

**Forum dell'arte
contemporanea
italiana**

**Genova
16 aprile
2016**

ATTI del Forum

FORUM PERMANENTE DELL'ARTE CONTEMPORANEA ITALIANA

I giornata di lavori - area pubblico/privato

16 aprile 2016

Museo d'arte contemporanea di Villa Croce, Genova

ATTI di GENOVA

Genova 20 luglio 2016

FORUM PERMANENTE DELL'ARTE CONTEMPORANEA ITALIANA

I^a giornata di lavori: Area pubblico/privato

16 aprile 2016

Museo d'arte contemporanea di Villa Croce, Genova

ATTI

a cura di Ilaria Bonacossa, Antonella Crippa e Silvia Simoncelli

testi di:

Ilaria Bonacossa, Antonella Crippa, Francesca Colombo, Neve Mazzoleni, Silvia Simoncelli.

con la collaborazione di:

Elena Magini

e di:

Luisa Bosi, Alessia Cuccu, Saverio Dani, Paola Inconis, Anna Malacalza, Alessia Muraglia, Michela Murialdo, Daniela Petrone, Elena Piazza, Giovanna Repetto, Marco Villa.

*Gli Atti di Genova sono la testimonianza di ciò che è emerso dalle discussioni e dalla conferenza conclusiva della **I^a giornata di lavori: Area pubblico/privato** del Forum permanente dell'arte contemporanea organizzata al Museo di Villa Croce di Genova il 16 aprile 2016.*

Rappresentano la prosecuzione delle discussioni della prima edizione del Forum di Prato del settembre 2015 e sono stati redatti con la medesima speranza – ora suffragata dai segnali positivi captati nel corso dei mesi successivi all'evento toscano – che l'arte contemporanea diventi una risorsa creativa e vitale per l'Italia.

Indice

Le ragioni della 1ª giornata di lavori: Area pubblico/privato	Pag. 9
Resoconto e sviluppi	Pag. 11
Per una Agenzia dell'arte contemporanea partecipanti e report della discussione	Pag. 15
Art Bonus e nuove fiscalità per l'arte contemporanea partecipanti e report della discussione	Pag. 19
Arte contemporanea, sponsoring e comunicazione partecipanti e report della discussione	Pag. 23
I nuovi modelli di <i>governance</i> per i musei d'arte contemporanea partecipanti e report della discussione	Pag. 27
La conferenza all'Accademia Ligustica di Belle Arti	Pag. 33
Biografie	Pag. 35
Rassegna stampa	Pag. 36

Le ragioni della Iª giornata di lavori: Area pubblico/privato

Durante il Forum dell'arte contemporanea del 25-27 settembre 2015, nelle discussioni ai tavoli delle aree *Pubblico/privato* e *Proposte di strategie interne* e durante l'assemblea plenaria era emersa una consapevolezza, tra le altre: nell'ambito della valorizzazione e promozione dell'arte contemporanea i tempi in cui viviamo non sono più quelli del conflitto più o meno latente tra pubblico e privato. Visitatori, artisti, curatori, direttori di musei, giornalisti, collezionisti, galleristi e appassionati d'arte non riflettono a compartimenti stagni; il presente e futuro vanno nella direzione dell'osmosi e della collaborazione fra ambiti istituzionali diversi, nel rispetto delle differenze. La complessità e varietà di realtà operative a favore dell'arte contemporanea ne sono la testimonianza più evidente.

Dopo alcuni mesi di riflessioni e di sistematizzazione dei risultati da parte del comitato coordinatore del Forum, sembrava utile ripartire da quella consapevolezza. In particolare, per la situazione del Paese, era opportuno dare voce proprio a uno dei giocatori più dinamici della partita della valorizzazione dell'arte contemporanea, il settore privato, che a Prato aveva espresso un desiderio di partecipazione e di inclusione evidente. Villa Croce a Genova, un museo d'arte contemporanea, dove in questi anni si sperimenta una gestione innovativa pubblico-privata, sembrava essere il luogo ideale per discutere di questi temi e per testimoniare la continuità e la costanza con cui il Forum permanente lavora a questo progetto.

Il 16 aprile 2016, a sette mesi dal primo appuntamento, al Museo di Villa Croce di Genova il comitato coordinatore del Forum permanente ha quindi organizzato la *Iª giornata di lavori: Area pubblico/privato*, un approfondimento specifico a cura di Ilaria Bonacossa, Antonella Crippa e Silvia Simoncelli, con la collaborazione dell'Università di Economia e commercio di Genova e del Corso di specializzazione in management dei Beni museali della Fondazione Garrone, coordinato da Paola Dubini dell'Università Bocconi.

Proprio dalle considerazioni e dalle proposte emerse dai più di 1000 partecipanti al lavoro del Forum di Prato - riassunti negli Atti di Prato, a disposizione sul sito internet del Forum – sono emersi i quattro argomenti della discussione genovese: *Per una Agenzia dell'arte contemporanea, Art Bonus e nuove fiscalità per l'arte contemporanea, Arte contemporanea, sponsoring e comunicazione, I nuovi modelli di governance per i musei d'arte contemporanea.*

Il formato ridotto e concentrato rispetto a Prato è dipeso anche dalle forze che era possibile mettere in campo e dal desiderio di non disperderle su troppi fronti. Altre istituzioni, altri membri del comitato si stanno attivando per organizzare sessioni equivalenti che riguarderanno diverse macro-aree. L'Italia vive in uno stato di perenne emergenza culturale, e quella di Genova e delle altre realtà vuole è una risposta alla situazione contingente.

Il Forum ha generato un'energia straordinaria che si basa interamente sul lavoro volontario di chi si fa coinvolgere. Non ha una struttura gerarchica né rappresentativa ma ha un'anima fluida e tesa a mettere a disposizione dell'arte contemporanea e dell'Italia le capacità e le competenze di chi partecipa di volta in volta.

E' responsabilità di tutti non disperdere questa tensione civile, canalizzandola verso obiettivi lungimiranti e proficui per tutti coloro che abitano nel nostro Paese.

Resoconto e sviluppi

Poco meno di 80 relatori per 4 tavoli e più di 100 tra auditors e pubblico hanno partecipato l'1ª giornata di lavori dedicata all'area Pubblico/Privato organizzata al Museo di arte contemporanea di Villa Croce.

La giornata ha ben rappresentato il desiderio di inclusione e partecipazione del settore privato, dando continuità a una delle novità emerse dal Forum. Più o meno la metà di chi era a Genova non era stata a Prato e questo ha dato nuova linfa e ha consentito l'espressione di inediti punti di vista.

La discussione al tavolo che si è interrogato sulla possibilità e opportunità di proporre la costituzione di una **Agenzia per l'arte contemporanea**, curato da Antonella Crippa, è stata accesa e combattuta. Tutti d'accordo nel sostenerne l'effettiva utilità, sottolineando come sia ora il momento opportuno di promuoverla con l'obiettivo principale di sostenere l'arte italiana all'estero. Se venisse effettivamente costituita quale organismo pubblico/privato, gli effetti sarebbero molteplici, dalla razionalizzazione delle risorse al progressivo rafforzamento della presenza degli artisti italiani in contesti qualificati internazionali, dalla maggiore efficacia dei premi alla reciprocità degli scambi culturali con istituzioni simili in altri Paesi. Le difficoltà nascono quando ci si chiede se e quali altri compiti dovrebbe avere, che attività proporrebbe sul territorio italiano, che tipo di struttura avrebbe senso darle, dove sarebbero reperite le risorse. E soprattutto chi dovrebbe dirigerla. Molto chiara, invece, la rivendicazione degli artisti di esserci: se l'obiettivo è la loro crescita, è necessario e opportuno che ne facciano parte e che anche loro siano responsabili del buon andamento.

