

Dynamic Table

Arte contemporanea in Italia: tra profit e non profit

Interventi di: Paolo Agliardi, Giovanna Amadasi, Bianca Aravecchia, Stefano Baia Curioni, Chiara Bertola, Frank Boehm, Ilaria Bonacossa, Patrizia Brusarosco, Letizia Cariello, Gail Cochrane, Marta Dell'Angelo, Francesca Di Nardo, Emi Fontana, Marisa Galbiati, Annamaria Gambuzzi, Francesco Garutti, Claudia Gian Ferrari, Gino Gianuzzi, Mario Gorni, Francesca Kaufmann, Pasquale Lecce, Maria Morganti, Michela Moro, Alberto Mugnaini, Andrea Ottolia, Francesca Pasini, Lucio Pecchini, Cloe Piccoli, Letizia Ragaglia, Margherita Remotti, Caterina Riva, Gabi Scardi, Catterina Seia, Maria Rosa Sossai, Marco Tagliaferro, Giorgio Verzotti, Andrea Viliani, Gianluca Winkler, Claudia Zanfi, Antonio Zavaglia.

Moderatrice: Angela Vettese

Patrizia Brusarosco

Fondatrice e direttrice di Viafarini, organizzazione per l'arte contemporanea e del centro di documentazione per le arti visive DOCVA

L'idea di *Dynamic Table* ha preso avvio dalla constatazione che ancora oggi v'è scarsa cultura del non profit in Italia. Per non profit si intendono associazioni e fondazioni ma in occasione di questo incontro vale la pena ragionare in termini più ampi, estendendo il discorso alle riviste, ai media, alle scuole, insomma al ruolo che certe organizzazioni svolgono nell'arte contemporanea organizzando servizi di promozione, di network, di divulgazione e formazione.

A che punto siamo a Milano e in Italia? Gli artisti e le loro gallerie hanno bisogno del non profit e in particolare di che cosa? Cosa possiamo fare per accordarci con i giovani nelle scuole e con il più vasto pubblico della città? Cosa si dovrebbe fare perché il sistema si regga e si sviluppi, anziché ripiegare su se stesso? Gli studenti del Politecnico o della Bocconi non sono mai entrati in una galleria e non sanno nemmeno chi è Beuys, in una città come Milano che vuole venderci come città della moda e del design e dovrebbe preparare i futuri creativi piuttosto che i manager.

È vero che negli ultimi dieci anni abbiamo conseguito miglioramenti notevoli e finalmente esiste una rete profit - non profit. La Fondazione Cariplo ha deciso di impegnarsi nella promozione del contemporaneo. Tuttavia abbiamo bisogno di più fondazioni con attività esterne, soprattutto bancarie, abbiamo bisogno che le istituzioni pubbliche Comune, Provincia, Regione e Ministero - sottraggano alla politica il nostro destino e creino degli organi intermedi autonomi. Abbiamo bisogno di più cultura del non profit e del fundraising, anche per quanto riguarda le collaborazioni con le aziende. Nelle piccole e medie imprese avrebbero bisogno al loro interno di figure responsabili dello sponsoring culturale, si rende quindi necessaria la formazione di figure esperte nel settore.

Ora a Milano abbiamo l'occasione dell'Expo: potrebbe essere un'opportunità per sviluppare un know-how nel non profit e nel fundraising, vista la concentrazione d'interessi finanziari e il bisogno di sviluppo anche culturale che sente la città.

Mario Gorni

Fondatore e direttore di Careof, organizzazione per l'arte contemporanea e del centro di documentazione per le arti visive DOCVA

Nel paese c'è un'eccessiva incertezza e precarietà che minaccia la formazione professionale degli artisti, quasi sempre consegnata a incontri fortuiti e alle sole risorse personali dei singoli attori.

Le accademie in Italia falliscono nella loro missione di introdurre in modo credibile ed efficace i propri migliori laureati nel sistema dell'arte.

Per i giovani artisti il non profit costituisce spesso il secondo scalino della propria carriera, una sorta di test sulla propria professionalità, prima di trovare una galleria di riferimento con cui collaborare.

Il non profit in Italia deve entrare a pieno titolo nel sistema dell'arte, innescando sinergie con le accademie, i centri di formazione, le gallerie private e civiche, i musei, i critici, i giornalisti e



i diversi editori. Per contribuire ad assicurare il successo della cultura visiva in Italia, il non profit deve rivendicare il suo ruolo vocazionale di monitoraggio, selezione, promozione e curatela, nella consapevolezza che la sperimentazione contemporanea sia un patrimonio a vantaggio di tutto il Paese.

Si segnala che la sinergia tra profit e non profit deve estendersi con particolare forza alla formazione dei formatori, in vista di un maggiore coinvolgimento dell'economia nei progetti formativi. La produzione di valori economico finanziari deve passare sempre più spesso attraverso lo sviluppo della cultura.

Pasquale Leccese

Presidente del network di gallerie Start, già consulente istituzionale della fiera d'arte MiArt, direttore della Galleria Le case d'Arte a Milano

Milano è una città con una memoria a breve termine. Sul versante del non profit si segnala un'esperienza del passato, che è importante tenere presente, come la Casa degli Artisti di Luciano Fabro.

