



In occasione della Giornata Internazionale dei Musei 2024 Lavazza Group presenta IncluVisity.

Il progetto, partito nel 2023 grazie alla collaborazione con musei e istituti culturali italiani e internazionali, vede l'azienda in prima linea nel promuovere percorsi espositivi inclusivi.

17 maggio 2024 – **Diversità, equità e inclusione** sono i tre pilastri in cui si fonda l'impegno di Lavazza Group nello sviluppo di progetti rivolti alle persone e alle comunità in cui opera. L'arte, la cultura e la diffusione della conoscenza sono parti fondamentali del percorso di sostenibilità dell'azienda, in cui si inserisce la relazione continuativa con il mondo museale. Questa si avvale di una proficua collaborazione su più fronti, sia nel supporto alle esposizioni, che nell'ideazione e realizzazione di progetti innovativi e inclusivi per offrire esperienze diversificate per l'educazione, la riflessione e la condivisione di sapere. Valori ribaditi da ICOM (International Council Museums) nella nuova definizione del ruolo pubblico dei musei come luoghi aperti di scambio di identità e culture diverse, dove le differenze si amalgamano per dare vita all'incontro con il prossimo.

In questo contesto nasce IncluVisity, progetto di Lavazza Group che mette al centro la persona e l'esperienza nei percorsi museali, facendo convergere l'accessibilità verso proposte adatte ad un pubblico differenziato e più ampio, così da garantirne l'inclusività, attraverso l'impegno nella promozione della diversità, della parità e dell'accoglienza in tutte le attività.

L'azienda ha sviluppato IncluVisity coinvolgendo realtà espositive molto note con cui collabora in maniera continuativa, che oggi, dopo una fase test, propongono percorsi di visita inclusivi, dedicati a persone provenienti da contesti multiculturali, capacità e abilità differenti. Attualmente coinvolti nel progetto sono sei centri museali: **Camera - Centro Italiano per la Fotografia - Torino, Collezione Peggy Guggenheim - Venezia, MUSE - Museo delle Scienze - Trento, Museo Egizio - Torino, Triennale Milano**, e, non poteva mancare, **Museo Lavazza - Torino**.

"Con IncluVisity l'azienda si fa portavoce di contenuti tanto universali quanto attuali" – dichiara Francesca Lavazza, Board Member Lavazza Group – "Superare le disuguaglianze e abbattere le barriere, fisiche e culturali è un obiettivo condiviso dall'azienda con le realtà museali: attraverso l'invito all'apertura, a cogliere il valore della differenza, quale elemento di ricchezza collettiva, vogliamo dare risposte concrete ad esigenze specifiche, espandendo il ruolo sociale dell'istituto culturale".

Il progetto si inserisce perfettamente nel programma di iniziative promosse da **ICOM Italia** per la **Giornata Internazionale dei Musei**, il cui obiettivo è evidenziare il ruolo dei Musei come istituzioni al servizio della società e del suo sviluppo. Il ruolo delle imprese è **facilitare i musei a sperimentare nuove modalità di fruizione**, così da accogliere il più ampio pubblico possibile per rendere la conoscenza alla portata di tutti. Su queste basi, si è svolto il convegno del 17 maggio *"Musei e Imprese verso la Cultura dell'Inclusività e dello Sviluppo Sostenibile"* dedicato a riflessioni ed esperienze a favore di pubblici che solitamente si sentono esclusi o marginalizzati dall'offerta culturale dei musei. Realizzato in Triennale Milano con il coordinamento del Gruppo Lavazza, l'appuntamento è organizzato in collaborazione con **ICOM Italia, L'ASviS – Alleanza per lo Sviluppo Sostenibile nell'ambito del Festival dello Sviluppo Sostenibile e Museimpresa - Associazione Italiana Musei e Archivi d'Impresa**.



Nella prima fase IncluVisity si è focalizzato sul supporto a esperienze test, studiate e realizzate dai musei citati in collaborazione spesso con realtà territoriali o associazioni no profit dedicate a specifiche tematiche. I feedback raccolti dai fruitori, attraverso un questionario ad hoc proposto su base volontaria post visita, hanno spinto a ulteriori riflessioni per migliorare l'offerta dei percorsi, che oggi sono stati ottimizzati grazie alle osservazioni e ai suggerimenti ricevuti proprio da chi ogni giorno sperimenta la diversità.

IncluVisity non si ferma qui, ha come obiettivo coinvolgere sempre nuovi partner per diffondere la conoscenza in maniera inclusiva, in linea anche con gli obiettivi dell'Agenda 2030, a cui Lavazza Group ha aderito, in particolare il Goal 4 dedicato alla Qualità Educativa e il Goal 9 focalizzato sull'Inclusività delle Infrastrutture.