Il tavolo su **Art Bonus e nuove fiscalità per l'arte**, moderato da Silvia Simoncelli, ha riflettuto in modo produttivo sulle possibilità che nuovi strumenti fiscali possono offrire non solo al commercio, ma anche alla valorizzazione e alla produzione dell'arte contemporanea, intesa come sistema, a partire da evidenti disparità in materia di imposizione fiscale, come nel caso dell'IVA in importazione, in Italia il doppio rispetto a paesi come Francia (5,5%) e Gran Bretagna (5%), che dovrebbe venir ridotta per facilitare l'internazionalizzazione del nostro mercato con conseguenti benefici anche per gli operatori nazionali. A ciò fa seguito la mancanza di incentivi per l'acquisto di opere d'arte, che ad esempio in Francia sono riservati a quanti acquistino opere notificate oppure opere di autori viventi, impegnandosi ad esporle al pubblico per almeno 4 anni. L'Art Bonus, di recente introduzione, è certamente uno strumento importante che ha dato positivi risultati, e potrebbe essere modificato per offrire sostegno oltre che alla conservazione e al restauro di beni e luoghi di cultura pubblici, anche alla produzione di nuove opere o mostre, continuando a premiare la funzione pubblica degli interventi, ma diventando in questo modo anche uno strumento di progettazione culturale in cui pubblico e privato possono virtuosamente cooperare.

Il tavolo di lavoro **Arte contemporanea: sponsoring e comunicazione**, coordinato da Francesca Colombo, ha messo in luce come la sponsorship oggi richieda la costruzione di una partnership e una forte condivisione dei valori, in cui è fondamentale la figura del "mediatore" tra i diversi attori; il fundraiser è una professione vera e propria che deve capire, rispettare e conoscere il prodotto "artistico" e saper così costruire e mantenere una relazione con lo sponsor. Nella costruzione di una sponsorship è importante riuscire



a lavorare con e sul territorio, facilitare la costruzione di una rete locale ma anche nazionale. Come era emerso a Prato, sarebbe interessante qualificare la committenza non solo con la classica distinzione pubblico o privato ma anche quale "soggetto di interesse pubblico" secondo una griglia di valutazione dettata dal Ministero con delle metriche (ad es. valutare l'impatto economico, la comunicazione, il rapporto con territorio e la capacità di fare rete con altre realtà). Questa valutazione porterebbe l'istituzione privata a entrare nell'interesse pubblico per ottenere benefici (anche finanziari) e credibilità. Forte la necessità di formazione del management a livello pubblico e all'inserimento di nuove professionalità capaci di rapportarsi con il privato.

Al tavolo di Ilaria Bonacossa ***Nuovi modelli di governance per i musei d'arte contemporanea*** sono state sollevate molte questioni: "dov'è la differenza reale tra le molteplici ibridazioni nelle forme di governance dei musei privati d'arte contemporanea in Italia cofinanziati da fondi pubblici e musei e fondazioni pubblici finanziati al 60%/80% da fondi privati? Dove risiede l'autorità in un modello di governance mista? Come si ottiene la stabilità? Come si regola il rapporto con gli sponsor? Come si pone un limite alle richieste delle parti e come le si rende partecipi del processo? Quanto i diversi attori sono disposti a cedere?". Tra le affermazioni più interessanti emerge che le forme di governance variano in funzione del luogo, delle specialità del museo e del momento storico. Non esiste una forma ideale e statica. La centralità sono i cittadini, i reali stakeholders del museo, il centro di diritti e doveri... La progettazione della governance è successiva, prima deve essere chiara la mission. Ed è necessaria l'indipendenza tra i gli organi, il presidente, il direttore, i membri del comitato scientifico.

Al termine dei lavori, nella sede dell'Accademia Linguistica di Belle Arti di Genova si è tenuta una **discussione pubblica** e sono state tratte le conclusioni della giornata.

Anche in questa occasione, la piattaforma del Forum si è confermata un dispositivo di contatto e un generatore di incontri proficui a breve, medio e lungo termine.

Edizione dopo edizione, gli appuntamenti del Forum e i relativi *Atti* danno vita a una “letteratura partecipata” non accademica ma scaturita dalle esperienze diverse, che raccoglie riflessioni e proposte operative, ed è a disposizione per essere utilizzata da tutti, anche da chi è chiamato a decidere le sorti e l'agenda culturale del nostro Paese e dell'Europa.

L'arte contemporanea rispecchia la nostra identità e allo stesso tempo è fondamentale per immaginare il futuro culturale, sociale ed economico ed è anche per questo che va promossa e valorizzata.



Per una Agenzia dell'arte contemporanea

La discussione ha riguardato possibilità di costituzione in futuro di una Agenzia che promuova l'arte contemporanea come aggregatore civile e motore di sviluppo strategico dell'Italia, in senso culturale, produttivo, economico e turistico, guardando all'Europa e alle sue opportunità in termini di collaborazione e prospettive.

Per una Agenzia per l'arte contemporanea

Coordinatrice:
Antonella Crippa

Partecipanti al tavolo:
Diego Bergamaschi, Amici GAMEc, Bergamo
Giuseppe Calabi, CBM & Partners, Milano
Fabio Cavallucci, Museo Pecci, Prato
Anna Detheridge, Connecting Cultures, Milano
Sara Dolfi Agostini, critica d'arte, Milano
Laura Feliciotti e Carlo Cavedon, IntesaSanPaolo, Milano
Francesca Gambetta, Compagnia di San Paolo, Torino
Laura Garbarino, Christie's, Milano
Marcella Grandi, H+, Milano
Elena Magini, Forum dell'arte contemporanea, Prato
Anna Mattiolo, MIBACT, Roma
Neve Mazzoleni, Giornale delle Fondazioni, Venezia
Alessandro Nassiri, Care of, Milano
Luisa Perlo, a.titolo, Torino
Adriana Polveroni, Exibart, Milano
Raffaella Spagna, Luca Luciano e Laura Pugno, Progetto Diogene, Torino

La discussione al tavolo ha riguardato la possibilità di costituzione in futuro di una Agenzia che promuova l'arte contemporanea come aggregatore civile e motore di sviluppo strategico dell'Italia, in senso culturale, produttivo, economico e turistico, guardando all'Europa e alle sue opportunità in termini di collaborazione e prospettive.

Tutti i partecipanti si sono dichiarati d'accordo nel sostenere l'effettiva utilità di una Agenzia italiana per l'arte contemporanea, sottolineando come sia condivisa la sensazione che sia arrivato ora il momento opportuno di proporla. L'idea, nell'aria da tempo, al Forum di Prato era emersa con forza (una possibile Agenzia ritorna più volte negli Atti di Prato). Al tavolo, tuttavia, si è registrato un minore consenso sulle priorità e sui compiti da assegnare a questa nuova struttura e sono state messe in luce posizioni anche distanti e in contrasto reciproco.