La ricchezza che di questi tempi pare riversarsi sul mondo dell'arte è puramente virtuale e non coinvolge tutto il mondo dell'arte ma sono una ristretta cerchia, quella delle aste. Presso il più vasto pubblico si è diffusa così l'opinione, infondata, che tutti gli operatori del mondo dell'arte – dall'artista al gallerista al critico – godano d'introiti economici comparabili a quelli di Danien Hirst o Larry Gagosian (per citare nomi segnalati spesso dai media). Questo irrealistico standard si è imposto all'opinione pubblica in virtù di una scarsa e imprecisa informazione, che non tiene conto dell'effettiva realtà vissuta quotidianamente dalla gran parte degli artisti e dagli operatori italiani. Nella comunicazione degli eventi dell'arte contemporanea italiana si lamenta quindi una mancanza di competenza, attenzione e sensibilità.

In Italia non sono ancora maturate nemmeno le premesse per uno sviluppo organico del mercato dell'arte, capace di offrire le pur minime agevolazioni economiche d'impresa. A conferma di quest'osservazione si ricorda il costo proibitivo della vita a Milano, che spinge molti artisti italiani a cercare all'estero le opportunità di crescita che faticano a trovare nel proprio paese.

Spazi espositivi come la Triennale di Milano sfruttano strategie di comunicazione e marketing più vicini ai modelli attualmente egemonici, basati su una logica marcatamente mercantile. Il successo di simili strategie mostra la necessità di affiancarvi programmazioni diverse, più audaci e sperimentali, ma in grado di catalizzare anch'esse l'attenzione dei media (in particolare quello televisivo) senza ricorrere alle medesime leve di comunicazione.

Paolo Agliardi

Presidente Associazione Artegiovane Milano

L'attività non profit di Artegiovane, associazione nata a Torino, si è affermata negli anni recenti come una realtà di caratura nazionale. L'associazione ha concentrato i suoi sforzi nella creazione di una rete operativa composta da più sedi territoriali (Milano, Torino, Roma, Sicilia). Sarebbe utile creare di una rete simile anche a Milano, innescando una collaborazione attiva tra le associazioni esistenti con finalità e obiettivi comuni, ma ancora non colgono l'urgenza di collaborare.

Giovanna Amadasi

Giornalista, fondatrice dell'associazione culturale non profit Xing, consulente sugli investimenti nei progetti culturali di System/Gruppo Il Sole 24 Ore

Da un'analisi dell'economia dell'arte contemporanea italiana, si evince come il sistema si regga soprattutto sugli investimenti di un numero ristretto di collezionisti e d'istituzioni. Questa anomalia differenzia l'industria culturale italiana da quella della maggior parte dei paesi occidentali, in cui il pubblico pagante riveste un ruolo centrale.

Talvolta l'arte contemporanea mostra poco interesse verso il pubblico, con conseguente disaffezione del pubblico stesso alle iniziative e ai progetti espositivi proposti. Negli ultimi l'arte contemporanea riesce tuttavia a innescare una maggiore curiosità, favorita dai media e da alcune istituzioni che hanno fatto della divulgazione il loro obiettivo. Di conseguenza anche le imprese hanno preso coscienza delle potenzialità dell'arte contemporanea come linguaggio di comunicazione e di creazione di valore.



Ciononostante, data la novità e la complessità del settore, le imprese mostrano scarsa propensione ad avvicinarsi in modo strategico all'intervento culturale e, in particolare, a quello nel settore contemporaneo.

È quindi necessario pensare a figure di "mediatori", in grado di creare sinergie virtuose tra settore pubblico e mondo delle imprese che possano promuovere la diffusione dell'arte contemporanea presso il pubblico e i potenziali investitori, tutelandone la qualità dei contenuti e della ricerca.

Bianca Aravecchia

Responsabile Servizio mostre presso la Provincia di Milano

La Provincia di Milano promuove da tempo l'arte contemporanea, con l'ideazione e la produzione di *inContemporanea* – la rete dell'arte. L'iniziativa vuole essere un network di riferimento per la promozione delle realtà non profit milanesi.

Rimane una certa difficoltà a unire e fare collaborare diverse realtà del settore, quali associazioni culturali, alcune più strutturate, altre composte dagli stessi artisti. C'è da chiedersi dunque: Milano ha le potenzialità e la voglia di fare qualcosa?

Stefano Baia Curioni

Direttore della laurea Specialistica di Economia per l'arte e la cultura in Bocconi (Acme)

Difficile immaginare sostanziali supporti da parte del MBAC (Ministero) per le politiche cittadine riguardanti l'arte contemporanea. L'istituzione ministeriale oggi ha poche capacità operative. È necessario uscire dal lamento e lavorare sui limiti del sistema dell'arte contemporanea che a Milano in questi anni ha mancato molti appuntamenti con il contesto e tende ad evolversi in modo autoreferenziale. Il sistema non ha comunicato in profondità e forse anche per questo vi è carenza di politiche coordinate e sistematiche sul piano locale, una scarsa consapevolezza delle implicazioni dell'investimento in arte nelle aziende sponsor, e soprattutto una preoccupante mancanza di coordinamento – ad oggi – riguardo ad iniziative di grande rilevanza come musei e kunsthalle (tre in progettazione con bassi livelli di coordinamento reciproco).

