

2/2018 ART&LAW

A Gianfranco

"Decano degli avvocati d'affari, grande collezionista, tra i primi ad aver analizzato il mondo del diritto dell'arte": così la stampa ricorda papà.

Con Voi tutti, che avete conosciuto il professionista d'eccellenza che è stato, condividiamo la Sua intelligenza, il Suo entusiasmo, la Sua generosità.

Un'intelligenza acuta, brillante, ironica, colta. Un'intelligenza comunicativa, mai fine a se stessa, ma rivolta ad includere chi lo ascoltava. Tutti siamo sempre rimasti affascinati dalle Sue parole. Così coinvolgenti e chiare che ogni Suo discorso poteva essere direttamente trascritto ed essere perfetto.

Il Suo entusiasmo era in ogni cosa che faceva: progettava, pensava, ideava, costruiva. Tanto da illuderci che sarebbe stato con noi per sempre. Una molteplicità di intenti e di interessi del tutto sorprendente ed affascinante. Dotato di una moltitudine di aspetti che di volta in volta generavano calore, ammirazione, amicizia, empatia ... godimento profondo nel frequentarlo. Nella Sua grandezza si racchiudeva un animo fanciullo, sempre aperto.

Sì, era anche follemente generoso. Di una generosità particolare: lui riteneva che ogni pensiero dovesse essere diffuso, ogni idea dovesse essere condivisa. Un cuore aperto alla vita, vissuta pienamente, senza risparmiarsi nulla. Follemente umano."

ART&LAV 2/2018
Legal journal on art a cura di Annapaola Negri-Clementi
Maurizio Galimberti, Gianfranco , 2015, Pietrasanta
FOTOGRAFIA #1

Résumé

"Tve loved, I've laughed, and cried, I've had my fill, my share of losing, And now, as tears subside, I find it all so amusing, To think I did all that, and may I say, not in a shy way, Oh no, oh no, not me, I did it my way". (Frank Sinatra, My way, 1968)

SOMMARIO

DIRITTO DELL'ARTE		
Diritto d'autore	L'opera fotografica protetta dal diritto d'autore di Annapaola Negri-Clementi	13
STORIA DELL'ARTE		
	II Caso Vivian Maier di Greta Meregalli	25
	Nickolas Muray. Celebrity Portraits di Ludovica Vigevano	31
ECONOMIA DELL'ARTE		
Mercato dell'arte	La fotografia italiana di ricerca artistica e il mercato dell'arte di Pio Tarantini	37
	Le strategie di branding nel mondo della cultura e ne mercato dell'arte. Musei, case d'asta e gallerie di Pietro Ripa e Roberta Ghilardi	l 45
Collezionismo Corporate	Le ragioni del Collezionismo Corporate di Giorgia Ligasacchi	55
TUTELA E VALORIZZAZIONE		
	Il restauro della fotografia di Silvia Berselli	65
	Viaggio in Egitto. Le fotografie di Antonio Beato dall'archivio del Touring Club Italiano di Massimo Cruciotti, Michele Magini e Luciana Senna	71
INTERVISTE		
	Parola agli artisti a cura della redazione	75
OSSERVATORIO		
	Premessa all'osservatorio di Filippo Federici e Giovanni Meregalli	121
	Giurisprudenza di legittimità a cura di Filippo Federici e Giovanni Meregalli	125

Agenda	131
Negri-Clementi Studio Legale Associato	138
Ordine degli Avvocati	142
Studio Berselli	144
SOS Archivi	145
	Negri-Clementi Studio Legale Associato Ordine degli Avvocati Studio Berselli

Rivista trimestrale di diritto, giurisprudenza ed economia dell'arte

Editore

Negri-Clementi Studio Legale Associato

Via Bigli 2, 20121 Milano T +39 02 303049 F +39 02 76281352 E info@negri-clementi.it

Direttore Responsabile

Annapaola Negri-Clementi

Redazione

Filippo Federici, Giorgia Ligasacchi Giovanni Meregalli

Progetto grafico e impaginazione Negri-Clementi Studio Legale Associato Laura De Carli

Stampa

Bianca&Volta Srl

Via del Santuario, 2 Truccazzano (MI)

Ufficio marketing e comunicazione

Giorgia Ligasacchi

Indirizzo internet

negri-clementi.it

Hanno collaborato a questa rivista

Silvia Berselli, Massimo Cruciotti, Valeria Ferlito, Roberta Ghilardi, Michele Magini, Greta Meregalli, Ginevra Natoli, Pietro Ripa, Luciana Senna, Pio Tarantini, Ludovica Vigevano

I contributi pubblicati in questa rivista potranno essere riportati dall'Editore su altre proprie pubblicazioni, in qualunque forma. L'elaborazione dei testi, anche se curata con scrupolosa attenzione, non può comportare specifiche responsabilità per eventuali errori o inesattezze.

Registrato presso il Tribunale di Milano al n. 57 del 14 febbraio 2018

Finito di stampare nel mese di febbraio 2018

In copertina

Giovanni Ricci-Novara, **Tindaro Nero**, stampa Fine-Art su carta baritata montata su D-Bond, 150x180 cm. Tiratura 8 esemplari.

L'OPERA FOTOGRAFICA PROTETTA DAL DIRITTO D'AUTORE

di Annapaola Negri-Clementi

⁶⁶Un giorno, molto tempo fa, mi capitò sottomano una fotografia dell'ultimo fratello di Napoleone, Girolamo. In quel momento, con uno stupore che da allora non ho mai potuto ridurre, mi dissi "Sto vedendo gli occhi che hanno visto l'Imperatore"

(Roland Barthes, La camera chiara. Nota sulla fotografia, Einaudi, 1980)

I – BREVI CENNI INTRODUTTIVI SULLA PROTEZIONE GIURIDICA DEL-LA FOTOGRAFIA

La Legge sul Diritto d'Autore, L. n. 633/1941 "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio", testo consolidato da ultimo al 6 febbraio 2016 ex D. Lgs. 15 gennaio 2016, n. 8 (di seguito "LDA") prevede tre diverse categorie di fotografie:

- (a) le opere fotografiche, in quanto opere dell'ingegno dotate di carattere creativo, ossia di tratti individuali così marcati da far riconoscere l'impronta personale dell'autore stesso; sono oggetto di un diritto primario d'autore ai sensi dell'art.
 2, n. 7, LDA "le opere fotografiche e quelle espresse con procedimento analogo a quello della fotografia sempre che non si tratti di semplice fotografia protetta ai sensi delle norme del Capo V del Titolo II";
- (b) le semplici fotografie, definite dall'art. 87, comma 1, LDA come "le immagini di persone o di aspetti, elementi o fatti della vita naturale e sociale ottenute con processo fotografico o con processo analogo, comprese le riproduzioni di opere dell'arte figurativa e i fotogrammi delle pellicole cinematografiche";
- (c) le riproduzioni fotografiche (o fotografia documentale) ai sensi dell'art.87, comma 2, LDA non costituiscono semplice fotografie; esse consistono in fotografie di scritti, documenti, carte d'affari, oggetti materiali, disegni tecnici e prodotti simili.

L'opera fotografica

La LDA attribuisce all'autore di un'opera fotografica sia i diritti di utilizzazione economica di cui agli artt. 12-19 LDA (Sezione I - Protezione della utilizzazione economica dell'opera; CAPO III - Contenuto e durata del diritto di autore) sia i diritti morali di cui agli artt. 20-24 LDA (Sezione II - Protezione dei diritti sull'opera a difesa della personalità dell'autore. Diritto morale dell'autore).

I diritti di utilizzazione economica dell'opera fotografica durano per tutta la vita dell'autore e sino al settantesimo anno solare dopo la morte dell'autore (ex art. 25 LDA e art. 32 bis LDA).

Le semplici fotografie

L'ampia portata della nozione opere dell'ingegno di carattere creativo (che contraddistingue l'opera fotografica) trova un limite nella stessa LDA, che prevede al Titolo II "Disposizioni sui diritti connessi all'esercizio del diritto di autore" (artt. 72-102 LDA disciplinano i cd. "diritti connessi al diritto d'autore").

La semplice fotografia è oggetto di *diritto connesso* e trova protezione nel Capo V della LDA (ex artt. 87-92).

In capo all'autore la LDA riconosce alcuni diritti esclusivi di utilizzazione economica dell'opera che sono elencati all'art. 88 LDA: "spetta al fotografo il diritto esclusivo di riproduzione, diffusione e spaccio della fotografia". È fatto salvo il consenso della persona ritratta. Inoltre relativamente a fotografie riproducenti opere dell'arte figurativa, sono fatti salvi i diritti d'autore sull'opera riprodotta.

Regole particolari si applicano alla semplice fotografia "ottenuta nel corso e nell'adempimento di un contratto di impiego o di lavoro, entro i limiti dell'oggetto e delle finalità del contratto, il diritto esclusivo spetta al datore di lavoro" (art. 88, comma 2, LDA).

Lo stesso principio si applica, "salvo patto contrario a favore del committente quando si tratti di fotografia di cose in possesso del committente medesimo e salvo pagamento a favore del fotografo, da parte di chi utilizza commercialmente la riproduzione, di un equo corrispettivo" (art. 88, comma 3, LDA).

La cessione del negativo (o di analogo mezzo di riproduzione della fotografia) comprende, salvo patto contrario, la cessione del diritto esclusivo di riproduzione, diffusione e spaccio, sempreché tali diritti spettino al cedente (art. 89 LDA).

Se nel mondo della fotografia analogica la cessione del negativo implica la cessione contestuale dei diritti, nel mondo digitale la prova della titolarità della foto è

il possesso del formato RAW, che equivale al possesso del negativo¹.

L'art. 90 LDA prevede che gli esemplari della semplice fotografia debbano portare le seguenti indicazioni: 1) il nome del fotografo, o della ditta da cui il fotografo dipende o del committente; 2) la data dell'anno di produzione della fotografia; 3) il nome dell'autore dell'opera d'arte fotografata.

La mancanza di questi dati non si ripercuote sulla riproduzione degli esemplari della semplice fotografia, che non è considerata abusiva e non sono dunque dovuti i compensi indicati agli artt. 91 e 98 LDA (ossia il pagamento di un equo compenso), a meno che il fotografo non provi la malafede del riproduttore.

Il diritto esclusivo sulle fotografie dura vent'anni dalla produzione della fotografia (ex art. 92 LDA).

Le riproduzioni fotografiche

Le riproduzioni fotografiche non godono di una particolare protezione e sono liberamente utilizzabili.

II – LA TUTELA GIURIDICA DELL'OPERA FOTOGRAFICA: LA RICERCA DEL CARATTERE CREATIVO

Come sopra detto, l'art. 2 al n. 7 della LDA tutela la fotografia – come opera d'arte fotografica – quando essa abbia *carattere creativo*². Tale disciplina che prevede una piena tutela d'autore per le opere fotografiche è stata introdotta in Italia con il D.P.R. n. 19/1979. È utile mantenere a mente che la ratio della LDA è la protezione del fotografo, in quanto artista, non in quanto tecnico e professionista della fotografia.

A tale proposito la dottrina ha subito chiarito cosa debba intendersi per carattere

15 ART&LAW 2/2018 ART&LAW 1/2018

¹ A. De Robbio, Fotografie di opere d'arte: tra titolarità, pubblico dominio, diritti di riproduzione, privacy, in Diglialia, p. 19. È controverso se poi il file originario RAW sia unico o meno in quanto già il trasferimento, il download, del file dalla camera al computer si sostanzierebbe in una copia del file RAW originale che resterebbe nella macchina fotografica fino alla cancellazione.

² Prima del DPR 8 gennaio 1979 n. 19, che recepisce le norme della Convenzione di Berna nel testo di Parigi, ratificato dall'Italia nel 1978, le fotografie erano protette dalla LDA solo come oggetto di diritto connesso. Questo fatto aveva creato una discordanza tra la protezione accordata alle fotografie dalla legge italiana e quella riconosciuta in sede internazionale, superata dal recepimento delle norme della Convenzione di Berna II testo originario della LDA non ricomprendeva nessun tipo di opera fotografica fra le categorie di opere elencate all'art. 2 LDA, a causa della difficoltà di accertare l'esistenza del carattere creativo o meno in una fotografia. Le opere fotografiche pertanto erano definite e protette dagli artt. 87 e ss. LDA, che tuttavia non consideravano la differenza fra le fotografie dotate di un carattere creativo e le fotografie semplici. Soltanto nel 1979 il legislatore italiano ha inserito espressamente le opere fotografiche nell'elenco di cui all'art. 2 LDA, ma ha mantenuto la tutela speciale prevista dagli artt. 87 ss. LDA per le semplici fotografie prive di carattere creativo.

creativo. È stato suggerito che "per valutare il carattere creativo di una fotografia bisogna porsi idealmente davanti allo stesso soggetto [fotografato] e chiedersi se l'autore abbia aggiunto all'immagine fissata nel negativo qualcosa che non ci sarebbe se la fotografia fosse stata fatta da un altro, con la precisazione che si deve trattare di qualcosa di significativo che riveli **l'intendimento espressivo dell'autore**".

Aderente a tale interpretazione è quella giurisprudenza che considera "caratteristica particolare della fotografia" quella di "essere prodotto di un duplice processo meccanico-chimico ed intellettuale, dato che grazie al primo si procede ad una riproduzione della realtà mentre, grazie al secondo, viene in considerazione un'operazione concettuale del suo autore attraverso la quale questi determina il modo di utilizzazione del mezzo meccanico scegliendo l'inquadratura, la composizione, le condizioni di luce, l'attimo dello scatto, etc."⁴.

In questo contesto, al fine di qualificare la fotografia come opera dell'ingegno a pieno diritto tutelata ex art. 2 della LDA, "occorre individuare il momento creativo [...] nell'attimo che precede lo scatto, nel quale si attua – appunto – la scelta degli elementi essenziali dell'immagine: attimo nel quale il fotografo ha l'intuizione della fotografia che intende realizzare e nel quale si esplica l'attività creativa espressione della sua personalità "⁵.

Determinante ai fini della concessione della tutela d'autore è apparsa la possibilità di *rinvenire segni percepibili della fantasia del fotografo* nelle modalità di realizzazione dell'immagine, di volta in volta identificate con la particolare ricerca cromatica, la scelta della prospettiva, la capacità di cogliere al volo le espressioni o gli atteggiamenti delle persone fotografate, il particolare taglio dell'immagine; o, talvolta, con elementi meno facili da determinare in concreto, quali la capacità della fotografia di evocare suggestioni che trascendono il comune aspetto della realtà raffigurata.

In sintesi "l'apporto creativo è da riscontrarsi non nel soggetto ritratto, quanto piuttosto nella soggettiva rappresentazione del soggetto medesimo⁶. Deve esprimere una "reinterpretazione soggettiva della realtà", una "personalità della visione".

È infatti filone dottrinale e giurisprudenziale ormai prevalente quello secondo il quale costituisce opera dell'ingegno, e quindi opera fotografica tutelabile dal diritto d'autore, una fotografia che "per l'originalità dell'inquadratura, l'impostazione

dell'immagine e la capacità stessa di evocare suggestioni che trascendono il comune aspetto della realtà raffigurata, rappresenta una realizzazione artistica e non costituisce un mero fatto riproduttivo idoneo soltanto a documentare determinate azioni o situazioni reali."

Secondo questo indirizzo giurisprudenziale "il livello di tutela accordato alla fotografia dipende dal personale intervento creativo del fotografo: la soglia minima di creatività richiesta al fine di riconoscere la piena tutela del diritto d'autore al fotografo è andata nel tempo abbassandosi, richiedendosi un atto creativo, seppur minimo, suscettibile di manifestazione nel mondo esteriore. Per l'ottenimento della protezione del diritto d'autore, la creatività non può essere esclusa per il solo fatto che l'opera consista in idee e nozioni semplici, oppure già riprese in altre opere; al contrario, essa può anche riguardare le modalità con cui l'opera viene realizzata, purché le stesse siano idonee a distinguerla sia dalla passiva raffigurazione tecnica, sia dalle altre creazioni esistenti. Nel caso specifico delle riproduzioni fotografiche, tali modalità di realizzazione, per poter dare origine ad un'opera creativa, devono concretarsi in un'attività di interpretazione del dato oggettuale, cioè in un'attività che, muovendo - anche (ma non necessariamente) mediante specifiche scelte tecniche - dalla lettura di quel dato secondo la personalità dell'autore, si proponga di isolare e di trasmettere al fruitore il nucleo comunicativo ed emotivo racchiuso nell'opera"10.

Sul punto la giurisprudenza¹¹ ha precisato che "il carattere artistico presuppone l'esistenza di un atto creativo in quanto espressione di un'attività intellettuale preminente rispetto alla mera tecnica materiale: la modalità di riproduzione del fotografo deve trasmettere, cioè, un messaggio ulteriore e diverso rispetto alla rappresentazione oggettiva cristallizzata, rendendo cioè una soggettiva interpretazione idonea a distinguere un'opera tra le altre analoghe aventi il medesimo oggetto. Esso sussiste ogni qualvolta l'autore non si sia limitato a una riproduzione della realtà, ma abbia inserito nello scatto la propria fantasia, il proprio gusto, la propria sensibilità, così da trasmettere le proprie emozioni. Inoltre, esso prescinde dalla paternità delle riproduzioni a fotografi di fama, dal fatto che la fotografia sia tratta da un archivio e dalla notorietà del soggetto ritratto".

La giurisprudenza italiana ha sino ad ora bandito dalla piena tutela autoriale le fotografie riproducenti opere delle arti figurative. Si è infatti ritenuto che non costituiscano opere dell'ingegno le fotografie che "ancorché di altissimo livello qualitativo, si limitino a riprodurre fedelmente le opere ritratte, senza alcuna personale e

³ P. Auteri, Diritto di autore, in Diritto industriale – Proprietà intellettuale e concorrenza, Torino, 2009, p. 537

⁴ Tribunale di Catania 27 agosto 2001 in *Dir. Industriale*, 2001, p. 97.

⁵ Cit. Tribunale di Catania 27 agosto 2001.

⁶ P. Cavallaro, Tutela dell'opera fotografica e il requisito del carattere creativo, in Pluris, 14 giugno 2016.

⁷ App. Milano, 7 novembre 2000, in *AIDA* 2001, p. 565.

⁸ Trib. Catania 11 settembre 2001, in Foro It., 2002, p. 1236.

⁹ P. Cavallaro, *Tutela dell'opera fotografica e il requisito del carattere creativo*, in *Pluris*, 14 giugno 2016. Cass. 21 giugno 2000, n. 8425, in Il *diritto industriale* on line e nota a commento di C. Quaranta in Il *diritto industriale* n. 2/2001, p. 202..

¹⁰App. di Milano, 20.05.2013, n. 2065, in *Redazione Giuffré*, 2013.

¹¹Trib. Milano, 23.09.2011, in *Pluris, Giurisprudenza di merito*.

sostanziale rielaborazione delle immagini da parte del fotografo^{**12} **e che** "nel campo delle fotografie che riproducono opere dell'arte figurativa (in cui uno sforzo creativo venne già a suo tempo compiuto dall'autore dell'opera fotografata) difficilmente la fotografia consegue carattere creativo, in quanto la necessaria fedeltà nella rappresentazione oggettiva del soggetto riprodotto, caratteristica naturale di tale tipo di fotografia, ne costituisce anche l'altrettanto necessario limite^{**13}.

Ciò considerato resta fermo che "la prevalenza del profilo artistico e creativo sull'aspetto prettamente tecnico, da cui discende la tutelabilità dell'opera fotografica come opera dell'ingegno, emerge quando l'attimo fotografato coglie il momento significativo di un evento, ricorrendo ad un linguaggio connotativo che crea una composizione di prospetti, luci, ombre e colori del tutto peculiari "14.

È degno di nota che la norma richiede necessariamente l'elemento dell'atto creativo e non richiede ontologicamente anche la qualificazione del valore artistico di quell'atto creativo"¹⁵.

III – IL PROGETTO COMPOSITIVO SOTTOSTANTE L'OPERA FOTOGRA-FICA. INDICI E RACCOMANDAZIONI PRATICI PER UNA PREVENTIVA

¹²Trib. Milano, 17.04.2008, n. 5417, in *Riv. Dir. Ind.*, 2010, 2, p. 210.

¹⁵C.E. Mezzetti, Il caso Painer: una rivoluzione copernicana per la tutela della fotografia in Italia?, in Giurisprudenza italiana, 2012, p. 2563. "Infatti, anche prescindendo dall'elemento testuale per cui la presenza di un requisito di "valore artistico" è assente nel dettato della legge, esso non sarebbe condivisibile per le seguenti ragioni: in primo luogo, perché la valutazione dell'"artisticità" di un lavoro presenta un ineludibile elemento di provvisorietà se non di vera e propria arbitrarietà; in secondo luogo, perché in virtu` del suo stretto nesso con la libertà di espressione, di critica e di ricerca e quindi con l'inaccettabilità di qualsiasi intervento sulla creazione intellettuale che possa avere effetti in senso lato censorii, il diritto d'autore gode tradizionalmente, rispetto alle altre privative intellettuali, di uno statuto particolare, in virtu` del quale l'esclusiva prescinde dalla "meritevolezza" dell'opera; infine, perché esplicitamente il diritto d'autore protegge opere che sono intrinsecamente estranee alla sfera dell'espressione artistica, quali le opere scientifiche e didattiche, i programmi per elaboratore e le banche dati. Ugualmente criticabile sarebbe la tendenza, presente in alcune decisioni, a dare rilievo alla capacità delle fotografie di suscitare reazioni emotive in chi le guarda; così` si è ritenuto che "la fotografia è creativa quando evoca suggestioni", o "induce in chi esamini tali fotografie una lettura emozionata". Ma la capacità di suscitare emozioni, infatti, può risiedere nell'e vento o nel soggetto fotografato, piuttosto che nella creatività del fotografo. La giurisprudenza maggioritaria italiana, nei suoi vari orientamenti appare quindi incompatibile con i principi recentemente dettati dalla Corte di Giustizia [Unione Europea Sez. III, 01.12.2011, n. 145] dove, premesso che la nozione di "creazione intellettuale originale" è una nozione di diritto dell'Unione che deve essere interpretata autonomamente, si precisa: "A certain degree of artistic quality or novelty are not therefore required. The purpose of the creation, expenditure and costs are also immaterial. Accordingly, the requirements governing copyright protection of a photo under Article 6 of Directive 93/98 and of Directive 2006/116 are not excessively high".

INDIVIDUAZIONE, VALORIZZAZIONE E PROTEZIONE DEL CARATTERE CREATIVO DELLA FOTOGRAFIA

Il fotografo che intenda produrre immagini che possano essere tutelabili dalla LDA con la natura giuridica di "opera fotografica" non deve fare nulla di particolare.

Non deve depositare le fotografie presso l'Ufficio della proprietà artistica, scientifica e letteraria, non deve essere iscritto ad alcun elenco specifico per essere considerato "autore" di un'opera fotografica.

Semplicemente, occorre che egli l'abbia fatta e che si curi di scrivere sulla fotografia il proprio nome e cognome e l'anno di produzione; per le diffusioni all'estero, il nome e cognome va accompagnato dal simbolo internazionale di copyright ©, che è di uso libero.

A questo punto, per tutto quanto sopra detto, il fotografo dovrebbe – in via preventiva – avere cura di porre in essere alcuni accorgimenti al fine di ottenere che l'immagine possa essere tutelabile dalla LDA, con la possibilità per l'autore di cedere, relativamente alla sua opera, non solo il diritto di pubblicazione o, genericamente, di utilizzo, ma tutta una serie di possibilità fra loro distinte, ed autonomamente esercitabili, come previsto dagli artt. 12 e ss LDA. A tale riguardo, è bene precisare che per un'efficace tutela dei diritti autoriali, si precisa, che gli originali delle immagini non dovrebbero mai essere ceduti senza una prova scritta del motivo della consegna e che la fattura dovrebbe riportare non una generica indicazione di "fotografie", ma la descrizione proprio di quello specifico diritto di utilizzo che si sta cedendo.

In via preventiva, e senza alcuna pretesa di esaustività, si evidenziano alcuni indici (elaborati sulla base degli orientamenti giurisprudenziali) che consento di evidenziare una traccia del gusto stilistico del fotografo o del suo progetto compositivo.

Indici	Opera fotografica	Semplice fotografia
Luce	L'uso interpretativo della luce è elemento di creatività (i.e.: il ricorso a luce leggermente ambrata per rendere l'atmosfera più calda ed intima)	
Ambiente	La predisposizione di un diverso lay out nella disposizione degli oggetti contribuisce a fornire efficacia espressiva all'immagine	Il rispetto assoluto della disposizione degli oggetti in cui si scatta la fotografia non fornisce apporto creativo
Reportage	Fare ricorso ad un catadiottrico per isolare idealmente il soggetto dallo sfondo o utilizzare il controluce per drammatizzare la scena, o appositamente inserire l'elemento umano per rendere "vivo" il paesaggio sono attività che elevano l'operazione tecnica ad operazione compositivo.	Scegliere un punto di vista corretto nell'eseguire una ripresa di reportage non è necessariamente sintomo di creatività

Sempre in via di tutela preventiva, oltre a scrivere sulla fotografia il nome e cognome dell'autore (accompagnato per le diffusioni all'estero dal simbolo internazionale di copyright ©) e l'anno di produzione l'autore può procurarsi **prove della paternità** degli scatti, come ad esempio marchiare i bordi del fotogramma, incidere tacche di identificazione sui bordi della finestrella di esposizione delle proprie

19 ART&LAW 2/2018 ART&LAW 12018

¹³Pret. Saluzzo, 13.10.1993, in Dir. Autore, 1994, 484.

¹⁴Cit. Trib. Catania 11.09.2001, in *Foro It.*, 2002, 1236. Nello stesso senso si veda anche Trib. Milano, 15.09.2015, n. 10279, in *Giurisprudenza delle imprese*, il quale sulla natura di una serie di ritratti di una nota cantante lirica le ha ritenute opere fotografiche, per aver riconosciuto in esse un personale apporto creativo dell'autore costituente quel quid *pluris* rispetto alla semplice riproduzione della realtà In particolare, le foto erano "connotate da indubbia accuratezza tecnica, erano arricchite da una spiccata caratterizzazione espressiva nitidamente percepibile grazie anche all'impostazione complessiva di ciascun ritratto, costituente un'originale combinazione di prospettive, proporzioni, colori, distanze, luci e ombre"

fotocamere, effettuare foto di scena nel caso di set complessi.

È degno di nota che l'*American Institute for Conservation* e il *Photographic Materials Group* ha creato ed approvato (oltre ad avere tradotto in varie lingue del mondo, inclusa la versione italiana) una "*Scheda Informativa dell'Opera Fotografica*" che si ottiene rispondendo ad uno specifico questionario. La Scheda è utilizzata da diversi operatori istituzionali nel mondo¹⁷; può essere liberamente accessibile ed utilizzabile da artisti, gallerie e istituzioni senza richiedere ulteriore autorizzazione.