La mission principale dell'Agenzia dovrebbe essere la valorizzazione dell'arte italiana all'estero e il sostegno degli artisti italiani, con risorse e premi per favorire progetti e partecipazione a contesti internazionali qualificati, con una idea di mobilità strategica. L'Agenzia dovrebbe avere capitoli di spesa anche per l'organizzazione di visite e di contatti tra curatori internazionali e artisti italiani, consentendo ai secondi di visitare studi e mostre; dovrebbe potersi costituire inoltre quale consultancy per il settore

pubblico, negli ambiti della valutazione dei progetti di arte contemporanea e per gli Istituti italiani di cultura. Il Ministero dei Beni e delle attività culturali sarebbe certamente l'interlocutore privilegiato dell'Agenzia; attualmente da parte del Ministero è rilevante un'apertura a questi temi e in modo particolare l'attenzione all'arte contemporanea.

L'Agenzia sarebbe costituita quale organismo pubblico/privato e verrebbe sostenuta da risorse di natura mista. Al finanziamento potrebbero partecipare Banche e Fondazioni di origine bancaria. Del consiglio di amministrazione e del comitato scientifico potrebbero far parte curatori e direttori di musei internazionali attivi e di reputazione condivisa, per facilitare le relazioni con le istituzioni straniere. Alcune aziende potrebbero essere coinvolte nel finanziamento, con benefici di visibilità su operazioni culturali più o meno ampie. L'Agenzia dovrebbe diventare un catalizzatore di risorse private, agire quale general contractor di progetti internazionali e diventare un beneficiario dell'Art Bonus.

Autonomia di azione, velocità di reazione, poca burocrazia, processi innovati e una attenzione metodica alle ricadute reali, alla quantificazione dei risultati e alla restituzione delle performance dovrebbero rappresentare il suo modus operandi. Se così fosse, la sua costituzione avrebbe effetti anche sull'impiego delle risorse pubbliche, oggi non sempre gestite in modo neppure intellegibile.

Grazie a queste attività l'Agenzia diventerebbe l'interlocutore privilegiato delle istituzioni internazionali con missioni simili, contribuendo a posizionare e a migliorare la visibilità degli artisti e la loro competitività sul mercato dell'arte. Gli effetti della sua costituzione sarebbero molteplici, dalla razionalizzazione e sistematizzazione delle risorse al progressivo rafforzamento della presenza degli artisti italiani in contesti qualificati internazionali, dalla maggiore efficacia dei premi alla reciprocità degli scambi culturali con istituzioni simili in altri Paesi, rafforzando il peso (e la capacità di negoziazione) dell'arte italiana all'estero.

Secondo alcuni relatori, tra i compiti dovrebbero esserci attività per la raccolta e la diffusione delle informazioni su opportunità e possibilità all'estero per gli artisti, quali bandi internazionali e residenze, di grande utilità per lo sviluppo della creatività. Si configurerebbe così anche quale sportello di informazioni, accessibile, trasparente e democratico. L'Agenzia dovrebbe poter diventare un facilitatore di relazioni, aprendo quelle porte che spesso rimangono chiuse, dentro e fuori dall'Italia, trasformandosi nel tempo in un vero e proprio magnete di creatività.

Secondo altri relatori, infine, l'Agenzia dovrebbe promuovere l'arte in contesti italiani periferici per favorire la rinascita dello spazio sociale e la ricostruzione di un tessuto urbano inclusivo e partecipativo, favorendo il dialogo tra stratificazioni temporali diverse, antiche e contemporanee, anche con obiettivi economico-turistici. Inoltre dovrebbe promuovere i centri indipendenti, le organizzazioni e le residenze di artisti che dovrebbero partecipare attivamente alla sua gestione. In questa visione si connoterebbe quale aggregatore di comunità, indipendente dalla politica, con una rilevante missione di innovazione e inclusione sociale. La sua connessione con le comunità e con il territorio sarebbe centrale e determinante per il suo sviluppo.

La discussione ha trovato difficoltà ad assegnare le priorità e a lavorare in un'ottica di compromesso, soprattutto riguardo le attività sul territorio italiano, sulla struttura, sul reperimento delle risorse e sulla governance. Sono stati messi in evidenza innegabili

vincoli e questioni di complessa risoluzione. Potrebbe aiutare la migliore conoscenza di altre realtà, quali l'inglese Art Fund o la svizzera Pro Helvetia, ma il lavoro di analisi condotto dal Forum non è ancora concluso per suggerire eventualmente uno o più modelli.

In conclusione, si è concordato sul fatto che potrebbe essere auspicabile progettare una struttura dell'Agenzia per l'arte contemporanea con compiti e risorse in evoluzione, con una prospettiva a breve termine (18 mesi), medio (3 anni) e lungo termine (5 anni).

Molto chiara, invece, la rivendicazione degli artisti: se l'obiettivo è la loro crescita, è necessario e opportuno che siano parte attiva dell'Agenzia e che anche loro siano responsabili del suo operato.

Antonella Crippa



Art Bonus e nuove fiscalità per l'arte contemporanea

Il tavolo ha riflettuto sulle modalità utili ad incentivare il sostegno dei privati e delle aziende alle attività delle istituzioni dell'arte contemporanea, individuando nuovi strumenti di benefici fiscali, migliorando e implementando quelli già esistenti, a partire dall'Art Bonus.

Art Bonus e nuove fiscalità per l'arte contemporanea

Coordinatrice:
Silvia Simoncelli

Partecipanti al tavolo:
Gilberto Cavagna di Gualdana, Mila Legal, Milano
Nicola Canessa, CBA Studio Legale, Milano
Rebecca De Marchi, Eco e Narciso, Torino
Alessandra Donati, Università Milano Bicocca
Paola Dubini, Università Bocconi, Milano
Giorgio Fasol, collezionista, Verona
Irene Flamingo, Studio Rocchetti, Genova
Elisabetta Galasso, FMCCA, Milano
Marco Genzini, Emmegi Group, Milano
Roberta Olcese, Secolo XIX, Genova
Giorgio Orlandini, CBA Studio Legale, Milano
Serena Osti, Gilda, Bolzano
Pietro Vallone, Galleria Massimo De Carlo, Milano
Alessia Zorloni, Università Iulm, Milano

La discussione al tavolo ha preso le mosse dalla constatazione condivisa che il sistema dell'arte contemporanea in Italia si trova in una situazione di cronica sofferenza, a causa di normative fiscali di scarso incentivo sia per l'attività commerciale di artisti e gallerie sia per il collezionismo privato, fatte incluse tutte quelle attività di sostegno alla crescita del patrimonio culturale pubblico che mecenati, aziende o singoli cittadini, possono offrire nella forma di erogazioni liberali. Il confronto con la situazione in materia di imposizione e agevolazioni fiscali in altri ordinamenti, in particolare nell'ambito della comunità europea, ha consentito di individuare alcune misure urgenti e possibili esempi virtuosi da seguire, al fine di creare un sistema in grado di sostenere tanto il mercato quanto l'attività di istituzioni pubbliche, private e non profit, impegnate nella produzione culturale contemporanea. Due sono le macro aree di intervento individuate - normativa iva e Art Bonus - che sono state affrontate attraverso una discussione guidata da alcuni interventi programmati dei partecipanti, a cui hanno fatto seguito discussioni e proposte.

