

SONY

Sony collabora con Stella McCartney per la sfilata alla Settimana della moda di Parigi® 2024

Gli schermi BRAVIA Professional BZ40L e BZ30J, innovativi per le prestazioni ambientali e con il meglio delle tecnologie Sony, accompagnano la sfilata di Stella McCartney.



Parigi, 5 marzo 2024 - Nell'ambito dell'impegno comune per la sostenibilità, Sony Professional supporta la stilista Stella McCartney nell'allestimento della propria sfilata per la Paris Fashion Week® 2024 che si è tenuta lunedì 4 marzo 2024, con l'allestimento di 43 display professionali BRAVIA della linea BZ40L e BZ30J.

Il meglio della tecnologia Sony a ridotto impatto ambientale

La sfida consisteva nel fornire immagini chiare, luminose e di alta qualità che fossero all'altezza dell'allestimento della stilista in un ambiente impegnativo con una passerella in una serra fortemente illuminata. La serie BRAVIA BZ40L era la soluzione ideale. Questa serie si avvale delle più recenti tecnologie di visualizzazione all'avanguardia del settore per offrire prestazioni di immagine di altissima qualità e un trattamento del pannello all'avanguardia, a differenza degli schermi concorrenti presenti sul mercato. Il BRAVIA BZ40L è dotato della tecnologia Deep Black Non-Glare (DBNG), che garantisce un'incredibile qualità dell'immagine, attenuando i riflessi anche nelle condizioni di illuminazione più difficili. Ciò garantisce che gli schermi mantengano livelli di nero sontuosi e immagini luminose e vibranti anche dagli angoli di visione più ampi.



Il progettista voleva anche un mix di dimensioni dello schermo, comprese alcune delle dimensioni più piccole, per massimizzare l'impatto. La serie [BZ30L](#) è disponibile in uno schermo compatto da 32 pollici, con una superba qualità d'immagine 4K, colori e contrasto eccezionali e un trattamento antiriflesso del 25%. Combinando colori, contrasto, chiarezza e movimento eccezionali. Sottile ed elegante, il [BZ30L](#) è progettato per un'ampia gamma di applicazioni.

Tutti i prodotti prestatati sono progettati tenendo conto della responsabilità sostenibile, un punto essenziale per questa partnership.

"Siamo sempre alla ricerca di innovazioni e tecnologie più consapevoli in tutto ciò che facciamo qui a Stella. La visione di Sony in materia di sostenibilità è in linea con la nostra, il che rende naturale la collaborazione per la nostra sfilata invernale 2024". Il marchio Stella McCartney

Come marchio di lusso progressista, Stella McCartney è sempre stata lungimirante. ¹Si impegna a creare prodotti con il minor impatto ambientale possibile, assumendosi la responsabilità delle risorse utilizzate e dell'impatto sulle persone, sugli animali e sul pianeta. La lotta contro il degrado della biodiversità e il cambiamento climatico richiede che l'intero settore della moda si adoperi per trasformazioni che abbiano un impatto sul nostro ecosistema più ampio.

Lo sviluppo sostenibile al centro dell'approccio di Sony

Consapevole del proprio impatto ambientale e di quello dei propri prodotti, il Gruppo Sony si impegna per la sostenibilità, dal processo di sviluppo fino all'esperienza visiva. Sony sta attuando un piano ambientale a lungo termine chiamato "Road to Zero", che mira a costruire una società sostenibile, con l'obiettivo di raggiungere un'impronta ambientale pari a zero nell'intero ciclo di vita dei propri prodotti e attività commerciali entro il 2050. Fedele a questi obiettivi, Sony sta aumentando la percentuale di materiali riciclati nei suoi dispositivi senza sacrificare il design e la durata. Il gruppo ha ridotto l'uso complessivo di plastica vergine fino al 60% grazie al materiale [SORPLAS™](#) sviluppato da Sony. Oltre alla plastica riciclata, Sony sta accelerando i suoi sforzi riducendo il consumo energetico dei prodotti, eliminando la plastica dagli imballaggi dei piccoli prodotti di nuova concezione e introducendo le energie rinnovabili.

