



Il Gruppo Lavazza espande l'impegno in ambito museale: nasce 'Museo Sospeso' in occasione della Giornata Internazionale dei Musei e si amplia il progetto 'IncluVisity' con 13 collaborazioni nel mondo

Con il patrocinio di ICOM Italia e in partnership con cinque rinomate realtà espositive prende il via 'Museo Sospeso', iniziativa che promuove la fruizione gratuita della cultura dal 18 maggio.

IncluVisity, progetto nato nel 2023 per sostenere percorsi espositivi inclusivi, conta oggi un circuito di 13 istituzioni museali e prevede nuovi importanti ingressi nel prossimo futuro.

12 maggio 2026 – In occasione della Giornata Internazionale dei Musei (18.05) e con il patrocinio di ICOM Italia (International Council of Museums), il Gruppo Lavazza lancia l'iniziativa **'Museo Sospeso'** per rendere la cultura accessibile alle persone in condizioni di vulnerabilità. Da lunedì 18 maggio sarà possibile visitare gratuitamente alcuni dei più importanti musei italiani facendo richiesta dei biglietti "sospesi" messi a disposizione grazie all'iniziativa di Lavazza con cinque enti museali partner, il **Museo Egizio** e il **Museo Lavazza** a Torino, **Triennale Milano** e la **Pinacoteca di Brera** a Milano e la **Collezione Peggy Guggenheim** a Venezia. Associazioni e enti potranno collegarsi al sito del museo scelto per verificare i criteri di partecipazione decisi dalle singole istituzioni culturali e fare richiesta per l'ingresso gratuito dal 18 maggio 2026 fino ad esaurimento biglietti.

L'iniziativa, gestita in partnership con i centri espositivi, rientra nel percorso intrapreso dal Gruppo Lavazza con il progetto IncluVisity, che ha come obiettivo favorire la conoscenza e la cultura promuovendo l'inclusività.

"Musei che uniscono un mondo diviso" tema che l'International Council of Museums ha scelto per l'edizione 2026 della ricorrenza, si sposa perfettamente con l'impegno dell'azienda torinese nel valorizzare esperienze diversificate che stimolino **l'educazione, la riflessione critica e la condivisione attiva della conoscenza**. In quest'ottica si consolida la relazione continuativa con il mondo museale, attraverso una collaborazione prolifica e multidisciplinare. Lavazza si impegna costantemente sia nel sostegno diretto alle esposizioni, sia nel supporto alle istituzioni museali che realizzano progetti **innovativi e inclusivi che rispondono a esigenze specifiche emerse dai propri pubblici di riferimento** volti a offrire esperienze che favoriscano **l'armonia e l'accessibilità**

L'obiettivo di favorire l'accessibilità, ridurre le barriere fisiche e culturali e promuovere le diversità è alla base anche del progetto **'IncluVisity'**, con cui si ridefinisce l'esperienza museale ponendo al centro l'individuo e la sua fruizione culturale. Il progetto è stato avviato nel 2023 con l'adesione di sei realtà espositive in Italia che hanno ideato percorsi di visita dedicati all'accoglienza e a pubblici con diverse esigenze di accessibilità (sensoriale, cognitiva, comunicativa...).



Ogni museo ha proposto un'esperienza mirata a soddisfare esigenze specifiche di conoscenza di pubblici differenti. Oggi sono 13 le istituzioni culturali che aderiscono al progetto, ma la rete di collaborazioni è in costante espansione.

*"Siamo orgogliosi di essere diventati, grazie al progetto **IncluVisity**, un punto di riferimento per promuovere la cultura come spazio di incontro e di dialogo. Insieme alle realtà museali con cui collaboriamo ci impegniamo per ampliare le opportunità di partecipazione e offrire esperienze capaci di dare risposte concrete a esigenze specifiche, espandendo il ruolo sociale dell'istituto culturale."* - dichiara **Francesca Lavazza, Board Member Lavazza Group** e aggiunge: *"E quest'anno per rafforzare maggiormente questo obiettivo abbiamo proposto, con il patrocinio di ICOM Italia e insieme a cinque dei nostri partner consolidati a Milano, Torino e Venezia, l'iniziativa **Museo Sospeso**, così da favorire ulteriormente l'arricchimento culturale delle persone."*

Nel solo 2026 il network di IncluVisity ha visto l'adesione in Italia della **Pinacoteca di Brera** e del **Piccolo Teatro a Milano**, di **GAM** (Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea Torino) e del **Museo Nazionale del Cinema a Torino** mentre a Basilea, del **Kunsthalle**. Già presenti nel circuito noti centri museali in tutto il mondo: **Collezione Peggy Guggenheim** a Venezia, **MUSE** (Museo delle Scienze di Trento), **Museo Egizio** e **CAMERA** (Centro Italiano per la Fotografia) a Torino, **Guggenheim** a New York, Palazzo delle **Papesse** a Siena, **Triennale Milano** e, naturalmente, **Museo Lavazza** a Torino.

Un successo tangibile, testimoniato non solo dai risultati concreti ottenuti, ma anche dal dialogo già avviato con altre prestigiose istituzioni internazionali.

. Il progetto guarda costantemente al futuro, con l'ambizione di attrarre sempre nuovi partner e ampliare ulteriormente la sua rete globale. Questa propulsione a diffondere la conoscenza in maniera accessibile è intrinsecamente legata all'adesione di Lavazza Group agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. IncluVisity incarna in particolare il Goal 4, sulla Qualità dell'Educazione, e il Goal 9, sull'Industria, l'Innovazione e le Infrastrutture inclusive, dimostrando concretamente come l'impegno aziendale possa tradursi in un impatto sociale tangibile e misurabile, contribuendo a costruire un futuro in cui la cultura sia realmente un patrimonio inclusivo.

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 3.9 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 9 stabilimenti produttivi in 5 Paesi. La presenza globale è frutto di un percorso di crescita che dura da più di 130 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 dedicata a temi economici, sociali e ambientali, da sempre considerati fondamentali per orientare la strategia aziendale. "Awakening a better world every morning" è il purpose del Gruppo Lavazza, che ha l'obiettivo di creare valore per gli azionisti, i collaboratori, i consumatori e le comunità in cui opera, unendo la competitività alla responsabilità sociale e ambientale.