Il mercato dell'arte in Italia soffre a causa di una imposizione fiscale particolarmente gravosa, che rende inoltre i nostri operatori poco competitivi su scala internazionale e disincentiva l'acquisto di opere d'arte in Italia da parte di collezionisti stranieri. In particolare, nel nostro Paese l'IVA agevolata per l'importazione di opere d'arte è pari al 10%, mentre in Francia è fissata al 5,5% e in Gran Bretagna al 5%. Questi sono anche i due Paesi in cui il mercato dell'arte genera i maggiori profitti su scala europea: qui una

ridotta aliquota IVA in importazione concorre a generare non solo scambi interni per artisti provenienti da paesi terzi rispetto alla comunità europea, ma attrae anche operatori stranieri che scelgono di aprire nuove sedi e collezionisti esteri, generando un processo di internazionalizzazione del mercato quasi del tutto assente in Italia. (P. Vallone). La discussione si concentra brevemente sul tema dell'aliquota IVA sulle vendite, attualmente al 22%, che appare però in linea con la media europea e per la quale sembrano non esserci possibili margini di cambiamento. In seguito si considera l'opportunità di proporre di ridurre l'IVA in importazione al 5%, al pari della Gran Bretagna, per facilitare l'internazionalizzazione del nostro mercato, grazie alla presenza di galleristi e collezionisti esteri, che potrebbero concorrere anche a generare un maggiore interesse per gli artisti italiani, dentro e fuori dai confini nazionali, e altresì promuovere attività espositive in sinergia con musei e fondazioni, come già sporadicamente accade.

Di estrema importanza risulta inoltre costruire un sistema coerente di misure di agevolazione fiscale che rafforzino la partnership tra pubblico e privato nella produzione e valorizzazione della cultura artistica contemporanea. L'Art Bonus introdotto recentemente ha implementato solo una parte della articolata normativa che in Francia costituisce un'architettura più complessa di agevolazioni fiscali e specifici istituti volti a sollecitare investimenti dei privati in arte. A tale proposito vengono presentati alcuni degli esempi virtuosi forniti dalla legislazione francese: così gli acquisti effettuati direttamente da artisti beneficiano di un tasso IVA del 5,5 % (da noi 10%) ed inoltre tale spesa può essere interamente dedotta se l'opera venga offerta alla fruizione pubblica per un tempo minimo di quattro anni. Il sistema francese è peraltro corredato anche da misure di coordinamento e di programmazione degli incentivi (si pensi ai positivi effetti dell'introduzione dell'istituto dell'Endowment americano, in Francia convertito in "fond de dotation")

Sempre in Francia i soggetti che acquistano opere d'arte classificate come tesori nazionali (l'equivalente delle opere notificate dalla Soprintendenza per le Belle Arti in Italia) beneficiano di riduzioni d'imposta fino al 90% del costo dell'opera, nel caso in cui acquistino il bene per conto dello Stato. (A. Donati) Si discute circa l'efficacia di misure simili, che premiano quei collezionisti che operano come mecenati privati a favore della collettività, concordando che queste potrebbero portare anche in Italia un contributo significativo, anche all'attività espositiva dei musei che potrebbero diventare beneficiari di collezioni rese fruibili al pubblico dai privati.

Parlando di strumenti che favoriscono la pubblica fruizione di patrimoni privati, vanno inoltre presi in considerazione degli istituti già esistenti nel nostro ordinamento, come il trust, un istituto meno rigido della fondazione - sottoposta a controllo pubblico - che consente di operare facilmente dimissioni e acquisti relativamente ai beni conferiti dal disponente, e presenta inoltre vantaggi fiscali quando creato a fini successori. (N. Canessa)

L'Art Bonus entrato in vigore in Italia nel 2014 rappresenta un primo passo molto utile per avviare un vero ragionamento di sistema che crei una sinergia tra pubblico e privato. A fronte delle donazioni, l'Art Bonus offre oggi un credito di imposta del 65% in tre anni fino al 15% del reddito imponibile delle persone fisiche e fino al 5% del reddito di impresa. I beneficiari sono le imprese, i cittadini e gli enti no profit invitati a donare fondi per attività di conservazione (restauro, protezione, manutenzione) di beni culturali pubblici, per ampliare teatri, per sostenere fondazioni lirico sinfoniche e teatri di

tradizione e istituti e luoghi della cultura pubblici. Da uno studio condotto sui 417 progetti sostenuti attraverso questo strumento fino a febbraio 2016, emerge la necessità di implementare strategie di selezione dei progetti finanziabili, per evitare un affollamento di proposte senza riuscire a far emergere le singole identità: ad oggi ad esempio il 50% dei progetti prenotati sulla piattaforma online non ha attratto finanziatori. In particolare si evidenzia il fatto che tra gli oltre 2000 istituti della cultura mappati tra i potenziali beneficiari di tale misura, solo 100 risultano operare nel campo dell'arte contemporanea (P. Dubini). Va inoltre notato che l'Art Bonus ad oggi rimane ancora uno strumento di non facile utilizzo per i donatori a causa di difficoltà di comunicazione con le amministrazioni pubbliche coinvolte e che i benefici fiscali sono percepibili solo al di sopra di una soglia di donazione di 10-15.000 euro. (G. Cavagna) Si propone che l'Art Bonus, continuando a premiare la funzione pubblica degli interventi, sia esteso anche a istituti non pubblici e sia perfezionato per assumere le caratteristiche di un vero e proprio strumento di progettazione culturale in cui pubblico e privato possano virtuosamente cooperare. Nello specifico, l'obiettivo sarebbe di incentivare il ricorso all'Art Bonus per raccogliere donazioni a beneficio della produzione di nuove opere o di mostre in musei (includendo anche fondazioni o progetti di arte pubblica), operando in modo non dissimile da quanto già accade per il finanziamento delle nuove produzioni delle fondazioni lirico-sinfoniche. (R. De Marchi) La discussione vede i partecipanti concordi nel ritenere che questa modifica potrebbe fornire una risorsa preziosa per i bilanci di molte istituzioni, troppo spesso in difficoltà nel reperire fondi per i progetti temporanei o per le nuove produzioni.

Silvia Simoncelli



Arte contemporanea, sponsoring e comunicazione

Spazi per l'arte contemporanea e progetti di valorizzazione sono sempre più frequentemente finanziati dal settore privato. Come rendere questo sostegno ancor più efficace e costante a lungo termine? Quali le leve per facilitare e invogliare un coinvolgimento virtuoso?

