

Tutte le esigenze dell'art management: il caso di Art For

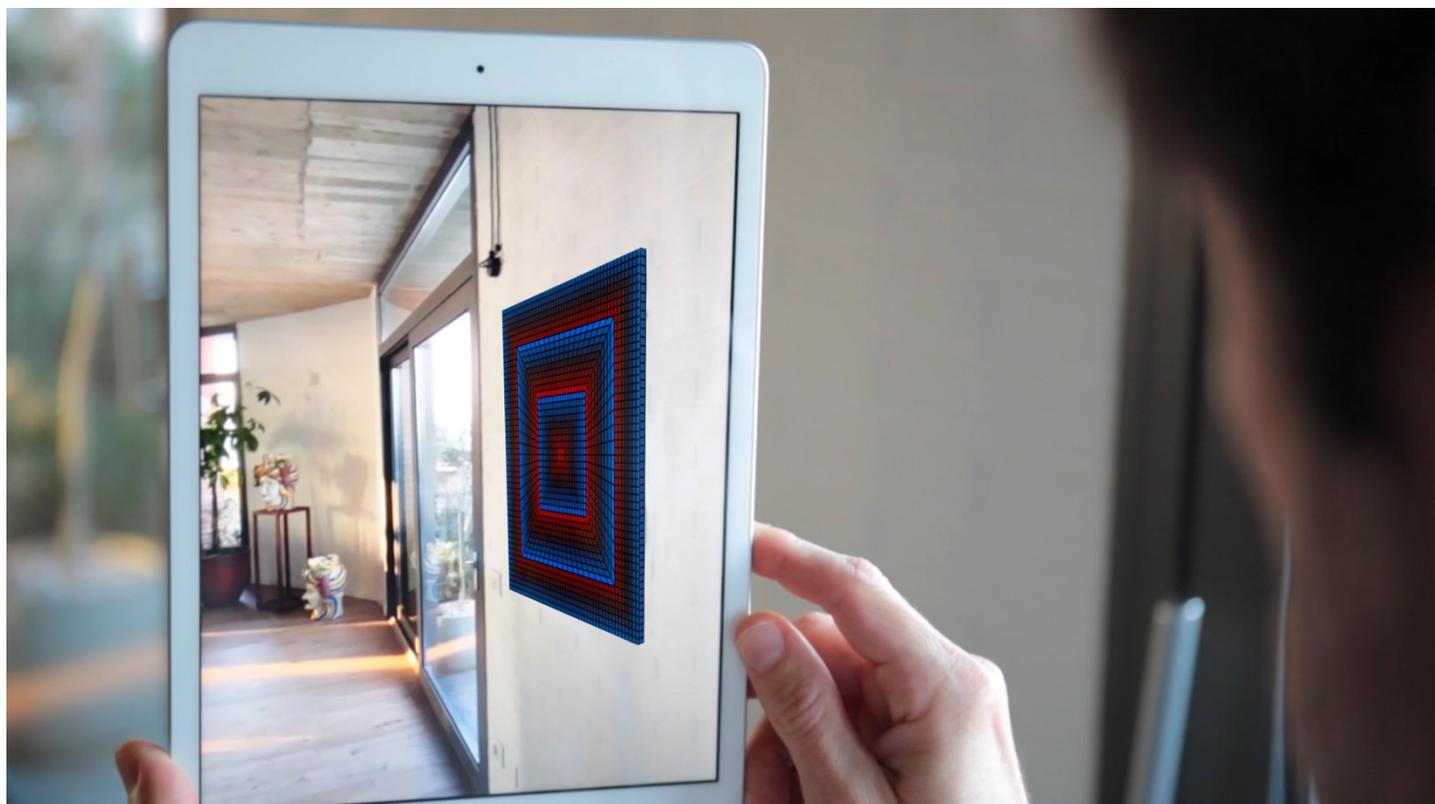
04

NOVEMBRE 2021

PROGETTI E INIZIATIVE

di Luca Liberatoscioli

Ilaria Bignotti ci parla di Art For, società formata da un gruppo di professionisti per rispondere alle nuove esigenze di consulenza per l'arte moderna e contemporanea, dalla gestione alla sostenibilità



Opera di Pawel Wasowski visualizzata su Tablet, dalla mostra online e on-site "Temple of This Time", a cura di Ilaria Bignotti e Vera Canevazzi, IAGA Contemporary Art, Romania

Dall'art collection management all'art wealth management, dall'exhibition management all'art trust, nasce tra Milano, Brescia e Roma **ART FOR**, un gruppo di professionisti per rispondere alla domanda dei nuovi servizi di consulenza nel campo dell'arte moderna e contemporanea. Ne abbiamo parlato con **Ilaria Bignotti**, curatrice, critica d'arte nonché una delle fondatrici di Art For.



Installation view della mostra antologica di Albano Morandi, a cura di Ilaria Bignotti, Vera Canevazzi e Claudio Musso, Palazzo Martinengo Cesaresco, Brescia, ott-nov 2021, foto di Alberto Petrò

Come nasce l'idea di fondare Art For, quali istanze o quali segnali che avete colto vi hanno convinto che fosse il momento giusto per compiere questo passo?

«L'idea di Art For scaturisce in realtà da una nostra reciproca esigenza: parlo della mia. In qualità di curatore di archivi d'artista, ho spesso avuto la necessità di confrontarmi e di chiedere consulenze sia in ambito di valorizzazione che di tutela, dialogando spesso con professionisti qualificati, quali appunto i colleghi **Vera Canevazzi**, art consultant e project manager, **Cesare Biasini Selvaggi**, curatore di archivi d'artista/cataloghi generali e curatore, e **Matteo Piccinali**, avvocato.