Chiara Bertola

Curatrice, Fondazione Querini Stampalia

Le diverse realtà che si celano dietro all'espressione non profit sono chiamate a intervenire laddove il museo o la galleria non possono o non vogliono arrivare.

Una caratteristica del non profit è la tenacia, virtù necessaria per portare avanti progetti di qualità, considerate le croniche difficoltà nel reperire il budget.

Si rende pertanto sempre più indispensabile rivolgersi alle imprese: nel caso del Veneto, regione industrialmente ricca, solo ora le imprese iniziano a interessarsi all'arte contemporanea, soprattutto dopo gli investimenti del magnate francese Pinault a Palazzo Grassi e alla Punta della Dogana.

Il supporto maggiore alle attività della Fondazione Querini Stampalia proviene dall'Unione Europea, dalla Regione e dallo Stato.

La collaborazione con Furla, azienda leder nel settore della pelletteria, per il Premio Furla per l'Arte, è il paradigma strategico per lo sviluppo della Fondazione nell'ambito dell'arte contemporanea.

Frank Boehm

Architetto e curatore di Deutsche Bank Collection Italy

Anche partendo dall'esperienza di un curatore straniero che si occupa in Italia della collezione d'arte contemporanea Deutsche Bank, continua a mancare un progetto culturale concreto nel nostro paese.

Deutsche Bank ha intrapreso con successo la strada del collezionismo d'arte contemporanea sin dal 1979, con largo anticipo su altri operatori.

La collezione è tematica e comprende opere di artisti italiani e internazionali, con un lavoro prodotto in Italia. È stata concepita soprattutto per i dipendenti – come altri casi di *art at work* – ma è fruibile anche dal pubblico una volta al mese, grazie a visite guidate e percorsi espositivi concepiti ad hoc.



Ilaria Bonacossa

Curatrice presso la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo, Torino

La strategia messa in atto dalla Fondazione Sandretto Re Rebaudengo per avvicinare il pubblico alle proprie iniziative, si avvale del contributo di mediatori culturali. Questi operatori sono di norma studenti delle università e delle accademie, che vengono formati per illustrare, su richiesta, le mostre in corso al pubblico, stimolandone la risposta grazie a un approccio disteso e coinvolgente, simile a quello di uno scambio informale. La mediazione culturale è una strategia relazionale con il pubblico, fondata sul dialogo e l'ascolto. Attraverso questo approccio si valorizzano le esperienze, le conoscenze, le osservazioni del visitatore e si trasforma la tradizionale visita in un'occasione conoscitiva attiva e condivisa.

Tra le altre iniziative della Fondazione figura una residenza per curatori stranieri, a sostegno delle realtà più genuine della scena artistica nazionale, grazie al network di contatti e collaborazioni attivato dalla Fondazione Sandretto Re Rebaudengo negli anni.

Letizia Cariello

Artista

L'arte non dovrebbe essere l'eccezionale. Dire "sono un artista" non dovrebbe suscitare stupore.

In Italia questo purtroppo la situazione è diversa e le colpe si possono attribuire da un lato alla cultura italiana, che non si dedica sufficientemente all'arte contemporanea, ma anche agli stessi addetti ai lavori. Questa riflessione emerge dalla presa di coscienza che troppo spesso il mondo dell'arte si è atteggiato a contesto eccezionale, proponendosi come ambiente essenzialmente elitario. Da qui il bisogno di aprirsi, perché si troverebbe un interesse sincero da parte della gente.

Musei e gallerie devono arrivare ad essere vissuti come un servizio fondamentale per il cittadino. Nella valutazione della qualità della vita di una città (oltre a valutare mezzi di trasporto, supermercati, ristoranti) è necessario valutare quindi l'apporto offerto da musei e gallerie.

Gail Cochrane

Direttrice della Fondazione Spinola Banna di Poirino (TO)

La Fondazione Spinola Banna per l'Arte è un caso assai raro d'imprenditoria illuminata, capace di finanziare e sostenere l'arte contemporanea, votandosi alla formazione dei giovani artisti, tramite un nutrito programma di residenze e workshop.

In Italia c'è bisogno di un maggior numero di imprenditori interessati ad aprirsi all'arte contemporanea sostenendola attivamente. Su questo versante è il caso di segnalare gli esempi della Fondazione Teseco e di Tiscali per l'Arte.

Marta Dell'Angelo

Artista

Si dà lettura dell'intervento scritto di Maria Morganti, artista promotrice a Venezia degli incontri del mercoledì, riservati esclusivamente agli artisti.

Gli incontri sono stati concepiti come pura occasione di scambio e non di promozione, senza alcun intervento di curatori o galleristi e senza neanche il confronto con il pubblico.

Nati inizialmente nello studio dell'artista, gli incontri sono oggi ospitati dalla Fondazione Bevilacqua la Masa, a Venezia. Ricordando che a Milano manca una simile esperienza di scambio, si segnala che anche tra artisti con studi vicini, c'è poca comunicazione e nessun luogo di incontro privilegiato.

Francesca di Nardo

Curatrice e direttore dei programmi di residenze per artisti della Dena Foundation for Contemporary Art

Dena Foundation for Contemporary Art è un'organizzazione non profit presieduta da Giuliana Setari Carusi, legalmente registrata nello Stato di New York e avente sede a Parigi.

