



Il merchandising non è un semplice accessorio. È un'estensione fisica e narrativa della tua identità, che le persone possono toccare e portare con sé, mantenendo viva la loro esperienza nel tempo.

Merchandising is not just an accessory. It's a physical and narrative extension of your identity, something people can hold, take with them, and keep as a living piece of their experience.

AD HOC
PREVIEW

Artefatto

CON AD HOC PUOI CREARE LA TUA COLLEZIONE
DI MERCHANDISING PERSONALIZZATA.
LA SVILUPPIAMO INSIEME, PASSO DOPO PASSO:
DALL'IDEA ALLA SELEZIONE DEI PRODOTTI,
DALLA GRAFICA ALLA PRODUZIONE,
FINO ALLA CONSEGNA NEL TUO SHOP.

*BUILD YOUR OWN CUSTOMIZED
MERCHANDISE COLLECTION WITH AD HOC.
FROM THE FIRST IDEA TO PRODUCT SELECTION,
FROM DESIGN TO PRODUCTION,
ALL THE WAY TO FINAL DELIVERY TO YOUR SHOP,
WE GUIDE YOU THROUGH EVERY STEP OF THE PROCESS.*

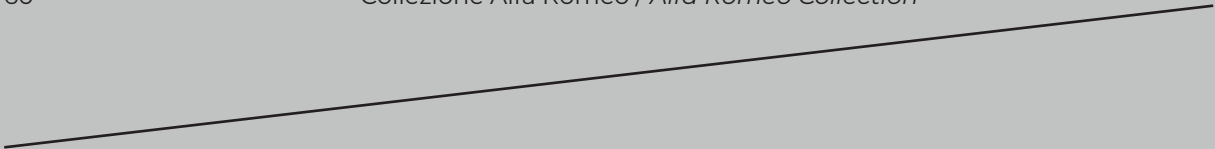
9 ARTEFATTO

10 Su di Noi / *About us*



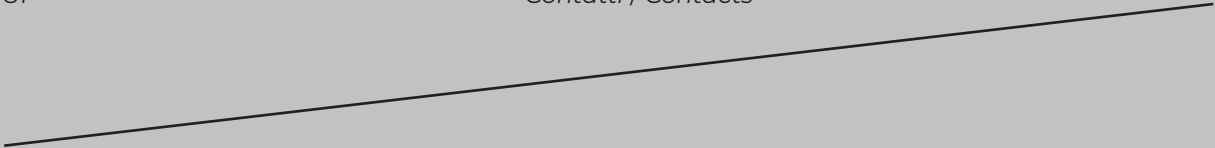
14 AD HOC
COLLEZIONI
AD HOC
COLLECTIONS

15 Introduzione / *Introduction*
18 Collezione Musei Vaticani / *Vatican Museums Collection*
26 Collezione Tim Burton / *Tim Burton Collection*
34 Collezione Museo Lavazza Kids / *Lavazza Museum Kids Collection*
40 Collezione Tesori dei Faraoni / *Pharaohs' Treasures Collection*
50 Collezioni MUSE / *MUSE Collections*
60 Collezione Alfa Romeo / *Alfa Romeo Collection*



68 I NOSTRI SERVIZI
OUR SERVICES

70 Collezioni Licenze / *Collections Licenses*
72 Museum Shop / *Museum Shop*
74 Servizi Editoriali / *Editorial Services*
76 Collezione Arkè / *Arkè Collection*
78 Ufficio Qualità / *Quality Office*
81 Contatti / *Contacts*





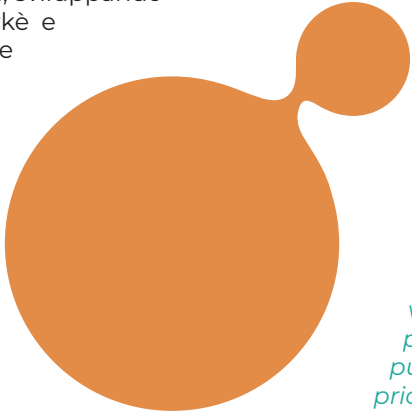
Chi siamo

About us

MERCHANDISING IDENTITIES

IT

Artefatto nasce a Torino nel 1995. Inizia come distributore nel settore museale e avvia la sua prima collaborazione con il Museo Egizio di Torino due anni dopo. Nel giro di pochi anni, si afferma nel panorama italiano ed europeo del **merchandising culturale**, diventando distributore esclusivo di marchi internazionali, sviluppando il primo catalogo di prodotti Arkè e arrivando oggi a essere presente in oltre **250 museumshop nel mondo**. Dal 2008 entra nella **gestione diretta dei punti vendita museali**. Da quel momento, la presenza nei negozi e il rapporto diretto col pubblico permette di verificare direttamente e costantemente i prodotti che piacciono e quelli che vendono meno, osservare i comportamenti d'acquisto e ottimizzare pricing e visual. Negli anni, Artefatto diventa **fornitore ufficiale** di realtà come i Musei Vaticani, Lavazza, Gallerie degli Uffizi, Colosseo e **licenziatario ufficiale** di M.C. Escher e Geronimo Stilton. Nel 2023 affronta un rebranding completo e si trasferisce nella nuova sede in Strada del Drosso, e nel 2025 celebra i suoi **30 anni**, tenendo sempre a mente le proprie missioni: essere un ponte tra patrimonio e prodotto, tra cultura e mercato.



EN

***Artefatto was founded in Turin in 1995.** It began as a distributor for museums, starting with its first partnership with the Egyptian Museum of Turin. Within a few years, it established a strong presence in the Italian and European **cultural merchandising** landscape, becoming the exclusive distributor of international brands, developing Arkè's first product catalogue, and now operating in over **250 museum shops worldwide**. In 2008, Artefatto expanded into **management of museum shops**. Involvement in the stores and direct interaction with visitors have allowed to test products in real time, observe purchasing behaviour, and refine pricing, assortment, and visual strategies. Over time, Artefatto has become the **official supplier** for institutions such as the Vatican Museums, Lavazza, Uffizi Galleries, Colosseum and the **official licensee** of M.C. Escher and Geronimo Stilton. In 2023, the company had a full rebranding and moved to its new headquarters in Strada del Drosso. In 2025, as it celebrates its **30th anniversary**, Artefatto remains committed to its mission: building a bridge between heritage and product, between culture and the marketplace.*

TRASFORMIAMO
I RICORDI IN OGGETTI.
WE TURN MEMORIES INTO OBJECTS.

Mission

Creiamo collezioni di prodotti e sistemi di vendita per istituzioni culturali, brand e committenti pubblici e privati, coniugando progettazione creativa, visione curatoriale e capacità operativa. **Vogliamo dare forma e mercato ai contenuti culturali.**

Vision

Crediamo in oggetti che parlano. In prodotti che raccontano storie, e che restano. Vogliamo che chi entra in contatto con un museo o un brand, possa uscirne portandosi dietro un frammento di quella esperienza, concreto e significativo.

Mission

*We develop product collections and retail systems for cultural institutions, brands, public or private organizations, blending design, curatorial thinking, and execution. **Our mission is to transform cultural content into tangible value.***

Vision

***We believe in objects that tell a story** — products that communicate and endure. We want everyone who comes into contact with a museum or a brand to take away a meaningful piece of that experience: real, lasting, and their own.*



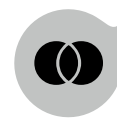


CHI SIAMO
ABOUT US

Valori



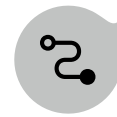
Cultura come materia viva: il patrimonio culturale va attivato, trasformato e diffuso, non solo conservato.



Accessibilità senza banalità: progettiamo per un pubblico più ampio possibile, senza perdere profondità.



Sartorialità produttiva: ogni progetto è unico, ogni cliente anche.



Solidità operativa: semplifichiamo la gestione del merchandising seguendo il processo - prodotti, logistica, grafiche, magazzino ed e-commerce, così il cliente può concentrarsi sul proprio core business.



Relazioni umane: crediamo nella fiducia, nella collaborazione e nella generosità – nei progetti, nelle relazioni, nel modo di accogliere: come offrire Barbaresco grissini a fine riunione.

Values

Culture as a living matter: heritage is something to activate, reinterpret, and circulate — not simply preserve.

Accessible, never simplistic: we design for the broadest audience possible, while keeping meaning and depth intact.

Bespoke creation: no two projects are the same — and neither are our clients.

Operational strength: we streamline merchandising management across products, logistics, design, warehousing and e-commerce, in order to clients free to focus on their core business.

Human relationships: we believe in trustworthiness, collaboration and generosity—and it shows in the way we welcome others, like offering Barbaresco and grissini at the end of a meeting.