La "Scheda" recita espressamente che essa "è utilizzata a livello internazionale per raccogliere le informazioni essenziali relative ai materiali e alle tecniche delle fotografie e la loro storia. La raccolta di questi dati permette alle istituzioni e agli operatori che conservano opere fotografiche di catalogarle, comprenderle e conservarle al meglio. Si prega di fornire quante più informazioni possibili e di utilizzare lo spazio aggiuntivo disponibile a fine scheda qualora necessario".

Solo a titolo esemplificativo, e seguendo il *fil rouge* di quest'articolo sull'elemento creativo dell'opera fotografica, si rileva che la "Scheda" impone all'autore di rispondere ad alcune domande che un domani lo potranno ben aiutare nel tracciare la propria opera fotografica e gli elementi di creatività in essa contenuti.

Ad esempio:

- Se non è edita, ci sono altre stampe conosciute di questa immagine? (1.6)
- Specificare eventuali manipolazioni dell'immagine prima della stampa (3.2)
- Se il supporto principale (carta o altro) è un prodotto commerciale, specificare il produttore e il nome del prodotto. Se è prodotto a mano, specificare materiali e tecniche utilizzate (3.4)
- Se la stampa è a getto d'inchiostro, si prega di fornire informazioni sulla cartuccia inchiostri (ad esempio: inchiostri Epson Ultra-Chrome K3). Specificare se gli inchiostri sono alterati o mescolati dall'artista o dalla stampante. (3.5)
- Una volta stampata, l'opera è stata: virata? Spuntinata? Ritoccata? Verniciata? Trattata con altri media? Incorniciata? Laminata con pellicola plastica montata con supporto trasparente applicato sul recto? Montata con un supporto solido applicato sul verso? Controfondata su un supporto in carta o tessuto? Altro? Per ogni procedura individuata sopra, specificare i materiali, le tecniche di applicazione, il nome del montatore e le relative informazioni di

- contatto se pertinente (4.1.)
- Ci sono elementi di presentazione (inquadratura, dettagli di installazione) che sono considerati parte integrante dell'opera? (4.2)
- Ci sono nell'opera elementi fragili o vulnerabili e che hanno bisogno di cure particolari? (4.3).

Ciò brevemente sopra delineato pensiamo quindi a quanto si può - e si deve - ancora fare in termini di valorizzazione e di protezione del carattere creativo.

Noi operatori del diritto dell'arte possiamo applicare gli stessi criteri di asset e property management di un bene che potremmo applicare per un dipinto o per un bene immobile. Possiamo ragionare in termini di processo di due diligence dell'opera anche fotografica. Possiamo raccogliere la storia di quello scatto, il progetto che "sta dietro" quella fotografia, gli elementi creativi ed anche gli elementi materici utilizzati. Ed infine possiamo passare la fotografia alla conservazione e al restauro, se vogliamo mantenere il valore della stessa e prevenire eventuali danneggiamenti e/o manipolazioni.

IV – "È STATO" (ROLAND BARTHES)

Così tracciato, in via di estrema sintesi, il discorso giuridico sul requisito minimo necessario perché uno scatto fotografico possa essere considerato opera fotografica - ossia la sussistenza del *carattere creativo* – non si può che tornare indietro all'inizio di quest'articolo e rileggere il saggio di Roland Barthes (*La camera chiara. Nota sulla fotografia, 1980 Einaudi*).

E resto incantata, forse anche a causa della particolare vicinanza in cui mi trovo con l'autore nel momento in cui egli *"cercando la verità del volto che avevo amato"* descrive la *"Fotografia del Giardino d'Inverno"*. È il lento svilupparsi del cordone ombelicale che lega l'autore con la tenerezza di sua madre bambina e con la foto della madre scattata l'estate prima della sua morte. In un capovolgimento di ruoli e di tempi la madre *"era diventata la mia figlioletta, era tornata a essere per me la bambina essenziale che essa era sulla sua prima foto"* 19.

Anche nelle mie mani appare una foto "supererogatoria" che contiene più di quanto l'essere tecnico della fotografia può ragionevolmente promettere... si armonizza al tempo stesso con l'essere del mio amato padre e con il dolore che la sua morte mi dà.

Ta scheda è reperibile sul sito internet al link https://www.conservation-us.org/docs/default-source/forms/italian-scarica-il-modulo-informazioni-fotografica.pdf?sfursn=6. E utilizzata dall'Art Institute of Chicago; Atelier de Restauration et de Conservation des Photographies de la Ville de Paris; George Eastman House, Rochester, New York; High Museum of Art, Atlanta; J. Paul Getty Museum, Los Angeles; Los Angeles County Museum of Art; Metropolitan Museum of Art, New York; Milwaukee Art Museum; Museum of Fine Arts, Boston; Museum of Fine Arts, Houston; Museum of Modern Art, New York; National Gallery of Art, Washington, DC; National Gallery of Australia, Canberra; National Gallery of Canada, Ottawa; New York Public Library; Philadelphia Museum of Art; Rijksmuseum, Amsterdam; San Francisco Museum of Modern Art; (lista in formazione). Cfr. www.conservation-us.org/PIR. Il testo italiano è stato predisposto da Daniele Aliffi, Silvia Berselli, Simona Casarano, Tatiana Cole, Laura Gasparini, Roberta Piantavigna, Stefania Ruello.

¹⁸Roland Barthes, *La camera chiara*. Nota sulla fotografia, p. 69, 1980 Einaudi.

¹⁹Roland Barthes, op. cit., p. 73, 1980 Einaudi.

²⁰Roland Barthes, op. cit., p. 72, 1980 Einaudi.



Nicaragua, **Esteli**, 1978. Street view with soldiers and nuns. © Koen Wessing/Hollandse Hoogte

La Fotografia (con la "F" maiuscola), infatti, secondo Barthes dice con certezza, soltanto e sicuramente, "ciò che è stato". E mio padre "era stato là"...nella foto. Ed è vero, quella foto non esiste che per me. A me quella foto suscita il senso dell'amore e della morte.

Sento la ferita, il "punctum", secondo Barthes21, il corpo molle di dolore, secondo me. Ecco, che nella ricerca del carattere creativo ho trovato il "nucleo comunicativo ed emotivo racchiuso nell'opera" e l'"avventura" che la fotografia esprime.

²¹Roland Barthes, op. cit., p. 23-24 e 43, 1980 Einaudi, relativamente alla fotografia di K. Wessing, Nicaragua: L'esercito pattuglia le strade, 1979, dove espressamente dice "Capii subito che l'esistenza di quella foto (la sua "avventura") era dovuta alla co-presenza di due elementi discontinui, eterogenei in quanto non appartenevano allo stesso mondo [...] i soldati e le suore".

II CASO VIVIAN MAIFR

di Greta Meregalli

Sono passati dieci anni dal casuale ritrovamento dell'enorme patrimonio fotografico lasciato da una delle figure artistiche più imperscrutabili del Novecento, Vivian Maier. Da quel giorno il destino della tata di Chicago ha preso una direzione inaspettata e di cui la donna forse non sarebbe stata contenta. Poco si sa di lei: nasce a New York nel 1926 e negli anni Cinquanta e Sessanta lavora come bambinaia per alcune famiglie della borghesia di Chicago. Non ha famiglia e alcuni dei bambini di cui si era presa cura si occuperanno di lei negli ultimi anni della sua vita. Negli anni Novanta sistema in un deposito la sua collezione di libri, giornali, pellicole e stampe. Qualche anno più tardi l'archivio verrà sequestrato e messo all'asta a causa degli affitti non pagati.

Tutto ebbe inizio nel 2007 quando un giovane ragazzo di Chicago, John Maloof, decide di scrivere un libro sulla storia di un quartiere della sua città e di cercare immagini che ne testimoniassero la vita e il fascino negli anni Sessanta. Le trovò tramite una casa d'aste locale, la RPN, e le acquistò per un pugno di dollari, 380 per la precisione. Si trattava di una scatola – e non era l'unica – piena di negativi e rullini mai sviluppati che messi in controluce lasciavano trasparire inquadrature di particolari, volti, istanti catturati per la strada. Di certo non era quello che stava cercando per il suo progetto, tuttavia gli fu subito chiaro di essersi imbattuto in migliaia di scatti di straordinaria bellezza, che si distinguevano dalle anonime fotografie amatoriali raccolte fino a quel momento.

Maloof iniziò a sviluppare e a stampare immagini che nessuno aveva mai visto prima - compreso l'autore - ne pubblicò alcune su un blog e gli utenti le adorarono. Ogni figura era diversa dalla precedente, tata Maier si concedeva un unico autentico scatto per ogni soggetto e le era estranea l'idea di poter perfezionare l'in-

quadratura, la luce o che l'espressione sul volto del suo bersaglio avrebbe potuto essere più adatta l'istante successivo. "Premeva sul grilletto" prima che la sua "vittima" se ne accorgesse, cogliendo tutta la sincerità dei gesti e degli sguardi. Agiva inosservata guardando all'ingiù, dritta nella sua Rolleiflex. Sì, perché per scattare con la Rolleiflex non era necessario portare l'occhio al mirino, poiché dotata di uno schermo, posto sulla parte superiore della macchina, che proiettava l'immagine ripresa in quel momento dall'obiettivo.

L'unico profilo a cui abbia dedicato diversi ritratti, è se stessa: si fotografava riflessa negli specchi, nelle finestre, nelle vetrine e spesso immortalava la propria ombra proiettata sull'asfalto. Indossava vestiti pesanti, larghe gonne e stivali, l'espressione drammaticamente identica, lineamenti un po' maschili e sguardo austero. Mai un sorriso, le labbra solo una severa e indifferente piega orizzontale. Lo faceva per scoprirsi, per affermare la propria identità, per provare la propria esistenza.



© 2018 Maloof Collection, Ltd. Vivian Maier, Self-Portrait, Undated

Per Maloof, Vivian Maier aveva ormai un volto e il desiderio di dare una voce e una storia all'autrice divenne presto un'ossessione, ma solo due anni dopo la sua scoperta trovò il necrologio della fotografa su un giornale. Se ne era andata in silenzio, senza stupore e senza la consapevolezza di essere una dei più grandi fotografi del secolo. Maloof non l'avrebbe mai incontrata né conosciuta, ma poco dopo avrebbe rintracciato la famiglia per cui aveva lavorato per tanti anni, e con loro un pezzo di vita di "tata Maier".

"Paradossale", "coraggiosa", "misteriosa", "eccentrica": così è stata descritta da chi l'ha conosciuta, per quanto si possa conoscere qualcuno che per tutta la vita si è premurato di tenere chiunque al di fuori del proprio mondo, facendo montare serrature alle porte e non consentendo a nessuno di varcare la soglia della propria stanza.

Maloof aveva ormai aperto il vaso di Pandora e improvvisamente fu sopraffatto da una personalità tutt'altro che semplice: Vivian Maier era una donna controversa, decisamente fuori dalla norma. Accumulava in maniera maniacale oggetti, registrazioni, filmini, ritagli dei titoli più tetri delle testate giornalistiche e, naturalmente, fotografie. Era come se volesse dimostrare la crudeltà degli uomini e la spietatezza della vita che passavano inosservate ai più, ma non a lei, che con quell'espressione beffarda si godeva la propria consapevolezza e l'ingenuità degli altri. I suoi scatti mostravano un'attenzione immediata per le tragedie umane, ma anche tenerezza e senso dell'umorismo; amava la follia e ci credeva profondamente, amava la realtà eppure niente di lei era reale. Parlava con un accento francese, ma era nata a New York, e spesso si presentava e firmava con un nome falso dichiarando di essere una sorta di spia. Con i suoi scatti rubava un frammento di vita da ciascuno, viveva attraverso gli istanti degli altri, di tutti indiscriminatamente: una coppia di vecchi che dorme sul tram, una bambina che piange, un piccione, la gonna di una grassa signora mossa dal vento, un barbone... Non c'era un ego da nutrire e non c'era autocompiacimento, fotografare era forse soltanto un bisogno. Vivian Maier era una sorta di reporter della propria epoca, si interessava alla politica e a tutto ciò che accadeva attorno a lei. Nel 1959 partì da Chicago e fece il giro del mondo con la Rolleiflex come unica compagna di viaggio, alla scoperta dell'altro, della povertà, del degrado, della vita.

"Le donne devono avere un'opinione, avrai pure un'opinione" recita la voce della bambinaia di Chicago con tono prepotente in risposta ad una donna che aveva esitato di fronte alla domanda – puntualmente registrata su una cassetta audio - "cosa ne pensi dell'impeachment?".

Vivian Maier aveva sicuramente una propria opinione sul mondo, aveva trovato le sue risposte e deciso di tenerle per sé, imprigionate in migliaia di rullini in uno scatolone nella propria stanza, sotto chiave.

Grazie alla dedizione e all'intuizione di John Maloof, che ha sempre creduto nell'u-

27 ART&LAW 2/2018 ART&LAW 12/2018



nicità di quelle immagini donategli dal caso, nonostante lo scarso interesse mostrato inizialmente da importanti Istituzioni del mondo dell'arte - tra cui il MOMA di New York - oggi chiunque può fare incursione nell'intimità e nell'interiorità della Maier, sbirciando al di là di quel muro di riservatezza alla cui costruzione ha dedicato una vita intera senza mai tradirsi.

Il talento di Vivian Maier è ormai riconosciuto universalmente, a prescindere dalle insolite vicissitudini che hanno portato al suo successo e dal mito sviluppatosi negli anni attorno alla sua persona.

In ogni caso, la crescente notorietà della fotografa ha fatto emergere diverse problematiche riquardanti l'eredità delle sue opere e il diritto d'autore: mentre era in vita, Vivian Maier non ha mai pubblicato i propri scatti, né tantomeno ha firmato alcun tipo di contratto che cedesse ad un terzo il diritto di farlo; per di più morì senza testamento né eredi. Dopo un attento studio della genealogia, Maloof ha rintracciato un lontano cugino della fotografa, Sylvain Jaussaud, acquistando da lui i diritti sulle opere per 5.000 dollari. Nel 2014 un altro cugino si è fatto avanti rivendicando la posizione di beneficiario e non sono state poche le cause legali ai danni di galleristi e collezionisti che non detenevano il copyright. La questione è tuttora aperta; è il prezzo da pagare per aver violato la decisione di Vivian di rimanere nell'ombra, per aver esposto le creazioni di chi non ha mai voluto esporsi; decisione che se fosse stata rispettata, d'altro canto, ci avrebbe privato di un incommensurabile patrimonio artistico.

"Dobbiamo lasciare spazio a coloro che verranno dopo di noi. È una ruota – si sale e si arriva fino alla fine, poi qualcuno prende il tuo posto e qualcun altro ancora il posto di chi lo ha preceduto e così via. Non c'è niente di nuovo sotto il sole".

Curiosa e determinata, Vivian Maier ha coltivato negli anni la propria passione e il proprio innato talento, in silenzio. I suoi scatti nostalgici e commoventi l'hanno resa immortale e le hanno offerto la posizione privilegiata di chi si distingue, di chi non dovrà mai cedere il passo.

Alla fine tata Maier ha scombussolato il mondo della Street Photography e stupito il mondo intero.

© 2018 Maloof Collection, Ltd. Vivian Maier, 1959, Grenoble, France,

NICKOLAS MURAY.

di Ludovica Vigevano

66Fortunatamente, per me la fotografia non è stata soltanto una professione ma anche un contatto tra le persone: uno strumento per capire la natura umana e fissare, se possibile, il meglio di ciascun individuo."

(Nickolas Muray)

Fotografo statunitense di origini ungheresi, Nickolas Muray fu uno dei più celebri e intriganti maestri del XX secolo. Seppe creare, con il suo stile unico e le sue tecniche innovative, immagini che divennero delle vere e proprie icone, emblema del glamour e del sogno americano: dagli scatti alle celebrità hollywoodiane ai lavori legati alla pubblicità.

Nato a Szeged nel 1892, la seconda città dell'Ungheria per grandezza, Miklós Mandl, il cui cognome venne poco dopo la nascita mutato dal padre in Murai, frequentò la Scuola di Arti grafiche a Budapest, dove si dedicò allo studio della litografia, della fotoincisione e della fotografia.

Dopo il diploma, si trasferì in Germania, prima a Monaco per studiare i più recenti sviluppi tecnici e la separazione del colore, successivamente a Berlino, dove trovò lavoro come fotoincisore nella casa editrice Ullstein. Questa era la più grande casa editrice d'Europa, pubblicava giornali, riviste e libri; qui frequentò un corso di fotoincisione, fotochimica e preparazione di filtri a colori. A quel tempo, infatti, questa particolare tipologia di filtri non esisteva: le emulsioni bagnate venivano sensibilizzate alla tintura in contenitori di vetro ottico e il colore desiderato era determinato per mezzo di spettroscopi.

Nel 1913, a ventuno anni, con la minaccia della guerra in Europa, si trasferì a New York, con pochissimi soldi e con una limitata conoscenza della lingua. Fu registrato con il nome di Nickolas Muray e trovò ben presto un impiego come tecnico in

¹ Il titolo del presente articolo è tratto dalla mostra, a cura di Salomon Grimberg, che si è tenuta a Palazzo Ducale a Genova nel 2014, per la quale ho lavorato come responsabile di progetto nell'organizzazione della stessa.

una delle case di fotoincisione più importante del Paese. Acquisita la cittadinanza statunitense, dopo una parentesi lavorativa a Chicago, tornò a New York, dove aprì il suo studio nel Greenwich Village.

Affascinato dalle arti visive, sviluppò una competenza ai massimi livelli e riuscì, forte di una determinazione e una dedizione instancabile, a dare inizio alla sua carriera di fotografo: a seguito della pubblicazione, nel 1920, di una sua fotografia della star di Broadway Florence Reed sulla rivista "Harper's Bazaar", i lavori su commissione iniziarono a susseguirsi in maniera costante. Grazie al suo crescente successo, firmò un contratto con Condé Nast nel 1921 e ricevette l'incarico di fotografare le celebrità del mondo artistico, letterario, musicale, teatrale e politico. Fu ritrattista di star del cinema, di personaggi dello spettacolo e dello sport, persino di presidenti e regnanti; si occupò di moda e ideò alcune campagne pubblicitarie per le più importanti riviste americane, tra cui Vanity Fair, nata nel 1913.

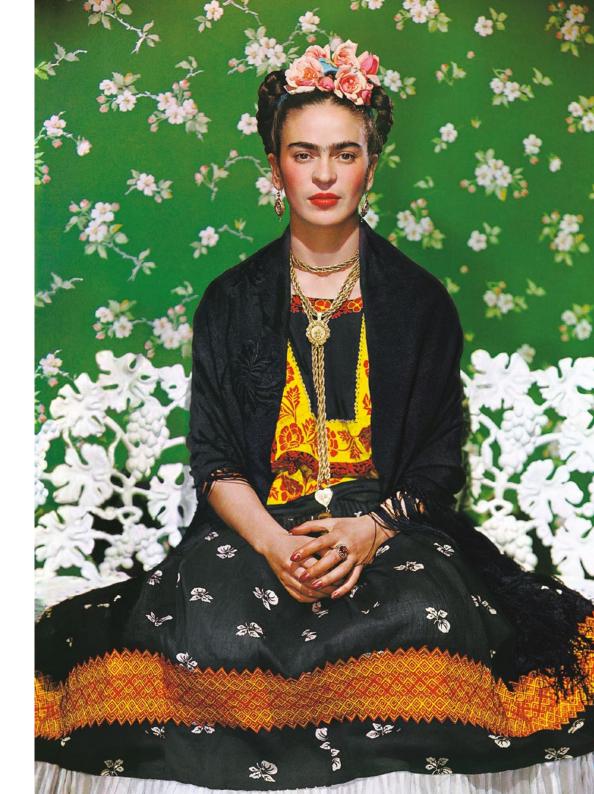
Muray ritrasse, nel corso della sua carriera, personaggi del calibro di Liz Taylor, Fred Astaire, Gloria Swanson, Charlie Chaplin (all'epoca dello scatto, nel 1924, la stella del cinema più famosa del mondo, essendosi fatto un nome al tempo del muto), Greta Garbo (a suo parere una delle donne più belle che avesse mai avuto il privilegio di fotografare), Vivien Leigh, Marlene Dietrich, Ingrid Bergman, Humphrey Bogart, Clark Gable, Frank Sinatra, realizzando, nell'arco di un decennio, oltre diecimila ritratti e divenendo probabilmente il più acclamato fotografo di moda e di celebrità degli anni Venti, grazie anche alla sua ambizione sconfinata, al suo senso estetico e all'attenzione ai particolari, che contribuirono ad accrescerne il successo.

Campione olimpionico di scherma, Muray era un gentiluomo dal grande fascino e dal bell'aspetto; amò infatti molte donne nella sua vita, tra cui Marilyn Monroe, che ritrasse più volte in celebri fotografie, e Frida Kahlo, che incontrò in Messico nel 1931 e con la quale ebbe una relazione decennale, sfociata poi in una lunga amicizia che durò fino alla morte dell'artista messicana. Le fotografie di Frida Kahlo con il rebozo color magenta (il tipico mantello della tradizione messicana) hanno reso indelebile l'immagine dell'artista.

Il metodo di Nickolas Muray, che avrebbe portato avanti per tutta la carriera, era quello di ritrarre i suoi modelli senza far capire loro quando sarebbe avvenuto lo scatto: grazie al suo charme e ai toni amichevoli, Muray conversava amabilmente con le persone da ritrarre, aspettando il momento giusto per scattare la fotografia e servendosi a questo proposito di un otturatore silenzioso per non creare distrazioni. Esemplare in questo senso fu quello che avvenne quando Muray incontrò Monet, il grande pittore impressionista.

Nel 1926 Muray, a seguito dell'incarico ricevuto da "Vanity Fair", partì per l'Europa

Nickolas Muray, **Through the Lens**, New York City, 1939



per realizzare molti ritratti. Scrisse a tutti i personaggi famosi per prendere appuntamento per gli scatti: risposero tutti, tranne Claude Monet. All'epoca il pittore aveva 86 anni ed era molto malato (morì infatti quello stesso anno). Il fotografo, con l'aiuto di un amico dotato di automobile, partì da Parigi alla volta di Giverny, la casa-studio in cui Monet viveva da guarant'anni, ostinato a incontrarlo. Dopo aver suonato alla porta del grande maestro e aver parlato a lungo con l'infermiera, che non era intenzionata a far ricevere visite al pittore, figuriamoci a farlo posare per delle fotografie, la donna, sopraffatta dalla lunghezza dell'arringa e dal tono, tornò alla porta con Monet in persona. L'artista, dopo aver ricevuto gli inattesi ospiti e dopo i saluti inziali, si sedette su una panchina e chiese quando Muray avrebbe iniziato a scattare. Il fotografo rispose che aveva già fatto una dozzina di immagini, grazie all'otturatore silenzioso: Monet fu incredulo, dato che non gli era stato richiesto dove guardare e non avendo sentito alcun click. Sorpreso per il trucco, condusse Muray e l'amico al famoso stagno delle ninfee, ritratto più volte nei suoi dipinti, conqedandoli infine e ringraziando Muray per la piacevolissima parentesi che gli aveva fatto vivere.

Fu però nel 1931 che la carriera di Muray giunse ad una svolta determinante. Sul



Nickolas Muray, **Claude Monet**, 1926. Stampa alla gelatina d'argento, 24,4x19,3 cm. Collezione George Eastman House. © Nickolas Muray Photo Archives

numero di maggio del "Ladies' Home Journal", pubblicò per la prima volta una fotografia a colori naturali in una rivista americana: fino ad allora, le pubblicità a colori sulle pagine delle riviste erano dipinte a mano dagli illustratori. Muray si avvalse, memore della sua esperienza in Germania, di una macchina fotografica a scatto singolo, la Jos-pe Tri-Color one-shot, un apparecchio poco maneggevole dotato di tre lastre di vetro, filtri per l'esposizione da montare su una lente e il procedimento di stampa carbro (carbone e bromuro), in grado di rendere oggetti e incarnati con una fedeltà cromatica mai vista prima. Grazie alla sua formazione tecnica, che abbracciava ogni fase della fotoincisione e della chimica fotografica, e alla sua tenace ricerca della perfezione, realizzò campioni eccelsi, che vendette immediatamente.

Nickolas Muray divenne così il fotografo pubblicitario per eccellenza, inventando molti dei trucchi utilizzati per sedurre il consumatore. Al posto della panna montata, ad esempio, usava la crema da barba, perché sotto le luci teneva meglio; per non far afflosciare i fiori sotto le luci, innalzava un filo di ferro negli steli: l'idea era quella di far apparire i prodotti migliori che nella realtà. Le donne nelle sue fotografie sembravano più belle che dal vero, le tavole imbandite più scintillanti, le pietanze più prelibate, gli atleti più solidi e scolpiti. Il fotografo, al culmine del successo esclamò: "Quello che voi sognate, noi lo fotografiamo – fa parte del nostro lavoro!"

Alla sua morte, per infarto, nel 1965, le sue fotografie erano celebri in tutto il mondo. I suoi lavori eclettici ispirarono molti artisti, tra cui Irving Penna, Diane Arbus e Annie Leibovitz.

A Gianfranco, grazie per aver condiviso con me l'amore per l'arte.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

The Revealing Eye: Personalities of the 1920's in Photographs by Nickolas Muray and Words by Paul Gallico, New York Atheneum, 1967.

Muray's celebrity portraits of the Twenties and Thirties: 135 photographs, introduzione di M. Fulton Margolis, Dover Publications, New York e International Museum of Photography, Rochester, 1978.

P. Mears, *The Covarrubias circle: Nickolas Muray's collection of twentieth-century Mexican art*, University of Texas Press, Austin, 2004.

A History of Photography. From 1839 to the present, The George Eastman House Collection, Köln, Taschen, 2012.

Nickolas Muray. Celebrity Portraits, catalogo della mostra a cura di S. Grimberg, Genova, Palazzo Ducale, 16 ottobre 2014-8 febbraio 2015, Milano, Skira, 2014.

ARTISTICA E IL MERCATO DELL'AF

di Pio Tarantini

La fotografia intesa come manifestazione artistica produttrice di opere in grado di entrare a pieno titolo nel mercato dell'arte ha subito in Italia un grave ritardo storico rispetto ai Paesi capitalisticamente avanzati. Probabilmente condizionata dall'immenso patrimonio artistico figurativo tradizionale e da una relativa critica d'arte di impostazione idealistica poco incline a interessarsi dei fenomeni artistici contemporanei, la fotografia è stata relegata fino a qualche decennio fa in una sorta di limbo che la considerava un'arte minore o, tuttalpiù, una importante forma di documentazione visiva priva tuttavia di quell'appeal necessario a definirla arte a pieno titolo. L'equivoco - che storicamente affonda le sue radici nei dibattiti ottocenteschi, alle origini della fotografia - è stato storicamente risolto, a livello internazionale, sin dagli anni Dieci/Venti del secolo scorso quando la fotografia, in linea con i grandi movimenti artistici che agitavano quegli anni, come le Avanguardie Storiche, fece propria la coscienza di sé, la coscienza critica, cioè, di possedere già in sé, nel semplice fatto di essere una riproduzione tecnologica bidimensionale del mondo, il dato di espressione artistica. Si usciva dagli equivoci di un prestante pittorialismo - per il quale il linguaggio fotografico tendeva a imitare i canoni visivi tipici della pittura e del disegno – per approdare alla fotografia moderna.

