e sofisticati degli anni '50, alla rivoluzione giovanile degli anni '60 e '70 fino all'ecclettismo e alla sperimentazione degli anni '90 e 2000.

**Ricerca sui materiali:** La moda ha visto una grande evoluzione nei materiali, passando dai tessuti tradizionali a quelli sintetici, come il nylon e il poliestere negli anni '60 e '70, fino all'uso di tessuti tecnici e innovativi negli ultimi decenni. La ricerca si è oggi orientata su materiali sostenibili come fibre riciclate, tessuti biodegradabili, e tecnologie a basso impatto ambientale, con una maggiore attenzione verso la moda circolare e il design ecologico.

**Prospettive future:** La moda contemporanea affronta sfide cruciali legate al **rispetto dell'ambiente, alla giustizia sociale, e alla sostenibilità culturale.**

## I CLUSTER TEMATICI

I temi principali che verranno trattati al pubblico

## Relatori e brand





CARLO PIGNATELLI

CERRUTI  
1881





## DESIGN

*Le icone del design si raccontano in una mostra e in una serie di incontri, attraverso le parole dei protagonisti che ne hanno studiato i contorni e disegnato le linee.*

*Dalla racchetta da tennis firmata Giugiaro, alla Sedia Wibleton di Gufam, passando attraverso la Fiaccola Olimpica di Pininfarina, per arrivare ai giovani designer di Design Gang: le testimonianze di chi ha fatto storia ed ancora oggi immagina il futuro.*

L'evoluzione del design dagli anni '50 ad oggi riflette i cambiamenti sociali e culturali: gli anni '50 erano caratterizzati da eleganza e formalità. Negli anni '60 e '70, il design si fece più sperimentale, influenzato da movimenti giovanili e contro-culturali. Gli anni '80 videro l'ascesa dell'abbigliamento audace e glamour, mentre negli anni '90 e 2000 ci fu un ritorno al minimalismo e alla diversità stilistica.

Oggi, il design si orienta verso **sostenibilità, innovazione tecnologica e inclusione sociale**. Le linee guida future includono materiali eco-compatibili, design circolare e maggiore attenzione all'inclusività culturale e sociale.

## I CLUSTER TEMATICI

I temi principali che verranno trattati al pubblico

## Relatori e brand



**GIUGIARO**  
D E S I G N

**Gufam**



**Benedetto Camerana**  
(Camerana&Partners)



## INCLUSIONE E VALORI SOCIALI DELLO SPORT

*Lo sport come strumento educativo e di coesione sociale, rispetto delle regole e del prossimo. L'integrazione delle diversità, delle minoranze, dei disabili e delle persone in difficoltà all'interno delle aziende e più in generale è cruciale per costruire una società inclusiva e ambienti di lavoro stimolanti. L'enfasi va sull'universalità dei principi trasmessi dallo sport e sul loro impatto duraturo nella costruzione di una società più giusta e solidale.*

*Questo approccio non solo promuove l'uguaglianza e i diritti umani, ma apporta anche numerosi benefici alle aziende: Integrando diversità e supportando le minoranze e le persone in difficoltà, le aziende non solo rispettano i principi di giustizia sociale, ma costruiscono anche una forza lavoro più forte e coesa.*

Grazie a CDP - Consulta per le persone in difficoltà, si parlerà di sport e inclusione attraverso le esperienze, i progetti, le vittorie dei protagonisti di un mondo ancora circondato da troppe barriere.

## I CLUSTER TEMATICI

I temi principali che verranno trattati

### Relatori e brand





## COMUNICAZIONE

**Il tennis nella pubblicità, tra carta stampata, radio e televisione. Il racconto delle grandi firme della comunicazione italiana attraverso autorevoli case-histories, e memorabilia audio e video.**

*Una mostra di manifesti e campagne pubblicitarie attraverso il tempo insieme ai protagonisti. Incontro con i communication design, copywriter e creatori dell'immagine.*

Dagli anni '50 ad oggi, la comunicazione commerciale è passata da messaggi semplici e diretti su media tradizionali (TV, radio, stampa) a campagne sempre più sofisticate e mirate. Negli anni '80 e '90, l'ascesa della pubblicità visiva e del branding ha reso il marketing più emozionale. Con l'avvento di Internet e dei social media negli anni 2000, la comunicazione si è frammentata, diventando più interattiva e personalizzata. Oggi, le aziende affrontano sfide ambientali e sociali puntando su trasparenza, sostenibilità e responsabilità sociale. Le strategie future includono marketing etico, storytelling autentico, attenzione all'inclusività, e l'adozione di pratiche eco-compatibili per rispondere alle aspettative di consumatori consapevoli.