Ad Hoc Collezioni personalizzate

Ad Hoc Collections personalized

MERCHANDISING IDENTITIES

IT

Le **collezioni Ad Hoc** sono la nostra forma più **sartoriale di progettazione**: un lavoro fatto su misura, costruito insieme al committente e pensato per rispondere a un'identità, a un luogo, a un pubblico preciso. **Ogni progetto Ad Hoc è unico.** Parte dall'ascolto e si sviluppa attraverso un percorso condiviso: ricerca e scouting dei prodotti più adatti, sviluppo tecnico, proposte visive, mock-up, revisione e approvazione. Poi arriva la parte più concreta: campionatura, produzione, logistica e consegna. Un ciclo completo, **interamente gestito da Artefatto**. Con Ad Hoc creiamo una collezione che parla di te, subito pronta a vivere nel tuo museum shop.

EN

***Ad Hoc collections** are our most tailored form of design, a fully bespoke process built together with a single client and shaped around a specific identity, place, and audience. **Every Ad Hoc project is unique.** It begins with listening and grows through a shared path: research and scouting of the most suitable products, technical development, visual proposals, mock-ups, revisions, and approval. Then comes the hands-on phase: sampling, production, and finally logistics and delivery. A complete cycle, **fully managed by Artefatto**. With Ad Hoc, we create a collection that speaks for you, ready to come to life on the shelves of your museum shop.*



Ad Hoc
Esplora il Catalogo

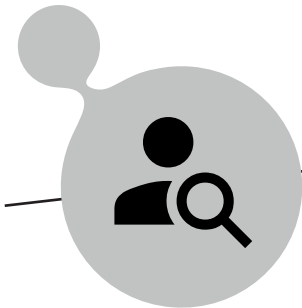


Ad Hoc
Explore the Catalogue

COME LAVORIAMO:
HOW WE WORK:

Ricerca
Analizziamo la tua realtà,
il tuo pubblico e il tuo contesto
per definire una strategia mirata.

Research
*We explore your world, audience,
and market landscape to define
a focused, effective strategy.*



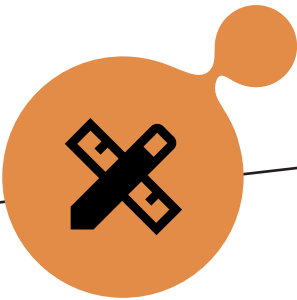
Scouting
Individuiamo e selezioniamo
i prodotti più adatti alle tue esigenze, valutando
qualità, posizionamento e potenziale di mercato.

Scouting
*We source and select the products that best
match your objectives, assessing quality,
positioning, and market potential.*



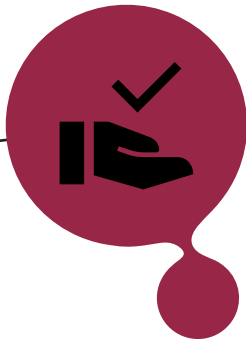
Design
Creiamo grafiche e mockup
personalizzati, in linea con
la tua identità visiva e il tuo stile.

Design
*We develop custom graphics
and mockups that align seamlessly
with your visual identity and tone of voice.*



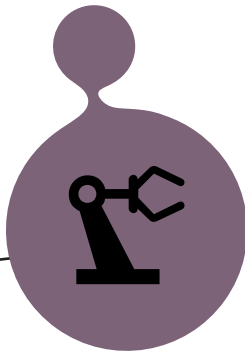
Approvazione
Raccogliamo i tuoi feedback
e perfezioniamo la proposta fino
alla completa validazione del progetto.

Approval
*We gather your feedback and refine
every detail until the project is green-lit
and ready to move forward.*



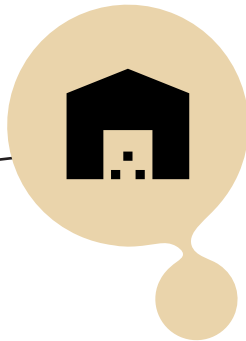
Produzione
Diamo forma ai tuoi prodotti affidandoci
alla nostra rete di produttori qualificati,
consolidata in oltre 30 anni di esperienza.

Production
*We turn ideas into objects,
relying on a trusted network
of skilled manufacturers built
over more than 30 years.*

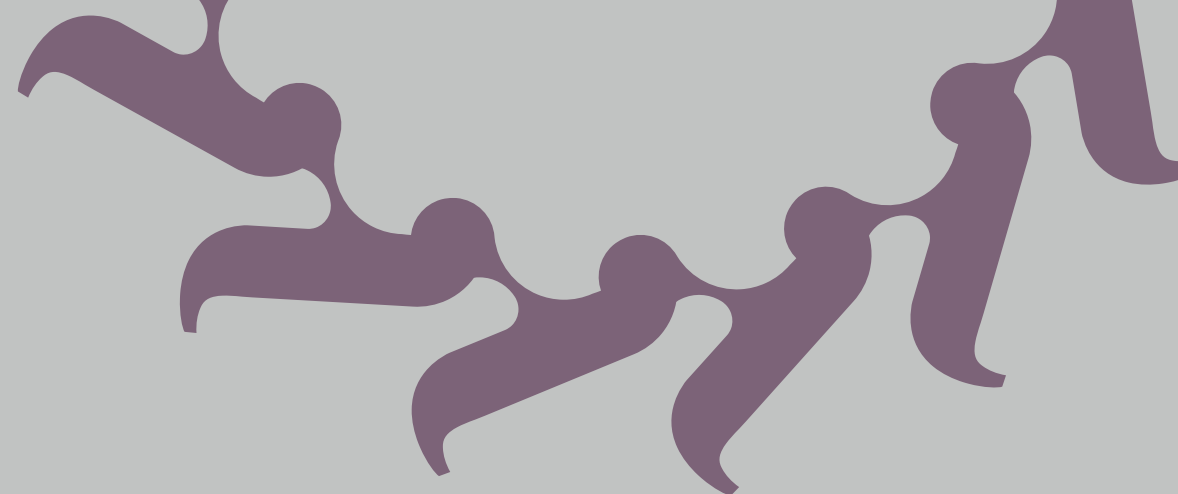


Logistica
Coordiniamo l'intero processo
produttivo e logistico,
fino alla consegna finale
supportando la vendita in store.

Logistics
*We oversee the full production and
distribution flow — ensuring smooth
operation through to final delivery
supporting in-store sales.*



UNA SELEZIONE
DI PROGETTI CHE RACCONTANO
LA NOSTRA ESPERIENZA
*A SELECTION OF PROJECTS
THAT SHOWCASE OUR EXPERIENCE*



TESORI
DEI
FARAONI



Artefatto

X



MVSEI VATICANI

Museo Internazionale

Collaborazione continuativa dal 2020

Collezioni trasversali e orientate al grande pubblico

International Museum

Ongoing collaboration since 2020

Cross-cutting collections aimed at a broad audience

IT

I **Musei Vaticani** sono il museo nazionale della Città del Vaticano. Raccolgono collezioni diverse e importantissime: dal mondo classico, all'etnologia, fino all'arte moderna e contemporanea. Nel 2020 decidono di riprendere in mano la gestione dei loro store e ci coinvolgono per affiancarli. Fino a quel momento siamo **fornitori dell'assortimento generico**, ma il cambio di modello apre un nuovo capitolo: servono **collezioni coerenti, personalizzate** e pensate per il pubblico del museo. In poco tempo il progetto si allarga: oltre allo sviluppo dei prodotti, seguiamo l'allestimento e l'esposizione nei loro store, monitoriamo i risultati e aggiorniamo costantemente l'assortimento in base agli andamenti di vendita. È una collaborazione che non si interrompe: **continuiamo a sviluppare nuovi prodotti** e a far evolvere un progetto che cresce stagione dopo stagione.

EN

The **Vatican Museums** are the national museum of Vatican City in Rome. They house remarkably diverse and historically significant collections, ranging from the classical world to decorative arts, ethnological collections, and modern and contemporary art. In 2020, they decide to bring the management of their stores back in-house and involve us to support them. Until then, we supply their **generic assortment**, but the shift in model opens a new chapter: they need **coherent, customized collections** designed specifically for their visitors. The project expands quickly: in addition to product development, we also oversee store layout and display, monitor performance, and continuously update the assortment based on sales trends. It is an ongoing collaboration: **we keep developing new products** and evolving a project that grows season after season.

Situazione di partenza

Starting point

La priorità è rendere omogenee e ufficiali le collezioni del museo. Fino al 2020 l'assortimento dei Musei Vaticani è affidato a molti fornitori differenti, generando confusione nell'offerta. Intanto il patrimonio artistico viene sfruttato dai produttori non ufficiali, che vendono repliche non ufficiali nei pressi del museo a prezzi più bassi. La sfida è quindi offrire una collezione di prodotti autentici, curati e coerenti tra loro, senza elevarne il prezzo rispetto al mercato informale.