LO STATO DELLE COSE: IL RAPPORTO TRA FOTOGRAFIA ITALIANA E IL MER-CATO DELL'ARTE

Bisogna dunque attendere gli anni Settanta e ancor più gli anni Ottanta e Novanta, perché in Italia prendesse corpo la certezza che la fotografia fa parte a pieno titolo del mercato dell'arte, con le sue regole in cui i prezzi sono stabiliti da numerose variabili: talento e storia critica dell'autore, metodi di produzione dell'opera, tiratura, formato ed altre eventuali caratteristiche. Molta strada è stata percorsa da allora nel nostro Paese, con fatica, ritardi, rallentamenti e accelerazioni: dalla pioneristica avventura della nascita a Milano della prima galleria dedicata esclusivamente alla fotografia – la mitica Diaframma/Canon ideata e gestita per molti anni, a partire dalla fine degli anni Sessanta, da Lanfranco Colombo – fino al proliferare attuale, mezzo secolo dopo, di numerose gallerie dedicate alla fotografia. E, dato forse ancora più significativo, alla presenza sempre più importante della fotografia nelle fiere o manifestazioni d'arte tradizionali, fino alla nascita, nel 2011, di una fiera esclusivamente ad essa dedicata come MIA Photo Fair, ideata dal collezionista Fabio Castelli, e che si tiene ogni anno in primavera a Milano.

Questa crescita esponenziale dell'interesse verso la fotografia come fenomeno artistico e quindi anche commerciale ha prodotto una parallela crescita della platea di autori fotografi/artisti che sono usciti prepotentemente dai ghetti *salonistici* e amatoriali tipici della fotografia cosiddetta artistica della prima metà del Novecento e che ha avuto nel secondo dopoguerra la sua espansione di massa, in linea con uno sviluppo economico che allargava la platea dei fotoamatori e degli appassionati in genere.

Così – un po' dai Circoli fotografici, un po' dai corsi delle scuole private e pubbliche nate nel frattempo e dedicate alla fotografia – si è venuta consolidando una vasta area di fotografi articolata in molte varianti: dal fotografo tradizionale che concepisce la fotografia esclusivamente come documentazione, al polo opposto dell'artista con formazione tradizionale, se non accademica, che si serve della fotografia perché ritiene lo strumento e il relativo procedimento come il più adeguato al suo linguaggio.

Questa nuova configurazione creativa e produttiva ha dato luogo, come si diceva, a numerose gallerie e spazi che, in linea di massima, offrono al collezionista o all'occasionale acquirente garanzie serie sulla validità di mercato delle opere fotografiche. Esiste ormai anche in Italia un mercato ampiamente diffuso con autori italiani – sia defunti che viventi – che vedono consolidare nel tempo quotazioni e giudizi critici.

LA FOTOGRAFIA ITALIANA DI RICERCA E SPERIMENTAZIONE: ALCUNE IMPORTANTI ESPERIENZE CONTEMPORANEE ATTUALI

La fotografia italiana attestata sul fronte della ricerca anziché su quello della documentazione affonda le sue radici nel formalismo che prende vita nel ventennio fascista – quando oggettivamente era difficile, per non dire impossibile, realizzare una fotografia di documentazione libera dai condizionamenti e dai divieti del Regime – e si consolida poi nel decennio successivo, a Liberazione avvenuta. Radicati nei circoli fotografici – nel 1947 nasce a Senigallia il circolo "La Bussola" ma altri importanti circoli fioriscono in diverse città italiane – autori del calibro di Giuseppe Cavalli, Federico Vender, Ferruccio Leiss, Mario Finazzi, Pietro Donzelli e altri si misurano con una fotografia che comincia a oscillare tra la pura ricerca

estetica, il citato formalismo e le nuove esigenze dettate dal neorealismo, movimento fondamentale per l'arte italiana e che proseguirà su diversi fronti espressivi, in primis la cinematografia, durante gli anni Cinquanta.

Un periodo di svolta importante dunque, quello del dopoguerra, perché la fotografia italiana dà vita a lavori e tendenze di diversa fattura, aprendosi alle necessità di una società in rapidissima trasformazione dopo le chiusure censorie e provinciali del regime fascista e i disastri della guerra. Limitandoci in questo intervento alle esperienze relative alla ricerca formale, o comunque a temi e linguaggi lontani dalla documentazione, ricordiamo che accanto ai fotografi citati, già consacrati come maestri nei ristretti ambiti del fotoamatorismo, si affacciano nuove generazioni di autori che intraprendono e rinnovano sperimentazioni spesso già praticate nel campo più vasto dell'arte visiva in generale. Si pensi alle precedenti esperienze di manipolazioni fotografiche realizzate sin dagli anni Trenta e Quaranta da un artista come Luigi Veronesi e rinnovate in senso più specificamente fotografico, a partire dalla fine degli anni Quaranta, dal bolognese Nino Migliori (1926), grande sperimentatore, autore eclettico, inventore di nuovi, spericolati procedimenti - soprattutto quelli realizzati off-camera, con manipolazioni in camera oscura - dove diventa sempre più sottile il confine tra fotografia e altre esperienze del mondo dell'arte come l'informale e l'astrattismo.



© Fondazione Nino Migliori - Cuprum#11, 2015



Giovanni Gastel, **La nouvelle Vague**, Vanity Fair, Modella Charlbi Kriek, 2008



Giovanni Gastel, **Effetto Magic**, Elle Italia, Modella Magalì, 1995

41 ART&LAW 2/2018 ART&LAW 2/2018

Un altro importante autore che si muove in anarchica solitudine – figlio sempre di quella regione, le Marche, che in quel periodo fu ricca di autori importanti - è stato Mario Giacomelli (1925-2000), uno dei pochi fotografi italiani consacrati e riconosciuti anche all'estero da tempi non sospetti, autore di reportage che sconfinano nella ricerca formale, declinati con un linguaggio nuovo, ardito in un bianco e nero dai contrasti esasperati e nell'uso del mosso e dello sfocato.

A partire da quegli anni la strada della fotografia "di ricerca" per nuovi linguaggi, fino ai decenni più recenti, è stata costellata da moltissime esperienze che hanno traghettato la fotografia italiana verso traguardi di tutto rispetto, nonostante la scarsa attenzione, fino a qualche anno fa, della critica storiografica internazionale viziata da una visione fortemente anglo-americana o franco-tedesca.

Risalgono alla fine degli Anni Sessanta e hanno continuato a svilupparsi fino ai nostri giorni le sperimentazioni di autori come Ugo Mulas (1928-1973), Mimmo Jodice (1934), Mario Cresci (1942), ognuno impegnato su fronti diversi della questione, dalla riflessione sul linguaggio (Mulas) a una nuova declinazione del paesaggio (Jodice), all'eclettismo di Cresci, autore capace di coniugare i cosiddetti generi fotografici con diversi linguaggi, nel segno della contaminazione, tratto distintivo di buona parte dell'arte contemporanea e attuale.

In questo trasversalità linguistica si inseriscono autori che hanno portato la ricerca in ambiti insospettabili come la fotografia pubblicitaria e di moda: sintomatico il caso di una grande autore operante in questo campo come Giovanni Gastel (1955) che traghetta la fotografia di moda non solo su lidi di raffinata ricerca stilistica ma anche in occasione di riflessione su alcuni aspetti fenomenologici dei nostri tempi.

Impossibile, in questa sede, citare i numerosi, interessanti autori delle nuove generazioni che, sulle vie aperte da questi maestri, stanno arricchendo la fotografia italiana di nuove idee e proposte.

Spetta adesso a una critica seria e lontana dai particolarismi e a galleristi altrettanto illuminati far conoscere sempre più anche all'estero i tanti bravi fotografi italiani. In conclusione di queste note mi azzardo a sostenere che, probabilmente, il segno distintivo dei nostri tempi, per quanto riguarda la fotografia d'arte, risiede nell'idea di contaminazione - di generi, di stili, di procedimenti - così consona a questo periodo storico di profonde trasformazioni vissute sotto il segno dell'incertezza che pervade il pensiero del mondo occidentale. L'arte, come sempre, recepisce e spesso anticipa questi turbamenti.

© Mario Cresci – Da "I rivolti. Charles Baudelaire", 2013



DELL'ARTE, MUSEI, CASE D'ASTA E GALLERIE

di Pietro Ripa e Roberta Ghilardi

Negli ultimi anni è cresciuta l'attenzione internazionale nei confronti della cultura e dei beni da collezione e gli operatori del settore hanno dovuto rivedere le proprie strategie per soddisfare le aspettative di un pubblico sempre più dinamico, esigente e globalizzato. L'innovazione tecnologica ha cambiato profondamente le logiche di marketing adottate, sempre più orientate a fidelizzare la clientela e a creare relazioni efficaci con tutti gli attori del mercato. Le strategie di branding si rivelano un elemento essenziale per godere di un'immagine favorevole e di una solida reputazione nel complesso e mutevole contesto odierno.

Nel mondo aziendale il brand non si sostanzia soltanto nel marchio o nelle scelte grafiche utilizzate per dare forma agli strumenti di comunicazione, ma deve saper creare un'esperienza emotiva per il cliente, incentivato in questo modo a riporvi fiducia. Per raggiungere questo obiettivo è necessario puntare sulla qualità e sull'unicità dell'offerta che devono divenire i fattori distintivi dell'azienda e l'espressione della sua filosofia. Le strategie di branding devono trasmettere agli stakeholder sensazioni positive e di esclusività, in grado di fidelizzarli e di contribuire al rafforzamento della reputazione nel mercato, grazie a relazioni ed esperienze d'acquisto percepite come "uniche". I brand nell'economia odierna aiutano il consumatore ad esprimere la propria identità e rappresentare il proprio status symbol, e questo vale anche per i brand delle organizzazioni operanti nel mondo della cultura e del mercato dell'arte. Nei prossimi paragrafi saranno analizzati il significato e la rilevanza delle strategie di branding per il settore dei musei, delle case d'asta e delle gallerie grazie anche al supporto di professionisti che hanno contribuito alla presente ricerca con la loro esperienza.

BRANDING MUSEALE E COERENZA DI VALORE. IL MUSEO DEL PARCO PORTOFINO

Entrando nel merito del settore museale, è opinione condivisa tra i ricercatori che le strategie di *branding* siano dotate di un grande potenziale, come dimostrano casi di successo quali il Louvre, il Guggenheim o la Tate. A livello teorico, il *brand* deve costituire il ponte relazionale fondamentale con gli stakeholder ed esprimere l'insieme degli elementi centrali, distintivi e duraturi che ne compongono l'identità, simboleggiata dalla collezione del museo, dalla sua *location* e dalla sua *mission*. Le opere entrano in relazione e dialogo con il luogo che le ospita e la *mission* che riassume valori e finalità culturali dell'istituzione deve guidare la gestione in ogni suo aspetto, comprese le strategie di *branding*. L'unicità della collezione e la qualità dell'esperienza di visita sono gli aspetti su cui lavorare perché l'immagine del museo sia positiva nel contesto di riferimento e rappresentano gli elementi cardine da far emergere attraverso il brand e gli strumenti di comunicazione.

Il caso del Museo del Parco di Portofino, Centro Internazionale di Scultura fondato da Daniele Crippa, collezionista e critico d'arte di pluriennale esperienza, aiuta ad esemplificare il significato dell'adozione delle strategie di *branding* da parte di questo settore. Il Museo raccoglie oggi più di duecento sculture, inserite con accortezza in un parco di grande valore paesaggistico affacciato su uno dei porti più noti del



Panorama del Museo del Parco di Portofino

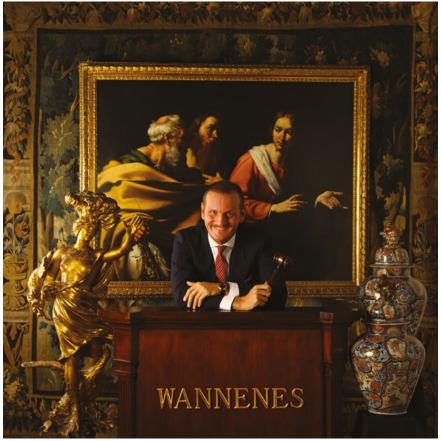
mondo. È il maggiore centro italiano di scultura all'aperto e ospita sia lavori di artisti nazionali affermati su scala internazionale (tra cui Lucio Fontana, Arnaldo Pomodoro, Fortunato Depero), sia lavori di giovani artisti promettenti e internazionali.

La scelta di aprire il Museo ha consentito a Daniele Crippa di esporre le opere acquisite nel tempo a beneficio della comunità locale, degli appassionati e dei visitatori del luogo. Con l'obiettivo di proporre una panoramica quanto più internazionale possibile del mondo della scultura, i lavori in collezione sono stati scelti senza necessariamente seguire un taglio stilistico predefinito. Il brand del Museo si fonda sulla grande qualità delle opere proposte, che entrano in dialogo con il Parco in cui sono inserite e con Portofino, località che da sempre affascina per la sua esclusività. Portofino è un brand territoriale partner del Museo del Parco e il brand dell'uno accresce il valore dell'altro, come testimoniato dalla recente scelta della casa automobilistica Ferrari che ha dedicato il suo ultimo modello a questa città. Durante l'evento di lancio, una Ferrari Portofino è stata esposta su una chiatta antistante il Museo del Parco, in una sorta di dialogo tra i tre brand (Museo del Parco, Ferrari e Portofino), caratterizzati dalla comune radice di qualità e prestigio. La percezione positiva del panorama culturale di riferimento è essenziale per i musei e consente loro di reperire con maggiore facilità le risorse necessarie e le opere da inserire in collezione, nonché di ottenere il supporto di opinion leader in grado di rafforzare l'immagine esterna con pubblicazioni, articoli e recensioni. Obiettivo della promozione del brand del museo è cercare di esaltarne i punti di forza e gli aspetti più rilevanti, coinvolgendo il territorio e stringendo partnership con altre istituzioni dai valori affini. In quest'ottica il Museo del Parco pubblica ogni tre anni un catalogo completo delle opere in collezione, prestando grande attenzione alla qualità della fotografia, della stampa e ai destinatari delle copie. Uno sponsor, selezionato nel rispetto della mission e delle qualità del museo, partecipa sempre alla pubblicazione favorendo così una maggiore diffusione del *brand*.

Anche le attività proposte dal museo devono essere attentamente progettate perché esprimano le peculiarità che ne caratterizzano il patrimonio e incentivino il pubblico alla sua fruizione, elemento che accresce la qualità del suo *brand*. Il Museo del Parco persegue queste finalità culturali attraverso iniziative che consentono alla collettività di fruire del patrimonio e offrendo agli artisti la possibilità di esporre le proprie opere in una location prestigiosa, visitata abitualmente da noti esperti, collezionisti e opinion leader. Il Museo del Parco di Portofino è un buon esempio del legame tra bellezza, cultura e qualità che caratterizza il nostro Paese, in cui il *brand* territoriale si lega spesso a quello artistico-culturale. Corrette strategie di *branding* nel settore accrescono la valorizzazione e la fruizione dell'intero patrimonio, aumentando anche l'interesse della collettività nella sua tutela, altro aspetto fondamentale per il suo mantenimento. Ogni istituzione deve progettare le proprie attività restando coerente ai valori che la caratterizzano mettendo in risalto le peculiarità del luogo in cui sorge, per consentire alla cultura di rendersi un concreto volano per l'economia e il benessere territoriale.

47 ART&LAW 2/2018 ART&LAW 2/2018

IL BRAND DELLE CASE D'ASTA: INTERVISTA A GUIDO WANNENES



Ritratto di Guido Wannenes

Le strategie di *branding* risultano essenziali anche nel segmento delle case d'asta, che operano in un contesto di mercato sempre più incerto, volatile e complesso. L'intervista a Guido Wannenes, Amministratore Delegato dell'omonima casa d'aste fondata a Genova nel 2001, consente di analizzare e approfondire le modalità con cui questa tipologia di operatori può effettuare il proprio ingresso nel mercato, fortificare il *brand* nel tempo e ampliare la base di clientela e di stakeholder. Nelle strategie di *branding* per le case d'asta è opportuno in primo luogo

individuare un nome facilmente riconoscibile e memorizzabile, come nel caso di Wannenes, nome già noto nel sistema dell'arte per la pluriennale attività di famiglia nel comparto dell'antiquariato.

La scelta ha consentito un più agevole inserimento nel mercato, al tempo già ricco di offerta, per raggiungere l'obiettivo di trasformare una realtà locale, legata alla città di Genova, in una "realtà più ampia e internazionale", come afferma Wannenes. Dopo uno studio che ha portato alla definizione del logo, il brand è stato promosso sia sulla carta stampata, sia sui canali web, con lavori specificamente dedicati al mercato italiano e a quello estero. La promozione delle aste Wannenes è sempre stata tesa a privilegiare il nome della casa d'aste piuttosto che i singoli eventi, per far emergere il brand "nella nuova veste di casa d'aste e non più di galleria". Milano e Roma sono state individuate come piazze essenziali per una prima espansione, data la loro rilevanza nel mercato, ma è già prevista una prossima apertura a Montecarlo, città volutamente scelta dalla proprietà per il suo grande potenziale e per la sua logistica. "Montecarlo è stata scelta in primo luogo perché riteniamo che nei prossimi anni possa avere uno sviluppo molto importante, come testimonia l'apertura di molti operatori che hanno deciso di spostare là le loro sedi o gallerie. In secondo luogo perché per noi è una location perfetta dal punto di vista logistico, che ci consente di chiudere un cerchio con Genova al centro e gestire al meglio le aste proposte nelle diverse città. Inoltre ci permette di garantire a tutta la clientela che ci affida le opere una piazza in grado di raggiungere nuovi importanti clienti".

Individuata quindi l'area d'azione e definite le linee base della strategia di branding, obiettivo di una casa d'aste è migliorare nel tempo il servizio reso al cliente, curando il brand sotto ogni punto di vista. "Il brand di una casa d'aste si sostanzia in due elementi: la qualità del team di esperti e i cataloghi con cui di conseguenza si presentano le aste". Quest'affermazione ben riassume i sostanziali elementi su cui puntare per valorizzare al meglio il proprio brand: una strategia che in un primo momento punti a "riempire il brand di contenuti", e a seguire lo diffonda con opportune strategie promozionali. "La casa d'aste vende il servizio fornito dal team degli esperti, quindi una casa d'aste deve puntare ad avere a disposizione i migliori esperti e professionisti, in grado di fortificare il brand, e impostare poi l'attività pubblicitaria per diffondere il brand e far emergere la notizia che all'interno della compagnia esistono professionalità di grande qualità a disposizione dei clienti", afferma Wannenes rafforzando il concetto.

La qualità è quindi l'elemento chiave per accrescere il valore del *brand* di una casa d'aste e deve essere il focus di ogni azione e strategia. "I clienti che desiderano vendere le proprie opere devono avere la certezza che verranno gestite con grande professionalità, mentre i potenziali acquirenti devono essere certi di potersi affidare ad interlocutori seri di comprovata esperienza", continua Wannenes. La

49 ART&LAW 2/2018 ART&LAW 2/2018

qualità deve guidare anche la scelta dei lotti, da presentare in maniera accurata, accompagnati da tutta la documentazione e le informazioni necessarie ai potenziali acquirenti. Il catalogo è uno strumento di comunicazione da studiare in ogni dettaglio, in grado di condizionare l'opinione del mercato: la stampa, le rifiniture e i contenuti devono esprimere valore e richiamare i fattori distintivi della casa d'aste. Anche la scelta della progressione dei lotti deve essere attentamente ragionata, per fare in modo che ogni lotto si possa "esprimere al meglio" e per creare una giusta tensione nell'intero corso della vendita. È necessario sfruttare efficacemente tutti i punti di contatto con il mercato, mantenendo coerenza e compattezza nel tempo, coltivando relazioni con i passati clienti per fidelizzarli e rendere solidi i rapporti. Oltre alla qualità, la casa d'aste deve puntare a fornire al cliente un servizio quanto più completo possibile e "dev'essere generalista, poiché se il cliente ha un interlocutore unico di cui potersi fidare è sicuramente più soddisfatto e anche questo è parte della strategia di branding", conferma Wannenes.

È infine essenziale scegliere con accuratezza chi si occupa in prima persona delle aste, da ricercare tra i professionisti più carismatici e imparziali. Il banditore è il "volto" del brand di una casa d'aste, o come afferma Wannenes il "primus inter pares" del team di esperti, ossia la persona più esposta al pubblico e quindi più nota. "È fondamentale che per la clientela sia in sala, sia al telefono, sia on-air si percepisca che anche in quel segmento la casa d'aste ha scelto un professionista. Deve essere in grado di stimolare la sala, gestire i rilanci ma soprattutto avere la giusta imparzialità, la giusta professionalità e la giusta attenzione. Inoltre deve avere i nervi saldi e saper gestire sia top lot che necessitano di una presentazione particolare, sia lotti meno importanti a cui va garantita la stessa attenzione."

Riassumendo, il *brand* di una casa d'aste parte dal suo "contenuto" e dalla filosofia manageriale per arrivare a ricomprendere ogni punto di contatto con il mercato e il suo elemento fondante per il successo deve essere la qualità. L'esperienza dei clienti si rende così unica ed esclusiva, incentivandoli a riporre fiducia nell'operatore e a rivolgersi a lui per qualsiasi necessità.

GALLERISTI DI BRAND: SINONIMO DI QUALITA' E PROFESSIONALITA'

Per i galleristi le strategie di *branding* risultano fondamentali per acquisire influenza nel mercato e consentire l'affermazione degli artisti. I *brand* delle gallerie di successo evocano la qualità che caratterizza le opere da loro proposte e il servizio reso a clienti e collezionisti, perché le loro strategie mirano a creare relazioni durature con gli stakeholder, ad accrescere le quotazioni degli artisti con cui lavorano e a stringere collaborazioni con importanti musei e istituzioni artistiche.

Prendendo in analisi le strategie delle più influenti gallerie internazionali, risulta condivisa la scelta di puntare alla creazione di network globali con l'apertura di spazi espositivi nei principali centri artistici del mondo. Questo genere di gal-

lerie opera tendenzialmente sia nel mercato primario, sia in quello secondario, per aumentare la notorietà del *brand*, rafforzare la reputazione e poter mirare quindi ad un *target* prevalentemente elitario. Il segmento delle *gallerie di brand* risulta fortemente concentrato, in quanto è necessario un consistente impegno economico-manageriale finalizzato al rafforzamento continuo dell'immagine esterna. L'obiettivo è comunicare autorevolezza ed *expertise* attraverso il *brand*, per fidelizzare i clienti e divenire punti di riferimento per l'intero mercato dell'arte, nel tentativo di influenzare anche scelte e strategie di altri operatori.

I galleristi più noti nel panorama internazionale si distinguono per la capacità di organizzare nei propri spazi espositivi mostre di grande qualità, dotate di un livello curatoriale paragonabile a quello museale. Questo accresce l'interesse del mercato nei confronti del *brand*, in grado di evocare prestigio e professionalità, favorendo l'allargamento della base degli stakeholder e il rafforzamento della fiducia di mercato e clientela. L'interesse scaturito da esposizioni di qualità porta istituzioni artistiche pubbliche e private, collezionisti e studiosi a percepire positivamente la galleria e a voler stringere rapporti con essa. Recensioni, pubblicazioni e articoli consentono di creare un circolo virtuoso in grado di rafforzarne ulteriormente il *brand*, che diviene desiderabile anche dagli artisti più affermati che vogliono proporre le proprie opere al mercato. Il capitale re-



Courtesy: Gagosian Gallery

51 ART&LAW 2/2018 ART&LAW 12/2018

lazionale creato grazie ad opportune strategie di *branding* consente quindi alle gallerie di vendere i lavori dei propri artisti a collezionisti e istituzioni artistiche di alto profilo, accrescendone il valore e contestualmente accrescendo il valore del proprio *brand* fidelizzando clienti e opinion leader.

Tra i più potenti galleristi a livello globale è possibile citare Iwan & Manuela Wirth, David Zwirner, Marian Goodman e Larry Gagosian. Ognuno di questi agisce con strategie differenti, accomunate tuttavia dagli elementi appena analizzati: molteplici *location* nei principali centri artistici mondiali, grande cura delle proprie mostre e relazioni o collaborazioni con istituzioni artistiche autorevoli. La loro influenza è generalmente riconosciuta e consente loro di condizionare le preferenze del mercato e le scelte di altri operatori. Operano come vere e proprie multinazionali dell'arte e generano fatturati miliardari, grazie ad opportune strategie di *marketing* e di comunicazione finalizzate ad acquisire influenza. L'influenza consente di aumentare il livello di fiducia nei collezionisti spingendoli all'acquisto anche reiterato nel tempo e rappresenta un grande vantaggio vista l'incertezza che aleggia nel mercato dell'arte.

Il *brand* di una galleria può divenire sinonimo di qualità e di coerenza nella determinazione del prezzo delle opere, attirando anche l'attenzione di altri attori del sistema dell'arte come critici, riviste di settore e pubblicazioni specializzate, in grado di rafforzare la reputazione della galleria e di valorizzarne gli artisti in una sorta di circolo virtuoso.

CONCLUSIONI

Con l'obiettivo di comprendere il significato e la rilevanza delle strategie di branding per il mondo della cultura e per il mercato dell'arte, sono state analizzate le esperienze di organizzazioni operanti nei settori dei musei, delle case d'asta e delle gallerie. Le strategie di branding consentono di conseguire principalmente tre grandi benefici: 1) valorizzare i punti di forza e i fattori distintivi dell'organizzazione: 2) permettere ai clienti di vivere esperienze soddisfacenti che portano alla loro fidelizzazione: 3) rafforzare la reputazione dell'istituzione nel mercato. Per operare nel complesso contesto odierno e creare relazioni durature con gli stakeholder è essenziale sviluppare un'immagine esterna positiva attraverso strategie che si adattino al proprio ambito d'azione. In particolare, per quanto riguarda i musei risulta fondamentale individuare i propri caratteri identitari e distintivi per impostare strategie di branding adequate, in grado di risaltare le peculiarità dell'istituzione e il suo legame con il territorio e con il resto del patrimonio culturale. Per le case d'asta l'obiettivo primario è offrire ai propri clienti servizi completi e di grande qualità, che portino alla loro fidelizzazione e al rafforzamento del brand nel mercato. È quindi essenziale inserire nel team figure di comprovata esperienza per instillare fiducia nei potenziali acquirenti e nelle persone che affidano le opere alla casa d'aste, per far emergere contestualmente questi punti di forza attraverso opportune logiche promozionali di branding. Per il settore delle gallerie, infine, si

deve puntare non soltanto ad offrire mostre e servizi di qualità, ma anche a creare un network quanto più internazionale possibile per accrescere la propria influenza nel mercato. Il combinato delle due azioni porta ad aumentare le quotazioni degli artisti proposti, a collaborare con istituzioni artistiche affermate e ad essere in grado di condizionare le scelte degli altri operatori, in un circolo virtuoso di rafforzamento dell'immagine e della reputazione. È possibile pertanto affermare che l'implementazione di strategie di *branding* e di comunicazione anche nel settore della cultura e dei beni da collezione permetta di conseguire concreti vantaggi competitivi. Come nel settore dell'industria e del terziario, l'adozione di stili di management che consentano allo pubblico di fruire del valore del *brand* risulta la chiave per raggiungere il desiderato posizionamento nel mercato e un duraturo successo d'impresa.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Kotler, P. Marketing management. Pearson Italia S.p.a., 2007.