Arte contemporanea, sponsoring e comunicazione

Coordinatrice:

Francesca Colombo

Partecipanti al tavolo:

Chiara Agnello, Care of, Milano

Stefano Arienti, artista, Milano

Daniela Cattaneo, H+, Milano

Anna Daneri, Peep Hole, Milano

Ginevra Domenichini, Università di Genova, Genova

Marco Gaiani, collezionista, Milano

Riccardo Lami, Palazzo Strozzi, Firenze

Marco Lanata, Pirelli Hangar Bicocca, Milano

Angela Madesani, critica d'arte, Milano

Claudio Palmigiano, Studio PLPF, Milano

Laura Perrone, Fondazione Lac o Le Mon, Lecce

Chiara Rusconi, Antinori Art Project, Bargino

Alberto Toffoletto, Ntcm, Milano

Luca Trevisan, Studio legale Trevisan & Cuonzo, Milano

PARTNERSHIP VS SPONSORSHIP

Dalla discussione del tavolo è emersa la necessità di riuscire a instaurare nel tempo un rapporto duraturo tra le organizzazioni dedicate all'arte contemporanea e il settore privato e a trasformare la semplice erogazione di denaro (Sponsorship) in una vera e propria Partnership, finalizzata a una comunione di intenti. Per raggiungere questo risultato è fondamentale riuscire a costruire un rapporto con lo Sponsor rendendolo sempre più partecipe al progetto, coinvolgendolo sia nella fase progettuale (narrazione, senso di partecipazione) sia dal punto di vista gestionale (trasparenza e accountability).

Fondamentale è la condivisione e partecipazione agli obiettivi da raggiungere per ovviare ai principali problemi riscontrati:

- la difficoltà nell'inquadrare l'investimento in arte contemporanea nel piano marketing. Esiste oggi una criticità da parte dello sponsor di inquadrare l'investimento in arte contemporanea nel proprio bilancio di comunicazione/marketing legato prevalentemente alla lettura dei risultati. È quindi importante cercare di sviluppare dei criteri di misurazione e calcolare il reale impatto economico e sociale ottenuto sulla città per poter riferire allo sponsor i risultati ottenuti grazie al suo sostegno e investimento.

- Un problema di continuità degli investimenti e di relazione “ad personam”. Se cambia il referente/direttore marketing, ad esempio, si verifica anche un cambio di piattaforma e di interessi nei confronti del settore artistico che può determinare l’interruzione della collaborazione.

Soluzioni emerse dal tavolo sono state quelle di cercare di entrare in completa sintonia con l’azienda per comprendere le modalità di comunicazione del progetto e sviluppare una serie di dinamiche che permettano all’azienda di sentirsi pienamente coinvolta e disponibile instaurando così un rapporto duraturo.

Dal tavolo è anche emersa la richiesta al Ministero di poter proporre una bozza standard per i contratti per la regolamentazione dell’uso di beni pubblici quando sono oggetto di sponsorizzazioni.

La ricerca dell’eccellenza e della qualità resta sempre un punto di arrivo fondamentale; per ottenere questo obiettivo è importante fare in modo che il lavoro artistico e culturale dell’istituzione, nonostante sia supportato e concordato con lo sponsor, non finisca per esserne “ingabbiato” ma mantenga una sua autonomia.

COMUNICAZIONE E CONOSCENZA DEL LINGUAGGIO CONTEMPORANEO – EDUCARE AL FARE

Per quanto riguarda il tema della comunicazione sono emerse delle possibili linee guida da seguire sia nel rapporto istituzione - sponsor sia nel coinvolgimento del pubblico. E’ emersa l’esigenza di riuscire a trasmettere al pubblico il valore intrinseco dell’artista e offrire chiavi di lettura per comprenderlo.

Auspicabile che si riesca a costruire un percorso culturale del Paese Italia, che il sistema dovrebbe difendere e comunicare con forza (spazi pubblici concessi alla comunicazione, altri benefit).

Le istituzioni culturali devono anche ricorrere ad altri strumenti per rafforzare la propria comunicazione, come quella ad esempio degli eventi collaterali (concerti, esperienze del pubblico, talks, laboratori, etc). I membri del tavolo hanno notato che la creazione dei programmi di membership ben strutturati offrono la possibilità di dar vita a delle reti forti, capaci di portare avanti un’importante attività di comunicazione e formazione culturale per il pubblico. Sicuramente, comparando la situazione italiana con quella europea, il processo risulta più lungo in quanto c’è ancora la necessità di “creare cultura” oltre che lo spirito di cummunity e il rapporto con il territorio; un buon progetto deve riuscire a nascere dal territorio che lo ospita e non essere paracadutato dall’alto, solo in questo modo si può garantire nel tempo una continuità e una cooperazione tra le varie parti. L’appoggio delle aziende locali deve essere accompagnato anche da una serie di progetti di comunicazione strategici ottenuti individuando dei target specifici di riferimento.

Durante la sessione di lavoro si è aperta una parentesi interessante sul tema dell’educazione e dell’avvicinamento al pubblico che, già a partire dall’età dell’infanzia, deve essere avvicinata alla pratica artistica, non solo teorica ma soprattutto “del saper

fare". Si è infatti messo in luce che i ragazzi non sono propensi a visitare i musei di arte contemporanea nonostante quest'arte parli un linguaggio giovane. Sicuramente l'educazione all'arte è un primo passo per creare un pubblico di "amatori" e probabilmente un buon programma di comunicazione sui contenuti artistici può rivelarsi fondamentale se accompagnato a un buon piano di marketing che riesca ad avvicinare il pubblico alla comprensione del progetto artistico.

NUOVE COMPETENZE - NUOVE METRICHE

Tutti i partecipanti al tavolo erano d'accordo sulla necessità di individuare all'interno delle organizzazioni culturali la figura del fundraiser. Questa figura deve conoscere, rispettare e valorizzare il prodotto e diventarne così il suo interlocutore. Se questa figura è interna al progetto garantisce una comunicazione più efficiente ed efficace ai soggetti esterni con cui si rapporta durante la creazione del network.

Anche sul fronte pubblico, è emersa la necessità di avere nuove professionalità (formazione dei funzionari pubblici e dei manager) per la valorizzazione del patrimonio pubblico, capaci di interloquire con il privato nella gestione delle sponsorship e della relazione.

I partecipanti al tavolo hanno ritenuto fondamentale aprire una riflessione anche sul tema della committenza contemporanea, sia pubblica che privata, che vede coinvolti gli artisti, sempre più attenti nel loro lavoro ad attività volte all'educazione e alla condivisione con il pubblico. E' emersa la necessità di individuare una figura di mediazione, come ad esempio quella del curatore, che abbia il compito non solo di individuare i diversi soggetti coinvolti nei progetti ma anche quello di metterli in relazione tra di loro. Il compito della direzione artistica dovrebbe essere quello di saper individuare le esigenze dei singoli attori al fine di armonizzarle tra di loro e garantire anche la reciprocità del rapporto azienda-artista.