The priority is to make the museum's collections consistent and official. Until 2020, the Vatican Museums shop is handled by many different suppliers, creating a confusing product selection. At the same time, their artistic heritage is used by unofficial producers who sell counterfeit replicas near the museum at lower prices. The challenge was therefore to offer authentic, well-crafted, and coherent items without raising prices above those of the informal market.

Analisi del pubblico

Audience analysis

I Musei Vaticani sono un caso unico in Europa sia per la quantità di visitatori sia per la loro varietà: dal turismo internazionale alle famiglie, dai peligrini ai visitatori d'arte altamente specializzati.

The Vatican Museums are unique in Europe, both for the sheer number of visitors and their diversity: from international tourists to families, from pilgrims to highly specialized art audiences.

Sviluppo delle collezioni

Collections development

Il progetto cresce rapidamente e porta alla creazione di molte collezioni parallele. Due opere iconiche — La Scuola di Atene e La Creazione — diventano i cardini della linea e trainano anche prodotti dedicati a opere meno note, ampliando la conoscenza del patrimonio. Inoltre sviluppiamo una linea istituzionale, dedicata a rappresentare l'ente museale.

The project grows quickly and leads to the creation of several parallel collections. Two iconic artworks — The School of Athens and The Creation — become the pillars of the line and also support products inspired by lesser-known pieces, broadening awareness of the collection. We also develop an institutional line dedicated to represent the museum itself.

Resa delle opere

Artwork rendering

La resa grafica richiede una cura particolare perché le opere sono estremamente iconiche. Il nostro reparto grafico lavora sulla fedeltà dei colori, sulla precisione dei dettagli e sull'adattamento corretto delle immagini ai diversi supporti. L'obiettivo è offrire immagini che rispecchino perfettamente l'opera. Ogni materiale — carta, tessuto, ceramica o plastica — interpreta il colore in modo diverso, perciò effettuiamo test dedicati per garantire sempre un risultato uniforme.

The graphic rendering requires special care because the works are extremely iconic. Our design team focuses on accurate color reproduction, detail precision, and the proper adaptation of images to different materials. The goal is to provide visuals that reflect the original as faithfully as possible. Each material — paper, fabric, ceramic, or plastic — interprets color differently, so we carry out dedicated tests to ensure a consistently reliable result.

Design

Design

Visitatori con sensibilità e aspettative molto diverse richiedono un design neutro: per questo la collezione si concentra sull'opera originale, evitando caratterizzazioni stilistiche troppo marcate.

Visitors with very different tastes and expectations call for a neutral design: that's why we focus on the original artworks, avoiding stylistic interpretations that would feel too aggressive.

Logistica

Logistics

Artefatto gestisce produzione, controllo qualità e rifornimenti costanti verso gli store del museo. Manteniamo uno stock nei nostri magazzini per assicurare continuità di disponibilità e rapidità nell'approvvigionamento, un aspetto essenziale per un museo di queste dimensioni e con un flusso di visitatori così ampio.

Artefatto oversees production, quality control, and continuous restocking for the museum's stores. We maintain dedicated inventory in our Turin warehouses to ensure consistent availability and fast replenishment — an essential aspect for a museum of this size and with such a high and fluctuating volume of visitors.



AD HOC



ARTEFATTO X MUSEI VATICANI
ARTEFATTO X MUSEI VATICANI



Una selezione dei prodotti della collezione.
Selected items from the collection

AD HOC



ARTEFATTO X MUSEI VATICANI
ARTEFATTO X MUSEI VATICANI





Artefatto

X

THE WORLD OF
TIM BURTON

CASO STUDIO
CASE STUDY

Mostra temporanea

Tempo di lavorazione: Maggio – Settembre 2023

Collezione trasversale per un pubblico di appassionati

Temporary Exhibition

Working time: May – September 2023

Cross-cutting collection for a specialized audience

IT

Nel 2023 Torino si riempie di spirali e illustrazioni gotiche. La mostra **“The World of Tim Burton”** viene allestita al **Museo Nazionale del Cinema di Torino**: un viaggio nella mente di un artista unico, un’esplorazione della sua produzione e del suo stile inconfondibile. Quando Domenico De Gaetano, allora direttore del museo, firma la mostra, ci coinvolge come **sublicenziatari ufficiali** per sviluppare l’intero merchandising dell’esposizione. Seguiamo progettazione, produzione e fornitura fino alla messa in vendita, coordinando il lavoro su tre fronti: Museo del Cinema, gestore dello store e **Tim Burton production**. Il progetto richiede **tempi stretti**, un dialogo costante con i referenti internazionali e una gestione attenta di **materiali protetti da copyright**.

EN

In 2023, Turin is filled with spirals and gothic illustrations. The **immersive exhibition “The World of Tim Burton”** opens at the **National Museum of Cinema of Turin**: an invitation into the mind of a singular artist, exploring his visual universe and unmistakable style. When Domenico De Gaetano, the museum’s director, secures the exhibition, he brings us in as **official sublicensees** to develop the entire merchandising line. We oversee design, production, and supply through to the store launch, coordinating across three fronts: the Museum of Cinema, the store operator, and **Tim Burton production**. The project demands **tight schedules**, continuous communication with international stakeholders, and careful handling of **copyrighted materials**.



Analisi del pubblico

Audience analysis

La ricerca parte dalla sovrapposizione dei pubblici attesi — i fan di Tim Burton e i visitatori abituali del Museo del Cinema, con immaginari che spaziano dal fantastico al gotico. Intuiamo però fin da subito che la mostra sarà in grado di coinvolgere un pubblico generalista molto ampio. Per questo spingiamo su prodotti più pop e trasversali.

Our research begins by mapping the expected audiences: Tim Burton fans and the museum's regular visitors, whose imaginations range from the fantastic to the gothic. We quickly realize, however, that the exhibition will draw a far broader audience. For this reason, we focus on more pop-oriented, cross-audience products.

Selezione dei prodotti

Product selection

La selezione degli articoli si basa sull'analisi delle collezioni realizzate per le precedenti esposizioni della mostra, avvenute in tutto il mondo. L'intera proposta viene riadattata al contesto italiano, dove è più complesso produrre articoli molto elaborati e i volumi di visita sono differenti. Lo scouting viene ricalibrato tenendo conto di prezzi, disponibilità produttiva e pubblico torinese.

The selection of items draws on an analysis of merchandise from previous exhibitions from all over the world, but the proposal is adapted to the Italian context, where producing elaborate items is more complex and visitor volumes differ. We recalibrate the scouting process with careful attention to pricing, production feasibility, and the specific profile of the Turin audience.

Design

Design

La vasta quantità di materiali grafici disponibili richiede una selezione accurata, sviluppata insieme al team americano e guidata dalla nostra conoscenza del pubblico locale.

The large amount of available graphic material requires a careful selection, developed together with the American team and guided by our understanding of the local audience.

Approvazione

Approvals

Operiamo con un doppio livello di confronto: una referente del Museo del Cinema dialoga con noi e, parallelamente, interagisce con la referente del team di Tim Burton. Questo assicura verifiche costanti e un flusso di approvazioni rapido.

We work through a two-level review process: a representative from the Museum of Cinema co-ordinated directly with us, while simultaneously liaising with Tim Burton's team. This ensured constant checks and a quick approval flow.

Tempistiche

Timeline

Il principale fattore di difficoltà di questa commissione sono le tempistiche ristrette. La collaborazione operativa inizia tra maggio e giugno e la produzione parte a fine agosto, con consegna a fine settembre, in linea con le esigenze della mostra e dello store.

The main challenge of this commission is the tight schedule. Operational work begins between May and June, production starts at the end of August, and delivery is completed by the end of September, in line with the needs of both the exhibition and the store.

Produzione

Production

Grazie ai rapporti consolidati con i nostri fornitori riusciamo a comprimere le tempistiche di alcune fasi critiche, senza andare ad incidere sui costi. La priorità è garantire la qualità richiesta dal committente e rispettare gli standard tecnici delle illustrazioni originali.

Thanks to our long-standing relationships with our suppliers, we manage to shorten some critical phases without affecting costs. Our priority is to guarantee the quality required by the client and to meet the technical standards of the original illustrations.