La fondazione ha per missione la diffusione dell'arte contemporanea in una dimensione di scambio: promuove i giovani artisti a livello internazionale, con lo scopo di rinforzare i legami



e gli scambi tra la cultura italiana e quella di altri paesi, con un riguardo particolare alla Francia.

La fondazione svolge un programma di residenze al Centre International d'Accueil et d'Echanges des Récollets di Parigi, con il sostegno del Comune di Milano, la Città di Torino, l'Accademia di Belle Arti di Brera, Museion, la Fondazione Spinola Banna per l'Arte, Unicredit Private Banking e Sparkasse; e all'ArtOmi International Art Center di Omi – New York. Dal 2001 più di venti artisti e curatori hanno beneficiato di queste opportunità di residenze.

Emi Fontana

Gallerista e organizzatrice di progetti curatoriali non profit

Un contributo al dibattito proviene dall'esperienza dell'apertura a Los Angeles, nel 2004, dell'organizzazione non profit West of Rome, che si occupa di progetti di arte pubblica e si finanzia tramite tecniche di fundraising.

L'esperienza maturata nel settore non profit (parallelamente ma diversamente dall'impegno nel versante profit) ha portato alla conclusione che la caratteristica distintiva fra gallerie e attività non profit è da cogliersi primariamente nella modalità espositiva, nelle caratteristiche intrinseche del progetto artistico che si realizza.

Marisa Galbiati

Docente di Comunicazione multimediale e audiovisiva presso la Facoltà di Design del Politecnico di Milano

Considerando la scarsità di fondi destinati alle università e alla ricerca, emerge la necessità di coinvolgere maggiormente le imprese nei progetti culturali, cercando di prendere in considerazione i loro bisogni e i valori che le ispirano.

La semplice sponsorizzazione del progetto, che garantisce la mera visibilità del *brand*, è una strategia di fundraising ormai superata e sempre più inefficace.

È necessario pertanto un coinvolgimento del soggetto che sponsorizza nel progetto da realizzare, senza arrestarsi alla semplice proposizione di iniziative già progettate alle quali apporre un semplice logo.

Annamaria Gambuzzi

Gallerista, già Delegato territoriale lombardo dell'Associazione Nazionale Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea

Ogni operatore nel campo dell'arte dovrebbe svolgere il proprio ruolo, cercando di non sconfinare nei territori altrui.

Vale a dire: l'artista faccia l'artista, il gallerista faccia il gallerista, il critico commenti, il collezionista collezioni.

Molti fraintendimenti e molti problemi oggi sorgono per effetto di scambi e accavallamenti anomali dei ruoli: gli artisti vendono, i collezionisti si comportano come mercanti, le gallerie si fondano come associazioni culturali e poi commerciano, nei musei si vendono le opere d'arte e così via.

Se ciascuno svolgesse con coerenza il proprio ruolo l'economia generata dall'arte si incanalerebbe nei giusti percorsi. Se le cose rimarranno invece immutate, la confusione continuerà a regnare sovrana.

Francesco Garutti

Architetto e curatore

In questo dibattito è utile richiamare l'attenzione su alcuni episodi campione sul versante non profit in Svizzera e Germania.

Ad esempio Schaulager a Basilea, forma ibrida tra Kunsthalle e Kunsthaus, interessante in quanto modello di fondazione con un ruolo attivo nel contesto sociale e culturale della città. Concepito come *open warehouse*, permette a ricercatori e studenti di fruire della collezione come di un reale strumento di lavoro trasformando così il museo in un dispositivo urbano utile.

PERLA MODE a Zurigo è stato per anni un curioso esempio di dialogo e collaborazione tra il mondo profit e quello non profit. Nel minuscolo edificio dell'ex lingerie di Langstrasse realtà differenti come una galleria privata (Freymond-Guth & Co.) una piccola casa editrice, l'ufficio di due curatori indipendenti, gli studi di artisti, si integravano in modo flessibile e produttivo.



Case-museo come la Nietzsche House, e la mostra *Atmospheres of Democracy* allo ZKM sono altri modelli che si offrono per ripensare lo scambio necessario tra l'arte contemporanea e altre forme di display parallele.

Claudia Gian Ferrari

Promotrice d'iniziative culturali, gallerista e direttrice dello Studio di Consulenza per il 900 italiano e Arte Contemporanea

Il mondo dell'arte contemporanea deve fare sistema e far valere le proprie istanze presso i centri di potere politico. Mancano infatti sia una rete sistematica di sinergie che, su un quadro più ampio, un progetto culturale italiano.

I soggetti interessati a uno sviluppo dinamico del mondo dell'arte dovrebbero comprendere quanto sia strategicamente essenziale unire le proprie forze in una piattaforma comune, dalla quale partire per ribadire le proprie istanze sia in ambito istituzionale, che di governo. La difficile situazione italiana rende urgente questa azione di pressione politica, in vista dell'ottenimento di benefici immediatamente tangibili e percepibili.

Nelle difficoltà del momento economico-sociale il comparto dell'arte attrae liquidità e interesse e urge un maggiore impegno per sfruttarne meglio le potenzialità.

Negli ultimi anni l'ambito del collezionismo si è trasformato sempre più spesso in mero investimento finanziario. Questa tendenza ormai conclamata, può mettere a rischio la reale valutazione dell'opera d'arte, ma anche lo stesso valore della progettualità dell'artista.