Ogni archivio d'artista è una realtà con peculiarità uniche e necessità distinte: perché al suo interno vi sono l'identità dell'artista, l'eredità intellettuale, il patrimonio creativo e letterario, quello storico e quello documentaristico; vi sono valori morali e valori economici. Vi sono persone che si affidano a me per capire come tracciare un percorso di conservazione, catalogazione, divulgazione e valorizzazione di un pensiero che si fa opera d'arte. Lei capisce bene che si tratta di temi enormi, delicatissimi, di un lavoro di grande responsabilità e di ampio respiro, di sguardi a lunga gittata e di operatività salda e decisa.

Da sola non potrei fare tutto questo. E dato che in modo naturale applicavo tali metodologie di progettazione condivisa e integrata, ho pensato con i colleghi di dare un nome e una riconoscibilità ufficiale a un modo già avanzato di attività. È nata così Art For».

Chi sono gli interlocutori cui vi rivolgete? Quali sono i nuovi servizi professionali per l'arte richiesti dal mercato?

«Gli interlocutori sono differenti: prima ho citato gli archivi d'artista, perché sono i principali "contenitori" di problematiche e stimoli al contempo sui quali e con i quali lavoro. Ma va da sé che, essendo un archivio d'artista naturalmente connesso con il collezionismo, con il mercato e con gli altri artisti e curatori (parto dal presupposto che un archivio d'artista non sia qualcosa di statico, non un luogo di conservazione, non soltanto, ma un motore di ricerca, dialoghi, idee e progetti aperto all'oggi e capace di lavorare a 360 gradi con istituzioni pubbliche, mercato, centri di ricerca e studio), ne consegue che Art For nasce e si struttura per rivolgersi a tutto il mondo dell'arte, proponendo ogni volta un servizio integrato, taylor-made ovvero cucito su misura, volto ad avvicinare anche il pubblico e il collezionismo all'arte contemporanea, attraverso consulenze, progetti mirati espositivi e di valorizzazione delle collezioni stesse.

Oltre alla consulenza per la costituzione e la gestione di archivi d'artista, secondo i paradigmi di conservazione e schedatura scientifici riconosciuti a livello nazionale e internazionale avvalendosi di software gestionali proprietari di ultima generazione, tra i nuovi servizi professionali per l'arte offerti da **Art For** ci sono l'*art collection management* (la cura e gestione delle raccolte d'arte private, con riferimento anche al mantenimento e all'incremento del valore delle opere nel tempo), l'*art wealth management* (la gestione e la valorizzazione patrimoniale delle loro collezioni d'arte), l'*art lending* (consulenza nell'operazione finanziaria di apertura di credito o di finanziamento a fronte della costituzione in garanzia di una o più opere d'arte o di un'intera collezione), l'*exhibition management* (la definizione e la messa in opera della regia complessiva di un evento, di una mostra d'arte, la quantificazione e la gestione del budget, la strategia di fundraising, marketing e comunicazione), l'*art sustainability management* (la gestione dell'impatto delle organizzazioni culturali e creative in ambito ambientale, economico e sociale), la consulenza nella costituzione di enti del Terzo Settore (fondazioni, associazioni), *trust* e patrimoni separati in relazione a collezioni d'arte».

L'emergenza sanitaria ha certamente avuto un forte impatto sul mondo dell'arte: quali sono le trasformazioni più significative che stanno avvenendo?

«Sinceramente quello che sta accadendo conferma quanto pensavamo in passato, vale a dire tra marzo e aprile del 2020, quando ci incontravamo per definire le linee guida di Art For. Ovvero, che l'arte va avanti con lo stesso modo, seppur nelle diverse declinazioni, di sempre: gli artisti continuano a pensare e produrre macchine di immaginazione e analisi del mondo, i collezionisti e il mercato guardano con attenzione e passione agli artisti, il desiderio di bellezza sovrasta il silenzio della tragedia e la vince con la forza del messaggio e dello sguardo.

Non è una poetica deviazione, ma un'istanza imprescindibile per rispondere: la pandemia ha reso ancora più forte, netto e chiaro il bisogno che tutti noi abbiamo dell'arte. Malgrado

siamo stati tra le categorie più bistrattate e anche in parte dimenticate – non è polemica, la salute è il primo e vero bisogno dell’umanità, ma la salute del pensiero, che si nutre di bellezza, concorre in seconda battuta a quella fisica, su questo credo siamo tutti d’accordo – noi storici, critici, curatori, galleristi, advisor e consultant dell’arte non abbiamo mai, mai smesso di lavorare e di progettare. È un bisogno.

Poi ovviamente, il mercato ha subito una trasformazione, abbiamo scoperto le potenzialità della realtà virtuale e anche aumentata nella fruizione – in questo la “nostra” Vera Canevazzi è stata una pioniera – e abbiamo trovato altri modi di condividere e fare esperienza, ricerca e rete. Ma anche questo nasce dal bisogno del bello che nemmeno una pandemia può strappare».

Quali sono le competenze assolutamente necessarie, anche tra le cosiddette “soft skills”, che si dovranno acquisire nel prossimo futuro per lavorare con successo in questo settore?

«lo credo che ci siano solo due parole guida: collaborazione e integrazione tra le competenze. Il lavoro da soli non ha mai portato a nulla. Crescere in un team, dove ogni professionalità si confronta con le altre, con uno sguardo anche ampio ai giovani e alle loro idee, è la modalità di approccio più fertile, e soddisfacente, per tutti: clienti e fornitori. In ogni ambito. Su questo credo che Art For sia un vero esempio».