AD HOC

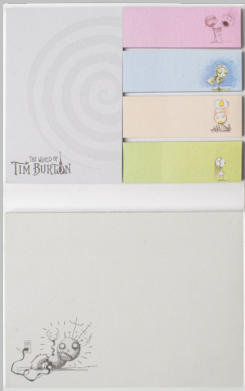
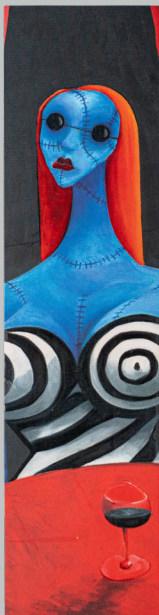


Una selezione dei prodotti della collezione.
Selected items from the collection

ARTEFATTO X THE WORLD OF TIM BURTON ARTEFATTO X THE WORLD OF TIM BURTON



AD HOC



ARTEFATTO X THE WORLD OF TIM BURTON
ARTEFATTO X THE WORLD OF TIM BURTON



Artefatto

X

MUSEO LAVAZZA

CASO STUDIO
CASE STUDY

Museo d'Impresa

Progetto avviato nel 2022 (collaborazione continuativa dal 2018)
Collezione Kids per ampliare il pubblico

Corporate Museum

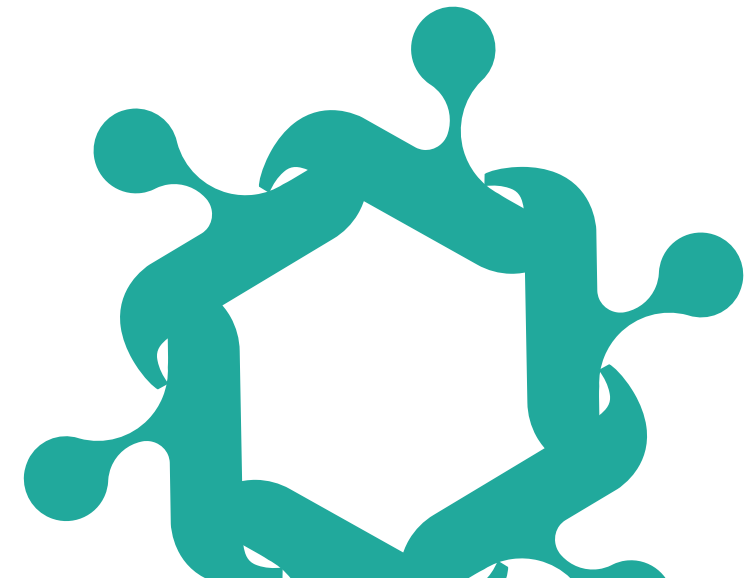
Project started in 2022 (ongoing collaboration since 2018)
Kids line to reach a wider audience

IT

Fondata a Torino nel 1895, Lavazza è una delle aziende leader a livello mondiale nella produzione del caffè. Il **Museo Lavazza** ha sede nel complesso della Nuvola Lavazza, il nuovo centro direzionale dell'azienda, con il quale Artefatto collabora sin dall'apertura. Nel **2022** Lavazza ci coinvolge per trasformare un progetto grafico realizzato da un illustratore esterno dedicato a materiali educativi del museo in una vera e propria **collezione Kids**, basata su illustrazioni scientifiche che raccontano gli elementi naturali dei paesi produttori di caffè. La collezione ha un valore strategico per il committente perché permette al brand di rivolgersi ai bambini e al mondo scolastico, **ampliando la propria presenza in un segmento finora poco presidiato**. Collaboriamo già con Lavazza per la **gestione dello store**, e questa relazione consolidata ci consente di integrare rapidamente il nuovo progetto nelle attività del museo.

EN

*Founded in Turin in 1895, Lavazza is one of the world's leading coffee producers and distributors. **The Lavazza Museum**, located in the Aurora district, is housed within the Nuvola Lavazza complex, the company's new headquarters, which Artefatto has partnered with since its opening. In **2022**, Lavazza asks us to turn a graphic project created by an outsourced illustrator for the museum's educational materials into a full **Kids collection**, built around scientific illustrations that depict the natural elements of coffee-producing countries. The collection has strategic value for the client because it allows the brand to reach children and schools, **expanding its presence in a segment previously underdeveloped**. We were already collaborating with Lavazza on **store management**, and this established relationship enabled us to integrate the new project quickly into the museum's activities.*





Analisi del pubblico

Audience analysis

Il pubblico infantile rappresenta una sfida strategica: fanno parte del pubblico museale, ma sono lontani dal target abituale e fino ad ora non sono stati considerati nell'offerta dello store.

For Lavazza, children represent a strategic challenge: they are part of the museum audience, but so far not reflected in the store's offering and very distant from the brand's usual target.

Selezione dei prodotti

Product selection

La selezione degli articoli è quindi mirata al target kids, con particolare attenzione a prezzo, sicurezza, sostenibilità e durabilità, per rispecchiare i valori dell'azienda. La definizione dei prodotti guida anche l'accordo di licenza per il progetto grafico originario.

The selection of items is therefore tailored to a kids' audience, with particular attention to price, safety, sustainability, and durability, in line with the company's values. Defining the products also shapes the licensing agreement for the original graphic project.

Licenza con l'illustratore

Illustrator licensing

Il primo passo operativo riguarda il coordinamento con l'illustratore Luca Poli. Lo contattiamo, selezioniamo insieme le tavole utilizzabili e gestiamo la trattativa per l'apertura del contratto di licenza, fungendo da tramite tra autore e Lavazza fino alla firma dell'accordo.

The first operational step involves coordinating with illustrator Luca Poli. We contact him, select the usable artworks together, and manage the negotiations for opening the licensing contract, acting as a bridge between the artist and Lavazza until the agreement is finalized.

Approvazione

Approvals

Le illustrazioni fornite da Lavazza sono coperte da copyright, quindi dobbiamo dialogare con l'illustratore per apportare modifiche e adattamenti necessari alla produzione. Il confronto diretto con l'artista è fondamentale in questo progetto.

The illustrations provided by Lavazza are protected by copyright, so we work closely with the illustrator to make the modifications and adaptations needed for production. Direct collaboration with the artist is essential in this project.

Produzione

Production

I prodotti richiesti da Lavazza sono completamente personalizzati e richiedono tecniche di stampa particolari, con tempi di lavorazione più lunghi rispetto a quelli pur mantenendo quantitativi di produzione contenuti.

The items requested by Lavazza are fully customized and require specific printing techniques, resulting in longer manufacturing times compared to standard while keeping production volumes limited.

Tempistiche

Timeline

Le tempistiche sono definite da Lavazza in base alle stagionalità del museo. Questa collezione è sviluppata per il periodo del back to school, con scadenze ravvicinate che guidano l'intero processo di progettazione e produzione.

The schedule is defined by Lavazza according to the museum's seasonal programming. This collection is developed for the back-to-school period, with tight deadlines guiding the entire design and production process.

AD HOC



ARTEFATTO X MUSEO LAVAZZA ARTEFATTO X MUSEO LAVAZZA



Una selezione dei prodotti della collezione.
Selected items from the collection

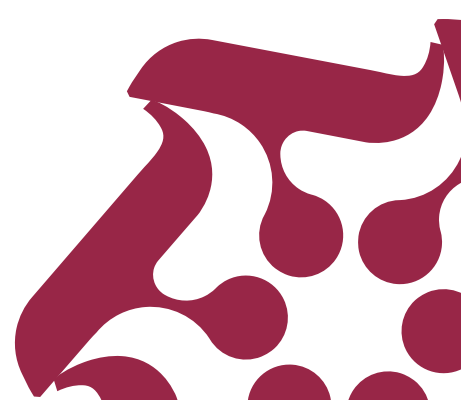


Artefatto

X

TESORI DEI FARAONI

CASO STUDIO
CASE STUDY



Mostra temporanea Internazionale

Tempo di lavorazione: Giugno – Ottobre 2025

Collezione trasversale per un pubblico ampio

International temporary Exhibition

Working time: June – October 2025

Cross-cutting collection for a broad audience

IT

“**Tesori dei Faraoni**” è tra le principali mostre dedicate all'Antico Egitto del 2025/26. Ospitata alle **Scuderie del Quirinale**, uno degli spazi espositivi più prestigiosi d'Italia, è il risultato di un'importante iniziativa di diplomazia culturale tra Italia ed Egitto. Ci viene affidata la **fornitura esclusiva** del merchandising del bookshop, anche grazie alla nostra **esperienza nel settore**: conosciamo a fondo il target con cui lavoreremo grazie alla lunga collaborazione con il Museo Egizio di Torino, disponiamo del catalogo prodotti più completo sul mercato e siamo in grado di sviluppare collezioni su misura anche per progetti complessi. Coordiniamo l'intero processo: progettazione delle linee, definizione dei must-have, analisi dei target, sviluppo grafico e gestione delle **approvazioni con i curatori**. Ci occupiamo inoltre della produzione, del rispetto di tempistiche molto strette, della selezione degli articoli e del supporto all'allestimento del bookshop.