Gino Gianuzzi

Direttore Neon>Campobase

Per esperienza il dialogo fra non profit e for profit (rovesciando l'ordine proposto dal titolo di Dynamic Table) nella sostanza non esiste.

Esiste piuttosto una suddivisione asimmetrica dei ruoli in cui al non profit è delegato il lavoro 'sporco', mentre il for profit si riserva di agire su quello che il setaccio del non profit ha faticosamente tratto dal flusso della corrente.

In questa dinamica si assiste a una sperequazione nei ruoli: il non profit non riceve nulla (in termini di scambio, confronto e aiuto) dal for profit, mentre il for profit sembra assumere per scontata la prospettiva di servirsi del non profit in un'ottica utilitaristica, come se questa fosse una sorta di self service. Ma in fondo questo atteggiamento suona meno sconvolgente se valutato nell'ottica delle dinamiche che regolano i rapporti globali fra gli umani.

Francesca Kaufmann

Gallerista

È importante soffermare l'attenzione sull'importanza del ruolo degli spazi non profit come aiuto agli artisti all'inizio della loro carriera, con possibilità di sviluppo anche nel prosieguo della loro carriera. Le attività espositive degli spazi non profit sono una vetrina anche per i galleristi, che hanno modo di conoscere il lavoro dei giovani artisti per poi iniziare un'eventuale collaborazione (si segnala l'esempio di Careof e Viafarini).

L'intermediazione del non profit, in caso di vendita di un'opera esposta, non dovrebbe costituire in alcun modo un problema per i galleristi italiani, dal momento che all'estero (dove il settore non profit è maggiormente sviluppato) questo avviene di norma.

Michela Moro

Giornalista free lance, responsabile dei contenuti editoriali del programma Art'Italia per Rai International

Come esempio dell'indifferenza nel mondo dell'arte italiana e della mancanza del tanto citato sistema, è importante ricordare il caso della chiusura di un canale televisivo sull'arte contemporanea di rilievo nazionale: RaiSat Art. Il mondo dell'arte non assunse allora alcuna posizione, perdendo così un potente strumento di diffusione. Alla notizia fu offerto scarso o nessun rilievo, che aveva a disposizione un potente strumento di diffusione. Il suo ruolo era particolarmente benefico per le gallerie d'arte, in fronte della mancanza di visibilità offerta alle stesse, a causa del loro carattere commerciale.

È riprovevole l'abbandono non solo di un progetto editoriale di provata funzionalità, ma anche di un grande archivio video di documentazione della scena artistica nazionale e internazionale.

Alberto Mugnaini
Critico d'arte

La dimensione del non profit nell'arte contemporanea comprende una gamma di attuazioni estremamente variegata, capace di spaziare dalle fondazioni delle multinazionali alle associazioni spontanee di cittadini uniti da un comune interesse verso le arti visive. In quest'analisi emerge la necessità di prendere in seria considerazione anche una realtà più sotterranea, basata sull'azzardo e sulla sperimentazione, sulla progettazione di spazi alternativi e dissipativi. Un'esperienza da segnalare è quella dello spazio milanese Alberto Aperto: una casa per incontri e presentazioni di artisti inediti, chiamati a interagire con un luogo marcato dai segni dell'abitare, dal rapporto con i segni del vissuto, uno spazio che in questo modo diventa ospitato dai lavori dell'ospite.

Andrea Ottolia
Membro di ACACIA – Associazione amici arte contemporanea

L'associazione ACACIA nasce nel 2003 per sostenere – attraverso il contributo di collezionisti e appassionati di arte – la nascita del futuro museo d'arte contemporanea di Milano. Nel perseguire quest'obiettivo ACACIA sostiene giovani artisti attraverso premi e borse di studio e si impegna per la creazione di una collezione che verrà donata al nascente museo. Il fine di un non profit come ACACIA va inteso in maniera attiva e dinamica, oltre la semplice assistenza. Così come nel settore dell'informatica il dinamismo d'iniziativa private – anche non profit – è essenzialmente inteso a valorizzare e a sostenere l'innovazione, così ACACIA ha come fine il sostegno della qualità dell'arte contemporanea italiana. Ciò consiste essenzialmente nel selezionare, sostenere e fare conoscere nuovi talenti e contribuire a formare, anche con l'organizzazione di mostre e iniziative aperte al pubblico, una migliore sensibilità e coscienza tra gli appassionati del settore.

Francesca Pasini
Direttrice artistica della Fondazione Pierluigi e Natalina Remotti

Quello che colpisce è la sterilità delle lamentele del settore dell'arte contemporanea. Il dibattito sulle carenze dello scenario nazionale non è stato infatti capace di uscire dal circuito degli addetti ai lavori, aprendosi al dibattito con la società, i media e il mondo politico. È quindi fondamentale esprimere le diverse istanze del comparto in modo incisivo e corale.

La crisi in atto si inquadra in un profilo di declino e disaffezione generale in Italia verso la cultura. Tuttavia, nell'arte sono ancora enucleabili alcuni temi forti e interessanti, in grado di coinvolgere gli spettatori e anche le istituzioni.