²15 modelli di display professionali BRAVIA (tra cui la serie [BZ40L](#)), incorporano questi elementi di sostenibilità, dall'uso di plastica [SORPLAS™](#) altamente riciclata alla riduzione dell'inchiostro utilizzato nei cartoni, oltre a un supporto opzionale per ridurre i rifiuti e a un cruscotto Eco per comprendere meglio il consumo energetico in base alla configurazione delle impostazioni.

1 <https://www.stellamccartney.com/fr/fr/sustainability/sustainability.html>

2 https://pro.sony/fr_FR/products/professional-displays/sustainability-bravia-displays

-FINE...

Per ulteriori informazioni, visitare <http://pro.sony.eu> o contattare l'ufficio stampa di Sony Professional Displays & Solutions all'indirizzo: press.europe@sony.com.

Informazioni su Sony Corporation

Sony Corporation è una società interamente controllata da Sony Group Corporation. È responsabile delle attività di Entertainment, Technology & Services (ET&S) all'interno del Gruppo Sony. Con



l'ambizione di "continuare a portare Kando e Anshin* nel mondo attraverso la tecnologia e i progetti innovativi", Sony Corporation supporta Sony Group con tecnologie in grado di dare vita all'intrattenimento del futuro con i creatori.

Per ulteriori informazioni, visitare il sito: www.sony.net

Informazioni su Sony Europe B.V.

Sony Europe B.V. è una filiale di Sony Corporation, con sede nel Regno Unito. Come parte del Gruppo Sony, siamo responsabili del settore Consumer and Professional Leisure Technologies and Services e del settore Imaging and Sensor Solutions in Europa. Dalla ricerca e sviluppo alla progettazione, al design, alle vendite, al marketing, alla distribuzione e al servizio clienti, perseguiamo l'obiettivo di Sony di offrire al mondo ogni possibile emozione attraverso la potenza della creatività e della tecnologia.

Per saperne di più, visitare: www.sony.eu/presscentre

Informazioni su Stella McCartney

Stella McCartney è un marchio di lifestyle di lusso lanciato con il nome della stilista nel 2001. Il marchio esalta la femminilità sicura di sé con una moda elevata e consapevole, ma senza sforzo. Il marchio si impegna a essere un'azienda etica e moderna, ritenendo di essere responsabile delle risorse che utilizza e dell'impatto che ha sull'ambiente. Per questo motivo innova costantemente nuovi modi per diventare più sostenibile, dalla progettazione alle pratiche di negozio e alla produzione dei prodotti. Da sempre vegetariana, Stella McCartney non utilizza mai pelle, piume, pellicce o pelli per i suoi prodotti, per motivi etici e ambientali, ed è pioniera nell'uso di materiali alternativi. Sostenendo l'agricoltura rigenerativa e la circolarità, il marchio sta abbracciando nuovi modelli di business che trasformeranno il modo in cui gli abiti vengono acquistati, prodotti, venduti, condivisi, riparati e riutilizzati, promuovendo prodotti di lunga durata con un uso prolungato per ridurre l'impatto ambientale. Stella è anche cofondatrice del Fondo SOS, che investe in start-up di nuova generazione a livello di base per sostenere soluzioni e innovazioni positive per la natura.

Oggi Stella McCartney spazia dal prêt-à-porter femminile alla capsule unisex, all'abbigliamento per bambini, agli accessori, ai costumi da bagno, alla lingerie, alla collaborazione con adidas per l'abbigliamento performante, alla cura della pelle STELLA e molto altro ancora, con 48 negozi di proprietà e 21 negozi in franchising a New York, Londra, Parigi, Milano, Tokyo, Shanghai e Pechino. Le nostre collezioni sono vendute in 77 paesi attraverso 863 negozi specializzati e grandi magazzini e vengono spedite in 100 paesi via Internet.

Per saperne di più: stellamccartney.com

Contatti stampa:

Elena Giffoni

+39 3472626681

elena.giffoni@sony.com

elena.giffoni@giffonipr.com

SONY