

## Verona

## Ho un piano B per l'Italian System

Stefano Raimondi  
direttore di ArtVerona  
nel momento  
più difficile



Verona. #Italian System è l'hashtag per la nuova edizione di ArtVerona di cui Stefano Raimondi, (nella foto), dopo il triennio affidato alla direzione di Adriana Polveroni, è il nuovo direttore artistico. Solitamente posizionata all'inizio di ottobre, la manifestazione è slittata a dicembre, dall'11 al 13, una scelta motivata sia dall'emergenza sanitaria sia dal calendario fieristico internazionale che però viene continuamente rimaneggiato in questa situazione. Raimondi, già curatore alla GAMEC di Bergamo e dal 2010 direttore del network culturale The Blank Contemporary Art con cui organizza annualmente il Festival d'Arte Contemporanea ArtDate, spiega: «In continuità con le precedenti edizioni, mi preme promuovere l'identità che ArtVerona è riuscita già a esprimere in modo deciso: l'italianità è stata il caposaldo dello scorso triennio e intendo proseguire su questa strada. L'obiettivo è mettere in evidenza le potenzialità del nostro sistema dell'arte, più strutturato di quanto crediamo: abbiamo tutti gli attori al posto giusto, artisti, collezionisti, fondazioni, privati, residenze. Si tratta di mettere a regime e far comunicare le diverse componenti, indirizzandole in maniera univoca: voglio rendere

ArtVerona uno dei luoghi dove questo può accadere».

### In che modo?

Più sosteniamo questo sistema, maggiore sarà il vantaggio per tutti. La fiera mette in commessione più livelli: per sua definizione ha come scopo principale il mercato, ma tutto quello che si traduce in mercato è frutto di componenti più ampie, che vanno dalla conoscenza al processo di crescita degli artisti, anche attraverso i bandi per le residenze a cui quest'anno è dedicato uno spazio, curato da Giulia Floris, ospitato tra le realtà non profit che tradizionalmente ArtVerona ha sempre accolto. Sarà una fiera molto pratica, per favorire l'incontro tra domanda e offerta e coltivare una relazione esclusiva tra collezionista e gallerista.

### Il suo esordio alla direzione di una fiera cade in una fase difficile...

La situazione Covid ci ha costretto a preparare dei piani alternativi da mettere in campo a seconda degli scenari che si svilupperanno. Veronafiere, uno dei poli fieristici più importanti in Italia, ha fatto investimenti importanti per garantire qualità e sicurezza alla visita. ArtVerona può contare su un allestimento e su spazi molto ampi per la circolazione delle persone, senza la necessità di contingentare gli ingressi. Alcune cose sono venute meno, ma reagiamo con flessibilità e rapidità ai continui cambiamenti.

### Come rispondono le gallerie?

La situazione è inedita, ma c'è un riscontro positivo e molta voglia di ripartire in sicurezza. Nonostante il contesto sia complesso, in tutto questo tempo la comunicazione alle gallerie, anche attraverso un continuo confronto con l'Associazione Nazionale Gallerie d'arte moderna e contemporanea, è sempre stata molto chiara. Questo ha portato, oltre che alla conferma della base «storica» di gallerie di ArtVerona, a nuove importanti adesioni. Ma sembra chiaro a tutti, con le ultime fiere cancellate, che se si riuscisse a fare, la prossima edizione di ArtVerona potrebbe essere qualcosa di più di una fiera, una «chiamata all'arte», un momento unico in cui tutti sosteniamo e difendiamo qualcosa che è fondamentale per la nostra società. Qual è il piano B nel caso la situa-

### zione sanitaria precipitasse?

Nel caso ci dovesse essere una oggettiva impossibilità di realizzare la manifestazione in presenza, abbiamo ideato, dopo aver ascoltato i suggerimenti e le osservazioni dei galleristi e collezionisti e le loro perplessità nei confronti delle fiere virtuali, un triplice programma digitale, inteso come strumento di comunicazione e promozione delle gallerie. Un primo appuntamento è previsto già il 27 novembre per un inedito Black Friday dell'arte moderna e contemporanea. Collegandosi all'evento di promozione commerciale più famoso al mondo, l'intento è comunicare la manifestazione e incuriosire un pubblico più ampio e diversificato dei soli addetti ai lavori, limitando l'arco temporale della proposta per rendere più «urgente» la visita. Ogni galleria aderente proporrà per 24 ore una sola opera, non necessariamente tra quelle che saranno presentate in fiera, al costo più basso possibile e non più ripetibile. In questo modo anche un pubblico non specializzato avrà la possibilità di accostarsi con fiducia alla galleria e di fare esperienza nel mercato dell'arte. Inoltre, oltre a successivi appuntamenti, alcuni premi e sezioni saranno trasformati per esistere in modo ottimale sulla piattaforma.