EN

“**Pharaohs' Treasures**” is one of the leading exhibitions dedicated to Ancient Egypt of 2025–26. Hosted at the **Scuderie del Quirinale**, one of Italy's most prestigious exhibition venues, it is the result of a major cultural diplomacy initiative between Italy and Egypt. We are entrusted with the **exclusive supply** of the bookshop's merchandise, a choice driven by our **extensive experience**: our work with the Museo Egizio in Turin gives us deep knowledge of the target audience, we offer the most comprehensive Egyptian-themed catalogue on the market, and we develop tailored collections for highly complex projects. We coordinate the entire process: product-line design, must-have definition, audience analysis, graphic development, and the **approval workflow with the curators**. We also oversee production, manage a very tight schedule, select all items, and support the setup of the exhibition bookshop.



Analisi del pubblico

Audience analysis

Il pubblico atteso è simile a quello del Museo Egizio di Torino: scuole, famiglie, turisti italiani e un forte afflusso di visitatori stranieri. A Roma, però, la presenza di pubblico extra-europeo — soprattutto americano e sudamericano — è molto più alta. Per rispondere a un pubblico così ampio e diversificato, privilegiamo prodotti must-have, capaci di funzionare con livelli diversi di interesse e conoscenza.

The expected audience is similar to that of the Museo Egizio in Turin: schools, families, Italian tourists, and a strong flow of international visitors. In Rome, however, the presence of non-European visitors — especially from the United States and South America — is significantly higher. To address such a broad and diverse audience, we prioritize must-have products that can work across different levels of interest and knowledge.

Collezioni

Collections

Il merchandising si articola in quattro linee: una collezione istituzionale con logo e materiali della mostra; due collezioni tematiche dedicate ai reperti principali: la collana con le tre mosche d'oro della regina Ahhotep e il soggetto della Psicostasia; e una collezione bambini.

The merchandising is structured into four collections: an institutional line featuring the exhibition's logo and materials; two thematic collections dedicated to key artifacts — the necklace with Queen Ahhotep's three golden flies and the scene of the Psychostasia; and a childrens line.

Tempistiche

Timeline

Il progetto richiede un ritmo serrato: circa un mese per i layout e un mese per la produzione. L'incarico arriva a giugno: a luglio sigliamo l'accordo e avviamo il lavoro, tra luglio e agosto sviluppiamo i layout, tra settembre e ottobre coordiniamo la produzione, e i prodotti vengono consegnati in tempo per l'inaugurazione della mostra il 25 ottobre.

The project requires a fast pace: around one month for the layout development and another one month for production. The assignment arrives in June: we finalize the agreement in July and begin work; layouts are developed in August; production is coordinated between September and October; and all products are delivered in time for the exhibition opening on October 25.

Approvazione

Approvals

I layout devono essere approvati sia dai curatori della mostra sia dai rappresentanti del governo egiziano che ha autorizzato la mostra. Anche in questo passaggio la velocità e l'attenzione ai dettagli sono essenziali.

All layouts must be approved by both the exhibition curators and the Egyptian government representatives, who authorized the exhibition. Once again, speed and attention to details are essential.

Produzione

Production

Selezioniamo prodotti con lavorazioni snelle, tempi certi e ordini minimi gestibili, così da garantire continuità di vendita e minimo rischio di invenduto.

We select products with streamlined processes, reliable timelines, and manageable minimum quantities to ensure consistent sales and minimize the risk of unsold stock.

Logistica e supporto all'allestimento

Logistics and installation support

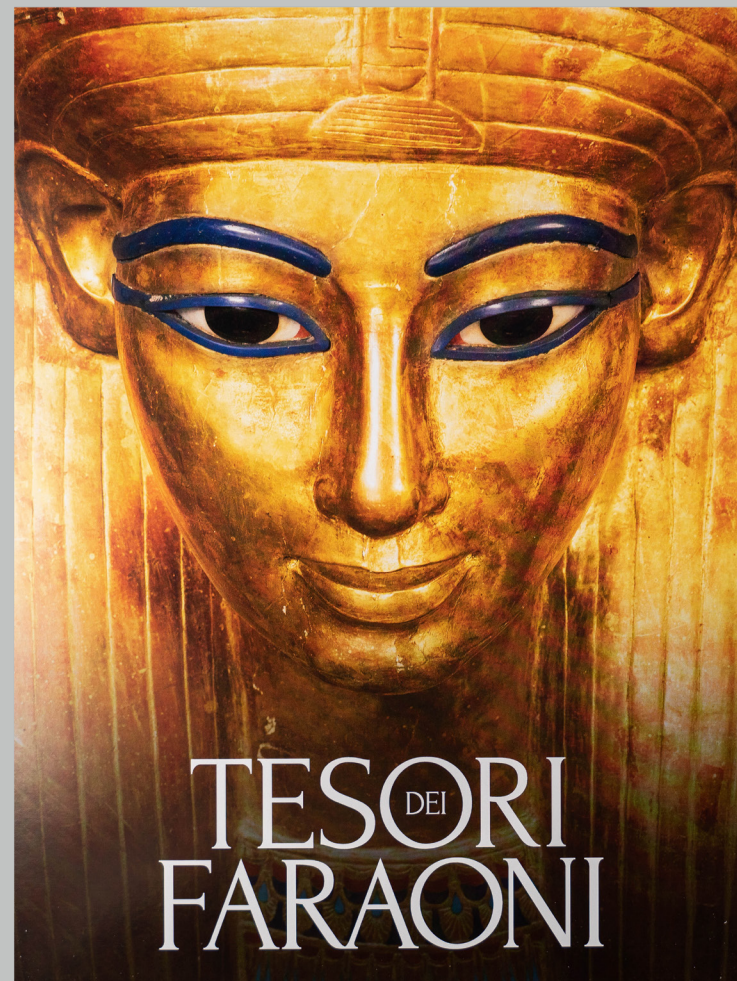
Oltre alla fornitura del merchandising, offriamo una consulenza sull'allestimento del bookshop, con espositori e materiali di supporto e gestiamo interamente la logistica: stock nei nostri magazzini, riassortimenti secondo necessità e consegne a Roma, anche con le complessità operative legate alla posizione delle Scuderie del Quirinale.

In addition to the merchandising, we provide consultancy for the bookshop setup, including displays and support materials, and manage the logistics flow: stock in our Turin warehouses, restocking as needed, and deliveries to Rome, even with the operational complexities associated with the location of Scuderie del Quirinale.

AD HOC



ARTEFATTO X TESORI DEI FARAONI
ARTEFATTO X PHARAOHS' TREASURES

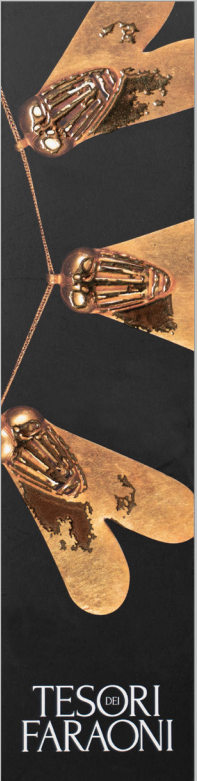
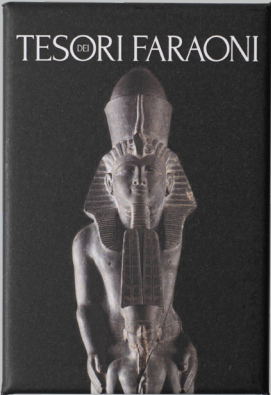


Una selezione dei prodotti della collezione.
Selected items from the collection

AD HOC

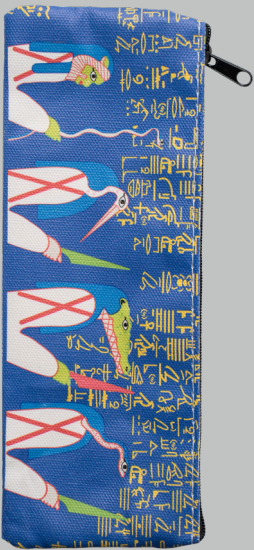


ARTEFATTO X TESORI DEI FARAONI
ARTEFATTO X PHARAOHS' TREASURES



AD HOC

ARTEFATTO X TESORI DEI FARAONI
ARTEFATTO X PHARAOHS' TREASURES



Artefatto

X

MUSE

CASO STUDIO
CASE STUDY

Museo scientifico & mostre

Collaborazione continuativa dal 2020

Collezioni diversificate con un focus sulla sostenibilità

Science museum & exhibitions

Ongoing collaboration since 2020

Varied collections with an emphasis on sustainability

IT

Il **MUSE** è il Museo delle Scienze di Trento, dedicato alla natura, alla montagna, alla tecnologia e alla sostenibilità, situato all'interno dell'**edificio progettato da Renzo Piano**. Realizziamo per il museo **tre collezioni distinte**, ognuna con una propria identità e un proprio pubblico di riferimento. La prima è la collezione istituzionale, basata sullo schizzo originale dell'edificio; la seconda è dedicata ai più piccoli e all'anima educativa del museo; la terza nasce dalla mostra "Food Sounds" e si fonda su un concetto visivo completamente originale. Ogni collezione richiede un **percorso differenziato** di ricerca, scelta dei materiali, test di stampa e validazione con i referenti del museo. In particolare, la collezione istituzionale deve rispettare criteri di fedeltà assoluta al disegno di Renzo Piano, mentre quella educativa e quella tematica prevedono maggior libertà grafica e più attenzione al design e alla selezione dei prodotti.