Wallace, M. Museum Branding: How to Create and Maintain Image, Loyalty, and Support. Rowman & Littlefield, 2016.

Zorloni, A., L'economia dell'arte contemporanea. Mercati, strategie e star system. FrancoAngeli, 2017

LE RAGIONI DEL COLLEZIONISMO. CORPORATE

di Giorgia Ligasacchi

"Per il collezionista, in ciascuno dei suoi oggetti è presente il mondo stesso" (Walter Benjamin)

ARTE E IMPRESA

Arte e impresa sono due mondi che abitualmente divaricano.

L'*impresa* ha una razionalità strumentale e quindi mira ad un obiettivo, ha una storia unica, la standardizzazione è un suo valore, il tempo è molto frammentato, calcola i rischi.

L'arte al contrario ha una razionalità mediata da sentimenti e passioni, intreccia sempre molte storie, non può avere standardizzazioni o pensieri sequenziali, non vive il tempo come uno stress.

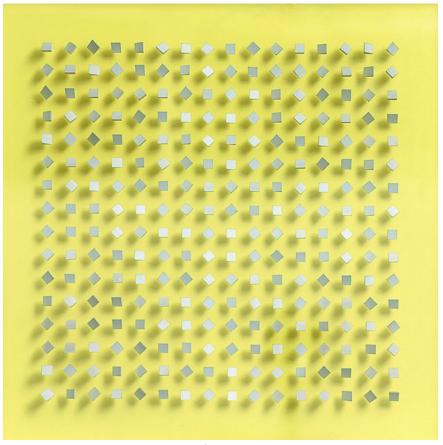
L'arte potrebbe quindi aiutare l'impresa ad essere più innovativa e meno povera di contenuti¹.

Il rapporto tra ambito artistico e organizzativo è spesso ambiguo: quando un artista viene coinvolto in un progetto pensa quanto dovrà mediare per accontentare l'azienda e sacrificare la sua libertà di espressione, di contro l'azienda pensa quanto dovrà mediare l'artista per contenerlo e quanto dovrà sacrificare il proprio controllo. In realtà un'azienda per vivere e prosperare deve coinvolgere, sperimentare, controllare, prevedere, rischiare.

E queste sono le specificità dell'arte: saper immaginare ciò che ancora non c'è o che non c'è qui, anticipare pensieri e comportamenti, scenari futuri.

Oggi la modalità di fare impresa e di gestire un business si è trasformata. Non

Art For Business (2012). Art For Business – Il valore delle arti per le organizzazioni, Vita&Pensiero, p. 137



Klaus Staudt, Periphere Verdichtung, 1965/67 © VG Bild-Kunst, Bonn 2017

basta più lavorare bene. Siamo in un contesto di discontinuità, riposizionamento continuo e il *management* esige dei modelli di gestione in cui ci si evolva continuamente. Questo contesto di crisi e di messa in discussione profonda ha riguardato anche l'arte nel recente passato. Prima dell'impresa, l'arte ha messo in crisi i modelli del passato che hanno perso il loro ruolo e hanno smesso di essere i punti di riferimento con cui interpretare il presente. L'artista contemporaneo è diventato il rappresentante di un nuovo spirito, l'arte oggi ci propone continui spostamenti, ha approfondito, analizzato, interpretato, riscritto e trasformato ogni aspetto della vita umana e questo approccio è importante per l'impresa che cerca ogni giorno di apprendere, trasmettere e innovare.

L'arte diventa così uno strumento strategico e operativo per le imprese, una possibilità concreta per costruire nuovi modelli di apprendimento e di sviluppo.

LE RAGIONI DEL COLLEZIONISMO D'IMPRESA

Le motivazioni che hanno spinto e tuttora spingono un'azienda a iniziare una collezione d'arte possono essere le più varie e spesso accade che alla prima ragione, nel tempo, se ne aggiungano altre.

Tali ragioni possono essere suddivise in sei macro categorie:

- Passione: la maggior parte delle collezioni corporate, soprattutto le più antiche, sono nate per la volontà, l'interesse e la passione personale del presidente, del proprietario o di qualche manager o uomo d'affari. Si pensi ad esempio alla collezione Barilla, nata nel 1957 grazie all'amore per l'arte di Pietro Barilla.
- 2. Immagine: il collezionismo aziendale rappresenta un forte elemento di connotazione per l'immagine dell'impresa e un modo innovativo di distinguersi dalla concorrenza. Una collezione progettata con cura e passione, coerente con il profilo, i valori e gli obiettivi aziendali favorisce e migliora un ritorno d'immagine positivo meglio di qualsiasi altra campagna pubblicitaria. In questo ambito impossibile non citare la collezione Ritter, esempio di corporate art collection fortemente legata al proprio prodotto, nata nel 1985 per volontà di Marli Hoppe-Ritter. Tutte le opere che compongono la collezione tedesca sono un vero e proprio 'omaggio al quadrato' e cioè alla tavoletta di cioccolato simbolo della famosa azienda. Tra gli artisti si ricorda l'astrattista russo Malevich, i tedeschi Staudt e Albers (la cui serie di opere intitolate "Omaggio al quadrato" ha ispirato fortemente la raccolta) e gli italiani Boetti, Dorazio e Pivi.
- 3. **Impatto sociale**: investire in una collezione d'arte, significa investire nel patrimonio culturale della società in cui si opera.
 - Una collezione d'arte promuove i propri valori e la propria *Corporate Social Responsibility*, ossia la propria volontà di gestire le problematiche d'impatto sociale ed etico in maniera efficacie, al proprio interno e nelle zone di attività. Si pensi, ad esempio, a Banca Intesa Sanpaolo e ai suoi tre poli museali e culturali riuniti sotto il nome di *Gallerie d'Italia*: uno a Milano, in Piazza della Scala, dove sono presenti opere dell'Ottocento e del Novecento; uno a Vicenza, presso il Palazzo in stile barocco Leoni Montanari, dove sono conservate ceramiche attiche e della Magna Grecia, l'arte veneta del Settecento e le icone russe del XIII-XIV secolo e, infine, a Palazzo Zevallos Stigliano, a Napoli, dove, oltre a essere raccolte più di 120 opere che spaziano dagli esordi del Seicento fino ai primi anni del Novecento, si può ammirare il celebre dipinto di Caravaggio, *Martirio di Sant'Orsola*, uno dei più preziosi dell'intera collezione.

4. Qualità ambiente di lavoro: i motivi per cui alcune società investono in cultura possono essere ricercate anche nella forza lavoro dell'organizzazione. Ospitare arte sul posto di lavoro diviene un'occasione per i dipendenti di arricchire con emozioni nuove la quotidianità stimolando la creatività, l'innovazione e la crescita personale e un'opportunità per migliorare l'attitudine dei dipendenti ai processi produttivi e per motivarli al problem solving.
L'arte è un bene di tutti che deve esser amato e condiviso in quanto la bellez-

L'arte è un bene di tutti che deve esser amato e condiviso in quanto la bellezza può migliorare i rapporti umani, l'umore e rendere belli e piacevoli anche gli



A. Bonalumi, **Blu**, 1992-1994, tela estroflessa e tempera vinilica, 147,5x122,5 cm. Collezione Negri-Clementi

ambiente di lavoro. Questa ragione si fonda sulla consapevolezza che "lavoratori più felici producono di più e meglio".

Un eccellente esempio in tal senso è la collezione dello Studio Legale Associato Negri-Clementi, nata dalla forte passione per l'arte e la cultura di Gianfranco Negri-Clementi.

Oggi esposta, come in una vera e propria galleria, all'interno delle sale riunioni, degli uffici, dei corridoi e persino negli spazi comuni ed esterni allo Studio di via Bigli 2 a Milano. Tra le opere in collezione si possono ammirare



K. Nagatani, I paesaggi dell'Anima, 2013, bronzo, 25x23x28 cm, pezzo unico. Collezione Negri-Clementi

estroflessioni di Bonalumi; sculture di Mitoraj, Pomodoro, Ray, Maraniello, Fermariello, Nagatani, Dusi, Gallori, Ciulla, Caldara, Vari, Cracking Art; fotografie di Galimberti, Romagnoli, Ricci Novara, d'Orta; quadri di Schifano, Sironi, Sol Lewitt, Baj, Festa, Bianchi, Arlati, Morlotti, Indiana, Santomaso, Bedini; oggetti di design di Ponti, Sottsass, Mondino...

- 5. Vantaggio fiscale: un'azienda che possiede una collezione d'arte gode inoltre di vantaggi fiscali, così come quelle imprese che finanziano e supportano iniziative culturali. Questi incentivi servono come spinta alla crescita per le aziende meritevoli, poiché parte dell'investimento in cultura può essere detratto fiscalmente dal reddito dell'azienda.
- 6. Investimento economico e finanziario: sebbene le collezioni aziendali non nascano con scopi meramente speculativi, queste rappresentano per l'impresa un'importante risorsa economica. Una raccolta d'arte di qualità aumenta il proprio valore nel tempo, investire in arte, come dimostrato anche dagli eccellenti risultati dei mercati finanziari e dalle aste, è redditizio, specialmente in tempi di crisi.

IL PUNTO DI VISTA DELLE AZIENDE COLLEZIONISTE

Come viene interpretato l'investimento in arte dalle aziende italiane che hanno una collezione corporate?

Secondo l'indagine condotta e presentata a settembre 2016 da Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e promossa da AXA ART e Banca Intesa Sanpaolo risulta che la ragione principale alla base della nascita delle collezioni d'impresa

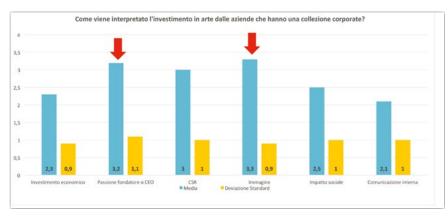


Grafico - Come viene interpretato l'investimento in arte dalle aziende italiane che hanno una collezione corporate? Fonte: Indagine Università Cattolica del Sacro Cuore, AXA ART e Banca Intesa Sanpaolo

italiane vada ricercata nella *passione* del fondatore (42% del campione), altre sono nate a seguito di *donazioni* o *lasciti* (29%), una buona parte dichiara invece l'opportunità e la volontà di rafforzare la propria *corporate identity* attraverso la costituzione di una collezione d'arte mentre risulta marginale l'opzione di costituire una collezione d'arte come puro *investimento economico* (14%).

Tale ricerca ha utilizzato un panel di 160 realtà italiane, che si sono riconosciute nella definizione di *collezione corporate*, alle quali è stato somministrato un questionario di settanta domande inviato tramite posta elettronica. Lo studio si è focalizzato su alcune tematiche principali: il profilo dell'azienda e della collezione stessa; la mentalità organizzativa e le prospettive di crescita; e le attività collegate alla collezione.

In riferimento a quest'ultima area, la ricerca mostra un dato confortevole e cioè che la quasi totalità del campione organizza e comunica varie attività collegate alla collezione corporate. La partecipazione a mostre, eventi culturali e convegni risulta il mezzo di promozione maggiormente usato, insieme al canale internet (sito web e social network ufficiali dell'azienda), che risulta anche un ottimo mezzo per mostrare le proprie raccolte, seguono i media tradizionali.

Più basse sono invece le percentuali di quelle attività legate alle risorse umane e quindi rivolte ai dipendenti. Queste comprendono corsi di formazione sull'arte, diverse forme di interventi artistici come gli 'artisti-in-residenza' e altri progetti speciali.

CONCLUSIONI

L'incontro o meglio lo 'scontro' fra questi due linguaggi, certamente diversi, si rivela estremamente positivo in quanto capace di scardinare i modelli di un modo di agire e di pensare razionale e precostituito, portando sia alla nascita di nuove idee creative in grado di trovare soluzioni inedite e risposte non banali a questioni cruciali che interessano le organizzazioni, sia alla scoperta di strade alternative da percorrere, in una modalità che è anche socialmente ed eticamente responsabile.

È importante che le imprese capiscano le potenzialità di questo rapporto, i vantaggi di promuovere una vera e propria competenza creativa e specialmente come gestire i processi necessari alla crescita, al consolidamento e all'orientamento di questa competenza una volta che si è inserita a livello organizzativo. Non basta infatti sponsorizzare una mostra, comprare un quadro da appendere in ufficio o partecipare a un laboratorio di un giorno con un artista, perché il dialogo fra queste due realtà produca dei risultati; è necessario affidarsi ad una metodologia il più possibile concreta, efficace e ben strutturata in grado di costruire nuovi modelli formativi e di sviluppo. Soltanto così l'arte può diventare uno strumento strategico e operativo per le imprese, una possibilità concreta per costruire nuovi modelli di apprendimento e un motore per la crescita economica.



63 ART&LAW 2/2018 ART&LAW 2/2018

di Silvia Berselli

Il restauro dei manufatti artistici ha una lunga e consolidata tradizione, a tutti è ben chiaro oggi quale tipo di lavoro svolga un restauratore di dipinti o di affreschi. Possiamo non conoscere nel dettaglio le metodologie di intervento ma a grandi linee abbiamo in mente nella pratica come si svolge questo lavoro.

Se invece affrontiamo il tema del restauro della fotografia, non mancano confusione e fraintendimento sul tipo di operato. Se per curiosità digitiamo su uno dei tanti motori di ricerca internet il termine restauro della fotografia ecco che compaiono scritte confortanti come "riportiamo in vita vecchie foto e digitalizziamo i tuoi preziosi ricordi" e ancora "servizi di grafica, fotoritocco e restauro di vecchie foto". Questo è dunque il restauro della fotografia? Diciamo di no, se per restauro intendiamo il recupero conservativo di opere originali siano esse dipinti, sculture o fotografie.

La fotografia troppo spesso viene considerata nella sua sola natura di immagine, la guardiamo e la valutiamo per il messaggio che trasmette, una veduta di città, un ritratto di una persona, dimenticandoci che, proprio come una tela che raffigura un bel paesaggio è anche costituita da complessi elementi materici. La fotografia è un oggetto costituito da un'immagine che può essere duplicata o digitalizzata ma anche da una struttura chimica e fisica che ne caratterizza la materia. Il recupero dell'oggetto fotografia è quindi il campo del restauro. La complessità materica della fotografia che nella sua evoluzione tecnologica si è trasformata, può presentare innumerevoli caratteristiche che solo uno specialista è in grado di individuare. Forse questa è proprio la complessità di questo settore, capire quale tipologia di oggetto fotografico abbiamo di fronte e riuscire ad individuare le opportune pratiche di intervento.

Il restauro della fotografia, a differenza di altri settori tradizionali del restauro che vedono l'Italia uno dei paesi leader in questo campo, è una disciplina che si è formata in ambito nordamericano dove da sempre questo settore gode di grande seguito sia a livello di istituzioni museali che di collezionismo largamente diffuso. Un corretto intervento di restauro, e questo vale per le fotografie come per altri manufatti, prevede un intervento sull'oggetto originale nella sua complessità strutturale per eliminare i fattori responsabili del deterioramento e ricreare le condizioni indispensabili a una migliore conservazione. Anche la fotografia quindi intesa non solo come immagine ma anche come insieme di materiali che concorrono a formare l'oggetto fotografico si deteriora e ha bisogno di essere restaurata. Le varietà strutturali dei molti manufatti fotografici presenti oggi sul mercato e le loro innumerevoli forme di alterazione, richiedono l'attenzione di personale specializzato per impedire che interventi mal condotti possano peggiorare anziché migliorare le condizioni delle fotografie.



INTERVENTI PREVENTIVI

Come nella medicina così anche nel restauro si pone sempre più l'accento sulla necessità di intervenire tempestivamente, evitando di ricorrere al restauratore specializzato quando le condizioni delle opere non sono più recuperabili.

Questo aspetto è ancora più rilevante per il settore fotografico dove non tutte le forme di degrado sono recuperabili. Se infatti un dipinto presenta una mancanza, una porzione di pittura che è caduta, questa potrà essere ricostruita, mentre in fotografia zone lacunose possono solo essere abbassate di tono ma non ricreate con lo stesso *medium*.

In molti casi è possibile, con una verifica preventiva, rimediare con interventi poco costosi e risolutivi, danni che se trascurati si rivelerebbero irreversibili.

Certe opere fotografiche, a maggior ragione se di pregio e costose, andrebbero fatte visionare ad un restauratore prima che un eventuale danno risulti troppo
evidente. Le opere incorniciate spesso celano al proprio interno danni non evidenti sull'immagine ma latenti nella cornice. Pensiamo ai nastri adesivi plastici, gli
scotch che, usati per fissare le fotografie, sono celati dal *passe-partout*. Questi con
il tempo ingialliscono e debordano ai lati causando danni irrecuperabili. Eliminare
uno scotch dal retro di un'immagine è un intervento possibile che non lascia tracce. Se ci rivolgiamo al restauratore solo nel momento in cui il danno è già visibile
sull'immagine, con una evidente striscia gialla, sarà ormai troppo tardi.

Anche carte cartoni e, peggio ancora, multistrati usati dai corniciai, possono interagire con la delicata struttura chimica dell'opera fotografica causando sbiadimenti e solforazioni. L'effetto ossidazione detto specchio d'argento, tanto comune su le opere in bianco e nero, è spesso causato dall'interazione con l'immagine di materiali a forte contenuto acido messi a stretto contatto con la fotografia.

Quasi sempre basta sostituirli per evitare alterazioni future e garantire la migliore conservazione nel tempo delle fotografie.

OPERE CONTEMPORANEE: RISTAMPARE O RESTAURARE?

Generalmente il termine restauro viene abbinato ad un oggetto antico, un manufatto che con il trascorrere degli anni si è alterato. Può sembrare un controsenso ma oggi più che mai si ricorre al restauro per opere contemporanee. La precarietà di molti materiali attuali, facilmente deperibili e decisamente più delicati delle prime emulsioni ai sali d'argento, comporta una maggiore attenzione. Molto spesso sono le attuali soluzioni di presentazione delle opere fotografiche che prodotte in grande formato e montate in permanenza su alluminio o su plexiglass, a essere danneggiate. Il montaggio diventa così parte integrante dell'opera e un graffio sul plexiglass o un'ammaccatura sull'alluminio necessitano di un intervento specialistico in quanto ormai parte del manufatto e non semplice parte aggiunta alla fotografia.

Ci può essere la tentazione a rimediare facendo semplicemente "ristampare" l'im-

67 ART&LAW 2/2018 ART&LAW 1/2018

magine dall'autore se ancora vivente. Questa è una prassi in generale non accettata da tutti gli autori che in molti casi si rifiutano di sostituire opere danneggiate, considerando la fotografia comunque un pezzo unico.

Nei casi meno frequenti di autori disposti ad eseguire questa sostituzione va ricordata la posizione contraria del mercato collezionistico ad accettare opere successive come vintage. Per meglio capire quest'aspetto ricordiamo come la stampa origi-

nale, eseguita dall'autore e coeva al negativo tecnicamente definita vintage, abbia un valore di mercato nettamente superiore, per qualità e rarità, rispetto alla stessa stampa eseguita dall'autore in anni più tardi.

Ricorrere quindi ad una copia invece che ad un intervento di restauro può essere risolutivo nell'immediato solo se si è disposti a considerare che il valore commerciale di quella stampa sarà decisamente inferiore a quello della fotografia originaria.



VIAGGIO IN EGITTO, LE FOTOGRAFIE DI ANTONIO BEATO DALL'ARCHIVIO DEL TOURING CLUB ITALIANO

di Massimo Cruciotti, Michele Magini e Luciana Senna

Gli archivi sono scrigni di bellezza che raccontano storie spesso affascinanti. Una di queste ha come protagonisti l'archivio fotografico del Touring Club Italiano e il fotografo di origine veneziane Antonio Beato (1825?-1906). L'archivio ha avuto origine per impulso di Luigi Vittorio Bertarelli – socio fondatore e vera anima dell'associazione - già nel 1898, con l'intento di realizzare una grande raccolta collettiva di fotografie per illustrare e far conoscere l'Italia.

Attualmente sono oltre 350.000 le stampe vintage – grosso modo comprese tra il 1870 al 1970 - che il Touring, a partire dagli appelli di Bertarelli, ha raccolto e conservato: fotografie donate o eseguite da Soci per i concorsi indetti dall'Associazione, acquisti da studi fotografici e/o fotografi per illustrare le pubblicazioni, altri canali meno decifrabili, in quanto non abbiamo documentazioni sulla provenienza della quasi totalità - specie di quella più antica – delle stampe.

Di Antonio Beato abbiamo poche e incerte notizie biografiche. Di origine veneziana e fratello del più famoso Felice, lo segue in India, dove non rimane a lungo se, già nel 1862, risulta risiedere a Luxor, in Egitto.

Qui Beato avvia uno studio fotografico e tra il 1870 e il 1888 realizza moltissime immagini dedicandosi ad un sistematico censimento di monumenti e resti architettonici e tombali dell'antica civiltà egizia. Notevole il successo commerciale di questa sua attività, dovuto al fascino che l'Egitto esercitava sui viaggiatori sin dai tempi napoleonici e che nel suo tempo non era affatto scemato.

La fotografia, all'epoca ancora riservata ai professionisti per via della sua recente comparsa e diffusione, diventa il medium per eccellenza, la testimonianza tangibile, reale e oggettiva del viaggio intrapreso, un trofeo da esibire nei salotti dell'epoca per rafforzare il ricordo e le storie dei Gran Tour dell'Egitto dei Faraoni.



In questo contesto si inseriscono le 48 foto dell'archivio del Touring Club che molto probabilmente sono il lascito di uno o più soci che intrapresero il viaggio e acquistarono gli scatti direttamente dallo studio fotografico di Antonio Beato a Luxor. Le 48 stampe all'albumina, incollate su un supporto di cartoncino e conservate verticalmente per decenni in cassetti, presentano problemi poiché i supporti risultano imbarcati, rendendo qualsiasi utilizzo impraticabile.

Si è pertanto ritenuto doveroso un intervento di restauro per ripristinare la planarità e di condizionamento corretto.

Il Touring Club con la collaborazione e il supporto dell'associazione no profit SOS Archivi, che da anni promuove la tutela del patrimonio archivistico, ha avviato un progetto di restauro, digitalizzazione e valorizzazione delle 48 stampe.

Il progetto è già in fase avanzata e al momento vede le foto in via di definitivo restauro e pronte per la digitalizzazione ad alta risoluzione.

Il fine di questa operazione non è solo quello di restaurare le opere di Antonio Beato, ma anche di raccontare l'intero processo per sensibilizzare un pubblico il più ampio possibile, e non solo di addetti ai lavori, sull'importanza e il valore degli archivi: con gli archivi si fa e si trasmette cultura.

Tutti noi abbiamo bisogno di rapportarci con la nostra memoria, abbiamo bisogno di sentire storie, comprendere le relazioni profonde che esistono tra diversi tipi di documenti e che sono esse stesse il segno di una storia.

Una conservazione corretta dei materiali (in questo caso le stampe di Beato) è il primo passo, necessario ma non esaustivo per poter sviluppare e raccontare le storie che evocano e di cui sono simboli e testimoni. La valorizzazione di un ar-

chivio come il progetto stesso, prende le mosse dal recupero per raccontare una storia che è ricca a vari livelli e intrecci: è una storia della passione per l'Egitto, per la fotografia, di intraprendenza e spirito di iniziativa, di passione per gli archivi, ma è anche la storia del Touring Club e della volontà e *mission* di SOS Archivi di portare al pubblico memorie per ricordare e per costruire un futuro più consapevole.

Questa storia di valorizzazione e recupero verrà esposta e raccontata presso il Castello Sforzesco a Milano dall'11 maggio al 14 giugno di quest'anno.

Durante la mostra, a cura di Roberto Mutti, verranno esposte le 48 foto originali e restaurate, accompagnate da un documentario che racconta tutte le tappe del progetto attraverso la voce di coloro che lo hanno reso possibile. Sul sito web dedicato e realizzato da SOS Archivi antoniobeato.sosarchivi.it, e sui canali Facebook e Instagram dell'Associazione, verranno pubblicati gli aggiornamenti sulle fasi di restauro e digitalizzazione, corredati da testi e immagini esplicativi.

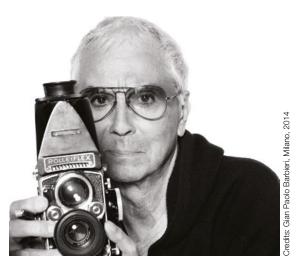
Il recupero e la tutela dei beni archivistici rappresentano uno degli obiettivi principali dell'Associazione SOS Archivi, che promuove la diffusione di una cultura operativa finalizzata alla corretta tutela del nostro ricco patrimonio culturale e si adopera per la sensibilizzazione alla gestione dell'emergenza sul territorio nazionale, tramite workshop ed esercitazioni che illustrano le *best practice* da attuare in caso di calamità e situazioni accidentali.

Per SOS Archivi, il progetto sviluppato in collaborazione con il Touring Club è il primo di molti progetti a venire, dedicati alla valorizzazione di fondi e collezioni del patrimonio archivistico italiano.



LA PAROLA AGLI ARTISTI

a cura della Redazione



GIAN PAOLO BARBIER

NOME GIAN PAOLO COGNOME BARBIERI ANNO DI NASCITA 1938

Tecnica preferita: Fotografia analogica

Come nasce la sua passione per la fotografia? A quando risale il suo primo scatto?

Ricordo che ai tempi di scuola ci si fotografava tra amici, avevo 14/15 anni e io ero il più intraprendente; facevo da caposquadra nel creare le situazioni. Documentavo le riunioni con i compagni, in genere facevamo travestimenti in costume e imitavamo film famosi od opere teatrali. Questi sono stati i miei primi scatti e credo che la passione per la fotografia sia iniziata da qui.

Quali sono stati i maestri a cui ha guardato e che, in qualche modo, rappresentano le radici del suo essere fotografo e del suo stile?