L'esempio della Fondazione Pier Luigi e Natalina Remotti, pur rappresentando un piccolo centro, gode della invidiabile media di 40 visitatori al giorno. Un simile caso dimostra la possibilità di partecipazione della collettività a progetti culturali rappresentativi. La Fondazione è nata in convenzione con il Comune di Camogli, il cui direttivo ha deciso di investire sulla qualità dell'offerta, e non tanto una sede dove rappresentare piccole situazioni locali. Una delle occasioni che abbiamo in Italia è proprio di utilizzare sedi di grande bellezza paesaggistica e storica, per far sì che mille fiori fioriscano attorno al campo dell'arte contemporanea. che mille fiori fioriscano attorno al campo dell'arte contemporanea.

Lucio Pecchini
Responsabile area sviluppo e design Vibrapac

L'esperienza maturata da Vibrapac nella collaborazione con Careof e Viafarini per l'organizzazione della mostra di Liliana Moro è valutabile nel complesso come molto positiva. Vibrapac ha messo a disposizione il proprio know-how aziendale nello sviluppo dei materiali, al fine di rendere tangibile il contributo offerto alle associazioni, oltrepassando la semplice sponsorizzazione.

Più della stipulazione di un contratto, si è mostrato fondamentale lo sviluppo di un rapporto personale tra i dirigenti dell'impresa, i responsabili dell'organizzazione e l'artista; una sinergia intesa come collaborazione proficua per tutti.



L'esperienza è stata positiva anche per i dipendenti, per quanto si segnali l'impossibilità dell'azienda di quantificare precisamente il ritorno dell'investimento e l'eventuale feedback dell'operazione.

Cloe Piccoli
Critica d'arte e curatrice

Per inquadrare efficacemente il tema in esame è necessario definire e separare le rispettive identità del settore profit e di quello non profit. Fatte salve le rispettive identità dei settori, in Italia manca la cultura dell'arte contemporanea.

Si rende sempre più necessario il coinvolgimento delle accademie e delle università, che formano i futuri curatori e direttori di musei, oltre agli artisti. Queste grandi istituzioni in Italia sono estranee al mondo dell'arte contemporanea o si affidano solo ad alcuni docenti per portarlo all'attenzione degli alunni.

Per riportare il sistema dell'arte contemporanea italiano al centro d'iniziativa incisive e consapevoli, è necessaria una maggiore collaborazione con le scuole e le accademie, per strutturare progetti in grado di coinvolgere gli studenti, anche attraverso incentivi alle visite ai luoghi d'arte attraverso la compensazione di crediti formativi.

Letizia Ragaglia
Curatrice presso il Museion Museo d'arte contemporanea di Bolzano

Museion nasce a Bolzano negli anni '80 come associazione culturale privata. Inizialmente ha dovuto superare numerose difficoltà ma superandole è giunta ad ottenere budget invidiati da altre realtà italiane, grazie alla Provincia Autonoma di Bolzano. Sono stati stanziati 30 milioni di euro per la progettazione e costruzione della nuova sede e sono previsti 2 milioni di euro l'anno per la gestione del museo e circa 3 milioni di euro per la collezione permanente ripartiti su tre anni.

Museion è una fondazione nata e sostenuta da un tessuto sociale caratterizzato da un vivace collezionismo privato, così come da un diffuso associazionismo. La città risponde in modo positivo e partecipa agli stimoli culturali che le vengono offerti, anche perché è coinvolta nella loro progettazione tramite inchieste, questionari sulla qualità dei servizi, spettacoli e iniziative completamente gratuite.

Margherita Remotti
Giornalista Il Sole 24 Ore

Il ruolo del non profit in Italia supplisce alla mancanza di un vero e proprio 'sistema arte', in grado di supportare il talento e la crescita professionale dei giovani artisti e di sostenerne, di conseguenza il mercato.

Il non profit in Italia supplisce a una carenza strutturale delle scuole e delle accademie d'arte pubbliche: quella di mettere in condizioni i migliori studenti di avere contatti con le diverse realtà lavorative (gallerie, musei, spazi espositivi privati, critici, stampa specializzata).

I giovani italiani formati dalle scuole trovano nel non profit la possibilità di entrare a far parte di banche dati, ricche di informazioni che fluiscono dal giovane artista alle realtà presenti sul territorio e viceversa, dando a chi inizia l'impressione di essere meno isolato nell'impresa titanica di emergere, oltre ad associarsi a un notevole sostegno psicologico.

Le associazioni non profit si sostituiscono ancora una volta a musei e istituzioni, promuovendo anche borse di studio e residenze per italiani e stranieri sul nostro territorio, ampliandone così gli orizzonti a favore dei giovani e di tutto il sistema italiano.

Caterina Riva
Curatrice, co-fondatrice dello spazio non profit per l'arte contemporanea FormContent, Londra

Lo spazio FormContent è nato a Londra sulla scorta della tradizione anglosassone degli artist-run spaces. L'operazione è stata resa possibile grazie alla volontà di tre ex studenti europei, che hanno creato dal nulla e fondato senza un capitale iniziale uno spazio con una programmazione e un pubblico. Dopo un periodo di auto finanziamento durato un anno, si sono cercati finanziamenti pubblici a progetto, soprattutto presso l'Arts Council, un'importante fonte di sostentamento della scena artistica britannica. All'estero, a differenza dell'Italia, la possibilità di fondare realtà non profit è estranea a logiche clientelari.