Il tavolo ha individuato la necessità di richiedere al Ministero l'istituzione di una griglia di valutazione delle attività culturali, partendo dall'esempio di quelle adottate dai musei europei, che tenga in considerazione la tipologia di servizio, le relazioni intraprese con il territorio, i risultati oggettivi di partecipazione del pubblico, la capacità di fare network con alte realtà, le ricadute effettive dell'attività culturale. Questa griglia permetterebbe di capire quando un luogo e un'attività artistica diventano strategici per la città e quali benefit possano essere garantiti in base all'operato svolto. In merito a questo punto è emersa la disparità tra pubblico e privato, infatti quest'ultimo, nonostante svolga un ruolo che può essere definito a tutti gli effetti di interesse pubblico, molte volte si trova in una posizione svantaggiata dal punto di vista fiscale e burocratico. L'introduzione della griglia di valutazione eviterebbe queste diversità e potrebbe far nascere così una nuova tipologia di soggetto "Istituzione di interesse pubblico" capace di ricevere una serie di benefici fiscali e di comunicazione (tasse, benefit di comunicazione...) e potrebbe mettere in luce uno standard di qualità in base al quale ottenere una sorta di Rating di credibilità delle Istituzioni culturali.

Francesca Colombo



I nuovi modelli di governance per i musei d'arte contemporanea

L'evoluzione di alcuni musei trasformati in fondazioni miste ha generato una situazione fluida, in cui il settore privato ha dato un contributo significativo per il superamento della crisi di risorse e progettualità. Il tavolo ha discusso di opportunità concrete per il miglioramento delle sinergie e per l'esportazione di modelli innovativi.

I nuovi modelli di governance per i musei d'arte contemporanea

Coordinatrice:
Ilaria Bonacossa

Partecipanti al tavolo:
Emanuele Chieli, Camera, Torino
Michele Costabile, Università Luiss, Roma
Luigi Di Corato, Fondazione Brescia Musei, Brescia
Umberto Illuzzi, Studio Piana Illuzzi Queirolo Trabattoni, Genova
Michele Macchiagodena, Comune di Termoli, Termoli
Paola Nicolin, The Classroom, Milano
Beppe Pericu, Accademia Ligustica, Genova
Cloe Piccoli, critica d'arte, Milano
Giorgio Rossi Cairo, Value Partner Management, Milano
Gabi Scardi, curatrice per l'arte Ntcm, Milano
Diego Sileo, PAC, Milano
Massimo Torrigiani, Polo Arte contemporanea, Bari

Tematiche principali emerse:

- Prima di strutturare la governance del museo bisognerebbe riconoscere e fortificare la sua mission, alla cui base dovrebbero esserci la formazione, la programmazione e la volontà di riuscire a riportare i contenuti del museo in primo piano. Per fare questo potrebbe essere utile guardare all'Europa, soprattutto alla Francia, che inserisce il termine "creation" nella Costituzione introducendo così l'arte contemporanea all'interno del sistema ministeriale.
- Le forme di governo museali variano in base alla location, alle specificità del museo e del tempo storico nel quale ci si trova ad agire. La governance può sussistere e funzionare al meglio solo se anche ai cittadini, stakeholders del museo, è riconosciuto un ruolo centrale.
- Gli sponsor devono essere degli investitori sociali e il rapporto con il museo deve essere regolato in modo tale che siano partecipi nell'instaurare una relazione stabile e duratura nel tempo senza mutare la mission del museo. L'identità del museo può essere costruita con delle partnership condivise in grado di convertire il capitale economico del museo in un capitale simbolico e sociale.
- Bisogna rafforzare le istituzioni e fare in modo che ci sia una chiara indipendenza tra i ruoli del CDA. E' fondamentale creare un board. I ruoli del settore pubblico e del settore privato devono essere definiti e distinti: il primo esercita una funzione di diritto e di controllo mentre il secondo di ricerca e contenuto.

- Il ministero dovrebbe “obbligare” i musei italiani a fare rete, un sistema coordinato, che permetta ai musei di dialogare e scambiare cultura sul territorio nazionale e che porti nel tempo a una co-creazione di contenuti. L’AMACI non sta funzionando in questo senso.

Sessione del mattino:

Ilaria Bonacossa apre la sessione dei lavori presentando il Museo di Villa Croce come caso studio per la sua governance pubblico-privata e l’attivazione del master per la gestione sperimentale del Museo.

La domanda sulla quale si articola la discussione è: le gestioni miste, che sembrano essere il futuro dei musei, vedono nel privato una risorsa. L’arte contemporanea attira l’interesse del privato, ma come può poi funzionare questo meccanismo?

Nonostante il sistema di ibridazione pubblico-privato sia ormai chiaro da circa 20 anni, la vera difficoltà risiede nel mettere a sistema i diversi interessi. Non può essere individuata una forma statica e ideale perché le caratteristiche variano in funzione della location, delle particolarità del museo e del momento storico nel quale ci si trova ad operare. E’ importante capire dove risiede l’autorità che garantisce la stabilità della governance, che al momento manca in Italia. L’autorità può essere individuata sulle collezioni, sugli edifici e sui servizi che a loro volta aprono delle aree di responsabilità. Quando parliamo di governance non bisogna pensare a una formulazione dall’alto, ma si deve partire da tutte le opportunità di business fino ad ottenere una struttura originale e funzionale.

Viene esposto l’esempio di CAMERA, nato per volontà di 10 persone che si sono riunite a lavorare insieme al progetto istituendo una fondazione privata senza partecipazione pubblica. Sono riusciti a riscontrare numerosi benefici nell’investimento sociale per quanto riguarda il livello di condivisione da parte dei dipendenti, non solo in termini economici. Per riuscire a mantenere alta la qualità è importante riuscire a individuare, a sostegno dell’attività principale, delle aree specifiche come quelle relative alla didattica, agli eventi o all’affitto degli spazi a terzi.

Il tavolo presenta la situazione del PAC, uno dei pochi spazi d’arte contemporanea di proprietà della pubblica amministrazione che non è ancora stato trasformato in fondazione. Le principali problematiche che si riscontrano in questa gestione sono legate, oltre ai vincoli ministeriali e ai tagli comunali che interessano il budget a disposizione, alla modalità dei concorsi pubblici che sono limitati e vincolati per determinate categorie amministrative. Inoltre la programmazione del PAC si deve adeguare al calendario della moda; una mostra su quattro viene decisa dallo sponsor, e il rapporto con lui diventa complesso da gestire nel momento in cui fornisce il 90% di budget.

Ci si domanda come si possono porre dei limiti allo sponsor, assecondando però le sue esigenze (lui vuole benefit, non solo visibilità) senza che prevarichino sul lavoro culturale svolto dall’istituzione.

I partecipanti sottolineano come il mantenimento dell'indipendenza tra i ruoli (presidente, direttore, segretario generale ecc.) sia fondamentale anche se difficile da ottenere in quanto permette di costruire una progettazione e uno sviluppo strategico.

Una proposta è quella di immaginare dei progetti che possano interessare sia il pubblico che il privato, concentrarsi sulla creazione di un modello di gestione in grado di intercettare i finanziamenti attraverso la creazione di un soggetto unico che si relazioni con il Comune (pubblico) e i singoli soggetti privati svolgendo un ruolo di coordinamento tra le parti. Bisogna capire quale forma giuridica utilizzare oltre che definire il potere decisionale dello sponsor.

Si può iniziare ad aprire un canale che permetta di arrivare alla creazione di un board ricordandosi che spesso i privati hanno delle competenze in grado di garantire stabilità, trovando un sistema funzionale che possa interessare gli sponsor e che riesca a instaurare un dialogo con loro nel tempo.

