



Buon Compleanno Guggenheim Intrapresæ!

Data pubblicazione 6 aprile 2017



Alessandro Bollo | [Segui](#)
Director at Fondazione Polo del '900



28



4



9

Si è da poco concluso a Bologna un evento – [Fabbricatori di Cultura](#) – che celebra il venticinquesimo anno di Guggenheim Intrapresæ, la più longeva esperienza di sostegno privato a un museo. Per capire il senso e la portata di un percorso che ancora oggi ci appare unico occorre tornare indietro al 1992, quando un gruppo di imprese nazionali e internazionali decise di sostenere la programmazione espositiva e le attività del museo

Guggenheim di Venezia attraverso un innovativo quanto pionieristico programma di corporate membership. L'intuizione alla base del progetto risiedeva nella possibilità di sostenere non un semplice museo, bensì un luogo capace di interpretare attraverso l'arte i valori universali di apertura, creatività, ricerca, innovazione ed eccellenza.

Venezia, la figura straordinaria di Peggy Guggenheim e l'incredibile collezione d'arte europea e americana ospitata a Palazzo Venier dei Leoni sul Canal Grande dove la mecenate viveva rappresentavano i fattori distintivi di un'alchimia unica per quella parte di mondo imprenditoriale che – in tempi non sospetti – iniziava a intuire le potenzialità che derivavano dall'associare e far dialogare il mondo dell'arte e quello dell'impresa. “Condividiamo una passione, disegniamo il futuro” cita non a caso il motto di Intrapresæ. A distanza di un quarto di secolo quella visione continua a trovare un senso e un orizzonte di lavoro preciso se si considera che ancora oggi 21 aziende appartenenti ad ambiti merceologici molto diversi utilizzano il programma per rafforzare il loro posizionamento istituzionale, perseguire strategie di branding e networking collaborando a un obiettivo comune che è quello di promuovere creatività e innovazione a favore della cultura.

Quello che colpisce non è solo la longevità del programma, quanto la sua continuità in un periodo storico che è stato, invece, caratterizzato da discontinuità e fratture come mai era avvenuto in passato. Se si considera il rapporto tra impresa e cultura, pubblico e privato abbiamo assistito a un'altalena fatta di innamoramenti e scenari promettenti (la Legge Ronchey che, tra le altre cose, apriva ai privati nella gestione dei servizi aggiuntivi dei musei era del 1993), di periodi di stanca e passaggi a vuoto (la difficoltà a trovare punti di convergenza ed equilibrio tra la prospettiva pubblico-statalista e quella

parte di mondo imprenditoriale che – in tempi non sospetti – iniziava a intuire le potenzialità che derivavano dall'associare e far dialogare il mondo dell'arte e quello dell'impresa. “Condividiamo una passione, disegniamo il futuro” cita non a caso il motto di Intrapresæ. A distanza di un quarto di secolo quella visione continua a trovare un senso e un orizzonte di lavoro preciso se si considera che ancora oggi 21 aziende appartenenti ad ambiti merceologici molto diversi utilizzano il programma per rafforzare il loro posizionamento istituzionale, perseguire strategie di branding e networking collaborando a un obiettivo comune che è quello di promuovere creatività e innovazione a favore della cultura.

Quello che colpisce non è solo la longevità del programma, quanto la sua continuità in un periodo storico che è stato, invece, caratterizzato da discontinuità e fratture come mai era avvenuto in passato. Se si considera il rapporto tra impresa e cultura, pubblico e privato abbiamo assistito a un'altalena fatta di innamoramenti e scenari promettenti (la Legge Ronchey che, tra le altre cose, apriva ai privati nella gestione dei servizi aggiuntivi dei musei era del 1993), di periodi di stanca e passaggi a vuoto (la difficoltà a trovare punti di convergenza ed equilibrio tra la prospettiva pubblico-statalista e quella imprenditoriale privata; complicità amministrative e limiti di natura fiscale per consentire davvero ai privati e alla società civile di sostenere il patrimonio culturale), di retoriche oscillanti tra concezioni puramente esornative dell'arte intesa come un lusso superfluo da mantenere in tempi di crisi (“con la cultura non si mangia”) a, fortunatamente, letture più complesse e attuali che vedono arte e cultura quali fattori chiave nei percorsi di sviluppo sociale ed economico dei territori e delle comunità. Da quest'ultima prospettiva può essere interessante partire per rileggere retroattivamente la visione davvero innovativa di aziende che hanno scommesso sulla contaminazione tra arte e impresa per ragioni che andavano oltre la semplice sponsorizzazione, ma

riguardavano la possibilità di fertilizzare positivamente le diverse culture d'impresa. Il mondo imprenditoriale più avanzato aveva capito, fin dall'inizio, che da quella contaminazione potevano nascere i presupposti per interpretare al meglio il ruolo di soggetti *for benefit* e non solo *for profit*, e di attivare inedite palestre di sperimentazione creativa e laterale a beneficio dei processi produttivi, delle risorse umane dell'azienda e dei territori su cui insistevano.

Questa visione, che occorrerà difendere, accordare e far risuonare con i cambiamenti e le discontinuità dei prossimi venticinque anni rappresenta la principale sfida ed eredità di Guggenheim Intrapresæ. Buon anniversario.

[#guggenheimintrapresæ](#)

[#disegniamoilfuturo](#)

[#25anniversario](#)