### Dove inizia e dove finisce l'«Italian System»?

Comprende non solo artisti italiani, ma tutto ciò che ha a che fare con l'italianità, le gallerie e i curatori italiani che lavorano all'estero e gli stranieri che lavorano in Italia, in una visione organica di sostegno e di sviluppo di tutto il sistema. Un'idea che già ArtVerona seguiva, ma che conto di sviluppare ulteriormente.

### Tra gli elementi di novità anche la squadra che sta realizzando la nuova edizione...

Accanto a Sara Benedetti, veterana della manifestazione, si sono affiancate nuove figure come Giacinto Di Pietrantonio che curerà la sezione Introduction, dove le gallerie storiche ne presentano altre di recente fondazione, Edoardo Monti per il programma di accoglienza dedicato ai collezionisti, Ginevra Bria ed Elena Forin.

□ Camilla Bertoni

## L'arcipelago in rete

Tutte le piattaforme offrono servizi articolati e molto raffinati dal punto di vista tecnico. Di Artshell parla Bernabò Visconti di Modrone in queste pagine; Artsy ha raggiunto una vasta popolarità. Ma l'oceano web è solcato da molte altre piattaforme. Eccone una scelta, con solo le caratteristiche più specifiche.

### Articheck

Strumento digitale di condition report appositamente progettato per gallerie, musei, case d'aste, spedizionieri d'arte e conservatori. Gran Bretagna.

### Artland

Definita una «meta-fiera», mette in comunicazione i diversi attori del mondo dell'arte, collegando galleristi, artisti e collezionisti, per rendere l'arte accessibile a un pubblico più ampio e abbassare la barriera per entrare nel mercato; offre la possibilità di creare un database delle collezioni e connettersi con appassionati d'arte e potenziali acquirenti. Possibilità di visita digitale in 3D alle mostre.

### Artlogic

Come si dice, One Stop Solution. Dal 1994 costruisce tecnologia per migliorare l'industria dell'arte. Con l'integrazione completa del sito web e del database e strumenti di gestione delle vendite integrati, è la piattaforma per tutti: dalle piccole alle grandi gallerie, dagli artisti agli esordi ai collezionisti di ogni tipo e dimensione.

### Artcube

È una società internazionale di consulenza artistica con sede a Hong Kong. Cura e commissiona opere d'arte per una vasta gamma di progetti, da hotel e ristoranti a progetti aziendali e residenziali e collezioni d'arte private in tutto il mondo. Offre fotografia, dipinti, sculture dalle gallerie più economiche a quelle più prestigiose del mondo. Coordina e organizza tutte le forme di logistica: assicurazioni, spedizionieri e installatori per gestire tutte le esigenze legate all'arte.

### Kunstmatrix

Fondata a Berlino nel 2010, costruisce connessioni e pubblica opere d'arte al fine di creare spazi espositivi 3D per amanti dell'arte e collezionisti. Dietro la sua discreta pagina Instagram, un interscambio sempre vivace di opere d'arte.

### Vastari

La sua specialità è la collocazione di opere di proprietà privata in mostre temporanee di musei in tutto il mondo. Dà accesso a 4.500 professionisti museali alla ricerca di opere da includere nelle prossime mostre temporanee e itineranti.

### Vortic

Cura, colleziona, immergiti: la piattaforma offre la possibilità di replicare in spazi virtuali le gallerie reali, creando in 3D opere e ambienti. I lavori possono essere allestiti all'interno di un asettico white cube o in uno spazio virtuale creato ad hoc, attraverso il servizio «Vortic Curate». Altra opzione è quella di installare virtualmente le opere all'interno delle proprie abitazioni per capire se veramente si desidera procedere all'acquisto. Da Londra, con la benedizione della gallerista Victoria, madre dell'ideatore Oliver Miro.

### 4ART

Un passaporto biometrico a prova di falsificazione per le opere d'arte, che garantisce l'autenticità dell'opera e la sua completa provenienza per tutti i collezionisti. La struttura della superficie di un'opera d'arte viene letta e convertita in un'impronta digitale che insieme alle informazioni sull'origine e la storia, non può essere manipolata in seguito. Utile agli artisti e alle collezioni con molti prestiti. Soluzioni assicurative su misura per i clienti.

□ M.Mo.

## L'arte in piattaforma

SEGUE DA P. 80, V COL.

dello di WhatsApp, che è poi stata ripresa dalle altre fiere, e la piattaforma non è mai andata in down. Però ho percepito uno scetticismo nei confronti della fiera online, probabilmente dovuto alla forzatura dettata dalle circostanze, non avvenuta attraverso un passaggio graduale; inoltre è un errore tentare di trasportare online esattamente ciò che avverrebbe nel mondo reale». Non mancano, insomma, le difficoltà: «Il

mercato dell'arte è destrutturato e l'estrema differenziazione «non piace» alle macchine, ognuno ha una sua modalità ed è difficile accentrare tutti. Bisogna creare una piattaforma che sia personalizzabile sotto ogni aspetto, sistemi fruibili sia per giovani sia per persone più anziane. Le aspettative da parte del pubblico sono molto alte perché la fiera digitale è vista come evento rivoluzionario, ma in realtà si tratta di un catalogo online in cui si cerca di dare visioni differenti, in maniera comoda e interagendo con le gallerie. Le fiere dovrebbero utilizzare una piattaforma già fatta che permetta di concentrarsi sulle proprie competenze: le fiere si assomigliano, fa la differenza il contenuto