Le esperienze dei partner aderenti a IncluVisity oggi:

CAMERA – “La storia della fotografia nelle tue mani”

La storia della fotografia nelle tue mani è l'innovativa esposizione multimediale permanente dedicata alla storia della fotografia: una proposta unica in Italia per tipologia e concezione, nata dalla volontà di consentire a tutti, anche alle persone cieche o ipovedenti, di fruire, da un punto di vista sia intellettuale che sensoriale, di una serie di contenuti dedicati alle tappe salienti della storia della fotografia, da una delle prime sperimentazioni di Louis Daguerre nel 1838 fino ad arrivare alle immagini prodotte dall'Intelligenza Artificiale. Il percorso permanente è allestito nella prima zona della Manica lunga di CAMERA e presenta venti fotografie iconiche della storia della fotografia riprodotte su pannelli visivo-tattili mediante la sofisticata tecnica dell'adduzione che consente una rappresentazione fedele dell'immagine e, mediante lo stesso supporto, la fruizione tattile grazie alla presenza di un rilievo trasparente in corrispondenza dei tratti principali del soggetto; ciascun pannello, corredato da didascalie in braille, è accompagnato anche da dettagliate descrizioni audio-video e in LIS.

Il viaggio multimediale attraverso la storia del linguaggio fotografico è integrato da contenuti video sulla società, la politica, l'informazione e la cultura nelle diverse epoche rappresentate con l'intento di creare un contesto di conoscenza ampio e interdisciplinare capace di essere apprezzato da un pubblico non specializzato. I video, intervallati alle immagini, sono fruibili mediante schermi dotati di un sistema di amplificazione di ultima generazione che favorisce un audio puntuale non invasivo per gli altri visitatori. Immagini e video sono allestiti mediante un sistema di binari e ancoraggi mobili, progettato ad hoc affinché il percorso possa essere periodicamente integrato con nuovi contenuti nella convinzione che la fotografia sia una materia viva e vibrante di sempre nuove suggestioni e in continua evoluzione.

Collezione Peggy Guggenheim – “Io vado al museo”

E' un progetto della Collezione Peggy Guggenheim che mira a promuovere l'inclusione sociale attraverso percorsi educativi destinati alle persone con *background* migratorio. L'esperienza di visita proposta nell'ambito di **Io vado al museo** prevede l'osservazione diretta delle opere d'arte e il coinvolgimento dei/delle partecipanti in attività all'interno degli spazi museali volte a **educare alla bellezza, promuovere il dialogo interculturale, abbattere gli stereotipi e favorire l'emancipazione delle persone**. I/le partecipanti sono coinvolti/e in percorsi che si basano sul *translanguaging*, un approccio che favorisce l'uso strategico di tutte le lingue oltre all'italiano, che è la lingua veicolare. Durante la visita i/le partecipanti sono incoraggiati/e a usare tutte le lingue che conoscono, con particolare attenzione alle loro lingue madri, promuovendo una prospettiva che dà alle diverse lingue pari valore nella costruzione di una società plurale. I/le partecipanti imparano l'italiano osservando i capolavori esposti e si confrontano in un contesto informale inclusivo,



innovativo e volto al benessere dell'individuo. La partecipazione al progetto è gratuita per le scuole di ogni ordine e grado, Università e Accademie, Centri Provinciali per l'Istruzione degli Adulti (C.P.I.A.), soggetti del terzo settore, cooperative sociali, associazioni di promozione sociale e di volontariato, SAI Sistema Accoglienza Integrazione (ex SPRAR), Centri di prima accoglienza, Case Famiglie.

MUSE – “Progetto in Tandem”

Il progetto formativo "In Tandem" ha l'obiettivo di **preparare persone con disabilità ad offrire al pubblico del MUSE un percorso guidato in tandem**. In questa modalità, **una guida senior del museo e una risorsa con disabilità**, attraverso la chiave della relazione interpersonale, rendono la scoperta dei contenuti museali un'esperienza emozionante. Il pubblico può essere accompagnato e informato su curiosità e aspetti caratterizzanti alcune aree e reperti del museo. Attualmente, la visita riguarda la scoperta del Big Void, il grande vuoto voluto da Renzo Piano al centro del MUSE, nel quale sono sospese decine di animali che vivevano e vivono gli ambienti alpini, dalle quote più basse alle alte vette.

Museo Egizio – “Nella pancia di Tauret”

Il percorso chiamato "Nella pancia di Tauret" regala ai neogenitori, con figli di 9 mesi al massimo, la possibilità di dedicare del tempo a sé e ai propri bebé, visitando le collezioni in condizioni di tranquillità e riservatezza, a museo chiuso. Il nome del progetto fa riferimento alla dea egizia protettrice delle donne in gravidanza, rappresentata nelle sembianze di una femmina di ippopotamo incinta. Le visite offerte trattano temi legati alla gravidanza e alla maternità, favorendo anche il confronto e la socializzazione. I partecipanti sono accompagnati da egittologi per osservare e comprendere al meglio i reperti nelle varie sale, dove sono allestite delle sedute che permettono di accogliere il gruppo e agevolare la conoscenza tra i partecipanti. La speciale condizione, con le sale vuote, permette a mamme e papà di seguire la visita e nella tranquillità di un contesto familiare e anche di allontanarsi momentaneamente dal gruppo nel caso di necessità particolari dei figli. Al termine della visita sono presentate le varie attività dedicate ai bambini piccoli perché la partecipazione all'appuntamento sia il primo di una serie di visite al museo. Il progetto è rivolto anche alle neomamme facenti parte di comunità mamma-bambino dedicato proprio ad accogliere donne in fragilità socio-economico-culturale.