Due correnti del cinema hanno influenzato e rappresentano le radici del mio stile fotografico e del mio lavoro: il *Noire Americano* degli anni Cinquanta e il *Neorealismo*. I film di Visconti, Rossellini e Pasolini sono stati una scuola per me. Avedon invece, è sempre stato il mio punto di riferimento e la mia fonte d'ispirazione per quanto riguarda la fotografia.

Se le chiedessi chi sono oggi i tre fotografi più interessanti del panorama italiano, chi sceglierebbe?

C'è molta confusione oggi con il digitale ed è molto difficile scegliere l'esponente più qualificato. L'ambito fotografico si divide anche tra fotografi commerciali e artisti fotografi che rende la scelta ancora più ardua.

Sicuramente tra i Master della fotografia nel panorama italiano non si può non nominare Toscani e Gastel.

Cosa l'ha spinto ad avvicinarsi al mondo della fotografia di moda?

Attratto dal cinema e dal teatro sono andato a Roma. Per pagarmi la pensione, con la mia prima macchinetta fotografica, facevo i test ai ragazzi di Cinecittà, poi sviluppavo la pellicola. Nella pensione dove ero mi davano il permesso di usare il bagno di notte per stampare le mie foto, dopo le mettevo sotto il letto ad asciugare e al mattino le consegnavo. Poi un conoscente di mio padre, Gustave Zumsteg, nonché proprietario dell'azienda Abraham di tessuti di Zurigo, mi chiese di fargli vedere le mie fotografie, anche se erano totalmente amatoriali, gliele ho fatto vedere e mi disse: "Tu bai una sensibilità pazzesca e sei tagliato per fare la moda". Io sono rimasto allibito, non sapevo neanche cosa fosse la moda. In Italia non esisteva ancora, le riviste compravano dei servizi fotografici già pronti, confezionati dalla Francia. Grazie a Zumsteg andai a Parigi per lavorare con Tom Kublin, esperienza che segnò l'inizio della mia carriera come fotografo.

È stato inserito nella rivista Stern tra i migliori 14 fotografi di moda al mondo e ha collaborato con i più grandi magazines del settore (*Vogue America, Vogue Italia, Vogue Paris, L'Officiel, GQ, Vanity Fair* etc.). Che rapporto ha con questo contesto?

Ho sempre avuto un buon rapporto con i magazines, nazionali ed internaziona-

li, poiché mi hanno aperto le porte per le prime committenze.

Ha lavorato in tutto il mondo e ritratto personaggi di fama internazionale, tra cui Audrey Hepburn, Jerry Hall, Nureyev e Sophia Loren. Ci racconterebbe un'esperienza/un aneddoto che l'ha particolarmente colpita?

Era il 1969 quando ho fotografato Audrey Hepburn. Eravamo a Roma nello studio di Valentino per Vogue Italia. Lei era molto gioiosa, mi disse che si era appena sposata con il Dott. Andrea Dotti. Arrivò con delle pantofole perché così, mi disse, non avrebbe sporcato il fondale bianco. Mi ricorderò sempre della sua estrema eleganza, quell'arte che nasceva dai suoi studi di danza, prima di approdare nel teatro e nel cinema.



© Gian Paolo Barbieri. Audrey Hepburn, Valentino, Roma, 1969

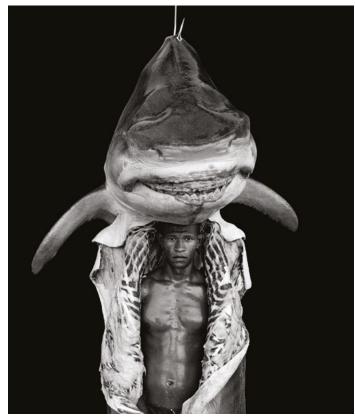
Qual è l'elemento introspettivo che emerge dai suoi scatti?

La seduzione. Ho sempre cercato un concetto seducente nelle mie fotografie perché ritengo che la fotografia debba sedurre e attrarre; amo la bellezza, ritengo che la stessa crei la ragione.

Dopo una vita trascorsa a fotografare *celebrities*, ha rivolto il suo obiettivo verso soggetti totalmente diversi: popolazioni indigene di paesi lontani. Cosa lo ha portato a ricercare la bellezza in questi luoghi?

Ad un certo punto, il mio interesse per la fotografia di moda è decaduto; ho pensato che un creativo potesse dedicarsi anche ad altro. Così ho intrapreso con lo stesso entusiasmo la fotografia nei paesi esotici.

Un viaggio a Tahiti mi ha dato la possibilità di scoprire l'arte della società primitiva.



© Gian Paolo Barbieri. Headsbark, Seychelles, 1998

Esiste ancora, secondo lei, una distinzione tra Arte e Fotografia?

Tutte le arti influiscono sulla fotografia. Una buona conoscenza della pittura, scultura ma anche cinema e letteratura, aiutano sicuramente il fotografo a conciliare la moda e l'arte. Per me non esiste la fotografia senza la propria capacità di invenzione. Molti pittori hanno influenzato la mia creatività unendola al mondo della moda come Gauguin, Michelangelo, Hockney, Holbein, Bacon e Rothko.

Nel 2016 ha costituito una Fondazione che porta il suo nome (Milano, via Lattanzio, 11). Cosa lo ha spinto a crearla, quali sono le principali attività dell'istituzione e le finalità che persegue?

Ho costituito la Fondazione Gian Paolo Barbieri, istituzione culturale no-profit, per promuove l'arte, la fotografia e ogni forma di espressione culturale nelle sue diverse realizzazioni. Le principali attività svolte dalla Fondazione – oltre alla salvaquardia, catalogazione e acquisizione in digitale del mio archivio - comprendono workshop, collaborazioni con istituzioni e attività formative per i giovani. (www.fondazionegianpaolobarbieri.it).

Progetti per il futuro?

Sto lavorando ad un nuovo progetto fotografico ispirato al drammaturgo britannico Shakespeare, proprio nel periodo della celebrazione dei 400 anni dalla sua morte.

Prendo ispirazione infatti dalle più famose tragedie e sonetti attraverso il mio occhio.



© Gian Paolo Barbieri. Sophia Loren, Parigi, 1995



PIERO GEMELLI

NOME PIERO
COGNOME GEMELLI
ANNO DI NASCITA 1952

Tecnica preferita:

"mista" :-)) ovvero faccio fotografia per passione e per lavoro ma anche disegni e sculture in ferro, traduzione nello spazio e nella realtà del mio segno grafico

Come nasce la tua passione per la fotografia? A quando risale il tuo primo scatto?

Ho iniziato a fotografare da ragazzo un po' di tutto... paesaggi, amici, foto di quella che oggi è la categoria della "street photography"; poi giovane liceale ho concentrato l'attenzione sul ritratto, fotografando qualche compagno di scuola e le prime fidanzatine. Con loro, ho introdotto l'emozione ed il coinvolgimento emotivo personale nei ritratti.

Oggi ritengo che nel lavoro, sia importante cercare di mantenere un coinvolgimento empatico ed intimo, perché anche una foto soltanto possa essere valida occasione di riconoscersi e di raccontarsi

Quali sono stati i maestri a cui hai guardato e che, in qualche modo, rappresentano le radici del tuo essere fotografo e del tuo stile?

L'inizio della mia passione risale agli anni Settanta, anni in cui la fotografia è esplosa come fenomeno e diventata passione per molti. Maestri dell'epoca erano quelli che più frequentemente comparivano su riviste specializzate, spesso troppo attente al mercato e alla pura tecnica. La mia attenzione però, si concentrò verso riviste più di "immagine" che presentavano fotografie "speciali" ... ho cominciato così a scoprire ed apprezzare fotografi ritrattisti del 1800, per poi essere affascinato da personaggi come Guy Bourdin, Horst, Beaton, Avedon, Penn, Baley e tanti altri, molti dei quali poi... diventati colleghi!

Le vere radici del nostro lavoro e l'origine di uno stile personale, credo siano riscontrabili nel vissuto di ognuno di noi, che si configura come un vero e proprio generatore di emozioni uniche perché frutto di una nostra intima visione delle cose. I pensieri spesse volte sono desideri e ti aiutano poi a selezionare le cose da ricordare tra tutto ciò che vedi e osservi; ogni fotografia, come ogni prodotto artistico infatti, lavora attraverso l'inconscio sedimentandosi. È occasione di ispirazione certo, ma solo grazie alla tua personale elaborazione può emergere un valore superiore e nuovo. Così è avvenuto per il mio lavoro, che sin dagli inizi è stato occasione di emozioni e ispirazioni di molti da cui sono nate infinite nuove interpretazioni. Tutto, lo ripeto perché è fondamentale, può essere occasione di ispirazione; il lavoro di miei colleghi, quelli di oggi e quelli di ieri ma non solo. È importante la pittura, la scultura e l'architettura passando per il cinema. Tutto ciò che vediamo è destinato a perdersi, quello che invece resta è ciò che riconosciamo come "simile intimamente a noi". Apprezzo i surrealisti e il loro inconscio, adoro le visioni dirompenti dei futuristi e amo autori come Man Ray, Moholy Nagy e Meret Oppenheim. Tutti hanno lasciato una loro traccia nel mio processo percorso creativo.

Se ti chiedessi chi sono oggi i tre fotografi più interessanti del panorama italiano, chi sceglieresti?

Ma... non mi piace parlare di colleghi "vivi". Molti sono buoni o ottimi fotografi, alcuni più di valore e con una cifra stilistica personale come "autori" degna di me-

rito ma "... I can't be a Judge"

Sei allo stesso tempo artista e architetto. Queste due anime dialogano tra loro? In che modo?

Mi sento molto più architetto di qualsiasi altra cosa. Nella testa, nel modo di pensare e di vedere, perché essere Architetto presuppone una *forma mentis* molto codificata.

Ho scelto di voler studiare architettura per la possibilità che questa ti offre di tradurre in concreto una visione immaginata passando così, come dice Munari, dalla sola "fantasia" dell'impossibile alla possibilità di rendere tale "fantasia" qualcosa di reale. Poi vicende della mia vita mi hanno offerto l'opportunità di sviluppare altre mie attitudini e passioni, la fotografia è una di queste. L'architetto si è fatto fotografo. Questo è. Perché gli studi di Architettura sono stati davvero determinanti nella mia crescita professionale: mi hanno insegnato ad attuare una corretta analisi di dati raccolti, la capacità di scegliere i dati a seconda del valore e della necessità all'interno del progetto, di analizzare, elaborare un pensiero coerente ed utile che mettesse d'accordo il committente e la mia idea senza tradire le aspettative di nessuno. Rispettare la propria cifra stilistica, venendo incontro alle esigenze della committenza. Creare un progetto che abbia un senso di esistere perché, ed è questo che ci insegna l'architettura, deve esserci sempre un perché in qualsiasi cosa tu faccia!

Cosa ti ha spinto ad avvicinarti al mondo della fotografia di moda?

Quella che io chiamo "casualità cercata". Amavo fare fotografia e far una foto mia "di autore" che fosse espressione della mia fantasia. La fotografa di moda, in quegli anni in Italia era libera. Gli Anni Ottanta hanno significato, creatività e infinite possibilità. Il mio incontro non cercato con Vogue mi ha permesso di iniziare una professione "creativa" dal punto più alto, là dove qualità, visibilità, possibilità e risultati hanno creato l'ambiente perfetto per lavorare liberi e con gratificazione, elemento questo per continuare e crescere, con soddisfazione e rispetto.

Quale messaggio vuoi trasmettere con i tuoi ritratti?

Credo che il ritratto sia un tipo di fotografia dove la personalità del fotografo emerge in modo molto forte. Quando in un ritratto cerchi di raccontare la personalità di chi hai di fronte, selezioni un aspetto di quella che è la sola tua sensibilità che ti permette di vedere. "Si vede solo ciò che si conosce", io quindi non ritraggo la persona che ho davanti, ma ciò che quella persona mi suggerisce, ciò che dal mio inconscio richiama alla mente, ne faccio un personaggio del mio mondo privato.

Dissento da chi dice che la fotografia ruba l'anima del soggetto fotografato perché nella scelta, anche istintiva di un punto di vista, di un taglio, di un angolo, ci metti te stesso. La foto rivela molto di te

Hai collaborato con i più grandi magazine di moda (Vogue, etc.), qual è il tuo

rapporto con questo contesto?

Senza fare graduatorie o giudizi, non tutte le riviste, pur patinate, importanti nel panorama editoriale, sono eguali. Questo vale per ieri, ma ancor più per oggi dove il meccanismo del rapporto fotografo/giornale è molto cambiato. La mia personale esperienza (sono stato fortunato in questo) con le riviste è stata fondamentale sia come crescita creativa che professionale Quello che mi ha permesso di realizzarmi in piena autonomia è stato il rispetto reciproco, il sentirsi ciascuno parte del successo dell'altro. Una testata giornalistica importante nobilita il tuo lavoro, questo è sicuramente vero, ma vero è anche che sono le mie immagini, come quelle degli altri fotografi lì presenti, che nobilitano il giornale, e questo va onestamente riconosciuto ed ammesso, ma non è sempre così, oggi più di ieri.

Hai lavorato in tutto il mondo e ritratto personaggi di fama internazionale (principalmente donne). Ci racconteresti un'esperienza / un aneddoto che ti ha particolarmente colpito?

La mia donna la cerco negli sguardi, nei sorrisi e nei piccoli gesti. Cerco una donna... sospesa in un "senza tempo"; mi piace sensuale, accogliente e distaccata al contempo, che sia partecipe e cosciente del suo ruolo in quel mio immaginario e che, in quel momento, ha scelto per me di essere partecipe di quel gioco, in un tempo sospeso, lì con me e per me, quanto io lo sono con lei. Ogni foto, ritratto, beauty di ognuna di queste donne sarebbe una storia a parte da raccontare ma l'aneddoto va cercato in ciascuna di quelle immagini realizzate e ogni spettatore scoprirà, cercando il mio, un proprio suo aneddoto.

Qualche anno fa hai dichiarato: "Se attraverso una mia fotografia il cliente



Piero Gemelli, **Carla Bruni**, Milano, 1995, ediz. 1/5 – inkjet su Rag Barita Hahnemuble, 60x40 cm

ottiene risultati commerciali importanti, io devo essere pagato molto. Ho sempre sostenuto che una foto debba essere pagata in relazione all'utilizzo che se ne fa". Qual è il tuo rapporto con il mercato dell'arte? Quanto valgono le tue opere?

Il mio pensiero si riferiva assolutamente ad un ambito commerciale che sfrutta/ utilizza un'immagine che commissiona, o che sceglie di archivio, per utilizzi pubblicitari e di vendita. Ritengo che un'immagine prodotta da un autore, se produce reddito questo deve proporzionalmente dare merito economico anche all'immagine, ovvero all'autore della stessa. Non sempre è così e non sempre i clienti capiscono e accettano che sia così; sbagliano!

Il mercato dell'arte è tutt'altra cosa e sappiamo bene che i parametri di valutazione sono tanti, variabili, anche e non solo, in base a tendenze di gusto e culturali e di mercato e a dinamiche di economia come di interessi...

Per quanto riguarda la fotografia, il valore di un'opera dipende anche da parametri di tiratura e temporali. Io per nuovi lavori stampo o pezzi unici o una bassa tiratura, mediamente 5, mai oltre le 10 stampe *fine art*, più 2 prove d'autore ufficialmente dichiarate (numero max in totale e indipendentemente dal formato) e questo aiuta a dare una collocazione di rispetto e garanzia sul mercato. Per i lavori vintage le copie dal mio archivio dichiarate fanno fede e incidono anche sul lavoro in base all'anno di esecuzione e al soggetto.

Esiste ancora una distinzione tra Arte e Fotografia?

Intendiamo per arte "il prodotto visivo di un'espressione personale ed autoriale all'interno di un proprio stile personale e di ricerca, di un racconto del proprio mondo e visione di questo"? Allora se è così, e dato che intendo per fotografia esattamente questo... dov'è la differenza?

Certo che sì, la "fotografia" è uno dei mezzi espressivi dell'Arte! Basta ricordarsi però che non basta una serie di parole in sequenza per fare il valore "letterario" di un romanzo, così come non basta fare una fotografia per fare di questa una "Fotografia" che possa essere parte di quel mondo dell'arte.

Progetti per il futuro?

Gli appuntamenti migliori sono spesso quelli al buio, dove la sorpresa si arricchisce dell'attesa. Ho una serie di progetti in fase di elaborazione e alcuni di prossima ultimazione. Alcuni lavori nuovi, già in fase di realizzazione, saranno soggetto di mostre e altri lavori sono invece di rilettura di immagini scelte da me oggi dal mio archivio e non molto conosciute, rivisitate con gli occhi di oggi e alla ricerca di un fil rouge nel mio lavoro attraverso gli anni fino ad oggi. Il futuro sarà quindi un dialogo tra lavori passati, lavori nuovi e con intrecci con altre arti e miei interessi. Altre mostre, interventi e talk sono in calendario ma al momento, non ancora ufficializzati.



Piero Gemelli, Maria Grazia Cucinotta, Milano, 1995 - Gelatine Silver Print Vintage Print 30,5x40,5 cm



MAURIZIO GALIMBERT

NOME MAURIZIO
COGNOME GALIMBERTII
ANNO DI NASCITA 1956

lecnica preferita: Polaroid Fuji - Fotografie Istantanee

Quando nasce la tua passione per la fotografia? A quando risale il tuo primo scatto?

La mia passione per la fotografia nasce quando avevo 16 anni, studiavo da geometra e ho lavorato come tale fino a 35 anni nell'impresa di famiglia, ma ero ossessionato dalla fotografia.

La mia prima fotografia credo a 19 anni quando andavo a Monza a vedere le prove di Formula 1.

Era la fotografia di un box della Ferrari con Jackie Ickx e con quei ragazzoni piloti della Ferrari. Lì ebbi un impatto forte, perché ero con un mio amico a fotografare Jochen Rindt, che nel '71 era campione del mondo di Formula 1. Quell'anno voleva ridiventare campione del mondo, ma nelle ore libere del giovedì fece un incidente e noi ce lo trovammo proprio lì davanti, morto. Fu una cosa drammatica, la prima fotografia di fotogiornalismo, la fotografia l'ha fatta il mio amico ma io ero lì con lui e mi ricordo questa cosa.

Hai sempre usato la Polaroid?

No la polaroid è una storia strana, perché quando avevo 12 anni andai alla Rinascente con mia mamma e mi fece fare questa fotografia che ho all'ingresso di casa, con scritto il Re della Polaroid. All'entrata della Rinascente ti vestivano da re della fotografia e ti dicevano: "Tu sei un re, di cosa vuoi esserlo?" E io dissi "Boh, il Re della Polaroid" e alla fine un po' lo sono diventato, quindi è stato premonitore. Poi diciamo che fino a 16 anni ho sempre stampato in camera oscura, in bianco e nero, facevo anche diapositive e le stampavo con il cibacron.

La camera oscura non mi piaceva. Non ho mai amato stare al buio da soli, perché ho passato 5 anni in un orfanotrofio appena nato, quindi stare da solo mi faceva sembrare di esser ancora un po' in gabbia, al buio.

Soffrivo un po' la claustrofobia e cominciai a usare la polaroid per fare i miei lavori, che poi uno pensa che sia una macchinetta del cavolo, però come tutte le cose che sembrano del cavolo, se sei bravo riesci a superare i limiti del nesso. lo faccio sempre l'esempio di una volta che ero in macchina e pioveva tantissimo, guidavo ed eravamo con una Porsche, accanto c'era uno con una Dian 6 che ci ha sorpassato come un treno. Questo perché lui era convinto di avere una gran macchina e quindi andava come un grande pilota, noi che invece avevamo una grande macchina, ma eravamo degli scarsi piloti andavamo come degli scarsi piloti!

Questo per dire che in mezzo c'è sempre un attrezzo, dipende da te, da come lo sai usare e portarlo a livelli megagalattici. Anche perché comunque un'azienda non farà mai un attrezzo che sembra abbia poco valore, non lo metterà mai sul mercato con tutto l'investimento tecnologico che c'è da fare, butterebbe via i soldi. Anche uno strumento che sembra banale e facile, ha sempre una bellezza, una creatività meravigliosa, quindi dipende dal saperlo tirare fuori.

Quali sono stati i maestri a cui hai guardato e che, in qualche modo, rappre-

sentano le radici del tuo essere fotografo e del tuo stile?

All'inizio ero molto affascinato da Fontana, Giacomelli, Berengo Gardin, Fulvio Roiter, i classici della fotografia italiana; dopo ho guardato molto anche il *Baubaus*. A proposito *Baubaus* vi racconto un aneddoto: quando ero ragazzo, all'età di 15/16 anni, il mio papà costruiva case a Cesare Cassina, il proprietario della Cassina. Lo frequentavo perché aveva un bosco a Meda dove facevano dei lavori di abbellimento di questa tenuta, quelle che di solito sono in Toscana, lui l'aveva a Meda. Era molto grande con laghi, cerbiatti e animali. Noi facevamo casette, manutenzioni, strade, laghetti e io ero spesso lì.

Un giorno mi fece vedere tutte le fotografie che aveva del *Baubaus* di Cartes, di Henri Cartier Bresson, i fotografi con cui poi mi sono contaminato, i classici della fotografia e tutto il *Baubaus*.

Poi anche la scuola di fotografia del *Baubaus*, partendo con Làszlo Moholy-Nagy che è stato per me molto importante, ma anche il design del Bauhaus, infatti nelle mie fotografie c'è sempre un equilibrio tra fotografia e grafica, che comunque nasce dal design.

Ero molto affascinato dalla grafica di Max Huber, un grafico storico che lavorava per la Rinascente, che ebbi la fortuna di conoscere in una mostra a Lecco, poi un altro fotografo che mi ha influenzato tantissimo per la sua ricerca è stato Robert Frank, un personaggio straordinario. Infine come tutti Picasso, perché anche se non era fotografo i suoi quadri partivano dalla fotografia. Come Picasso anche Brassai, suo fotografo che scrisse un libro meraviglioso intitolato "Conversazioni con Picasso" che io lessi e conservai. All'interno di questo libro non ci sono le fotografie ma le storie di Picasso che comunque sono come fotografie.

Ho sempre guardato alla fotografia non tanto per le immagini quanto per la *progetualità*, concetto tipico del mondo del cinema. Però il cinema cerca di tenerti sulla corda, di farti la domanda e a non darti la risposta, come il concetto di *pathos* di Roland Barth quando dice che bisogna lasciare creare il pathos, "bisogna creare la domanda e non dare la risposta". Questo per me è stato fondamentale.

Un'altra influenza, ed è ovvio nei miei mosaici, è stata il *Fotodinamismo* di Bragaglia e il *Futurismo*, come riferimenti più importanti.

E poi Italo Calvino, con le sue "Lezioni Americane", per uno che fa fotografie, per uno che fa arte, secondo me le sue lezioni sono quasi dei dogmi.

Se ti chiedessi chi sono oggi i tre fotografi più interessanti del panorama italiano, chi sceglieresti?

Tre fotografi italiani...Metto un giovane, non perché sia mio figlio ma è veramente bravo. Non è neanche un professionista, lo fa per passione, ma piace molto ai collezionisti, la sua fotografia lirica. È molto bravo si chiama Giorgio, Giorgio Galimberti.

Poi invece se devo prendere fotografi che conosco, che piacciono molto sicuramente possiamo dire, Piero Gemelli, che ha sempre guardato alla storia dell'arte per fare fotografie. Anche Giovanni Gastel e le sue polaroid con il banco ottico sono veramente straordinarie e poi Gian Paolo Barbieri, questi tre più mio figlio che è davvero capace. Ha una sua lirica, una sua poetica.

L'evoluzione dall'analogico al digitale ha portato molti cambiamenti nel mondo della fotografia. Come ha agito questa innovazione sulla stampa istantanea in particolare?

Allora, il passaggio dall'analogico al digitale è stato traumatico per tutta la "vecchia" fotografia e la Polaroid, per problemi aziendali, nel 2008 ha dovuto chiudere la fotografia istantanea.

Ci sono stati due grandi fattori che l'hanno fatta tornare in auge: il primo è che la Fuji non ha mai smesso di fare fotografia istantanea, quindi ha supportato un po' la mancanza di Polaroid, poi il brand *Impossible Project*, diventato poi Polaroid Original, dal 2010 ha cominciato a riprodurre le pellicole, le vecchie Polaroid, per tutti i milioni di macchine fotografiche che c'erano nel mondo, quasi in sordina.

Fuji allo stesso tempo ha prodotto un sacco di macchine fotografiche istantanee bellissime, adesso se andate in un negozio c'è più fotografia istantanea che fotografia digitale. Forse anche perché le nuove generazioni sono affascinate, vivendo solo di computer e di telefonini, dal pezzo di carta istantaneo. La Fuji ha fatto questa nuova Instax Square SQ10 che è una macchina pazzesca, è allo stesso tempo un'analogica e anche un po' digitale, perché ti permette di non fare uscire subito la foto. Se tu vuoi fai la tua istantanea ed esce subito, se invece la vuoi stampare dopo, esce quando lo decidi tu e puoi metterci dei filtri di Instagram, tagliarla, manipolarla con dei bastoncini di legno. È veramente un laboratorio di creatività, ed è forse il simbolo, il fiore all'occhiello della fotografia di oggi.

Per me all'inizio è stata durissima perché quando Polaroid ha chiuso, per i ritratti che faccio (come quello che c'è anche nel vostro studio che ritrae l'Avvocato Negri-Clementi) ero un po' nelle braghe di tela, perché è un po' come se dici ad Hamilton: "Guarda te sei bravo e tutto, però tra due anni non facciamo più le gomme e quindi se vuoi continuare a correre devi comprarti tutte le gomme che ci sono, per andare avanti un po' di anni".

È quello che feci io, nel 2008 comprai un sacco di pellicole Polaroid pensando che per un po' di anni bastassero e così è stato. Chiaramente quegli anni lì sarebbero già finiti perché fino al 2012-2013 i risultati erano buoni, poi con quelle li non si poteva più fare niente. Per fortuna è arrivato il marchio *Impossible* che mi ha aiutato e sostenuto per i miei ritratti. Dopo a livello creativo utilizzo questa Fuji Instax Square che è veramente pazzesca, per esempio adesso sto facendo un progetto sui fiori, veramente bello che mi permette di "mangiare la fotografia" e ritirarla fuori con la mia visione, molto Pop, vicino ai fiori di Warhol, quindi molto colore, molto belli.

Quindi diciamo che per me è andata bene, perché facendo fotografia originale, con l'originale unico, i collezionisti hanno sempre apprezzato il mio lavoro, mi hanno sempre sostenuto, anche economicamente. Per esempio cito il mio amico, Paolo Ludovici che è un grandissimo fiscalista e ha una collezione che si chiama *Lu*-

chi Collection. Lui mi ha sempre sostenuto in progetti, così come Sergio Pea, Mario Madrigali, collezionisti che hanno creduto nel mio lavoro sostenendomi.

