

PEGGY GUGGENHEIM COLLECTION

Comunicato Stampa

1992 – 2022: 30 anni di GUGGENHEIM INTRAPRESÆ, all'insegna di arte, creatività e impresa.

Venezia, 25 maggio 2022 – Una storia lunga 30 anni quella del progetto **Guggenheim Intrapresæ** che comincia nel 1992, quando, per la prima volta in Italia, un pionieristico gruppo di imprese, eterogenee tra loro, si riunisce per fare rete e dare così vita a un **progetto di sostegno museale**, che vede nella cultura un veicolo di **responsabilità sociale d'impresa**. Nasce così il “caso” Guggenheim Intrapresæ: il primo **progetto di Corporate Membership** in un museo italiano che, in questo suo lungo percorso accanto alla Collezione Peggy Guggenheim, ha significativamente **contribuito alla crescita e allo sviluppo del museo e delle sue innumerevoli attività**, favorendo un **dialogo continuativo**, sempre stimolante e creativo, tra **arte e impresa**. “Servire il futuro invece di registrare il passato” era uno degli obiettivi che Peggy Guggenheim auspicava per la sua galleria-museo newyorkese Art of This Century e oggi è il motto che contraddistingue questo anniversario, che guarda al futuro, ai prossimi 30 anni di un gruppo che con la sua lungimiranza è pronto a proseguire il suo cammino accanto al museo, in un continuo scambio di valori, opportunità, visioni future e azioni concrete volte all'arricchimento e sostegno reciproco.

Nel corso di questi 30 anni, oltre 80 note aziende italiane ed internazionali si sono vicendevolmente riconosciute nella missione della Collezione condividendo un percorso di crescita culturale e creativa e sviluppando diversi progetti sia al fianco del museo che insieme alle altre aziende appartenenti al gruppo, in un rapporto fondato sulla condivisione di valori. Sono dodici oggi le realtà parte di [Guggenheim Intrapresæ](#), ed è la diversità di ciascuna ad essere preziosa e ad aver reso, nel corso degli anni, il gruppo sempre più vivace, creativo e unito. Si tratta di eccellenze che si distinguono per il proprio mecenatismo e per il contributo consapevole rivolto alla crescita culturale e sociale del proprio territorio di appartenenza. Guggenheim Intrapresæ annovera **Allegrini** con la sua arte vitivinicola sviluppata nel veronese e in Toscana, **Apice**, realtà consolidata del trasporto di opere d'arte in tutto il mondo, **Arper**, azienda del trevigiano nota soprattutto per le sue sedute di design. E ancora, **Florim**, celebre gruppo ceramico italiano che ha fatto della sostenibilità la sua chiave di sviluppo, **Eurofood**, brand di distribuzione alimentare che porta in Italia molti marchi internazionali, **Hangar Design Group**, che da anni è custode dell'immagine grafica del museo veneziano. Ci sono poi la creatività e i valori della formazione dell'**Istituto Europeo di Design**, **Itago**, gestore indipendente di private equity focalizzato nel supportare la crescita e lo sviluppo di PMI italiane che si è aggiunto al gruppo proprio nel 2022, **Mapei**, gigante nei prodotti per l'edilizia e nella ricerca dei materiali. E infine, le preziose creazioni da indossare di **René Caovilla**, gli eleganti e preziosi tessuti di **Rubelli**, gli originali orologi di **Swatch** che raccontano il tempo dell'arte. Ad affiancare il gruppo, il neonato progetto **Officinæ Guggenheim**: un livello “junior” di membership aziendale che permette di avvicinarsi al mondo dell'arte grazie a un investimento sostenibile, e che oggi accoglie **Slalom Acoustic** e **Panzeri**.

Il racconto di questi “primi” 30 anni è stato affidato all'agenzia creativa Hangar Design Group, che ha ideato una campagna ispirata al concetto di evoluzione, all'idea di continua crescita e innovazione, con uno sguardo rivolto al futuro. Il logo riflette, nella nuova veste grafica, proprio il concetto di evoluzione,

PEGGY GUGGENHEIM COLLECTION

giocando con una linea continua che disegna il “30” e suggerisce, al contempo, il simbolo dell’infinito. Il visual della campagna è invece legato a tre temi principali: il contesto, i volti, il movimento. Il contesto, ovvero l’arte, incarna il pay-off che ha sempre accompagnato il gruppo, “L’arte ispira l’impresa, l’impresa fa vivere l’arte”. Il secondo aspetto è l’umanizzazione del gruppo, grazie ai volti di coloro che ne fanno parte. Il terzo aspetto è l’evoluzione, rappresentata in questo caso dal movimento dei protagonisti della campagna, che sono gli imprenditori stessi e i referenti aziendali, immersi tra alcuni capolavori della Collezione Peggy Guggenheim.

Da tempo il museo declina il **valore del sostegno aziendale** attraverso una visione legata alla **sostenibilità sociale**; pertanto, l’investimento culturale diventa non solo un elemento fondamentale di restituzione alla propria comunità ma uno strumento efficace per incentivare azioni di inclusività e accessibilità. L’impatto sociale in questo senso diventa ancor più attuale se indirizzato a una crescita collettiva affidata al potere trasformativo dell’arte e della cultura. Per questo il programma delle celebrazioni dei 30 anni del gruppo parte proprio dalle **comunità di riferimento delle aziende socie**, ovvero i loro **dipendenti**. L’investimento in cultura, e in arte nel caso di Guggenheim Intrapresæ, ha infatti una forte componente di welfare aziendale, fondamentale per lo sviluppo della cultura d’impresa. Il museo, oltre a garantire l’ingresso gratuito a tutti i dipendenti delle imprese socie, incentiva una proposta di formazione, approfondimento e arricchimento culturale, sia in presenza che online, sui temi dell’attuale mostra **Surrealismo e Magia. La modernità incantata**. Due saranno poi i momenti clou di questo anniversario: il **27 e 28 maggio** manager e imprenditori si ritroveranno per un fine settimana all’insegna dell’arte. Organizzato in collaborazione con Elle Decor Italia, l’evento vedrà riuniti i soci di Guggenheim Intrapresæ insieme ad alcuni ospiti del mondo aziendale per un ricco programma culturale che prevede una serata esclusiva a Palazzo Venier dei Leoni, una visita alla 59. Esposizione Internazionale d’Arte della Biennale di Venezia, e una tappa al Salone Nautico, ospiti di **Sanlorenzo Yacht**, Institutional Patron della Collezione Peggy Guggenheim insieme a **Lavazza** ed **EFG**. Seguirà poi ad ottobre “**Lunch Box**”, un ciclo di incontri, che verranno trasmessi in diretta sul canale LinkedIn del museo nell’orario della pausa pranzo, moderati dalla filosofa e scrittrice **Ilaria Gaspari**. Trenta minuti da dedicare all’ascolto di una serie di conversazioni volte a raccontare come arte e cultura siano parte integrante della vita quotidiana e professionale di ciascuno e di come abbiano un potere trasformativo, disturbante, irriverente, visionario, che stimoli il senso critico nei confronti del nostro presente. Tra gli ospiti ci saranno Gloria Campaner, pianista di fama internazionale, Carolina Cucinelli, Co-Presidente e board member dell’azienda di famiglia e Chiara Pavan, cheffe del ristorante Venissa.

Non ci resta che augurare, buon compleanno Guggenheim Intrapresæ!



Allegrini + Apice + Arper +
Eurofood + Florim +
Hangar Design Group +
Istituto Europeo di Design
+ Itago + Mapei + René
Caovilla + Rubelli + Swatch