I partecipanti al tavolo ricordano che in Italia i contributi li danno le aziende mentre nel mondo anglosassone i privati e che il pubblico dovrebbe avere la ownership morale dell'iniziativa. Le differenze che riscontriamo tra pubblico e privato sono molteplici. Il pubblico dovrebbe svolgere la funzione di diritto e controllo, il privato dovrebbe occuparsi dei contenuti, come ad esempio del comitato scientifico. Ogni museo dovrebbe riuscire a individuare l'azienda con la quale poter comunicare e progettare.

Viene messa in luce l'importanza di riuscire a instaurare con le aziende un rapporto diretto e personale e si sottolinea nuovamente l'importanza di creare, all'interno dei musei, delle figure in grado di instaurare questa forma di dialogo e collaborazione costante. Queste figure avrebbero il compito di ricercare gli sponsor anche nel momento in cui sia necessario modificare la collaborazione in corso, perché se un partner non sa sviluppare un programma in comune deve essere sostituito.

Tutti i partecipanti sono concordi nel ribadire che il ruolo del pubblico sia fondamentale. Nel CDA c'è un posto garantito ai finanziatori e a coloro che hanno sostenuto il progetto. C'è il sindaco della città e un comitato esecutivo. Se è il modello corretto non si può sapere ma, per il momento, sembra la soluzione migliore. Il problema principale è invece con il privato; essere una fondazione privata ha comportato dei problemi (non può partecipare ai bandi per ottenere i fondi, non può beneficiare dell'art bonus o di fondi donati da terzi).

Per quanto riguarda le organizzazioni si individua nell'associazione riconosciuta, con una struttura giuridica aperta, la forma più utilizzata dalle nuove realtà di arte contemporanea. Nonostante non riesca a garantire totalmente le collezioni e il patrimonio assicura una gestione dal basso in grado di allargarsi nel tempo. E' una forma che può variare negli anni e che riesce a condividere piccoli progetti con il settore privato o comunque è in grado di trovare privati per ogni attività associata ai singoli progetti. La necessità di riuscire a individuare delle attività risulta fondamentale in vista di una ricerca di privati con i quali poter instaurare delle relazioni stabili e durature. Inoltre vanno ricercati degli approcci multipli: alcune attività del museo possono essere autonome dal privato mentre altre possono essere ibride tra il brand del privato e la scientificità della mostra. Fondamentali in questo senso sono la coerenza e la chiarezza nella comunicazione istituzionale. Questo può permettere di difendere l'identità del

museo attraverso la creazione di partnership condivise e soprattutto costruire un'identità comune che permetta di co-realizzare i progetti. Non deve perdersi la mission del museo in quanto anche al privato interessa essere partner di musei che garantiscano una continuità a livello culturale.

Infine bisogna essere in grado di riportare l'attenzione ai contenuti dei musei, i quali non lavorano più alla costruzione delle collezioni e il patrimonio stesso deve essere messo a regime con una gestione mirata.

Sessione pomeridiana:

La sessione pomeridiana si apre esponendo ai partecipanti la situazione di alcuni paesi europei. In Francia la cultura è l'1% del PIL (In Italia lo 0) e esiste un mandato costituzionale per il ministero della "création", che inserisce a pieno titolo l'arte contemporanea all'interno del sistema ministeriale. In Italia non esiste e l'arte contemporanea è tagliata fuori dal dialogo con il ministero.

Si sottolinea come questo sia un problema del nostro paese e non tocca solo il tema della creazione ma anche quello dell'educazione e della relazione tra il territorio e il patrimonio. L'Italia sta iniziando a lavorare all'apertura dell'arte contemporanea ma c'è bisogno ancora di un forte lavoro di consolidamento che sia in grado di rafforzare le istituzioni, anche in vista delle relazioni con partner privati. Bisogna riuscire a strutturare la governance in modo che si crei una comunità di persone attorno al museo che siano in grado di dialogare e negoziare con l'identità del museo.

L'Italia dovrebbe definitivamente rendersi conto che la centralità risiede anche nei cittadini, shareholders e stakeholders del museo, e quindi centro di diritti e doveri. Per questo c'è bisogno di focalizzarsi sull'idea di collettività, incentrarsi sul pubblico, a partire dalla comunità locale e interagendo con il territorio. In questo modo sarebbe possibile co-creare contenuti facendo in modo che i cittadini non siano solo utenti passivi ma parte attiva e partecipativa del progetto.

L'azione di formazione e educazione dovrebbe essere coordinata dal Ministero, dando contributi ai Musei che, mettendosi in rete tra di loro, riescano a sviluppare dei progetti condivisi. In questo senso l'AMACI non sta funzionando, in quanto non c'è un intervento politico e manca una figura specifica che si occupi di questo. Su questo punto tutti i partecipanti al tavolo concordano e sottolineano che senza la creazione di una rete non è possibile costruire niente di nuovo e questo porta, molte volte, all'acquisto di mostre pacchetto dall'esterno e non allo scambio tra i musei nazionali. E' importante sottolineare che per poter riuscire a creare un sistema forte è necessario che tutti i singoli istituti collaborino.

In vista di questo è fondamentale anche riuscire a dare continuità alla programmazione dei singoli musei. I musei molte volte non riescono a fare rete perché sono identificati con le figure dei direttori o curatori che, cambiando, a volte non riescono a garantire continuità.

Ilaria Bonacossa

La conferenza all'Accademia Ligustica di Belle Arti



L'ex Sindaco Giuseppe Pericu di Genova (1997-2007), attuale Docente di Diritto Amministrativo alla facoltà di Giurisprudenza dell'Università Statale di Milano, dopo aver preso parte al tavolo "Nuovi modelli per la Governance dei Musei", ha introdotto la restituzione finale della giornata di lavoro con un messaggio positivo. Il confronto fra Istituzioni culturali è fondamentale e va potenziato con opportunità di incontro più diffuse. L'indicazione è però quella di non ingessarsi preventivamente nel definire le forme giuridiche e amministrative delle nuove Istituzioni Culturali nascenti prima di avere portato avanti esperienze di gestione. Le pratiche sono la forza dal quale ripartire per rilanciare il sistema. Il cambiamento e l'innovazione dei modelli sono fondamentali in questa fase, dove il Pubblico ha ceduto il suo ruolo di unico garante economico del sistema culturale, per fare spazio a nuovi attori e forme ibride di gestione. Meglio dedicarsi al fare, sbagliare, e solo dopo capitalizzare le esperienze per arrivare alla scrittura di normative e emanazione di leggi. Poi le formule si trovano, ma non bisogna affossare lo slancio sperimentale in corso e il dialogo più serrato fra Pubblico/Privato.

L'Assessore alla Cultura di Genova, Carla Sibilla, ha ripercorso le principali iniziative cittadine volte alla costruzione di un sistema integrato di tutte le istituzioni culturali locali. Il Comune ha vinto un grosso fondo europeo di circa 2 milioni di Euro, come capofila di un'iniziativa che coinvolge diversi attori pubblico/privati, nel rilancio dell'impresa creativa, dove la partecipazione è il driver di riferimento, che si esplica attraverso il linguaggio dell'arte contemporanea. Villa Croce ad esempio è il luogo di sperimentazione per eccellenza dove l'Amministrazione lavora con i Privati. Aver accolto il forum è un'opportunità importante per portare altri operatori culturali nazionali in città e partecipare al dibattito del forum permanente.