Anche l'archivio di Sereo mi ha fatto produrre tanti lavori, tipo questo qua che stiamo facendo adesso con i fiori anche con mia figlia Valentina e la sua galleria, DadaEst, abbiamo formato un bel team e devo dire che il mio lavoro ha sempre avuto credibilità nel mercato e ha sempre funzionato.

Forse la chiusura della fotografia Polaroid per un certo periodo la ha anche resa più *leggendaria*, col fatto che non ce ne erano più.

Adesso comunque sto facendo dei bei progetti, ho anche assistito Denis Curti che è il presidente della Casa dei Tre Oci di Venezia e una persona che veramente mi ha aiutato tantissimo e alla quale sono molto grato, ha sempre creduto nel mio lavoro. Possiamo dire che il mio lavoro, nonostante la fine dell'istantanea è andato avanti e adesso che c'è il ritorno dell'istantanea forse vengo visto un po' come la bandiera di quel lavoro, è bello. Poi adesso la fotografia analogica ha chiuso, però anche adesso nel digitale che funziona, per paradosso, si usano dei sensori che si sono riavvicinati alla resa della fotografia analogica. Perché comunque la fotografia analogica aveva un sacco di problemi, era piatta, era fredda ma è come se si vedesse un film in 3D, o in digitale, non è cosi bello come vedere un film in pellicola, è talmente perfetto da risultare piatto; è quello che diceva Roland Bart, chi ti ha proposto l'immagine, ti ha fatto la domanda e ti ha dato la risposta, invece non ti deve dare mai la risposta, la risposta la devi dare te. Un'immagine talmente perfetta con cui tu rimbalzi contro è la morte della fotografia creativa, artistica. Un progetto d'arte deve sempre farti discutere, ammaliarti, affascinarti, conquistarti. Diciamo che è morta la fotografia analogica, è morta la fotografia istantanea e sta tornando alla grandissima, è già tornata, la fotografia digitale.

Hai collaborato con diverse aziende (FIAT Auto, Jaeger LeCoultre, Kerakoll design, Illy etc.), qual è il tuo rapporto con questo contesto?

Per Illy ho fatto la *Illy Art Collection*, una collezione pazzesca, era esposta ad Artissima, una collezione veramente bella.

Per me è stata una bella sorpresa quando mi hanno chiamato a fare questo lavoro, perché comunque le ultime *Illy Art Collection* le hanno fatte personaggi incredibili come Ron Arad, Yoko Ono, Palladino, Francis Ford Coppola. Poi c'è stata questa grande installazione che hanno fatto ai Magazzini del Sale insieme a Bob Wilson. Il fatto di entrare in quel gruppo di artisti che ha lavorato con Illy, per me è stato un sogno che si è realizzato. Conoscevo bene Andrea Illy, Carlo Bach che è l'Art Director e loro da tanti anni collezionano i miei lavori. Ma avere l'onore di fare le tazzine era qualcosa di impensabile ed è stato veramente grandioso!

È la dimostrazione di come le aziende si impossessano del linguaggio degli artisti senza modificare nulla anzi esaltandone il contenuto, il progetto.

Il mio rapporto con le aziende è un po' strano perché, lavoro con delle aziende ma è difficile che poi faccio le loro campagne pubblicitarie.

Ho fatto delle campagne pubblicitarie per Illy, delle cose importanti con Fiat, pur-

troppo le ho fatte all'inizio con Lapo, e quando è stato male hanno insabbiato i suoi progetti, tra cui un calendario strepitoso che avevamo fatto insieme che nel 2005 è passato in sordina perché siccome l'aveva fatto lui...ed è stato male in ottobre e il calendario doveva uscire a dicembre, è un po' andato sott'acqua.

Con loro ho poi fatto un bellissimo lavoro per la 500, mi ricordo che ebbi in mano forse la prima 500 che era in Italia e mi fermavano le macchine chiedendomi: *ci fai vedere la macchina?*

Ricordo che ero all'Autogrill a San Benedetto del Tronto ed ero circondato da circa trecento persone che guardavano questa 500, arrivò la polizia chiedendo: $ma\ cos'è\ una\ bisca?$ Quando poi videro la 500, rossa e bellissima, anche loro si misero lì, e vollero sedersi sulla macchina. Ovviamente la Fiat me l'aveva data da fotografare dicendomi che se qualcuno mi avesse chiesto di vederla, di farla vedere, era tutta promozione. Quello è stato un bel lavoro.

Poi ho fatto un lavoro nel 1999-2000 per il Milan, feci il ritratto a tutti i giocatori, presidente compreso, coppe, sala dei trofei, maglie. Da questo lavoro ne uscì una bella mostra in Triennale a Milano.

Lavoro molto per Cartier, facendo ritratti ai loro clienti importanti, e anche molto per la loro rivista *Cartier Magazine*.

Credo che l'importante stia nel non snaturare il lavoro di un artista. Un'azienda non può chiamarti e chiederti di fare ciò che vuole lei, senza pensare alla tua idea, personalità e creatività. No, io lavoro facendo quello che so fare io e nessuno può chiedermi niente a livello di creatività. Mi puoi dare sì un'imposizione, ad esempio llly mi chiese di fare delle fotografie che che avessero una buona resa sulla tazzina e che rispecchiassero l'Italia; per il resto ero libero di fare ciò che volessi. Ovviamente ci siamo seduti a tavolo e ci siamo confrontati e insieme abbiamo deciso le immagini, quelle che andavano meglio, quelle che non andavano bene. Pero l'importante è che rimango sempre lo. Ma poi lavorare con me è anche facile, non voglio fare interminabili sedute, meeting che durano ore e ore, giorni e giorni.

Per esempio la manager di Bolle mi chiese che tipo di foto avrei fatto al ballerino e io le risposi che solo quando lo avrei avuto di fronte avrei deciso. Mi piace molto andare di pancia, per esempio su questo libro che uscirà su Bolle, vado molto di istinto, in base alla luce che c'è, a come mi sento io, a come trovo il soggetto. Infatti ne è uscito un lavoro bellissimo, poi devo dire che lui è particolarmente bello, ha un fisico che sembra una scultura di Rodin. Ero appena stato a Parigi a vedere Rodin e giuro che quando ho visto Bolle aveva i glutei, le vene delle gambe, i muscoli veramente come le opere di Rodin.

Mi ha ricordato quando giocavo a basket, avevo un compagno che faceva il modello all'Accademia, era alto 1.97 cm, lo chiamavamo La Scultura, la Statua, e Bolle è uguale, un po' più basso perché è 1.82 cm, però veramente una scultura. Hanno dei fisici talmente stimolanti che non puoi pianificare prima, quando ce lo hai davanti lo fotografi. Purtroppo la pubblicità tende sempre a perfezionare tutto e non va bene, non sopporto questi meeting, queste riunioni...

Hai lavorato in tutto il mondo e ritratto personaggi di fama internazionale. Ci racconteresti un'esperienza che ti ha particolarmente colpito?

Un'esperienza è stata sicuramente quella con Lady Gaga.

Eravamo a Las Vegas nel 2010 e le dissi: "Mi raccomando capelli raccolti che devo appoggiarti la macchina fotografica in testa e ho bisogno che tu abbia i capelli raccolti per lavorare bene". Il suo manager mi disse che non ci sarebbero stati problemi. Eravamo tutte e due lì che lavoravamo per la Polaroid e lei giustamente si presentò con un cappello. Fu veramente complicatissimo, perché non se lo è tolto, era attaccato ai suoi capelli, era un cappello che si era fatta con i suoi capelli tagliati che avevano siliconato, quelle porcherie che fanno gli americani...

Allora dovetti trovare un posto libero su cui riuscii a poggiare la macchina e fotografai sempre lo stesso elemento ricostruendo la testa, ma chiaramente essendo davanti a 10.000 persone e in diretta tv da Las Vegas, la tensione era alta e fu veramente complicato. Un'altra esperienza incredibile fu quando ho fotografato Johnny Depp, perché lui fu contentissimo del ritratto, eravamo a Venezia nel 2003 e dovevamo esporlo alla mostra del cinema. Eravamo al Des Bains e per andare al Palazzo del Cinema saranno stati 300/400 metri e lui era talmente entusiasta che disse di volerlo assolutamente portarlo lui a piedi, solo che dopo 100 metri, usciti dal Des Bains, è dovuto salire sulla macchina della polizia perché era stato assalito dai fan. A quei tempi Johnny Depp era bellissimo e famosissimo ed era veramente impossibile pensare che lui potesse fare quel pezzo a piedi, infatti poi saltò su una macchina della polizia e io iniziai a dire di essere il fotografo ma nessuno ci credeva, finalmente poi uno mi vide e mi disse di saltare sulla macchina che c'era dietro! Ho ritratto tante celebrities nella mia vita ma alla fine le persone più emozionanti sono quelle anziane, i grandi. Quando ho fotografato il vostro avvocato ricordo che continuava a ridere, era molto contento. Le persone anziane, le persone che hanno una cultura, una storia, sono quelle che ti emozionano di più perché nei loro ritratti, nei loro visi viene sempre fuori il loro allure, il loro appeal, il loro vissuto. Penso invece alla Romano che era in un momento di tristezza per i problemi della sua vita, dei rapporti con il figlio. Penso a Mario Luzi, poeta, ti fanno capire che loro sono quello. Oppure Dario Fo, fu una storia incredibile con lui, io ero di parte politica completamente opposta ma se si fosse candidato lo avrei votato, una persona con un carisma e una leadership, coinvolgente. Penso a quando ho fotografato Gillo Dorfles, che mi diceva: "Ma io non capisco perché tutti quei quadretti li, ne basta uno". Ma ha 107 anni, ci sta che non sia allineato con la mia visione, chi se ne frega, però la sua fotografia è venuta meravigliosa ed è ciò che conta.

La modalità espressiva che prediligi è il mosaico fotografico. Come si inserisce ogni singola polaroid con i suoi particolari nella completezza dell'immagine finale? In che modo ogni tassello comunica con gli altri?

Il mio è un lavoro totalmente di pancia e di testa, nel senso che le foto che faccio sono quelle che poi si vedono nel risultato finale nell'ordine che sono state scattate. Non faccio mille foto e poi ne scelgo 100, funziona che io scatto dall'alto



© Maurizio Galimberti, **Johnny Depp**, 2003, Mosaic Polaroid Image

in basso, da sinistra a destra, in maniera diretta senza cambiare nulla né modificare nulla. È un po' il concetto dello spazialismo di Fontana, l'attesa, io aspetto poi quando sono pronto, quando la mia idea è matura, scatto. Fontana taglia la tela e io faccio il mosaico.

Se si studiano i miei mosaici hanno molta continuità, freschezza, sarebbe impossibile fare delle fotografie separatamente e poi metterle insieme, perderebbero il ritmo che hanno.

Si può notare per esempio nell'ultimo mosaico che ho fatto sul Santuario di Meda, per un collezionista del paese, che è un lavoro diretto e ritmato. Non scarto nessuna polaroid.

E c'è qualcuno che ti aiuta?

Di solito mi aiuta un'assistente, però per esempio questa domenica l'ho fatto da solo. È un po' più complicato da solo perché siccome le fotografie escono dall'alto, non puoi tenerle in mano, le fai cadere, cascano per terra e poi dopo le prime dieci, le raccogli e cambi il caricatore. Diciamo che è una fotografia di pancia, decidi cosa fare, parti e arrivi. Non puoi pensare, perché serve un alto ritmo, sarebbe impensabile fermarsi.

Grazie a questa tecnica riesci a trasmettere dinamicità e movimento ai tuoi soggetti?

Sì, riesco a dare il movimento, esatto, come un direttore d'orchestra, il mio lavoro è infatti molto collegato alla musica.

Come Glenn Gould suonava le variazioni di Golderg, di Bach, invece che in 35 in 52 perché lui era dentro la musica, ci mangiava, ci cantava sopra, stava attaccato allo sgabello di pelle sfondato, se non rimaneva attaccato cadeva quindi anche la postura incide sulla musicalità. La difficolta lo rendeva più aggressivo.

La difficoltà, per esempio, qui è che sei da solo, non hai l'assistente, ma questa difficoltà ti rende anche più aggressivo, cerchi la precisione ma allo stesso tempo cerchi di lasciarti andare, perché stai facendo una cosa che ti far star bene.

C'è un grande rapporto con la musica, questi 16 minuti in più di Gould che suonava le variazioni di Goldberg rappresentavano lui dentro la sua vita, con tutta la sua storia. Inoltre era malato e probabilmente sapeva che stava facendo una cosa che gli piaceva e che quando avrebbe finito di suonare quel concerto lì, gli sarebbe rimasta meno vita, sarebbe tornato ai suoi problemi senza stare dentro la musica. La stessa cosa la fotografia, dilati lo spazio perché non ti interessa raccontare lo spazio come meccanico, la mia non è la fotografia - per esempio - di Hockney's; se si guarda David Hockney's e i suoi mosaici sono molto ritagliati con le forbici, lui è vicino a Braque e a Picasso, io sono più vicino al Futurismo e quindi a Boccioni. Basti pensare a "La Rissa in Galleria" oppure a "La città che sale", dove da un punto si va all'altro, sali e scendi, la mia fotografia è quella lì. Come "Nudo che scende le scale" di Duchamp, il soggetto è fermo e sei tu a dare il movimento. Nel Santuario di Meda il soggetto è naturalmente il Santuario ed io racconto totalmente la parete, dandogli movimento, un ballo plastico. Questa è la musica di Glenn Gould che si dilata.

Fino al 28 gennaio 2018 la Villa Reale di Monza ha ospitato la mostra "Maurizio Galimberti – San Nicola reMade" composta dall'esposizione di circa 80 opere realizzate nella Basilica di San Nicola di Tolentino a partire dal 2013 sino alle catastrofiche consequenze del terremoto del 2016. Quale valenza ha

assunto il progetto a seguito del sisma?

Il mio progetto è nato prima del sisma, per un mecenate del paese che aveva deciso di far fotografare questo spazio, ricordo il priore quando ci vide il primo giorno nel cappellone con questa scatoletta Polaroid ci disse: "Ma cosa ci fai li con quella macchinetta" e gli risposi: "Vedrai tra due o tre mesi, vedrai quanto lavoro faremo".

Fu un bellissimo inizio perché, dopo la Basilica degli Scrovegni e dopo la Cappella Sistina - alcuni dicono che è meglio quella di Padova, altri dicono che è meglio quella Sistina, pero insomma, siamo a quei livelli - San Nicola viene subito dopo. Un posto magico con affreschi meravigliosi del Trecento di Pietro da Rimini. La cosa bella è che San Nicola era un qualcosa già di bello prima, poi quando è venuto il sisma, la chiesa è stata purtroppo danneggiata, la facciata rischia di cadere perché c'è attaccata sopra una facciata di marmo e ora ci sono i ponteggi.

E tu sei andato lì in quel luogo dopo il sisma?

lo ho lavorato lì anche dopo, quando la chiesa per problemi strutturali e paura è stata chiusa.

È stato un danno enorme per un paese che aveva un indotto di 500 mila turisti l'anno che andavano a visitare la Cappella e che poi si fermavano a mangiare il panino e a comprare i souvenir. All'improvviso al paese sono crollate le case, è diventato un paese fantasma e soprattutto si è ritrovato con un'economia distrutta. Questo mio progetto è andato avanti perché mi hanno permesso di entrare in chiesa. Secondo me l'immagine più simbolica è stata quella della statuina, tutta rotta, che ho messo sull'altare e fotografato con la Giant Polaroid 50x60 cm. Una macchina enorme, ce ne sono tre al mondo. Volevamo proprio portare un mezzo tecnico che attirasse l'attenzione dei media per la sua conformità tecnica.

Quanto può valere una tua opera fatta con la Giant Polaroid 50x60 cm?

Le opere con quella polaroid normalmente valgono sui 5.000-6.000 euro.

Hai in qualche modo fissato una memoria storica-artistica che quindi non ci sarà più?

No, le opere ci sono, ma tante sono fratturate, si vede nelle fotografie perché ci sono dei cerotti a coprire delle parti.

Non è che non ci sono più, ma chissà quando saranno fruibili, sarà sicuramente una testimonianza di come era e come è.

Tolentino è crollato all'interno, le case da fuori non sembrano cadute, ma poi dentro è tutto sfondato. Il sindaco ha fatto mettere delle catene di legno alle case, per evitare di fare la zona rossa, creando così una morte civile. Ha messo questi tiranti per rendere agibili le zone, tirano la casa e questa non crolla. Si faranno lavori all'interno delle case con il triplo dei costi, cercando di tenere su le pareti esterne anche per non perdere la storia.

C'è un paese, Castelluccio, un borgo meraviglioso completamente raso al suolo

dal terremoto, famoso perché in primavera fioriscono i tulipani, creando delle distese meravigliose. Anche qui purtroppo è crollato tutto.

A Castelluccio quando c'è la fioritura, dal 20 maggio, si riuniscono migliaia di fotografi e se si guarda ora, il paese è distrutto, era bellissimo. Ma la cosa incredibile è che nonostante sia tutto crollato, i fiori continueranno a fiorire.

Quindi quel lavoro è per ridare la speranza e smuovere le coscienze.

Esiste ancora distinzione tra Arte e Fotografia?

Diciamo che oramai i fotografi che vogliono diciamo "fare fotografie per fare il fotografo", quindi il fotogiornalista, hanno dei problemi perché il sistema digitale, i social hanno ammazzato il lavoro del reporter.

Secondo me la fotografia più possibile oggi e quella che il fotografo deve percorrere per cercare di entrare nel mondo dell'arte, nelle gallerie per vendere e stare in piedi, senza ridurlo ad un hobby e fare invece il farmacista per mangiare, è la fotografia che guarda all'arte.

La mia dialoga con la storia per poi diventare quello che è, senza la presunzione di inventare ma di riscrivere quello che hanno scritto i pittori, gli scultori, i musicisti e il cinema per poi ritirali fuori con la mia fotografia, così sarà una storia che avrà un senso.

Quelli che vorranno fare i fotografi per raccontare con i propri occhi solo quello che succede, senza nessuna contaminazione, secondo me non avranno più senso di esistere. Oggi bisogna guardare alla storia dell'arte, a tutte le discipline artistiche, per far sì che il tuo occhio non sia solo il tuo occhio da fotografo, che è banale, ma deve aver visto 2000 e passa anni di storia dell'arte che questo mondo ha.

Esiste una distinzione tra i fotografi che non guardano a niente e pensano che il loro sguardo sia più efficace di tutti che sono quelli destinati a scomparire o a vivere in una pochezza culturale e spirituale; mentre esistono quei fotografi come me che guardano alla storia dell'arte, la mangiano, se ne impossessano e poi la ritirano fuori con la propria visione, loro saranno quelli che sicuramente sono destinati ad esserci, a crescere e a lasciare le proprie testimonianze.

Per tornare alla domanda iniziale, secondo me ormai è un tutt'uno. Per esempio le fiere d'arte, come Artefiera ora, hanno al loro interno fotografia, cultura e pittura tutto insieme.

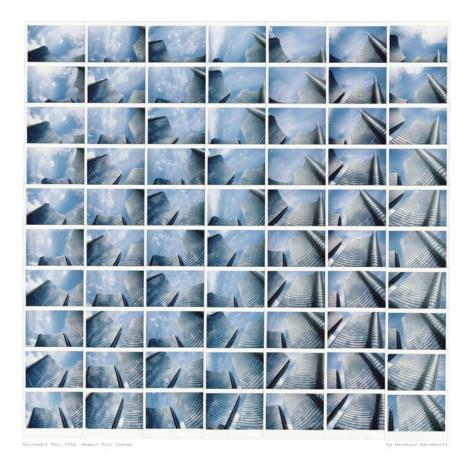
Adesso possiamo dire che forse la fotografia è l'arte più importante.

I giovani oggi fanno tutti fotografia, perché tutti fotografano, partendo dal telefonino, quindi figurati, su 100.000 che fotografano con il telefonino ce ne saranno almeno 10.000 che vogliono fare i fotografi e ce ne saranno 3 che vogliono fare i pittori e 3 che vogliono fare gli scultori. Quindi la fotografia è l'arte contemporanea, al contrario di quello che pensava Baudelaire che la fotografia fosse al servizio della pittura. La fotografia è un'arte bestiale che sta diventando sempre più

importante e forse è la più importante adesso.

Progetti per il futuro? Mi hai detto i fiori...

Sì, i fiori e il progetto Fuji con l'archivio Nodel, poi appunto dei progetti proprio con Fuji Italia forse sull'Italia, sempre con la fotografia istantanea, magari il Gran Tour. Poi un progetto molto bello simile a questo qua di San Nicola ma sul Cenacolo. Ho fatto stampare il Cenacolo su delle copie in grandezza naturale con i colori dell'originale e farò 7 mosaici molto grandi (170x190 cm) per dei collezionisti e tutto il Cenacolo diventerà con 18 apostoli e due Cristi per questa storia della dilatazione.



© Maurizio Galimberti, **UniCredit two**, 2014, Mosaic Fuji Instax



© Maurizio Galimberti, San Nicola Tolentino, **Bagno di Gesù**, 2016



hoto: CPM

EDOARDO ROMAGNOLI

NOME EDOARDO COGNOME ROMAGNOLI ANNO DI NASCITA 1952

lecnica preterita: -otografia

Come nasce la tua passione per la fotografia? A quando risale il tuo primo scatto?

Ho ricevuto la prima macchina fotografica a 6 anni, una Ferrania, e mi ricordo che dalla gioia sono scoppiato a piangere.

A 19 anni ho comperato la mia prima Nikon, una F1, e ho cominciato a scattare in modo cosciente.

Ho viaggiato in tre continenti e ho dormito diversi mesi in tenda; tutte le foto raccontavano i miei viaggi e ho sempre pubblicato i miei *reportages*.

Quali sono stati i maestri a cui hai guardato e che, in qualche modo, rappresentano le radici del tuo essere fotografo e del tuo stile?

Gli artisti che più mi hanno colpito e ispirato sono: Giuseppe Palanti, mio nonno, pittore a Milano tra Scapigliatura e Novecento.

Henri Matisse, maestro nell'usare la luce e i colori in funzione espressiva.

Mark Rotchko, rigoroso e imperfetto espressionista astratto.

Andy Wharol, il Pop per eccellenza.

Richard Long, scultore e fotografo, supremo artista della Land Art, nel quale mi piace immedesimarmi.

I miei maestri sono stati: Giulio Confalonieri, designer tra i più significativi, maestro di estetica e di vita. John Goodman, fotografo, artista e grande comunicatore. Sono arrivato quasi inconsapevolmente a capire che la fotografia che mi interessa

è quella che va al di là della riproduzione della realtà, è quella che racconta una storia, che induce a pensare e che permette di sognare.

Se ti chiedessi chi sono oggi i tre fotografi più interessanti del panorama italiano, chi sceglieresti?

Nino Migliori, ricercatore innovativo ed eclettico sperimentatore.

Settimio Benedusi, per la forza dei suoi scatti e per la capacità di catalizzare intere popolazioni nei suoi progetti di coinvolgimento creativo.

Vittoria Gerardi, giovanissima, per i suoi paesaggi più che perfetti.

Quale messaggio vuoi trasmettere con le tue opere?

Vorrei si percepissero il piacere e la necessità di realizzarle, la possibilità di andare oltre il vero. L'arte rende tutto possibile, dalla più fantasmagorica armonia al più caotico rigore. Mi piace impastare realtà e immaginazione.

La luna è sicuramente il tuo segno distintivo. Quando le hai scattato la prima foto? Cosa rappresenta per te?

Ho scattato le prime foto alla luna alla fine degli anni Ottanta e alcuni di quegli scatti sono stati esposti al Peggy Guggenheim di Venezia in occasione della mostra *Il Diaframma di Lanfranco Colombo - I Maestri della Fotografia*, nel 2005, curata da Roberto Mutti.

La luna ha sempre esercitato il suo fascino su noi umani.

103 ART&LAW Legal journal on art 104

Mi sento un privilegiato per il fatto che la luna accetti di uscire a danzare con me; insieme creiamo disegni meravigliosi e inimmaginabili.

Hai un luogo e/o un momento che prediligi nella giornata quando scatti le foto alle tue lune?

In realtà, per quanto riguarda le foto alla luna, è ininfluente da dove si scatta, l'importante è che non ci sia inquinamento luminoso.

Il mio luogo del cuore è in Sicilia, un terrazzo che conosco bene.



Edoardo Romagnoli, Luna 1691, Il bacio, 2013. Courtesy: Riccardo Costantini Contemporary.

L'avvento del digitale ha mutato il tuo modo di lavorare?

Confesso che in un primo momento sono rimasto sconcertato e disorientato; poi, il digitale ha reso tutto più immediato con una qualità sempre maggiore e ciò

mi ha permesso di spingere il limite sempre più in là.

Esiste una distinzione tra Arte e Fotografia?

L'Arte è un concetto che sta al vertice di ogni processo artistico.

Poi ci sono le Arti: musica, scrittura, disegno, pittura, scultura, fotografia e ora anche disegno digitale.

La fotografia si divide in diverse branche: fotogiornalistica, fotonaturalistica, didattica, scientifica e artistica.

La fotografia artistica è Arte.

In te coesistono due anime profondamente diverse, artista e assicuratore. Quale delle due prevale e in che modo?

L'anima è una sola ed è un'anima artistica. Una persona o è, o non è artista. Un artista può "fare l'artista" o no. Un non artista non può "fare l'artista". lo sono un'anima artistica che ha fatto anche il broker assicurativo.

Hai collaborato, e tuttora collabori, con importanti gallerie e fiere. Qual è il tuo rapporto con il mercato dell'arte? Quanto valgono le tue opere?

Il mio rapporto con i galleristi è sempre stato stimolante e conflittuale.

Ci ho messo anni a capire che se un gallerista "si trattiene delle opere" qualche volta è una testimonianza di apprezzamento e non un furto!

Ho lavorato dagli anni Novanta con galleristi affermati e di grande tradizione e con altri emergenti.

Il rapporto tra artista e gallerista è di fondamentale importanza per l'inquadramento del lavoro che spesso, se l'artista è lasciato a se stesso, schizza in tutte le direzioni.

Il compito di un buon gallerista è ascoltare, conoscere e capire il messaggio dell'artista, indirizzando in modo appassionato e competente la presentazione del lavoro al pubblico e ai collezionisti.

Il valore delle mie fotografie varia dai 1.000,00 ai 10.000,00 euro a seconda del soggetto, dell'edizione (ex su 7) e delle dimensioni.

Progetti per il futuro?

Luna per sempre. Segreta ricerca sul movimento, il colore e la forma dei fiori. Studio, nella fotografia del ritratto con sempre maggior intensità, dell'intimo che si nasconde dietro la faccia.

Svilupperò anche il tema delle Rolling Stones, immense pietre che rendo vive e rotolanti con il movimento della camera in fase di scatto.