EN

The **MUSE — the Science Museum of Trento** — is dedicated to nature, mountains, technology, and sustainability, and is housed in a **building designed by Renzo Piano**. We develop **three distinct collections** for the museum, each with its own identity and target audience. The first is the institutional collection, based on the original sketch of the building; the second is aimed at children and reflects the museum's educational focus; the third originates from the Food Sounds exhibition and is built around a completely original visual concept. Each collection requires a **tailored process** of research, material selection, print testing, and validation with the museum's team. The institutional collection must adhere to strict fidelity criteria to Renzo Piano's drawing, while the educational and thematic collections allow for greater graphic freedom and stronger emphasis on design and product selection.

Analisi del pubblico

Audience analysis

La ricerca parte dall'identità del MUSE: un museo orientato alla divulgazione scientifica e alla sensibilizzazione ambientale, con un pubblico trasversale. Analizziamo le esigenze comunicative di ciascuna collezione per definire materiali, tecniche e tipologie di prodotto coerenti con l'immaginario del museo e con le aspettative dei visitatori.

Our research begins with the identity of MUSE: a museum dedicated to scientific outreach and environmental awareness, with a broad and diverse audience. We examine the communication needs of each collection to define materials, techniques, and product types that align with the museum's ethos and visitor expectations.

Selezione dei prodotti e dei materiali

Product and material selection

La selezione dei prodotti privilegia materiali sostenibili, riciclati e coerenti con la missione ambientale del MUSE. Ogni articolo viene valutato in base resa di stampa e coerenza con i contenuti delle tre collezioni, considerando il diverso livello di complessità grafica e il differente pubblico.

Product selection prioritizes sustainable, recycled materials that reflect MUSE's environmental mission. Each item is evaluated for print quality and consistency with the three collections themes, taking into account their different graphic complexities and target audiences.

Design – Collezione istituzionale

Design – Institutional collection

La collezione istituzionale si basa sullo schizzo originale dell'edificio progettato da Renzo Piano: un tratto sottile e molto tecnico, difficile da valorizzare. Il lavoro di design riguarda quindi soprattutto la scelta dei prodotti, delle tecniche di stampa e dei supporti più adatti

The institutional collection is based on Renzo Piano's original sketch of the building: a thin, highly technical line that is challenging to highlight. The design work therefore focuses on choosing the most suitable products, printing techniques, and supports to properly enhance it.

Design – Collezione Kids

Design – Kids collection

La seconda collezione è dedicata all'anima educativa del museo e al pubblico dei più piccoli. Utilizza materiali riciclabili e introduce colori più accesi e grafiche sviluppate internamente del reparto grafico del museo. I prodotti richiamano attività all'aria aperta e temi naturalistici, come zainetti, moschettoni e accessori.

The second collection reflects the museum's educational spirit and is aimed at children. It uses recyclable materials and introduces brighter colors and graphics developed internally by the museum. The products evoke outdoor activities and natural themes, such as backpacks, carabiners, and accessories.

Design – Food Sounds

Design – Food Sounds

Per la mostra "Food Sounds" non ci sono stati forniti dal museo materiali grafici. Sviluppiamo quindi un concept originale ispirato ai suoni del cibo, costruendo una collezione completamente nuova, occupandoci di ideazione, grafica e selezione prodotti parallelamente.

For the Food Sounds exhibition, the museum does not provide any graphic materials. We therefore develop an original concept inspired by the sounds of food, creating an entirely new collection in which we handle the ideation, graphics, and product selection simultaneously.

Approvazione

Approvals

L'approvazione delle tre collezioni avviene in collaborazione con il team del MUSE. Nel caso della collezione istituzionale, viene coinvolta anche la Fondazione Renzo Piano.

All three collections are approved in collaboration with the MUSE team. For the approval of the institutional collection, the Renzo Piano Foundation is involved too.



AD HOC

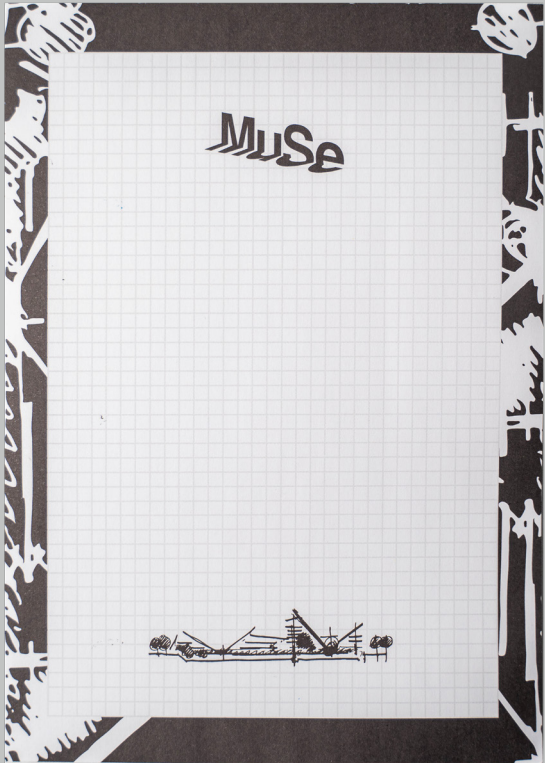
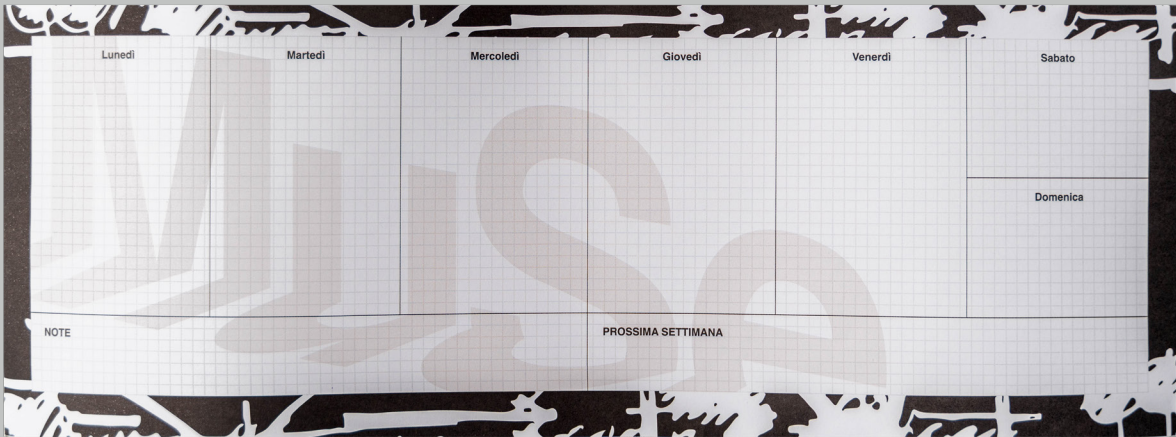


Una selezione dei prodotti della collezione.
Selected items from the collection

ARTEFATTO X MUSE
ARTEFATTO X MUSE



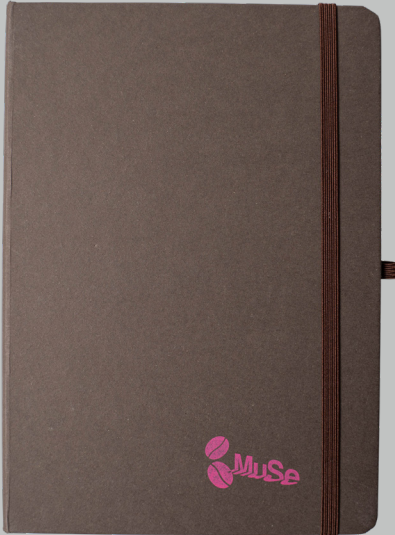
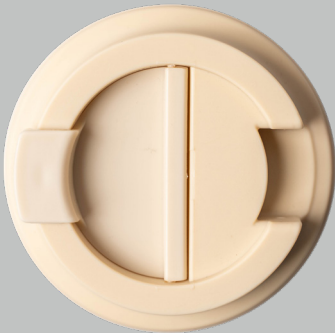
AD HOC



