



PUBLICATION: PANORAMA
COUNTRY: ITALY
ISSUE: 28 MARCH 2012
PAGE: 144
FREQUENCY: WEEKLY

EXTRA

TENDENZE
 GOLA
 MOSTRE
 LIBRI
 MEDIA
 FILM & TV
 EVENTI
 MUST

Potrebbe parlare per ore, con entusiasmo contagioso, tanto le sta a cuore il neonato progetto ZegnArt che ha preso vita, proprio in questi giorni, al Maxxi di Roma. Ha un'energia contagiosa Anna Zegna, image director del gruppo, nonché presidente della fondazione e ora anche responsabile della piattaforma di interventi d'arte contemporanea che la storica azienda italiana vuole promuovere in giro per il mondo.

Moda e arte è un connubio che piace tanto al fashion system: non sta diventando un cliché?

No, la nostra non è né un'operazione alla moda né di marketing. Storicamente la nostra famiglia dialoga con il mondo delle arti visive. Il fondatore Ermenegildo Zegna, mio nonno, aveva chiesto all'epoca a Otto Maraini, che era un architetto, pittore, incisore di vetri, di disegnare sia il lanificio sia la sua casa, che sono ancora lì da vedere. Il nonno aveva capito l'essenza dell'estetica a tal punto da volerla estendere all'intera

LO STORICO GRUPPO TESSILE LANCIA IL PROGETTO ZEGNART, FORTEMENTE VOLUTO DA ANNA ZEGNA: «PERCHÉ LE AZIENDE NON PRODUCONO SOLO COSE, MA ANCHE PENSIERO».

DI ANTONELLA MATARRESE

Per favore, non chiamatela sponsorizzazione



Favole romane

A sinistra, la performance «Fabulae romanae» degli artisti argentini Lucy+Jorge Orta, al Maxxi di Roma (fino al 23 settembre). In basso a sinistra, l'artista al lavoro.

comunità che ruotava intorno all'azienda, credendo nella capacità del bello di migliorare la qualità della vita di tutti, operai compresi. Il padre di Michelangelo Pistoletto, Ettore Oliviero, ha lavorato con Ermenegildo producendo numerosi disegni. Per non parlare di mio fratello Aldo o di suo figlio Andrea, grandi collezionisti e promotori d'arte.

Il progetto ZegnArt appare ambizioso, lo può riassumere?

Sì, è molto ambizioso perché non si tratta solo di promuovere artisti e produrre mostre. ZegnArt è strutturato in tre macroaree che abbiamo chiamato Public, Art in global store e Special projects. La prima area è legata a una commissione pubblica nei paesi emergenti, ovvero India, Turchia e Brasile, dove la popolazione è giovane e i fermenti più veloci. Noi insieme con musei e istituzioni promuoveremo il lavoro di un artista emergente che verrà esposto con il coinvolgimento della gente del luogo. Cominceremo a Mumbai e nel 2013 sarà la volta della Turchia in vista della Biennale. Invece la mostra che abbiamo inaugurato al Maxxi, *Fabulae Romanae* di Lucy e Jorge Orta (fino al 23

settembre) fa parte degli Special project, ovvero delle produzioni di allestimenti pensati per un determinato museo. Infine, continuerà all'interno dei nostri store l'esposizione di opere di artisti che hanno trovato ispirazione visitando la nostra azienda, come Mimmo Jodice, oppure a noi vicini per sensibilità, come il tedesco Frank Thiel.

Non si tratta di sponsorizzazione ma...

L'arte veicola la profondità del sentire contemporaneo e la nostra necessità è promuovere e condividere, perché le aziende non producono solo cose ma anche pensieri, sensibilità. ■

Comando creativo

A destra, Anna Zegna, responsabile immagine e presidente della Fondazione Zegna.