Dal punto di vista espositivo prevedo la mia partecipazione al MIA Photo Fair 2018, con la presentazione di un nuovo lavoro sui fiori.

Vorrei esporre il mio lavoro sulla Torre Velasca in Torre Velasca.

Una mostra personale ad aprile 2018 presso la galleria Riccardo Costantini Contemporary di Torino, dal titolo *Pittura e Disegno...*e sarà tutta fotografia.





GIOVANNI RIOCHNOVARA

NOME GIOVANNI COGNOME RICCI-NOVARA ANNO DI NASCITA 1953

lecnica preferita: Fotografia

Come nasce la tua passione per la fotografia? A quando risale il tuo primo scatto?

In realtà da ragazzo sognavo di dipingere, mi piaceva molto...olio, acquerello. Per un po' mi ci sono dedicato, poi, la curiosità mi spinse a provare a realizzare delle immagini utilizzando altri strumenti.

Sulle prime pensai al cinema, mi pareva che "raccontare" fosse la più interessante delle occupazioni, nel frattempo *flirtavo* con la macchina fotografica di mio fratello. Al cinema mi avvicinai con lo slancio della giovinezza, di quel periodo conservo magnifici ricordi. L'empatia che sviluppai con alcuni compagni di quell'avventura è fra le poche che hanno resistito alla prova del tempo.

Non avendo però nulla da raccontare, decisi di soprassedere, nonostante il mio vero interesse fosse la direzione della fotografia, non la regia. Mi concentrai quindi sulla fotografia. Nel frattempo però, avevo già superato i trent'anni. L'idea di frequentar corsi o una scuola specifica non mi parve praticabile e, siccome a quell'età non mi avrebbero nemmeno accettato a "bottega", dovetti imparare da solo.

Quali sono stati i maestri a cui hai guardato e che, in qualche modo, rappresentano le radici del tuo essere fotografo e del tuo stile?

Non avendo svolto nessun apprendistato, mi sono avvicinato alla fotografia pensando alla pittura, era ciò che conoscevo meglio. Più di ogni altro genere mi affascinavano gli interni fiamminghi: Van Eyck, Van der Weyden, il Maestro di Flémalle, le grandi nature morte... quella luce che indaga ostinata i dettagli... quelle prospettive stranianti. Ai miei occhi parevano tele venute da un altro pianeta.

Nel mio immaginario era ben presente anche la pittura di scuola germanica della generazione successiva: il Dürer, l'Altdorfer, il Grünewald...davanti alla grande pala dell'altare di Isenheim, dipinta da quest'ultimo, rimasi inchiodato per un paio d'ore. Aggiungo la grande scuola lombarda: il Foppa, Antonio Campi, il Caravaggio...e mi fermo qui solo perché l'elenco prenderebbe ancora molto spazio.

In fondo, la fotografia, come ogni attività creativa, può avere molte madri. Picasso a Parigi frequentava scrittori e intellettuali d'ogni genere, i pittori erano la minoranza, tra l'altro anche lui si servì della fotografia e non solo per i suoi *collages*.

Sostanzialmente, intendo dire che, più o meno consciamente, ognuno di noi sente l'eco di suggestioni che nel corso del tempo si sono installate nella biblioteca della memoria. Il fatto che questa poggi sulle sabbie mobili del nostro proprio cervello rende tali suggestioni ancor più affascinanti. Inevitabile farle proprie e "usarle". Anche se non si è fotografi.

Se ti chiedessi chi sono oggi i tre fotografi più interessanti del panorama italiano, chi sceglieresti?

Preferisco pensare che la fotografia, così come l'arte in generale, sia un'attività che sfugge al rigore delle dogane. Un'idea non è un prodotto nazionale.

Volendo parlare di autori ancora in attività, vorrei citare Josef Koudelka e Sebastião Salgado. Due autori nei confronti dei quali è fin troppo facile nutrire stima. Certa-

mente ve ne sono molti altri, che spero non me ne vogliano, ma il percorso e i lavori di questi due mi paiono davvero notevoli. Definirli semplicemente fotografi è riduttivo, in realtà sono intellettuali, che incidentalmente usano la macchina fotografica. Vi è inoltre una gran quantità d'immagini verso le quali chiunque si occupi di fotografia ha un debito di riconoscenza. Me ne vengono in mente moltissime e di vario genere: il corsetto di Horst, i peperoni di Weston, i cani di Erwitt... i lavori del gruppo americano f/64. I ritratti di August Sander, quelli di Halsmann... la New York full color di Saul Leiter... e molte, molte altre ancora...

Quale messaggio vuoi trasmettere con le tue opere?

Onestamente, non ho mai pensato di avere un messaggio da trasmettere.

Posso eventualmente dire che mi riesce facile identificarmi nel contenuto di una frase attribuita proprio a Leiter, il quale sosteneva che ritrarre la tristezza e la miseria delle persone non garantisce alle fotografie la patente di serietà...che l'infelicità non è più profonda della felicità. Di mio, posso aggiungere che non considero il "bello" meno vero del "brutto".

Propendere per il bello non è una colpa, ma neppure un motivo plausibile di vanto. Al massimo, è un'inclinazione.

Sei passato dalla fotografia pubblicitaria e di moda alla fotografia d'arte. Cosa ti ha spinto a ritrarre i capolavori dell'arte classica occidentale e mediorientale?

Con la pubblicità e la moda ero arrivato al punto in cui lavorare era diventato molto pesante.

Ad un certo punto si presentò una magnifica occasione che colsi al volo, senza mai pentirmene.

Mi proposero la realizzazione di un progetto sul patrimonio artistico della Grecia antica che prendeva le mosse dal periodo Arcaico e attraversando il Classico approdava all'Ellenistico.

Il committente mi affidò una lunga lista di opere, accompagnata da un'unica richiesta: che le riprese fossero realizzate col banco ottico, formato 13 x 18 cm, in bianco e nero e a colori.

In cambio chiesi e ottenni carta bianca. Fu una bella palestra, in tutti i sensi.

In seguito, mi commissionarono progetti altrettanto interessanti relativi all'arte Bizantina e a quella Islamica; un periodo davvero entusiasmante.

Seguì una lunga e proficua collaborazione con Franco Maria Ricci.

Che ruolo ha il tempo nella storia, nell'arte e nella fotografia secondo te?

Tutto quel che ci riguarda, avviene in una dimensione in cui non sono ammesse pause. Restiamo connessi alla rete senza soluzione di continuità, senza avvertire la necessità di tornare a un ritmo più aderente al nostro. Credo che tutto ciò stia trasformando la nostra percezione del tempo.

A volte, durante certe notti di molto tormento e poca estasi, penso che, in fondo,



Giovanni Ricci-Novara, **Nemrut Dagb**, stampa Fine-Art su carta baritata montata su D-Bond, 145x100 cm. Tiratura 8 esemplari.

siamo il risultato di un numero finito di azioni che si svolgono su quel miserabile palcoscenico in costante mutamento che è la nostra vita. Mentre stiamo lì a recitare la nostra filastrocca, in platea si accomoda il "Tempo", il più temuto dei grandi giudici, nel palco d'onore prende posto Dio e nel loggione, silenziosi e colmi di pietà, svolazzano gli angeli...la speranza che qualcuno, o qualcosa, ci sorprenda dà un valore alle nostre attese...mi pare di vivere immerso in una sorta di eterno fragile presente.

Un presente che vive dell'attesa di ciò che verrà e che spia il futuro avendo come unici riferimenti eventi passati. Un paradosso.

Ci è concesso un unico spazio in cui il tempo, la logica e la coerenza cessano d'esercitare la loro tirannica incombenza: il sogno. Nel sogno siamo finalmente liberi. La "storia" legge il "tempo", lo codifica secondo i parametri della società e lo restituisce in forma di memoria. La necessità di leggere gli eventi in senso retroattivo la rende scienza confutabile per eccellenza. Non per questo è considerata meno importante, o meno affidabile nell'attribuzione di un "senso". Un altro bel paradosso, se vogliamo.

In fotografia, il tempo, è elemento peculiare, non solo dal punto di vista tecnico. La fotografia invecchiando diventa un frammento di storia. Lo dico con un tono piatto, senza enfasi... anche la foto della zia Ester in costume a *pois*, che ci sorride

per sempre dal bagnasciuga, è micro storia.

La collezione Negri-Clementi è costituita da numerosi tuoi lavori e in particolare da una fotografia che ritrae l'opera Tindaro Nero II di Igor Mitoraj del 2008 che domina la hall dello studio. Quando ritrai nelle tue fotografie opere d'arte di altri artisti come rendi originale la tua arte derivata?

Penso che rappresentare un'opera d'arte in modo didascalico, o semplicemente aneddotico, non sia il miglior modo di renderle giustizia. Il rischio di banalizzarla è molto alto.

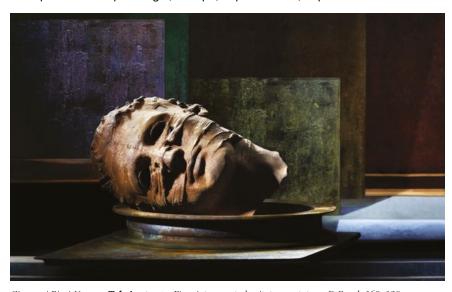
Un'opera d'arte invita a riflettere, farlo in modo personale è inevitabile, forse addirittura auspicabile.

Credo sia anche la sommessa speranza dell'artista.

In ogni caso, è quello che ognuno di noi fa in continuazione. Se all'uscita di un cinema tu fermassi persone del pubblico e chiedessi loro informazioni sul film cui hanno appena assistito, ti ritroveresti con la descrizione di una decina di film diversi... all'uscita di un museo, o di una mostra d'arte contemporanea, il ventaglio di risposte sarebbe probabilmente ancora più ampio.

L'intera storia dell'arte si è formata e si forma tuttora sulle rappresentazioni e sulla storia delle rappresentazioni delle opere più famose.

In un'epoca in cui la nascita della fotografia era ancora molto lontana, già circolavano per tutta Europa disegni, stampe, copie dal vero, copie in scala.



Giovanni Ricci-Novara, **Tybris**, stampa Fine-Art su carta baritata montata su D-Bond, 160x120 cm. Tiratura 8 esemplari.

L'arte stessa è rappresentazione, una rappresentazione che ci parla con un alfabeto trasfigurato.

L'avvento del digitale ha mutato il tuo modo di lavorare?

Quarantatré anni fa, nei laboratori Kodak, fu scattata la prima fotografia con apparecchiatura digitale. Da allora, era il 1975, il digitale ha cambiato e cambierà sempre più in profondità la nostra vita, non solo la fotografia.

Nello specifico, penso che a cambiare, in modo peraltro radicale, sia stato l'aspetto tecnico, il meno importante.

La pellicola è un supporto neutro sul quale è spalmata una gelatina che in sospensione contiene dei cristalli di alogenuro d'argento, i quali, colpiti da un raggio di luce trasformano la propria struttura. È così che si formano luci, ombre e colori. La successiva attivazione di un "misterioso processo chimico" ci consegna la fotografia. Un "oggetto" in grado di restituirci una porzione di mondo, così come esso ci appare, o, per meglio dire, aderente all'idea che ce ne siamo fatti.

Nel digitale, una lunga sequenza di numeri, che corrisponde ai dati raccolti dai fotodiodi presenti sul sensore si trasforma in un'immagine. Il fatto che alla fine di un processo altrettanto misterioso non sia disponibile un oggetto fisicamente tangibile è l'unica differenza.

La sparizione dell'oggetto "negativo-positivo fotografico", ad alcuni, appare come l'improvvido superamento di un limite invalicabile, la violazione di un tabù. In realtà, file digitale e pellicola sono essenzialmente strumenti necessari a rendere percettibile l'eventualità di un'idea. È l'idea che deve essere emotivamente, o intellettualmente interessante, altrimenti dovremmo considerare con emozione e deferenza lo scalpello di Michelangelo, il pennello di Picasso... il legno della pala dell'altare di Isenheim...

Esiste ancora una distinzione tra Arte e Fotografia?

Dipende dall'idea che uno ha dell'arte.

Certamente non tutta la fotografia è arte, come non lo è tutta la pittura, la scultura, la musica... riuscire a distinguere è impegno difficile. Si calcola che, su scala mondiale, si producano due milioni di fotografie al minuto. Se si considera che la prima immagine condivisa in rete ha venticinque anni e il primo *selfie* ne ha dodici... che ci sia un po' di confusione è legittimo.

Progetti per il futuro?

L'intelligenza artificiale è un aspetto della scienza verso il quale si stanno muovendo interessi e capitali enormi. In un futuro ormai prossimo spartiremo l'ufficio, o la sala operatoria, con robot con i quali impareremo a convivere. Sarà un'epoca affascinante, ne sono convinto. Ecco, mi piacerebbe arrivare a fotografare le possibili interazioni emotive fra "le macchine pensanti" e l'uomo. Nello sviluppo di ogni forma di relazione possibile, gli esseri umani hanno dimostrato un'enorme inventiva... ma temo che se ne dovranno occupare altri... diciamo i miei nipoti.



GIOVANNI CROVETTO

NOME GIOVANNI COGNOME CROVETTO ANNO DI NASCITA 1983

Tecnica preferita: Fotografia digitale

Come nasce la tua passione per la fotografia? A quando risale il tuo primo scatto?

All'età di 12 anni, ovvero negli anni in cui il mondo regala alla propria esistenza magiche sorprese, trovai una Olympus OM2 analogica nel cassetto della scrivania di mio nonno nel suo studio della casa di campagna. Senza chiedere il permesso la presi e comprai un rullino da 24. Non avevo mai usato una macchina analogica manuale prima di quel momento, ma solo le usa e getta della Kodak. E la curiosità di capire come funzionasse quel complesso marchingegno mi attirava fortemente. Mi feci dare due dritte da un amico di mio padre e la soddisfazione più grande fu scoprire che, sviluppando quel primo rullino, ci furono solo due scatti bruciati e 22 foto splendide (in realtà erano scatti normalissimi ma ai miei occhi risultavano meravigliosi). Quel giorno segnò l'inizio di un percorso di studio e sperimentazioni, principalmente da autodidatta, di quella che oggi considero essere una delle mie più grandi passioni.

Quali sono stati i maestri a cui hai guardato e che, in qualche modo, rappresentano le radici del tuo essere fotografo e del tuo stile?

A casa possiedo molti cataloghi di fotografia e uno di quelli che mi piace di più sfogliare contiene gli scatti di un progetto intitolato Mare Aperto (*Pleine Mer*) di Jean Gaumy, gran maestro del fotogiornalismo in bianco e nero.

Oltre a Gaumy che stimo tantissimo, i due fotografi che forse più di tutti hanno affascinato i primi anni della mia formazione fotografica son stati Robert Capa e Man Ray. Lo so, sembra una risposta banale e scontata, ma loro mi hanno davvero emozionato negli anni in cui scoprivo la fotografia. Benché siano così diversi tra loro, entrambi rappresentano due icone indiscutibili: il primo non solo ha segnato la storia della fotografia del '900 raccontando il mondo con sensibilità e coraggio, ma rappresenta anche un "mito" per fascino e umanità della sua persona; il secondo invece ho potuto apprezzarlo per tecnica e sperimentazione capaci di far coincidere arte e fotografia in un unicum strepitoso.

Posso dire che questi artisti in particolar modo abbiano influenzato molto il mio "primo essere fotografo", dopodiché col passare degli anni, la mia espressione artistica ha intrapreso strade diverse, molto lontane da quegli stili di fotografia ma comunque con la consapevolezza dell'esistenza di quel passato.

Se ti chiedessi chi sono oggi i tre fotografi più interessanti del panorama italiano, chi sceglieresti?

Oltre a me stesso non saprei... Scherzo! lo ho ancora tanta strada da fare... però devo ammettere di non avere una risposta concreta da offrire ed una classifica da stilare. Passeggiando per le fiere, visitando gallerie d'arte e sfogliando riviste di vario genere ho ammirato tanti bravi artisti giovani, alcuni davvero bravissimi. Tuttavia nonostante in tanti mi abbiano positivamente impressionato, ho come la sensazione che la fotografia abbia raggiunto un certo livello di saturazione e che per rinnovarsi possa solo ripercorrere a ritroso i suoi passi, riprendendo e svilup-

pando stili, tecniche ed idee del passato oppure mischiarsi con altre espressioni artistiche quali la pittura, il collage, la video-art, la musica e altro. I grandi della fotografia Italiana (chiamiamoli i senatori) continuano sicuramente a suscitare interesse (specialmente nella moda, che però conosco poco), ma ho come la sensazione che con la fotografia i giovani facciano fatica ad emergere.

Se dovessi evidenziare qualcuno, lo farei nell'ambito del fotogiornalismo, e così su due piedi mi vengono in mente un paio di nomi che sicuramente hanno fatto parlare di sè negli ultimi anni: Fabio Bucciarelli e Valerio Bispuri.

Quale messaggio vuoi trasmettere con le tue opere?

Ogni progetto nasconde messaggi diversi. Non si può generalizzare per "correnti" perché al momento io non sto seguendo un'unica strada.

Nel mio progetto AOWF (Art Of Wasting Food), ad esempio, voglio da una parte sensibilizzare l'osservatore sul dramma dello spreco alimentare nella nostra epoca e dall'altro ironizzare sulla ricerca sempre più esasperata del diverso (inteso come assurdo e provocatorio) nella presentazione delle pietanze da parte dell'alta ristorazione, ma non solo al fine di stupire solo con il gusto ma anche con l'estetica, quasi come dire che l'apparenza venga prima della sostanza.

In altri miei progetti mi concentro invece più sul racconto del reale, riprendendo lo stile fotogiornalistico con cui mi sono formato. Ad esempio, il progetto creato ad Istanbul "Anime Sospese" racconta la storia di uno dei mestieri più antichi al



Giovanni Crovetto, Le Armature dei pescatori, Progetto Anime Sospese

mondo, quello del pescatore. Osservando queste fotografie si rimane colpiti da un senso di malinconia perché mentre il mondo si evolve velocemente, la routine del loro lavoro è rimasta invariata nei secoli e non prevede grandi miglioramenti per il futuro.

Le tue fotografie spaziano dal Travel allo Sport, dai Microcosmi al Black & White, dal Fish all'Art Of Wasting Food. Come scegli i tuoi soggetti? Ne hai uno preferito?

Sì, vero, sono uno a cui piace spaziare riprendendo soggetti molto diversi tra loro e sperimentando tecniche varie. La fotografia per me è passione e fuga dalla vita reale di tutti i giorni, per cui non mi pongo limiti. Dal mirino della mia macchina fotografica osservo con occhio obiettivo le cose che voglio catturare, oppure semplicemente le colgo in maniera distratta - ma mai casuale - scatto ed infine analizzo il risultato della mia azione.

Tutto molto semplice!

Ad oggi non mi identifico ancora con uno stile unico perché mi piace essere libero da schemi. Forse sono un po' controtendenza, in un mondo in cui tutti si specializzano io non lo faccio e fotografo quello che vedo come voglio. Uno dei miei scatti preferiti è "*Ice Skating*", dove astrattismo e realtà si intrecciano perfettamente creando un'immagine monocromatica (azzurro) che richiama il mondo della pittura astratta.

Esiste ancora una distinzione tra Arte e Fotografia?

Oggi la "tecnica" fotografica è accessibile a tutti (o quasi) e quindi si potrebbe obiettare che non sia più considerabile arte, tuttavia a questa domanda credo si possa trovare una risposta solo definendo il concetto di arte. Se si dà un'accezione "elitaria" al significato di arte - ovvero una cosa che solo in pochi sanno fare - ed altrettanti pochi capire - allora la fotografia si allontana da questa idea per via della massificazione della sua tecnica (anche con uno *smartphone* si riesce a fare un bello scatto); se invece si intende arte come libertà di espressione allora la fotografia rientra, credo, pienamente in questa definizione. Quindi volendo dare una risposta, forse l'elemento discriminante per definire questa distinzione è dato dal contenuto e non dalla tecnica. La fotografia è un mezzo per esprimere arte, tanto quanto lo è la pittura o la musica.

Hai collaborato e tuttora collabori con gallerie e fiere. Qual è il tuo rapporto con il mercato dell'arte? Quanto valgono le tue opere?

Sì, ho collaborato con diverse gallerie e posso affermare di aver vissuto esperienze molto contrastanti tra loro - alcune collaborazioni interessanti ed altre un po' deludenti. Come in ogni campo, oltre al talento ci vuole anche la fortuna di trovare le persone giuste che credano nell'artista e nei suoi progetti, in grado di valorizzarne opere e contenuti e di dare la giusta visibilità. Idealmente gallerista ed artista dovrebbero muoversi insieme e diventare una cosa sola. In pratica, pur-

troppo, non sempre è così.

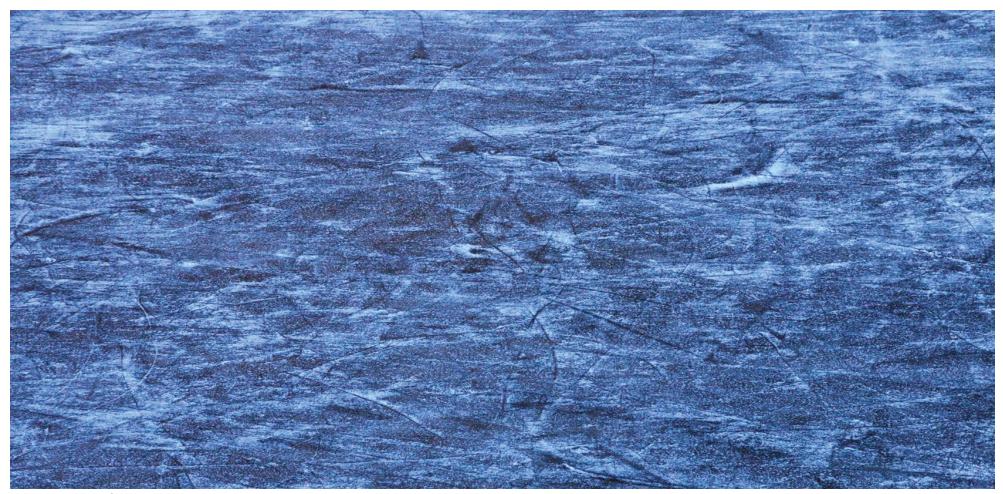
Faccio un paragone con il mio primo lavoro, anch'esso in qualche modo legato ad un prodotto artistico, il vino: oggi si può produrre il vino più morbido ed elegante del mondo ma se non c'è una voce forte capace di promuoverlo, questo rimarrà in cantina e ad un certo punto risulterà imbevibile.

Il valore di un'opera (quadro, fotografia, vino che sia) sta certamente nel suo con-

tenuto ma necessita sempre di una forza importante capace di comunicare con determinazione tale contenuto al pubblico, al mercato... sia questa una galleria, una testata giornalistica o l'artista stesso.

Progetti per il futuro?

Ho tante idee in testa che vorrei realizzare. Al momento sto lavorando su un nuovo progetto di reportage che vorrei presentare a fine 2018.



Giovanni Crovetto, **Ice Skating**

PREMESSA ALL'OSSERVAT

di Filippo Federici e Giovanni Meregalli

Come già illustrato in questo volume (cfr. §, L'opera fotografica protetta dal diritto d'autore di Annapaola Negri-Clementi, pag. 13), la L. n. 633/1941 distingue tre tipologie di fotografie, a ciascuna delle quali corrisponde una disciplina differente: le fotografie creative, quelle semplici e quelle di mera documentazione. Alle fotografie creative è riconosciuta la tutela più ampia del diritto d'autore di cui agli artt. 2 e ss. L. n. 633/1941, le semplici fotografie sono soggette alla tutela dei diritti connessi, regolati dagli artt. 87 e ss. L. n. 633/1941, mentre le fotografie di mera documentazione non godono di alcuna particolare protezione.

Giova sottolineare che anche i soggetti fotografati sono tutelati dalla L. n. 633/1941. Il fotografo, infatti, commetterebbe a sua volta una violazione del diritto d'autore, laddove diffondesse il ritratto di una persona senza il suo consenso (cfr. combinato disposto degli artt. 10 c.c. e 96 L. n. 633/1941).



GIURISPRUDENZA DI LEGITTIMITÀ

a cura di Filippo Federici e Giovanni Meregalli

Cass. civ., sez. l, 29 gennaio 2016 n. 1748, in Riv. dir. ind., 2017, 1, II, p. 230 "In tema di cessione dei diritti di autore sulle fotografie, la previsione di cui all'art. 89 della legge sul diritto di autore, n. 633 del 1941, nello stabilire la regola secondo cui la cessione del negativo o di analogo mezzo di riproduzione della fotografia comprende, salvo patto contrario, la cessione dei diritti previsti nell'articolo precedente [diritti di sfruttamento economico], sempreché tali diritti spettino al cedente, non regola affatto il caso opposto, ossia quello nel quale l'autore delle fotografie abbia trattenuto il negativo (o l'analogo mezzo di riproduzione) limitandosi a cedere all'editore una copia stampata di esso, atteso che in tal caso l'esistenza del patto di unica riproduzione deve essere provata attraverso gli ordinari mezzi, non potendo risultare da una inesistente presunzione di legge."

Cass. civ. sez. III, 27 agosto 2015, n. 17211, in Giust. Civ. Mas., 2015

"L'esposizione o la pubblicazione dell'immagine altrui, a norma dell'art. 10 c.c. e degli artt. 96 e 97 della l. n. 633 del 1941 sul diritto d'autore, è abusiva non soltanto quando avvenga senza il consenso della persona o senza il concorso delle altre circostanze espressamente previste dalla legge come idonee a escludere la tutela del diritto alla riservatezza - quali la notorietà del soggetto ripreso, l'ufficio pubblico dallo stesso ricoperto, la necessità di perseguire finalità di giustizia o di polizia, oppure scopi scientifici, didattici o culturali, o il collegamento della riproduzione a fatti, avvenimenti, cerimonie d'interesse pubblico o svoltisi in pubblico - ma anche quando, pur ricorrendo quel consenso o quelle circostanze, l'esposizione o la pubblicazione sia tale da arrecare pregiudizio all'onore, alla reputazione o al decoro della persona medesima."

Cass. civ., sez. l, 11 agosto 2009, n. 18218, in Riv. dir. ind., 2010, 4-5, II, p. 394 La tutela civilistica del nome e dell'immagine, ai sensi degli art. 6, 7 e 10 c.c., è invocabile non solo dalle persone fisiche ma anche da quelle giuridiche e dai soggetti diversi dalle persone fisiche e, nel caso di indebita utilizzazione della denominazione e dell'immagine di un bene, la suddetta tutela spetta sia all'utilizzatore del bene in forza di un contratto di leasing, sia al titolare del diritto di sfruttamento economico dello stesso".