Gabi Scardi

Curatrice e critica d'arte, docente, consulente per la Provincia di Milano e curatrice del MAXXI di Roma, collabora con il Sole 24 Ore

L'Italia esprime molteplici e differenti realtà legate all'arte contemporanea, ma si lamenta la mancanza di una proposta informativa adeguata, in grado di valorizzare le diverse iniziative parcellizzate nella penisola. *In*Contemporanea – la rete dell'arte, promossa dalla Provincia di Milano – è stata concepita con l'espresso proposito di offrire visibilità alle realtà non profit milanesi.

Nei rapporti tra realtà non profit e gallerie emergono troppe rigidità e incomprensioni, che mostrano la mancanza di uno slancio verso un obiettivo comune. Con riguardo all'informazione giornalistica, si evince come questa non sia all'altezza dei bisogni del paese e necessiti di essere ampliata e migliorata.

L'arte contemporanea dovrebbe ottenere maggiore visibilità sui media nazionali, per avvicinare il pubblico all'arte contemporanea e scongiurare così il rischio di autoreferenzialità.

Catterina Seia

Responsabile e curatrice del Progetto UniCredit & l'Arte

La cultura come sinonimo di innovazione e sviluppo è oggi un tema dominante.

Oggi il bene culturale è un autentico moltiplicatore di valore.

La Commissione Europea riconosce la cultura come elemento vitale per le relazioni esterne e fonte di sviluppo e integrazione delle identità. Anche in Italia emerge quanto la creatività "conti", richiamando investimenti. Le industrie culturali sono interdipendenti: non è possibile ragionare sulla base della singola redditività economica, bensì dello sviluppo territoriale.

Nel nostro Paese, fatti salvi alcuni casi d'eccellenza distrettuale, permane una resistenza ad applicare alla cultura gli schemi dell'analisi economica e delle sue strutture organizzative.

La cultura ha la facoltà di mediare, è punto d'incontro tra filiere complementari, basato sull'interazione tra pubblica amministrazione, impresa, operatori culturali e società civile. Si sostiene che la criticità congiunturale orienterà gli investimenti verso una maggiore selezione, premiando i progetti più organici e strutturati. Sullo scenario italiano urge ripensare i rapporti tra istituzioni culturali e settore privato, che non può più essere considerato solo un partner economico, ma anche un prezioso alleato per creare nuove catene di valore

Maria Rosa Sossai

Critica d'arte e curatrice

Negli ultimi anni si è assistito a una radicale mutazione degli spazi non profit in Italia. Se nell'immaginario comune persiste ancora l'idea di associazioni di giovani che organizzano mostre in spazi domestici e interstiziali, la realtà mostra invece associazioni dinamiche create da trentenni con una formazione internazionale che, tornati in Italia, faticano a trovare il contesto adatto a realizzare le proprie ambizioni e investono quindi nell'apertura di un proprio spazio.

Simili realtà partono da un dialogo costante e proficuo con le realtà non profit straniere, nella consapevolezza della necessità di fare rete per progredire insieme.

Questo approccio non può ignorare l'importanza di un rapporto costruttivo con il territorio circostante, con la città, con musei o centri per l'arte che non dovrebbero mai sorgere isolati.

Marco Tagliaferro

Curatore e critico d'arte

I giovani artisti percepiscono lo spazio non profit per l'arte contemporanea come un contenitore nel quale riporre gran parte delle loro aspirazioni. In parte queste aspirazioni trovano risposta nell'attività di Careof e Viarini, soprattutto per quanto riguarda la ricerca. I due spazi condividono un archivio il cui aggiornamento è consentito dalla programmazione di mostre di qualità, che affrontano temi cruciali del dibattito estetico internazionale. Rimane invece senza risposta la domanda di luoghi da utilizzare come atelier. Si segnala a riguardo la mancanza di specifici spazi per la sperimentazione presso università e accademie, fatta eccezione per lo IUAV di Venezia.



Una soluzione è offerta per l'iniziativa degli artisti stessi che si associano per dar vita a spazi non profit da condividere con i loro colleghi. Prendono vita così luoghi di confronto e sperimentazione, anche sul piano delle tecniche e dei materiali.

Un esempio, in tal senso, lo s'è registrato a Milano con l'apertura di Brown Project Space (per iniziativa degli artisti Luca Francesconi e Luigi Presicce). Si segnala anche Lucie Fontaine, i cui fondatori intendono restare anonimi, essendo la costituzione stessa dello spazio Lucie Fontaine un'operazione artistica. Mancano però ancora luoghi dove raccogliere informazioni sui bandi e in generale sul reperimento dei fondi, affinché altre iniziative possano aggiungersi a quelle sopra citate.

Giorgio Verzotti

Critico d'arte, Docente di Estetica del Contemporaneo presso la facoltà di design del Politecnico di Milano

Come contributo al tema dei rapporti tra profit e non profit, si cita l'esempio di AMACI - Associazione Musei d'Arte Contemporanea Italiani. L'organizzazione, partendo dalla volontà e dall'impegno concreto del suo direttore Giacinto Di Pietrantonio, è riuscita a mettere in rete i musei e le Kunsthalle italiani attivi nel contemporaneo. Il modello della rete dovrebbe estendersi anche alle fondazioni, gli spazi non profit, le gallerie.