## I CLUSTER TEMATICI

I temi principali che verranno trattati

### Relatori e brand



## INNOVAZIONE: MATERIALI E UPCYCLING

**L'attività di ricerca sui materiali impiegati nella produzione moderna è sempre più orientata verso la sostenibilità e l'innovazione sviluppando nuovi materiali ecologici, come fibre biodegradabili, tessuti riciclati, e materiali a basso impatto ambientale. Questi sforzi puntano a ridurre l'uso di risorse non rinnovabili e limitare gli sprechi. Materiali come il cotone organico, il poliestere riciclato e le bioplastiche sono alcuni esempi di questa trasformazione.**

*Riducendo la quantità di rifiuti inviati alle discariche e diminuendo la necessità di nuove risorse, l'upcycling contribuisce a mitigare l'impatto ambientale della produzione. Inoltre, incoraggia un consumo più consapevole e sostenibile, promuovendo un'economia circolare. Socialmente, questa pratica può anche stimolare creatività, artigianato e nuove opportunità economiche, migliorando l'approccio alla moda, al design e alla produzione.*

## I CLUSTER TEMATICI

In collaborazione con altri enti

## TECNOLOGIE AVANZATE

**AI, digitalizzazione, automazione sono largamente adottate dalle aziende produttive e questa attitudine ha radicalmente modificato il mondo del lavoro e l'attività formativa.**

*Nel contesto dell'evoluzione tecnologica e dell'industria 4.0, il rapporto tra formazione tecnica e mondo aziendale è diventato cruciale per garantire la competitività del mercato del lavoro.*

Come l'innovazione stia trasformando il mondo del lavoro e l'istruzione. Le aziende, sempre più orientate verso l'automazione, l'intelligenza artificiale e la digitalizzazione, necessitano di competenze specifiche e aggiornate. Gli istituti scolastici, con un approccio pratico e tecnico, sono chiamati a formare studenti pronti a inserirsi in contesti aziendali innovativi. Il dibattito esplora come le aziende possano collaborare attivamente attraverso stage, progetti di ricerca e formazione su tecnologie avanzate, preparando gli studenti a rispondere alle esigenze del mercato. L'accento va sull'importanza di promuovere una formazione continua per mantenere alta la competitività del made in Italy.

## BENESSERE E NUTRIZIONE

**Dibattito sulle più importanti tematiche legate alla salute, ai corretti stili di vita e al benessere generale.**

*Lo sport svolge un ruolo fondamentale nello stimolare una corretta alimentazione e nel promuovere il benessere psico-fisico nei giovani.*

Praticare attività fisica regolarmente richiede un apporto nutrizionale bilanciato per sostenere le prestazioni e favorire il recupero, spingendo i giovani a comprendere l'importanza di una dieta equilibrata. Inoltre, lo sport aiuta a sviluppare abitudini sane, educando i giovani su cosa significa nutrirsi correttamente per mantenere energia e concentrazione.

Lo sport insegna anche la disciplina, l'autocontrollo e la gestione delle emozioni, contribuendo al benessere mentale. La socializzazione che avviene attraverso l'attività sportiva, inoltre, favorisce l'autostima e il senso di appartenenza, aiutando i giovani a sviluppare relazioni positive e una maggiore resilienza nelle sfide quotidiane.

## I CLUSTER TEMATICI

In collaborazione con altri enti

## ENERGIE E INFRASTRUTTURE

Le nuove tecnologie e le fonti di energia rinnovabile plasmano un futuro più verde e sicuro, riducendo l'impatto ambientale e favorendo la transizione energetica. Le infrastrutture moderne devono essere in grado di supportare una crescente domanda di energia, garantendo al contempo efficienza e resilienza di fronte ai cambiamenti climatici.

La costruzione e la gestione di infrastrutture sostenibili non solo riducono l'impronta di carbonio, ma migliorano anche la qualità della vita, promuovendo una maggiore sicurezza energetica e accesso equo alle risorse. L'innovazione tecnologica, attraverso l'automazione e la digitalizzazione, consente di ottimizzare i processi e favorire l'integrazione di sistemi intelligenti, migliorando l'efficienza operativa e la gestione delle risorse. Investire in infrastrutture verdi aiuta a creare nuove opportunità di lavoro, promuovendo una crescita economica sostenibile e resiliente, con l'obiettivo di garantire un futuro energetico sicuro e accessibile per le nuove generazioni.

## CONTATTI



@fashionteamtorino



fashionteam



fashionteam



info@fashionteam.it  
webclub@fashionteam.it



FASHION TEAM  
C. so Vittorio Emanuele II, 74  
10121  
Torino - Italia  
+39 011 540101



*Key Account Event Manager*  
Roberto Maglietti  
r.maglietti@fashionteam.it

*Content creation - supervising:*  
Monica Carelli

*Special Project Advisor:*  
Miguel Cardillo  
Federica Cencig