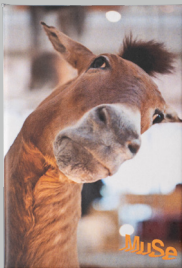
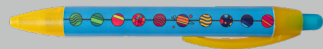
ARTEFATTO X MUSE
ARTEFATTO X MUSE



AD HOC



ARTEFATTO X MUSE
ARTEFATTO X MUSE



Artefatto

X

Alfa Romeo

Museo d'impresa

Collaborazione continuativa dal 2019

Collezioni diversificate per un pubblico di appassionati

Corporate museum

Ongoing collaboration since 2019

Diversified collections for a specialized audience

IT

Il **Museo Storico Alfa Romeo**, “La Macchina del Tempo”, è uno dei principali musei d'impresa in Italia e uno dei più riconosciuti all'estero. Il percorso espositivo è fortemente centrato su brand, storia e identità italiana. Quando veniamo contattati, nel 2019, ci viene chiesto di **ampliare e unificare l'offerta di merchandising**. Veniamo scelti anche per la nostra **esperienza nella gestione del museumshop del MAUTO di Torino**, che ci permette di conoscere bene il pubblico dei musei dell'automobile e le specificità di questo settore, il che facilita la costruzione di un assortimento mirato. Il progetto prevede lo sviluppo di **due collezioni rivolte a pubblici molto diversi**: una pensata per il museo e le famiglie, l'altra dedicata agli appassionati di auto sportive. Questa distinzione guida la scelta dei materiali e delle tipologie di prodotto, così da rispondere alle aspettative di ciascun segmento di pubblico, sia per la scelta di prodotti che per il design.

EN

The **Alfa Romeo Historical Museum**, *La Macchina del Tempo*, is one of Italy's leading corporate museums and among the most renowned internationally. Its exhibition path is strongly centered on the brand, its history, and its Italian identity. When we are contacted by the museum in 2019, we are asked to **expand and unify the merchandising offer**. We are selected thanks to our **experience managing MAUTO shop in Turin**, which gives us a deep understanding of automotive museums and the specific expectations of their audiences — essential for building a targeted assortment. The project involves developing **two collections aimed at distinct audiences**: one designed for the museum and families, and the other dedicated to sports-car enthusiasts. This distinction guides the choice of materials and product types, ensuring each collection meets the expectations of its respective segment.

Analisi del pubblico

Audience analysis

La ricerca parte dalla nostra esperienza nel settore automotive: la gestione dello shop del MAUTO a Torino e il lavoro con brand di settore ci permettono di conoscere bene le esigenze dei musei d'impresa e del pubblico di appassionati.

Our research draws on our experience in the automotive sector: managing the MAUTO shop and working with leading brands has given us a clear understanding of the needs of museums and the expectations of car enthusiasts.

Selezione dei prodotti

Product selection

Lo scouting si concentra su prodotti legati all'immaginario automobilistico e ai suoi appassionati, come polo, cappellini e oggetti in acciaio, privilegiando materiali e tecniche che restituiscano la componente tecnica e sportiva del brand.

The scouting focuses on items tied to automotive culture and its audience — such as polo shirts, caps, and steel accessories — prioritizing materials and techniques that convey the brand's technical and sporty identity.

Design – Collezione Storica

Design – Historic collection

Per la collezione poster utilizziamo esclusivamente materiali del museo, in particolare l'immagine che riunisce le automobili della collezione sull'iconico sfondo rosso. Qui la scelta dei supporti è decisiva, perché il design non può essere modificato.

For the poster collection, we use only materials provided by the museum, particularly the image that brings together the cars in the collection over the iconic red background. In this case, the choice of supports is crucial, as the design cannot be altered.

Design – Collezione Quadrifoglio

Design – Quadrifoglio collection

Lo sviluppo della collezione Quadrifoglio richiede uno studio storico approfondito: analizziamo tutte le versioni del logo, la sua evoluzione e le modalità corrette di applicazione.

Developing the Quadrifoglio collection requires in-depth historical research: we examine all versions of the logo, its evolution, and the correct ways it should be applied.

Approvazione

Approvals

Il confronto avviene direttamente con il brand, con particolare attenzione alla precisione del logo e alle sue modalità d'uso.

The review process takes place directly with the brand, with particular attention to logo accuracy and proper usage.

Distribuzione

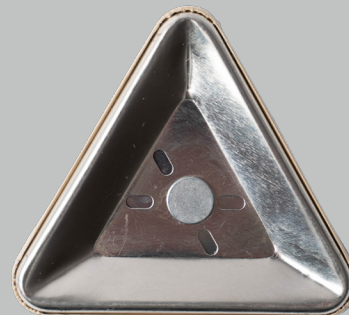
Distribution

La collezione è destinata alla vendita nel museo ma viene utilizzata anche durante eventi ufficiali. Bisogna quindi garantire una disponibilità continua di prodotti adatti a entrambe le occasioni.

The collection is sold in the museum but also used during official events. Continuous availability must therefore be ensured, with products suited to both contexts.

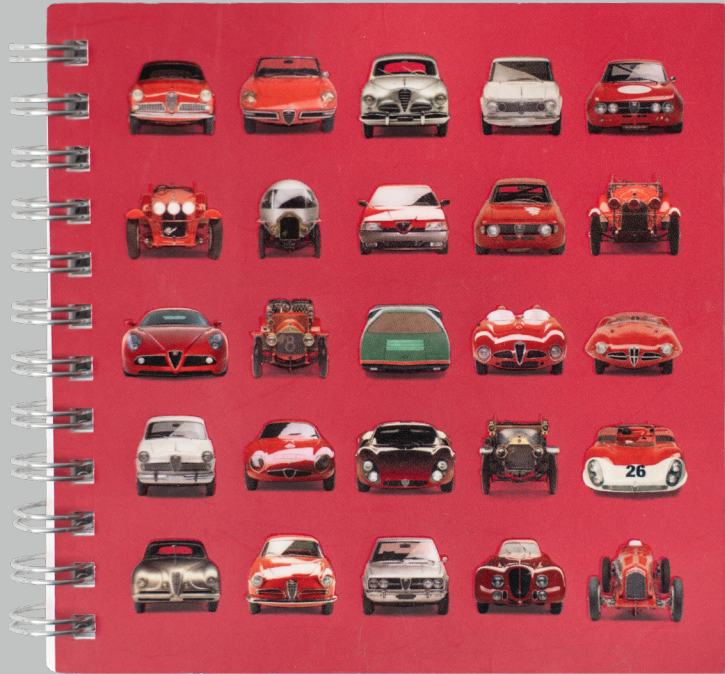
AD HOC

ARTEFATTO X ALFA ROMEO
ARTEFATTO X ALFA ROMEO



Una selezione dei prodotti della collezione.
Selected items from the collection

AD HOC



ARTEFATTO X ALFA ROMEO
ARTEFATTO X ALFA ROMEO





I nostri servizi

Our Services

Licenze Ufficiali

*Official
Licenses*

Licenziatario Ufficiale:
Official Licensee:



Geronimo Stilton



IT

I **cataloghi su Licenza** sono il luogo in cui l'**identità di un committente** — un museo, un artista, un brand culturale — **prende forma in una collezione ufficiale di oggetti** che ne amplificano la voce, la storia e l'immaginario. Il cuore di questo modello è la nostra **rete distributiva** già solida e consolidata, a cui si aggiungono canali scelti su misura per il singolo progetto. Accanto alla produzione dei prodotti, poi, attiviamo una **costellazione di servizi strategici**: sviluppo dell'identità visiva e packaging, storytelling, campagne digitali, visual merchandising, fino alla gestione di e-commerce B2B e B2C. Le collezioni su licenza sono ideali per chi vuole ampliare la propria presenza, trasformando il merchandising in un'estensione naturale della propria identità.

EN

Licensed catalogues are where a **client's identity** — whether a museum, an artist, or a cultural brand — **takes shape as an official collection of objects** that amplifies its voice, story, and imagery. At the core of this model is our established and **reliable distribution network**, complemented by additional channels selected specifically for each project. Alongside product development, we activate **a constellation of strategic services**: visual identity and packaging design, storytelling, digital campaigns, visual merchandising, and even the management of B2B and B2C e-commerce platforms. Licensed collections are ideal for those who want to broaden their presence, turning merchandising into a natural extension of their identity.