Le battute finali sono state affidate a Fabio Cavallucci, Direttore del Museo Pecci di Prato e fra i firmatari del manifesto che ha dato origine al Forum permanente di arte contemporanea, nel settembre 2015 a Prato.

Dopo aver portato i saluti dell'Assessore alla Cultura di Prato, Stefano Mangani, ha ringraziato le relatrici dei tavoli e lo staff organizzativo del forum, che ha permesso lo svolgimento anche questo appuntamento su base volontaria. Non è chiaro dove il Forum

si manifesterà nelle prossime occasioni e che forma prenderà, ma sicuramente ha avviato un percorso di ricostruzione e tessitura di contenuti di approfondimento e relazioni. L'idea della sua itineranza è interessante, anche per poter toccare la complessità dei territori del nostro Paese.

Da Prato a Genova Cavallucci conferma una sostanziale continuità. Il Forum ha letto un'urgenza nell'aria, quella del confronto lontano dalla politica, che è stata intenzionalmente estromessa per permettere a tutti gli operatori di riflettere sul sistema, ponendo domande centrali, come quella di interrogarsi verso quale direzione stia andando l'arte contemporanea italiana e cosa in generale si vuole fare insieme. Questo movimento di confronto si sostanzia anche di una complessa e precisa attività di sintesi, espressa attraverso la pubblicazione degli atti del forum, proprio per documentare il percorso e arrivare alla formulazione di proposte concrete. Prato ha dato un segnale anche di coinvolgimento dei giovani operatori, che ancora non ricoprono ruoli direttivi, e spesso penalizzati da una situazione di precarietà, cooptati per coordinare i tavoli (circa 1000 persone e oltre 40 tavoli di approfondimento).

Genova ha "alzato il tiro" verso la discussione istituzionale, immaginandosi anche un'agenzia per il contemporaneo, istituzione che potrebbe diventare consultiva per la Politica.

Il Governo può essere un interlocutore? Il Ministro Franceschini si è posto in ascolto verso proposte innovative, con visione.

In ultima analisi il Forum riconferma il suo scopo di contenitore e format per stimolare una riforma strutturale del sistema dell'arte in Italia, che necessita un rilancio anche per diventare driver di uscita dalla crisi del nostro Paese, funzione che tutti gli operatori gli riconoscono.

Neve Mazzoleni

Biografie

Ilaria Bonacossa curatrice e critica, ha lavorato per sette anni alla Fondazione Sandretto Re Rebaudengo di Torino e, dal 2012, dirige il Museo di Villa Croce di Genova. Con il collettivo Art At Work, sviluppa progetti in contesti non-profit e del collezionismo privato. Ha curato, tra le altre, mostre personali di Nick Devereaux, Ian Kiaer, Zhang Enli, Tony Conrad, Julieta Aranda, Massimo Grimaldi, Alberto Tadiello e Katrin Sigurdardottir, e scritto del lavoro di Cristof Yvoré, Kees Goudzwaard e Marlene Dumas. È membro del Comitato per le acquisizioni del museo FRAC Provence-Alpes-Côte d'Azur di Marsiglia, del Comitato scientifico del PAC di Milano e direttrice per l'Italia del programma internazionale Artist Pension Trust. Nel 2007 è stata membro della Giuria per il Leone d'Oro della 52. Biennale d'Arte di Venezia e nel 2013 membro della Giuria per l'Inamori Foundation Prize di Kyoto. Laureata in Storia dell'Arte all'Università Statale di Milano, ha ottenuto un Master in Curatorial Studies dal Bard College di New York. Vive a Milano e a Genova.

Antonella Crippa è l'Art advisor di Open Care - Servizi per l'Arte ed è membro del Consiglio di amministrazione della società. Oltre all'attività di esperta di arte moderna e contemporanea, scrive per Artribune e cura progetti di valorizzazione di collezioni aziendali. Nel 2014 ha lavorato per la Commissione Europea per la valutazione dei bandi nell'ambito del progetto Horizon 2020. In precedenza è stata curatrice indipendente (tra gli altri progetti espositivi: 2007, In Cima alle Stelle, Forte di Bard; 2004 On Air, Video in Onda dall'Italia, Galleria Civica di Monfalcone; 2002, Da Cima a Fondo, Torre del Lebbroso, Aosta) e in-site curator dell'Ufficio Mostre della Regione Autonoma Valle d'Aosta (1999-2003). Si è laureata in Conservazione dei beni culturali a Viterbo (1997) e ha conseguito il Diploma di Scuola di specializzazione in storia dell'arte all'Università statale di Milano (2002).

Silvia Simoncelli è storica dell'arte e curatrice indipendente. Si interessa alle relazioni economiche all'interno del sistema dell'arte e del suo mercato, alle pratiche artistiche legate alla critica delle istituzioni e all'arte nello spazio pubblico. È course leader del Master in Contemporary Art Markets presso NABA Nuova Accademia di Belle Arti Milano. Insegna inoltre all'Accademia di Belle Arti di Brera e tiene regolarmente seminari all'Università Leuphana a Luneburg (D). È Italian Editor dell'Art Market Dictionary (De Gruyter), collabora con ArtEconomy24 e Exhibart. È membro dell'International Art Market Studies Association e del Forum Kunst und Markt della Technische Universität di Berlino. Laureata in Storia dell'Arte all'Università Statale di Milano, ha conseguito un Master in Curating alla Zurcher Hochschule der Kunste, Zurigo, e sta completando un dottorato all'Università Leuphana, Luneburg (D).

Il **Comitato coordinatore del Forum dell'arte contemporanea** è composto da Ilaria Bonacossa, Alessandra Casadei, Fabio Cavallucci, Antonella Crippa, Anna Daneri, Pietro Gaglianò, Cesare Pietroiusti, Pierluigi Sacco, Silvia Simoncelli e Chiara Vecchiarelli.

Rassegna stampa

ARTRIBUNE

<http://www.artribune.com/2016/04/forum-permanente-arte-contemporanea-italiana-genova-museo-villa-croce-prato/>

IL GIORNALE DELLE FONDAZIONI

<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/da-genova-il-forum-permanente-dell%E2%80%99arte-contemporanea-un-passo-avanti-nelle-riflessioni-area>

<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/il-forum-non-si-ferma-al-un-nuovo-appuntamento-genova>

EXIBART

<http://www.exibart.com/notizia.asp?IDNotizia=49343&IDCategoria=251>

LA REPUBBLICA

http://genova.repubblica.it/cronaca/2016/04/16/news/come_si_governa_l_arte_contemporanea_un_forum_a_villa_croce-137739510/

IL SECOLO XIX

12.4.2016

I contributi pubblicati sono tutelati dalla legge sul diritto d'autore (L. 633/1941 e successive modificazioni); ciascun autore mantiene tutti i diritti morali ed economici sul proprio lavoro. In caso di richiamo, il testo dovrà essere citato come: Autore, Titolo dell'intervento, Anno di pubblicazione, www.forumartecontemporanea.it