Triennale Milano – “Mi ritorni in mente”

È un'iniziativa rivolta alle persone con decadimento cognitivo e ai loro familiari: Triennale Milano offre loro l'opportunità di andare alla scoperta dell'Istituzione attraverso la visita alla collezione permanente con un percorso ad hoc. Pensata sulla base dei bisogni e sulle caratteristiche dei partecipanti, la proposta prevede una visita, accompagnati da una guida esperta, al Museo del Design Italiano di Triennale, che espone oltre 300 tra i pezzi più rappresentativi del design italiano dal 1923 a oggi e, al termine, un momento di condivisione e saluto. Il progetto prevede anche un aiuto nello spostamento per chi dovesse avere difficoltà a raggiungere autonomamente la sede di Triennale Milano. L'obiettivo è promuovere **il benessere delle persone con demenza e di migliorare la qualità della vita loro e del loro intero nucleo familiare** attraverso un'attività di valorizzazione delle competenze e di inclusione sociale. L'istituto culturale si pone come un luogo di studio, riflessione e conoscenza, sperimentazione e riposo, ma anche come luogo di benessere, per divagare e immaginare, pensato per le esigenze di pubblici diversi che lo riconoscono come un bene comune, di cui prendersi cura. Come per ogni iniziativa di Triennale, l'accessibilità e la fruizione vengono curate e sviluppate in ogni fase: dall'ideazione e progettazione degli spazi espositivi, alla definizione dei percorsi di fruizione, fino alla concezione degli aspetti inerenti la sfera della comunicazione.



Museo Lavazza – “Al Museo per Nove e ¾ in collaborazione con Fondazione Gruppo Abele Onlus”

Il Museo Lavazza e la Fondazione Gruppo Abele Onlus collaborano nel 2024 al progetto **Nove e ¾** con la creazione di visite guidate e laboratori dedicati ai ragazzi e alle ragazze coinvolti nel progetto. Il cuore dei laboratori, attraverso attività multisensoriali e favorendo l’interazione tra i giovani, gli educatori e lo spazio intorno a sé, vuole essere un supporto per una maggiore consapevolezza dei propri sensi, del proprio modo di vedere e percepire il mondo nelle sue consistenze ed essenze. I partecipanti, che hanno tra i 17 e 25 anni, vivono una condizione di ritiro sociale e affrontano un percorso per tornare a sentirsi pienamente parte della comunità. I diversi appuntamenti, modulati secondo le differenti necessità dei ragazzi coinvolti, convergeranno anche in un piccolo orientamento professionale legato alla filiera del caffè. Il percorso vuole promuovere la rete, il supporto attraverso un approccio creativo e personalizzato che possa accogliere le necessità dei singoli partecipanti.

Il Gruppo Lavazza

Lavazza, fondata a Torino nel 1895, è un'azienda italiana produttrice di caffè di proprietà dell'omonima famiglia da quattro generazioni. Il Gruppo è oggi tra i principali protagonisti nello scenario globale del caffè, con un fatturato di oltre 3 miliardi di euro e un portfolio di marchi leader nei mercati di riferimento come Lavazza, Carte Noire, Merrild e Kicking Horse. È attivo in tutti i segmenti di business, presente in 140 mercati, con 8 stabilimenti produttivi in 5 Paesi. La presenza globale è frutto di un percorso di crescita che dura da oltre 125 anni e gli oltre 30 miliardi di tazzine di caffè Lavazza prodotti all'anno sono oggi la testimonianza di una grande storia di successo, per continuare a offrire il miglior caffè possibile in qualsiasi forma, curando ogni aspetto della filiera, dalla selezione della materia prima al prodotto in tazza.

Il Gruppo Lavazza ha rivoluzionato la cultura del caffè grazie ai continui investimenti in Ricerca e Sviluppo: dall'intuizione che ha segnato il primo successo dell'impresa – la miscela di caffè – allo sviluppo di soluzioni innovative per i packaging; dal primo espresso bevuto nello Spazio alle decine di brevetti industriali sviluppati. Un'attitudine a precorrere i tempi che si riflette anche nell'attenzione rivolta al tema della sostenibilità – economica, sociale e ambientale – considerata da sempre un riferimento per indirizzare la strategia aziendale. “Awakening a better world every morning” è il purpose del Gruppo Lavazza, che ha l'obiettivo di creare valore sostenibile per gli azionisti, i collaboratori, i consumatori e le comunità in cui opera, unendo la competitività alla responsabilità sociale e ambientale.

Per ulteriori informazioni:

UFFICIO STAMPA LAVAZZA

Simona Nocifora – cell. 335 6500961 – simona.nocifora@lavazza.com

BCW

Roberta Recchia – cell. 346 7025060 – roberta.recchia@bcw-global.com