e non lo scheletro. Dev'esserci un progetto forte. Una mostra reale e una online devono avere strategie diversificate: so che David Zwirner durante la pandemia ha aumentato esponenzialmente le vendite dal sito, perché ha strutturato il suo canale in maniera adatta alla vendita digitale. La pubblicità cartacea, poi, è differente da quella online: occorre un pensiero per catturare l'attenzione in base al medium». Intanto stanno nascendo anche nuove figure professionali. Il curatore dovrà assimilare nuove competenze e le proposte devono essere calibrate diversamente: «Il dato di Zwirner va osservato poiché ha cambiato le modalità di vendita, vendendo online opere differenti da quelle che vende fisicamente», conclude Bernabò Visconti di Modrone. Non si può pensare che una semplice traslazione del proprio lavoro dal punto di vista fisico, anche con la migliore delle tecnologie, porti allo stesso esito». Nessuno sa quanto costano WhatsApp, Instagram, Facebook. Il web ha abituato il pubblico a utilizzare prodotti costosissimi gratuitamente, senza rendersi conto di quanto sofisticato e complesso sia il prodotto in sé. I costi sono stati sempre un limite per le giovani gallerie con poche risorse e molte necessità a cui queste piattaforme spalancano nuove possibilità. L'art advisor Mattia Pozzoni lavora tra Milano e Londra

«Sphinx Act I» (2020) di Grada Kilomba dalla serie «Heroines, Birds and Monsters»

seguendo collezioni internazionali e italiane: «Utilizzavo piattaforme come Artshell e Artland ben prima del lockdown, e altre per servizi più mirati. Recentemente per Frieze abbiamo organizzato a Londra una piccola mostra dal vivo di Luke Burton e Morgan Wills, con Bosse&Baum e Sid Motion, due giovani gallerie, in una vecchia fabbrica di sedie. Utilizzando il servizio di Artland di map-  
pe in 3D con una

buona resa sia per le opere che per lo spazio, abbiamo restituito la mostra quasi in prima persona, c'è anche il reale panorama alle finestre. Il caricamento leggero dei dati permette un buon funzionamento sul cellulare». Ma che cos'hanno di più le piattaforme rispetto ai siti e come cambia la sua professione? «Un accesso molto più facile alle opere, spiega Pozzoni, così la clientela è più recettiva. Il mercato dell'arte si sta democratizzando e determinati servizi che prima erano appannaggio di pochi esperti ora sono rimandati alle piattaforme, penso ai condition report, alla catalogazione. È possibile il tour di esposizioni complete dall'altra parte del mondo. Sono un sostenitore della trasparenza, io metterei il prezzo ben chiaro per permettere l'acquisto addirittura con un click. I mesi a casa con questi strumenti mi hanno aiutato a scoprire cose nuove, Instagram si sta rivelando un importante mezzo per scoprire nuovi trend e gli artisti emergenti.

Ma quello che vincerà sempre, non voglio essere romantico, sono i contenuti e la forza viscerale dell'arte nell'essere vista dal vivo».

□ Michela Moro

## La rabbia e la voce di una galleria femminista

Valencia (Spagna). The Liminal (<https://theliminal.es>) è la prima galleria femminista e queer della Spagna. È un progetto dell'artista Pablo Vindel, coordinato dalla storica dell'arte Carmen Mariscal: «Vogliamo produrre opere, non solo mostrarle, e soprattutto rendere più accessibile il mercato dell'arte», spiega Vindel. Tra gli aspetti centrali dell'attività di The Liminal ci saranno l'edizione di libri d'artista e la creazione di un programma di residenze. «Una residenza non significa solo creare un'opera in un luogo determinato, ma implica anche lasciare una traccia permanente», spiega il direttore. Oltre alla produzione, un'altra caratteristica di The Liminal è il profilo dei suoi artisti, esclusivamente donne e artiste queer. «Nelle gallerie la presenza delle donne non supera il 20%, ma oltre a cercare di correggere questa discriminazione esiste anche un'affinità personale», spiega Vindel. The Liminal rappresenta un gruppo di artiste con proposte radicali e sperimentali, come l'iraniana Elnaz Javani, la tedesca Melanie Teresa Bohrer e le francesi Anaïs Florin e Naomi Melville che esporrà le sue opere, pandemia permettendo, dal 12 novembre al 21 gennaio. Contemporaneamente, nell'Espacio Anexo ([www.espacioanexo.es](http://www.espacioanexo.es)), la sede virtuale della galleria, si può visitare la rassegna collettiva online «Siamo la rabbia e la voce». □ Roberta Bosco



© Cortesia Marian Goodman Gallery

© Riproduzione riservata