Scopri la nostre
collezioni su licenza



Discover our
licensing collections



Gestione Museumshop

Museumshop Management

MERCHANDISING IDENTITIES

Gestore Ufficiale Museumshop:
Museumshop Official Dealer:



IT

La nostra storia negli shop museali inizia nel 2008, quando abbiamo iniziato a gestire lo shop del Museo Egizio di Torino. Era “dietro l'angolo”, ma per noi ha aperto un mondo: anno dopo anno, abbiamo imparato cosa significa **trasformare un semplice punto vendita in un'esperienza culturale**. Da allora non ci siamo più fermati. Quasi vent'anni di lavoro sul campo ci hanno permesso di affinare un know-how unico: capire come si muovono i visitatori, quali prodotti cercano, come cambia la domanda a seconda della stagione o del tipo di mostra, e come si racconta un museo. Oggi siamo concessionari ufficiali dello shop del **Museo Egizio**, del **Museo Lavazza**, del circuito dei **Musei Civici di Verona** e dei centri visita del **Parco Nazionale del Gran Paradiso**, con una rete di **16 shop attivi in tutta Italia**. Ogni spazio è diverso, ogni pubblico ha una sua specificità ed è proprio questa complessità che ci permette di crescere e innovare costantemente.

EN

*Our story in museum shops began in 2008, when we started managing the shop of the Museo Egizio in Turin. It was “just around the corner,” yet it opened an entirely new world for us: year after year, we learned what it means to **turn a simple retail space into a cultural experience**. We haven't stopped since. Nearly **twenty years of on-site work** have allowed us to develop a unique expertise: understanding how visitors move, what products they look for, how demand shifts with seasons or exhibitions, and how a museum can be told, even through objects. Today we are the official concessionaire for the shops of the **Museo Egizio, Museo Lavazza**, the network of **Civic Museums of Verona**, and the visitor centers of the **Gran Paradiso National Park**, with a network of **16 active shops across Italy**. Each space is different, each audience has its own identity — and it's precisely this variety that pushes us to grow and innovate continuously.*



Scopri i nostri
museum shops



Discover our
museum shops

Servizi Editoriali

Editorial Services

MERCHANDISING IDENTITIES

I NOSTRI SERVIZI
OUR SERVICES

77

Distributore Italiano:
Italian distributor:

 | Quelle Histoire



IT

Un museum shop senza libri è come una mostra senza didascalie: manca qualcosa di essenziale, quel filo che lega l'esperienza di visita al desiderio di approfondire, capire, portare a casa un pezzo di conoscenza. Ma scegliere **i libri giusti** non è semplice: il mercato è vasto, le novità numerose, i cataloghi cambiano, i gusti del pubblico si trasformano continuamente. E non basta "avere libri": serve farli girare, rinnovarli, aggiornarli, capire quali funzionano per un museo e quali per un altro. Per questo abbiamo costruito un **servizio editoriale completo**, pensato **su misura per ogni shop museale**. Un servizio efficace e flessibile, che non richiede costi fissi al committente e che si integra in modo naturale con la gestione quotidiana del museum shop. Inoltre, dal 1 gennaio 2026, Artefatto è il distributore esclusivo per il mercato museale Italiano di Quelle Histoire, casa editrice specializzata in libri per ragazzi, già al primo posto per numero di copie vendute nei musei in Francia.

EN

*A museum shop without books is like an exhibition without labels: something essential is missing, the thread that connects the visitor's experience with the desire to learn more, and take home a piece of knowledge. But choosing **the right books** isn't easy: the market is vast, new titles appear constantly, catalogues change, and audiences evolve. And it's not enough to have books: they need to move, rotate, be updated; you need to understand which titles work for one museum and which fit better in another. That's why we've developed a **complete editorial service, tailored to each museum shop**. A flexible, effective service with no fixed costs for the client, designed to integrate seamlessly into the day-to-day management of the museum shop. Starting January 1, 2026, Artefatto will become the exclusive distributor of Quelle Histoire in the Italian museum market. Quelle Histoire, a publishing house specializing in children's books, is already the top-selling publisher in French museums.*



Scopri i nostri
servizi editoriali



Discover our
editorial services

Arkè Collezioni Archeologiche

Arkè Archaeological Collections

Antico Egitto
Antica Grecia
Epoca Etrusca
Antica Roma
Medioevo
Leonardo

*Ancient Egypt
Ancient Greece
Etruscan era
Ancient Rome
Middle Ages
Leonardo*

IT

Arkè è il nostro **catalogo dedicato al mondo dell'archeologia**: un viaggio attraverso epoche, simboli e narrazioni che continuano a parlare al presente. È il cuore storico di Artefatto, il luogo dove (da ormai **30 anni**) la cultura incontra il design per accompagnare il visitatore oltre i confini dei musei. Ogni prodotto Arkè nasce da un dialogo con il **patrimonio**: materiali antichi, iconografie, dettagli architettonici, reperti e miti diventano ispirazione per collezioni progettate per vivere negli shop di musei archeologici, mostre e centri turistici italiani e mondiali. Si tratta di una **collezione permanente, sempre aggiornata e subito pronta alla vendita**, senza la necessità di avviare un progetto su misura. La selezione dei prodotti — dalla cartoleria alle riproduzioni, dalla bigiotteria ai giochi educativi — è pensata per adattarsi a **pubblici diversi**: famiglie, scolaresche, turisti, appassionati di storia. Una collezione **pronta all'uso**, nella quale ogni oggetto porta con sé un frammento di storia.

EN

*Arkè is our **catalogue dedicated to archaeology's world**: a journey through eras, symbols, and stories that continue to resonate today. It represents the historical heart of Artefatto: the place where, for nearly **30 years**, culture and design have met to take visitors beyond the museum experience. Each Arkè product begins with a dialogue with the **heritage**. Ancient materials, iconography, architectural details, artefacts, and myths become the inspiration for collections created to live in the shops of archaeological museums, exhibitions, and cultural destinations across Italy and the world. It is a **permanent collection, constantly refreshed and ready to be sold** without the need for a custom project. The product range — from stationery to replicas, from jewellery to educational games — is designed to meet the needs of **different audiences**: families, school groups, tourists, and history lovers. A **ready-to-use** collection in which every object carries a small piece of history.*



Esplora
lo shop online



Explore our
online shop

Ufficio Qualità

*Quality
Office*

Certificazioni:
Certifications:



IT

Artefatto garantisce standard elevati di qualità, sicurezza e sostenibilità grazie a un sistema certificato: **ISO 9001** per la gestione della qualità, **ISO 14001** per l'impegno ambientale e **UNI/PdR 125** per la parità di genere. Ci poniamo come fabbricanti responsabili, con un **Ufficio Qualità interno** supportato da consulenti qualificati e dalla collaborazione con enti internazionali di certificazione. Ogni prodotto è conforme alle normative europee vigenti (Reg. **2023/988**, **REACH**, **CLP**, Direttiva **giocattoli**, Reg. **MOCA** quando richiesto) e corredato da una **scheda tecnica** completa. Il nostro programma prevede valutazione dei rischi, piani di controllo documentale e test di laboratorio, oltre alle informazioni obbligatorie riportate su prodotto, packaging o manuale. La **sostenibilità** è parte integrante del nostro lavoro: utilizziamo materie prime riciclate e certificate, tessuti organici e carta certificata, ricercando filiere etiche e materiali tracciabili.

EN

Artefatto guarantees high standards of quality, safety and sustainability through a certified system: **ISO 9001** for quality management, **ISO 14001** for environmental commitment, and **UNI/PdR 125** for gender equality. We act as responsible manufacturers, supported by an internal Quality Office, qualified consultants, and collaboration with international certification bodies. Each product complies with current European regulations (Reg. **2023/988**, **REACH**, **CLP**, **Toy Safety Directive**, and the **FCM Regulation** when required) and is accompanied by a complete **technical data sheet**. Our compliance program includes risk assessment, documentary control plans, laboratory testing, and all mandatory information provided on the product, packaging or manual. **Sustainability** is an integral part of our work: we use certified recycled raw materials, organic textiles and certified paper, ethical supply chains and traceable materials.

CONTATTI
CONTACTS

Ad Hoc Office

adhoc@artefatto.com
+39 011 6066587

Artefatto Sas

Strada del Drosso 58, 10135, Turin, Italy
+39 011 6066587
info@artefatto.com
VAT: 06991640019

Esplora il catalogo online
Explore the online catalogue

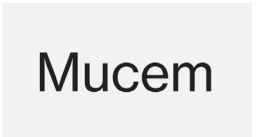


CHI HA SCELTO DI LAVORARE CON NOI
WHO CHOSE TO WORK WITH US













MERCHANDISING IDENTITIES



Artefatto