

Stella McCartney digitalizza i punti vendita globali con Sony BRAVIA e TRISON



La gamma di display BRAVIA Professional di Sony viene implementata a livello globale nei negozi monomarca di Stella McCartney per promuovere la campagna Inverno 2024.

Weybridge, Regno Unito, 4 febbraio 2025 - In collaborazione con la stilista Stella McCartney, Sony ha annunciato che la gamma di display professionali BRAVIA [BZ40L](#), [BZ35L](#) e [BZ30J](#) è stata implementata in 11 punti vendita monomarca di Stella McCartney per digitalizzare le facciate dei negozi e promuovere la collezione Inverno 2024.

Poiché ogni flagship store richiedeva una configurazione diversa in base alle dimensioni e alla disposizione della vetrina, per Stella McCartney era essenziale implementare una soluzione che potesse essere facilmente installata e rimanesse flessibile alle riconfigurazioni quando necessario. L'integratore digitale Trison UK e Stella McCartney hanno scelto i [display BRAVIA Professional](#) di Sony da installare in design personalizzati e flessibili per soddisfare le esigenze e le disposizioni dei flagship store.

In seguito alla collaborazione avviata all'inizio del 2024 tra Sony e Stella McCartney, che ha visto l'utilizzo dei display BRAVIA Professional di Sony per la presentazione della sfilata invernale 2024 della stilista durante la settimana della moda di Parigi e per il suo manifesto sostenibile a favore della Madre Terra, Stella McCartney era già a conoscenza dell'alta qualità e del design premium che contraddistinguono i display BRAVIA Professional di Sony. I display BZ40L, dotati di tecnologia di rivestimento Deep Black Non-Glare, offrono un'incredibile qualità dell'immagine, attenuando al contempo i riflessi anche nelle condizioni di illuminazione più difficili, come le vetrine luminose e colorate dei negozi. Come per la sfilata di Stella McCartney a Parigi, la stilista ha voluto un mix di schermi per massimizzare l'impatto. Il BZ30J vanta una superba qualità d'immagine 4K, colori e contrasto eccezionali, disponibile in un formato compatto da 32".

"Il nostro marchio Stella McCartney rappresenta l'essenza e l'esperienza del nostro brand, quindi era fondamentale che la soluzione per i punti vendita fosse in grado di fornire l'alta qualità delle immagini necessaria per mostrare l'energia creativa, la moda e i dettagli d'impatto della nostra campagna Inverno 2024. La tecnologia di Sony non solo ci ha aiutato a dare vita alla nostra visione, ma condivide anche i nostri valori di sostenibilità e innovazione". Il marchio Stella McCartney.

"Sfruttare la presenza globale di TRISON per realizzare un progetto e una soluzione di alta qualità, professionale e di alto livello per i flagship store di Stella McCartney è stato davvero entusiasmante per tutto il team e qualcosa che solo TRISON, lavorando con un marchio come Sony e la sua impressionante gamma BZ, poteva offrire", commenta Peter Critchley, CEO britannico, TRISON.

"Dopo il successo della sfilata Winter 2024 di Stella McCartney durante la settimana della moda di Parigi, è stato un privilegio collaborare nuovamente con la stilista per supportare le sue nuove vetrine, con la tecnologia al centro per promuovere la collezione Winter 2024. Siamo orgogliosi dell'eccezionale qualità delle immagini e della tecnologia premium che i nostri display BRAVIA Professional sono in grado di offrire, il tutto tenendo conto della sostenibilità, dall'idea iniziale all'installazione", commenta Mark Stanborough, Business Development Manager, Sony Europe.

La sostenibilità al centro della nostra partnership

Come marchio di lusso progressista, Stella McCartney è sempre stata lungimirante. Si impegna a creare prodotti con il minor impatto ambientale possibile, assumendosi la responsabilità delle risorse utilizzate e delle ripercussioni 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.

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 suoi prodotti e delle sue 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 gli sforzi riducendo il consumo energetico dei prodotti, eliminando la plastica dagli imballaggi dei piccoli prodotti di nuova concezione e introducendo le energie rinnovabili.

15 modelli di display professionali BRAVIA (compresa 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.

Le nuove facciate dei negozi Stella McCartney con [display professionali BRAVIA](#) di Sony possono essere ammirate e provate nei seguenti undici flagship store:

- LONDRA, REGNO UNITO
- PARIGI, FRANCIA
- SOHO, NYC US
- AOYAMA, GIAPPONE
- PUNTO DI RIFERIMENTO, HONG KONG

- MILANO, ITALIA
- MADRID, SPAGNA
- BARCELONA, SPAGNA
- COSTA MESA, CALIFORNIA US
- LAS VEGAS, USA
- BAL HARBOUR, FLORIDA

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

-FINE-

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 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: <https://www.stellamccartney.com/it/it>

Contatti stampa:

Elena Giffoni | PR Sony Pro

Professional Solutions Europe, a Division of Sony Europe B.V.

elena.giffoni@sony.com

elena.giffoni@giffonipr.com

+39 3472626681

SONY