Nel caso di specie una società, senza ottenere il consenso dell'avente diritto, aveva inserito nel proprio calendario la fotografia di un'imbarcazione di un concorrente, usata a fini agonistici o come elemento di richiamo nell'ambito di campagne pubblicitarie o di sponsorizzazione e apposto (con un montaggio fotografico) nella vela il proprio marchio.

Cass. civ. sez. I, 01 settembre 2008, n. 21995 in Fam. Pers. Succ., 2010, IV, p. 264 nota di BALTI

"È illecita la pubblicazione di ritratti fotografici in violazione dei limiti soggettivi od oggettivi, questi ultimi relativi alle modalità di divulgazione, cui il titolare del diritto all'immagine ba subordinato il proprio consenso alla pubblicazione medesima".

La Cassazione con questa sentenza ha considerato illecita la divulgazione di fotografie di una nota attrice parzialmente nuda senza che il fotografo si fosse accertato che la pubblicazione avvenisse su riviste di prestigio internazionale, requisito cui la persona ritratta aveva condizionato il proprio consenso alla pubblicazione.

Cass. civ., sez. III, 18 marzo 2005, n. 5969 in Dejure

"Nella ipotesi in cui, convenuta la cessione dei diritti di autore su di un'opera fotografica tra fotografo e cessionario, quest'ultimo provveda alla pubblicazione della fotografia, e questa venga, successivamente, riprodotta da terzi, spetta al fotografo il diritto ad un equo compenso (ex art. 91, comma 3, legge n. 633 del 1941) soltanto se, sull'esemplare della fotografia riprodotta, il suo nome risulti espressamente indicato, ovvero se, in assenza di tale indicazione, egli fornisca la prova della malafede del riproduttore, dimostrando che quest'ultimo era, comunque, a conoscenza della prova della malafede del riproduttore, dimostrando che quest'ultimo era, comunque, a conoscenza della provenienza dell'opera".

Cassazione civile, sez. I, 12 marzo 2004, n. 5089 in Dejure

"[...] il concetto giuridico di creatività al quale si riferisce la norma da ultimo citata [art. 1 della L. n. 633/1941 ndr) non coincide con quello di creazione, originalità e novità assoluta, ma si riferisce alla personale ed individuale espres-

sione di un'oggettività appartenente alle categorie elencate in via esemplificativa nell'art. 1 della l. n. 633/1941, di modo che, affinché un'opera dell'ingegno riceva protezione a norma di detta legge, è sufficiente la sussistenza di un atto creativo, seppur minimo, suscettibile di estrinsecazione nel mondo esteriore; con la conseguenza che la creatività non può essere esclusa soltanto perché l'opera consista in idee e nozioni semplici, comprese nel patrimonio intellettuale di persone aventi esperienza nella materia [...]. [...] Nel caso, poi, della fotografia, l'art. 2, n. 7, l. n. 633/1941 esclude dalla protezione del diritto d'autore le semplici fotografie protette ai sensi delle norme del capo V del titolo II. Ciò significa che sono escluse dalla protezione del diritto d'autore le riproduzioni di opere d'arte figurativa (art. 87 l. n. 633/1941). Ma dallo stesso ricorso oggi all'esame della corte risulta che, nella specie, la fotografia in questione non era una semplice riproduzione del dipinto del ricorrente, ma ne costituiva una elaborazione, come tale sufficiente a giustificare, nel ragionamento della corte cagliaritana, l'assunto che si trattasse di opera protetta dal diritto d'autore."

Nella fattispecie *de quo*, la Suprema Corte ha riconosciuto l'applicabilità della piena tutela autoriale alla fotografia di un'opera pittorica, sostenendo che essa non fosse una mera riproduzione dell'opera stessa – nel qual caso la tutela, anche quella più limitata concessa diritti connessi, sarebbe stata esclusa ex art. 87 legge n. 633 del 1941 - bensì una rielaborazione del dipinto, da considerare a tutti gli effetti opera fotografica tutelabile ex art. 2 l. dir. Aut.

APPUNTAMENTI

AGENDA

SEZIONE	COSA VEDERE	DOVE	QUANDO
Art Exhibition	Luci del nord.	Forte di Bard	dal 3/2
	Impressionismo in Normandia	Bard	al 17/6 2018
Art Exhibition	Sandro Chia e I guerrieri di Xi'An	Pinacoteca metropolitana "Corrado Giaquinto" Bari	dal 21/10 2017 al 31/3 2018
Art Exhibition	Raffaello e l'eco del mito	Accademia Carrara Bergamo	dal 27/1 al 6/5 2018
Art Gallery	Simon Linke – Solo Show	Galleria Thomas Brambilla Bergamo	dal 24/2 al 6/4 2018
Art Gallery	Gianni Dessì. Sestante	Otto Gallery Arte Contemporanea Bologna	dal 20/1 al 15/4 2018
Art Gallery	Foreign bodies.	P420	dal 1/2
	John Coplans + June Crespo	Bologna	al 31/3 2018
Art Exhibition	Picasso, De Chirico, Morandi. 100 capolavori del XIX e XX secolo dalle collezioni private bresciane	Palazzo Martinengo Brescia	dal 20/1 al 10/6 2018
Art Exhibition	Da Giotto a De Chirico.	Castello Ursino	dal 26/10
	I tesori nascosti	Catania	al 20/5 2018
Art Exhibition	Toulouse Lautrec.	Palazzo della Cultura	dal 7/2
	La Ville Lumière	Catania	al 3/6 2018
Art Exhibition	Monet experience and the	Santo Stefano al Ponte	dal 17/11 2017
	Impressionists	Firenze	al 1/5 2018
Art Exhibition	Nascita di una nazione.	Palazzo Strozzi	dal 16/3
	Tra Guttuso, Fontana e Schifano	Firenze	al 22/7 2018
Art Exhibition	Picasso. Capolavori del Museo	Palazzo Ducale	dal 10/11 2017
	Picasso	Genova	al 6/5 2018
Art Exhibition	Van Dyck e i suoi amici.	Palazzo della Meridiana	dal 9/2
	Fiamminghi a Genova 1600 -1640	Genova	al 10/6 2018
Auction	Dipinti antichi	Wannenes Genova	il 21/3 2018
Art Exhibition	Il segno dell'avanguardia.	Fondazione Ragghianti	dal 23/2
	I Futuristi e l'incisione	Lucca	al 15/4 2018

SEZIONE	COSA VEDERE	DOVE	QUANDO
Art Exhibition	Sol LeWitt.	Fondazione Carriero	dal 16/11 2017
	Between the lines	Milano	al 23/6 2018
Art Exhibition	Outfit '900	Palazzo Morando Milano	dal 20/12 2017 al 4/11 2018
Art Exhibition	Sotto il cielo di cristallo	Castello Sforzesco Milano	dal 21/12 2017 al 18/3 2018
Art Gallery	Axel Lieber. Primo piatto	MAAB Gallery Milano	dal 25/1 al 23/3 2018
Art Exhibition	Frida.	MUDEC	dal 1/2
	Oltre il mito	Milano	al 3/6 2018
Art Gallery	Carlo Ciussi. La pittura come	Galleria A Arte Invernizzi	dal 7/2
	fisicità del pensiero	Milano	al 29/3 2018
Art Gallery	Davide Benati: Back to Italy	Luca Tommasi Arte Contemporanea Milano	dal 8/2 al 17/3/2018
Art Gallery	Marco Mazzucconi.	Primo Marella Gallery	dal 8/2
	Promenade	Milano	al 23/3 2018
Art Gallery	Franco Grignani: Subperception	Galleria 10 A.M. Art Milano	dal 10/2 al 24/3 2018
Art Exhibition	Post Zang Tumb Tuuum. Art Life	Fondazione Prada	dal 18/2
	Politics. Italia 1918-1943	Milano	al 25/6 2018
Art Gallery	Kind of a day in Milano.	Galleria Carla Sozzani	dal 21/2
	Photographs by Bruce Weber	Milano	al 8/4 2018
Art Exhibition	Albrecht Dürer e il Rinascimento	Palazzo Reale	dal 21/2
	fra la Germania e l'Italia	Milano	al 24/6 2018
Art Gallery	Ljubodrag Andric. Spazi invisibili	Mimmo Scognamiglio Artecontemporanea Milano	dal 22/2 al 9/4 2018
Art Exhibition	Italiana. L'Italia vista dalla moda	Palazzo Reale	dal 22/2
	1971-2001	Milano	al 6/5 2018
Art Gallery	Fred Sandback	Cardi Gallery Milano	dal 22/2 al 6/6 2018
Art Gallery	Alighiero Boetti.	Galleria Dep Art	dal 28/2
	Il mondo fantastico	Milano	al 28/4 2018
Art Gallery	Tobias Zielony.	Lia Rumma Gallery	dal 1/3
	Maskirovka	Milano	al 14/4 2018
Art Gallery	Karim Noureldin.	Ribot Gallery	dal 7/3
	Tekati	Milano	al 28/4 2018
Art Exhibition	Impressionismo e Avanguardie. Capolavori dal Philadelphia Museum Of Art.	Palazzo Reale Milano	dal 7/3 al 2/9 2018
Art Fair	MIA Photo Fair	The Mall Milano	dal 9/3 al 12/3 2018

SEZIONE	COSA VEDERE	DOVE	QUANDO
Art Exhibition	Novecento di Carta	Castello Sforzesco Milano	dal 23/3 al 1/7 2018
Auction	Asta di Moto	Finarte Milano	il 25/3 2018
Art Exhibition	Giosetta Fioroni. Viaggio sentimentale	Museo del Novecento Milano	dal 6/4 al 26/8 2018
Auction	Arte Moderna e Contemporanea	Christie's Milano	dal 11/4 al 12/4 2018
Art Fair	Miart	Fiera Milano city Milano	dal 13/4 al 5/4 2018
Art Fair	Salone del Mobile	Fiera Milano Rho Milano	dal 17/4 al 22/4 2018
Auction	Historica, tappeti e tessuti	II Ponte Milano	dal 18/4 al 20/4 2018
Auction	Arte Moderna e Contemporanea	Sotheby's Milano	dal 19/4 al 20/4 2018
Auction	Arte Moderna e Contemporanea	Cambi Milano	il 8/5 2018
Auction	Fotografia	Finarte Milano	il 30/5 2018
Auction	Arte Moderna e Contemporanea	Finarte Milano	il 31/5 2018
Art Exhibition	L'esercito di terracotta e il primo imperatore della Cina	Basilica dello Spirito Santo Napoli	dal 24/10 201 al 8/4 2018
Art Gallery	Naples: mostra inaugurale	Thomas Dane Gallery Napoli	dal 25/1 al 24/3 2018
Art Exhibition	Oliviero Toscani. Più di cinquant'anni di magnifici fallimenti	Castello Aragonese Otranto	dal 20/1 al 31/3 2018
Art Exhibition	Steve McCurry. Icons	Scuderie del Castello Visconteo Pavia	dal 3/2 al 3/6 2018
Art Fair	PaviArt - Fiera d'arte moderna e contemporanea	Palazzo delle Esposizioni Pavia	dal 7/4 al 8/4 2018
Art Exhibition	Monet	Complesso del Vittoriano Roma	dal 19/10 201 al 3/6 2018
Art Exhibition	La Madonna Esterházy di Raffaello	Palazzo Barberini Roma	dal 31/1 al 8/4 2018
Art Gallery	Kiki Smith. Procession	Galleria Locarn O'Neill Roma	dal 2/2 al 3/6 2018
Art Exhibition	Carlo Alfano. Soggetto spazio oggetto	MART Rovereto	dal 5/11 2017 al 22/4 2018

SEZIONE	COSA VEDERE	DOVE	QUANDO
Art Gallery	Il paradigma di Kuhn	Galleria FuoriCampo Siena	dal 21/1 al 31/3 2018
Art Exhibition	L'occhio magico di Carlo Mollino. Fotografie 1934-1973	CAMERA Torino	dal 18/1 al 13/5 2018
Art Exhibition	Ferenc Pintér. L'illustratore perfetto	Museo Ettore Fico Torino	dal 24/1 al 22/4 2018
Art Gallery	Peter Mohall	Luce Gallery Torino	dal 22/2 al 21/4 2018
Art Exhibition	Renato Guttuso – L'arte Rivoluzionaria nel Cinquantenario del '68	GAM Torino	dal 23/2 al 24/6 2018
Art Gallery	Edoardo Romagnoli. Pittura e disegno	Riccardo Costantini Contemporary Torino	dal 19/4 al 12/5 2018
Auction	Monete, banconote e medaglie	Bolaffi Torino	dal 31/5 al 1/6 2018
Art Exhibition	Canova, Hayez, Cicognara. L'ultima Gloria di Venezia	Gallerie dell'Accademia Venezia	dal 29/9 2017 al 2/4 2018
Art Exhibition	Passioni visive di Marino Marini	Collezione Peggy Guggenheim Venezia	dal 27/1 al 1/5 2018
Art Gallery	COMBE - Lu Song	Galleria Massimo De Carlo Hong Kong	dal 18/1 al 23/3 2018
Art Gallery	Piero Dorazio. Chromatic Fantasies	Tornabuoni Art Londra	dal 24/1 al 13/4 2018
Art Gallery	More than words	Mazzoleni Gallery Londra	dal 23/2 al 12/5 2018
Art Gallery	Angela Lyn: floating gardens	Cortesi Gallery Londra	dal 2/3 al 10/5 2018
Auction	20th Century & Contemporary Art Day Sale	Phillips Londra	dal 8/3 al 9/3 2018
Art Gallery	All that you see here, forget. Aslan Gaisumov	Emalin Gallery Londra	dal 13/3 al 28/4 2018
Auction	Old Master Paintings	Bonhams Londra	il 25/4 2018
Auction	Modern e Contemporary South Asian Art	Sotheby's New York	il 19/3 2018
Auction	19th Century European Art	Christie's New York	il 18/4 2018
Art Gallery	Franz Gertsch, Alex Katz, Billy Childish	Galleria Monica De Cardenas Zuoz	dal 3/2 al 31/3 2018

CHI SIAMO



Negri-Clementi Studio Legale Associato è uno "studio-boutique" con sedi a Milano, Verona e Vicenza. Lo Studio nasce all'inizio del 2011 per impulso dell'Avvocato Gianfranco Negri-Clementi, consulente e legale di fiducia di importanti gruppi bancari, assicurativi e industriali italiani e multinazionali, il quale, dopo aver creato nel corso di cinque decenni altre realtà di primo piano nel panorama non solo italiano degli studi professionali, ha deciso di intraprendere una nuova sfida per fondare una boutique di consulenza legale. Ha scelto di aderire a questa sfida la figlia Annapaola Negri-Clementi, oltre ad altri professionisti provenienti da alcuni dei più importanti studi legali nazionali e internazionali e con consolidate esperienze nel settore del diritto civile e commerciale, sia nell'attività difensiva giudiziale sia nella consulenza stragiudiziale, con particolare riferimento alle operazioni stragrdinarie e alle ristrutturazioni aziendali. Lo Studio offre un servizio integrato di assistenza e consulenza nell'ambito del diritto d'impresa: diritto commerciale e societario; corporate governance; contenzioso e arbitrati; diritto immobiliare; diritto amministrativo; diritto bancario, assicurativo e finanziario; diritto del lavoro; diritto dei mercati finanziari; diritto del mercato elettrico; diritto penale d'impresa; M&A e private equity; passaggi generazionali; PMI; proprietà intellettuale; ristrutturazioni e procedure concorsuali; sicurezza e ambiente e diritto dell'arte. Sotto questo profilo lo Studio garantisce alla propria clientela servizi di assistenza e di consulenza legale nell'acquisto o nella vendita di opere d'arte, in materia di successioni e donazioni, di sponsorizzazioni culturali e art bonus, di contratti di assicurazione, di deposito, di prestito, di noleggio, di costituzione di fondazioni, di trust e di fondi di opere d'arte, di dichiarazioni di interesse culturale delle opere d'arte e nelle pratiche per l'uscita definitiva di beni culturali o delle opere d'arte contemporanea dall'Italia verso altri paesi europei o extra-europei, fornendo la relativa assistenza nell'iter procedurale davanti alle competenti Soprintendenze e al Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo. Oltre il diritto dell'arte, Negri-Clementi Studio Legale Associato fornisce servizi di consulenza e di assistenza specialistica nel settore dell'arte orientando la propria clientela (banche, assicurazioni, società, associazioni, fondazioni, enti culturali e privati cittadini) nei mercati dell'arte antica, moderna e contemporanea, offrendo soluzioni indipendenti, riservate e mirate per la creazione, la gestione, la valorizzazione, la protezione e il mantenimento del patrimonio artistico. Collabora con un network di partner che si distinguono per talento ed esperienza nel campo dell'arte e che assicurano un servizio altamente qualificato. Lo Studio presta inoltre consulenza nella determinazione delle strategie di gestione e di valorizzazione personalizzate, nella protezione dei patrimoni artistici, oltre che nella consulenza tecnico-logistica e assicurativa (come trasporto, custodia e restauro), con riguardo a singole opere d'arte o a intere collezioni. Lo Studio fornisce inoltre servizi di creazione, gestione e valorizzazione di collezioni corporate di opere d'arte, oltre che servizi di consulenza legati a piani di risanamento aziendale e ristrutturazione del debito tramite patrimoni artistici corporate ed è in grado di fornire soluzioni ad hoc nell'ambito dei servizi di noleggio di opere d'arte. Lo Studio è attivo nel percorso di educazione all'arte attraverso la creazione e la realizzazione di format di eventi e programmi di formazione in campo artistico e culturale, organizza visite guidate a mostre e fiere internazionali di settore, nonché eventi esclusivi quali vernissage presso gallerie e studi d'artista, programmazione di corsi di formazione, giornate di studio, incontri e seminari nelle discipline artistiche, economiche e giuridiche in collaborazione con primarie università, case d'asta, riviste di settore e fondazioni culturali.

All'estero, Negri-Clementi Studio Legale Associato si avvale – secondo formule di collaborazione che garantiscono la massima qualità, tempestività e flessibilità di intervento – del contributo di professionisti e strutture terze che condividono valori e approccio al lavoro.

RINGRAZIAMENTI



IL MIO RICORDO DI GIANFRANCO

di Remo Danovi

Ho sempre avuto una grande devozione per l'arte. Nei primi anni della mia attività professionale seguivo con cura e attenzione tutte le mostre di Milano. Ero allora attratto dall'arte astratta, che mi sembrava di gran lunga più virtuale, più apertamente creativa rispetto all'arte figurativa, che rappresentava allora la contrapposizione. Visitare ad esempio lo studio di Capogrossi a Roma, nel 1964, e ottenere da lui un dipinto, mi dava grande piacere.

Poi tutto si è modificato nel tempo e oggi assisto quotidianamente a forme di arte che è difficile ricondurre al concetto tradizionale: per arte viene intesa molte volte non l'opera ma la struttura stessa che la contiene; per arte sono identificate le installazioni, le performance, le fotografie più o meno astratte dei luoghi comuni, insomma tutto ciò che è innovativo rispetto al passato. Un'ulteriore forma artistica è considerata l'espressione nei diversi luoghi del vivere quotidiano della città: lo street artist, rispetto al writer, è un'artista che riafferma la propria capacità e competenza nel modo che gli è congeniale, dipingendo muri e lasciando grandi tracce di sé nei luoghi deputati alla conoscenza e alla circolazione delle persone.

Tutto questo mi viene in mente pensando alla cultura di Gianfranco, che è stato da me sempre apprezzato non solo per le sue capacità giuridiche ma anche per le sue grandi qualità artistiche e per il rispetto che aveva per l'arte. Quando negli anni scorsi ho visto per la prima volta una enorme scultura bronzea di Igor Mitoraj, *Tsuki-No-Hikari* ("Chiaro di Iuna") nel loggiato del cortile antistante il British Museum, in occasione di una mostra straordinaria ancora oggi ricordata, *Time Machine Traces*, capii che Gianfranco era di gran lunga molto più avanzato rispetto alle normali espressioni artistiche o ai conoscitori dell'arte. Aveva già scoperto da tempo Mitoraj, quando era ancora poco conosciuto e si era stabilito a Pietrasanta per scolpire anche il marmo, lui che modellava si può dire ogni materiale. E Gian-

franco dei suoi marmi e di altre opere si è circondato, scegliendolo come uno dei più importanti tra gli autori della sua collezione vasta e straordinaria. Soprattutto, aveva stabilito una profonda amicizia con lo scultore di origine polacca (le cui opere oggi arricchiscono molte città italiane), al punto da diventare spesso interprete dei suoi pensieri, dando loro forma e sostanza nella parola scritta, con la quale Mitoraj aveva meno familiarità perché, diceva di sé, «io sono un contadino». Ho apprezzato Gianfranco anche per questa sua capacità di capire l'arte, di vederla da lontano, e di incontrare attraverso l'arte le persone. L'ho apprezzato per il museo artistico che ha saputo realizzare intorno a se stesso, nell'ambiente professionale in cui operava. E poi per la sua capacità di trasposizione della sensibilità artistica in una cultura giuridica. A lui si devono gli scritti più importanti che collegano arte e diritto, per conoscere tutte le implicazioni dell'arte dal punto di vista economico, giuridico, sociale. Questa è l'opera che resta di lui. E questo è il ricordo che voglio conservare, che mi fa piacere conservare, ed è il ricordo che si mantiene vivo nel corso del tempo.



CONSERVAZIONE E RESTAURO DELLA FOTOGRAFIA

Via Cascina Mojetta 24 20148 Milano tel. 3455734065 E-mail: info@centroberselli.it

www.centroberselli.it

Lo Studio Berselli, attivo prima a Bologna poi a Milano, si occupa dei diversi aspetti collegati alla conservazione delle opere fotografiche. Fondato nel 1988 da Silvia Berselli dopo un periodo di studio e lavoro in Francia, Stati Uniti e Lussemburgo. Oltre al settore della fotografia storica lo Studio ha ampliato la sua attività anche al mondo del contemporaneo. Sempre più spesso infatti nuovi materiali fotografici quali i documenti elettronici, le fotocopie o le stampe digitali, richiedono un intervento conservativo da parte di specialisti. Lo Studio è nato per offrire supporto tecnico specifico a quanti operano nel settore della fotografia grazie all'esperienza maturata in trent'anni di progetti anche internazionali.

I principali servizi svolti coprono l'attività di consulenza per la riqualificazione conservativa delle raccolte fotografiche e la gestione delle esposizioni. Un settore di rilievo è quello peritale che riguarda sia le valutazioni patrimoniali delle collezioni che delle singole fotografie offrendo un servizio di supporto tecnico in caso di controversia.

Il restauro è il settore in cui lo Studio si distingue per esperienza e qualificazione, tanto da essere il principale punto di riferimento italiano. Ciò è testimoniato dai progetti svolti per le principali fototeche italiane tra cui l'Istituto Nazionale per la Grafica, l'Istituto Centrale per il Restauro, la Cineteca Nazionale o la Biennale di Venezia. Numerose sono poi le fototeche di Soprintendenze, Regioni, Comuni o semplici Istituzioni locali che si sono rivolte allo Studio per problemi di restauro. Grazie all'alto livello professionale dello Studio riconosciuto anche all'estero studenti di Francia, Svizzera, Germania e Grecia hanno potuto perfezionarsi in Italia.



Viale Giuseppe Mazzini, 11 00195 Roma www.sosarchivi.it info@sosarchivi.it

L'Associazione no profit SOS Archivi nasce per promuovere la prevenzione delle situazioni accidentali che possono danneggiare gli archivi documentali e le biblioteche e per offrire, in caso di necessità, immediato intervento specialistico in situazioni di urgenza.

Riunendo i professionisti dei beni culturali e presentandosi come punto di incontro tra il settore pubblico e privato, l'Associazione desidera diffondere una cultura operativa finalizzata alla corretta tutela e valorizzazione del ricco patrimonio archivistico italiano. SOS Archivi si occupa principalmente di aumentare la consapevolezza del rischio negli archivi e nelle biblioteche, nelle aziende pubbliche e private, anche attraverso l'adozione di metodologie e strumenti di prevenzione condivisi, in particolare nelle fasi di pre e post evento dannoso o calamitoso. Tra gli obiettivi, quello di formulare nuove proposte e recepire quelle attuali, diffondendo particolari misure di prevenzione mirate ad una corretta gestione delle emergenze in coordinamento con le principali istituzioni e quello di promuovere, sviluppare attività informative e di comunicazione dedicate agli operatori del settore.

Dato l'elevato rischio idrogeologico a cui è soggetto il nostro Paese, con il coinvolgimento di enti italiani ed internazionali nell'ambito della salvaguardia e valorizzazione dei beni culturali, l'Associazione organizza tavole rotonde, workshop teorici e pratici e campagne di divulgazione che sensibilizzino sull'importante tema della prevenzione, soprattutto dai danni causati da eventi naturali.

Dal 2015, SOS Archivi ha istituito un Comitato Tecnico Scientifico per la valutazione di progetti di recupero e tutela di archivi e biblioteche, favorendo e organizzando iniziative mirate alla raccolta di finanziamenti e donazioni volti alla loro realizzazione.

145 ART&LAW Legal journal on art 146

DISCLAIMER

La presente pubblicazione è distribuita e curata da Negri-Clementi Studio Legale Associato. Pur ponendo la massima cura nella predisposizione della presente pubblicazione e considerando affidabili i suoi contenuti, Negri-Clementi Studio Legale Associato non si assume alcuna responsabilità in merito all'esattezza, completezza e attualità dei dati e delle informazioni nella stessa contenuti ovvero presenti sulle pubblicazioni utilizzate ai fini della sua predisposizione. Di conseguenza Negri-Clementi Studio Legale Associato declina ogni responsabilità per errori od omissioni. La presente pubblicazione è fornita per meri fini di informazione e illustrazione. Negri-Clementi Studio Legale Associato non potrà essere ritenuto responsabile, in tutto o in parte, per i danni derivanti dall'uso, in qualsiasi forma e per qualsiasi finalità, dei dati e delle informazioni contenute nella presente pubblicazione. La presente pubblicazione, previa comunicazione, potrà essere riprodotta unicamente nella sua interezza ed esclusivamente citando il nome di Negri-Clementi Studio Legale Associato, restandone in ogni caso vietato ogni utilizzo commerciale. La presente pubblicazione è destinata alla consultazione da parte della clientela di Negri-Clementi Studio Legale Associato cui viene indirizzata e in ogni caso non si propone di sostituire il giudizio personale dei soggetti a cui si rivolge.

Se desiderate ricevere ART&LAW via e-mail scrivete a: info@negri-clementi.it

Per informazioni in merito a contributi, articoli e argomenti trattati, scrivere o telefonare a:

Negri-Clementi Studio Legale Associato Via Bigli 2, 20121 Milano T +39 02 303049

F +39 02 76281352 E info@negri-clementi.it

© 2016 - 2018 Negri-Clementi Studio Legale Associato © 2016 - 2018 Art&Law

© 2018 - 2018 AriGlaw
© 2018 gli autori per i loro testi