Rimane la questione di come attrarre il pubblico verso l'arte contemporanea, senza rinunciare alla sperimentazione e senza cadere nei facili cliché curatoriali concepiti per attrarre le masse (basti ricordare l'esempio delle mostre collettive sugli Impressionisti negli ultimi anni).

La ricerca e l'autentica sperimentazione vanno coniugate con l'interesse del grande pubblico.

Andrea Viliani

Critico d'arte, Curatore presso MAMbo - Museo d'Arte Moderna di Bologna

Il Museo d'Arte Moderna di Bologna (MAMbo) ha aggiornato il modello offerto dalla GAM, fondata all'inizio del XX secolo, presentando dal 2006 una programmazione di mostre temporanee, con il proposito di riflettere sul ruolo del museo oggi.

La classica piattaforma del museo, in particolare in Italia, si trova a rivestire oggi più ruoli, in taluni casi persino contraddittori. Data la mancanza in Italia piattaforme interagenti con il museo, come la Kunsthalle o il Kunstverein - spazi pubblici o privati non profit che hanno profilo socioculturale e *mission* alternative a quelle del museo - il museo italiano deve supplire alla funzione svolta da queste piattaforme con un gravoso sovraccarico di responsabilità culturali e sociali.

Gli spazi non profit sono invece le sedi più adatte, per esempio, per la produzione di nuovi progetti artistici ed editoriali e il sostegno alla ricerca (si segnala l'esperienza di Careof e Viafarini, come una delle poche degne di nota in Italia, soprattutto per la continuità delle rispettive programmazioni).

Si citano inoltre alcuni esempi di istituzioni straniere che potrebbero essere prese ad esempio su questo versante: Frankfurter Kunstverein di Francoforte, Witte de With di Rotterdam, L'ICA di Londra o i FRAC in Francia. Il Paese è chiamato a progettare una propria via per la fondazione di queste piattaforme, attingendo alla storia plurisecolare delle proprie istituzioni culturali. Si auspica altresì che un simile compito possa essere ricoperto proprio dalla generazione dei curatori emergenti.

Gianluca Winkler

Direttore comunicazione Pirelli Re e Pirelli Ambiente

Pirelli sostiene attivamente le iniziative di Hangar Bicocca, ma è solo uno dei soci fondatori. Hangar Bicocca ha deciso di mutare il proprio statuto in fondazione e si rende pertanto strategicamente vitale la ricerca di fondi. Si segnala in Italia il prevalere di una logica clientelare e il fundraising ha assunto caratteri ben diversi da quelli dei modelli più funzionali, come quello anglosassone.

Fra le modalità operative innovative dell'Hangar si possono citare: la ricerca di un direttore artistico con metodo internazionale dell'*open application*, un comitato scientifico formato da quattro intellettuali e quattro esperti del settore delle arti visive, che garantiscono un approccio dinamico e impostato sul confronto diretto fra le parti. Comune, Regione e Provincia sono soci della Fondazione ma senza finanziamenti. Un budget di 800.000 euro all'anno consente di organizzare fra le tre e le quattro mostre l'anno alle quali si aggiunge qualche evento speciale.



L'investimento previsto nelle attività didattiche è rivolto sia agli studenti che ai professionisti (si pensi ad Art for Business Forum) ed è reso possibile anche dalla collaborazione con Trivioquadrivio.

I programmi coinvolgono più di 1700 scuole. Si organizzano workshop nelle scuole per stabilire un contatto, per poi invitare direttamente le scuole all'Hangar. Studenti delle università sono stati selezionati, tramite bando, per collaborare come guide ai laboratori didattici e alle mostre, con possibilità di avere crediti formativi in base alle ore dello stage.

Claudia Zanfi

Co-fondatrice e direttrice di aMAZElab, associazione per la produzione creativa interdisciplinare

L'esperienza dell'associazione aMAZElab testimonia come sia possibile crescere attraverso collaborazioni continuative con realtà non profit estere. Nello specifico l'associazione ha collaborato con l'Arnolfini Art Center di Bristol, grazie anche agli aiuti economici erogati dall'Unione Europea.

La prestigiosa Goldsmith University di Londra ha stilato una lista di 25 realtà non profit in tutta Europa per formare una rete internazionale, in cui è stata inserita aMAZElab per la qualità dei progetti e la continuità di lavoro sul territorio.

Lo sviluppo organico di progetti non profit in Italia è minacciato dalla dipendenza dalla situazione politica contingente, che determina spesso ritardi o addirittura blocchi dei progetti, sottoponendoli all'aleatorietà della contingenza.

Su un piano organizzativo è auspicabile una maggiore collaborazione tra soggetti non profit e le gallerie nella produzione delle opere, che una volta allestite negli spazi possono essere poi vendute nelle gallerie.

Antonio Zavaglia

Responsabile dell'unità operativa per la promozione dell'arte contemporanea, direzione generale Culture, Identità e Autonomie della Regione Lombardia

La Regione Lombardia nutre un interesse crescente per l'arte contemporanea, nella consapevolezza della necessità di implementare e ottimizzare le risorse già stanziare. Ne consegue la necessità di aumentare i contatti tra gli operatori del settore e di monitorare in modo più preciso la situazione dell'arte contemporanea, per progettarne uno sviluppo armonico e contribuire alla crescita culturale del sistema paese.