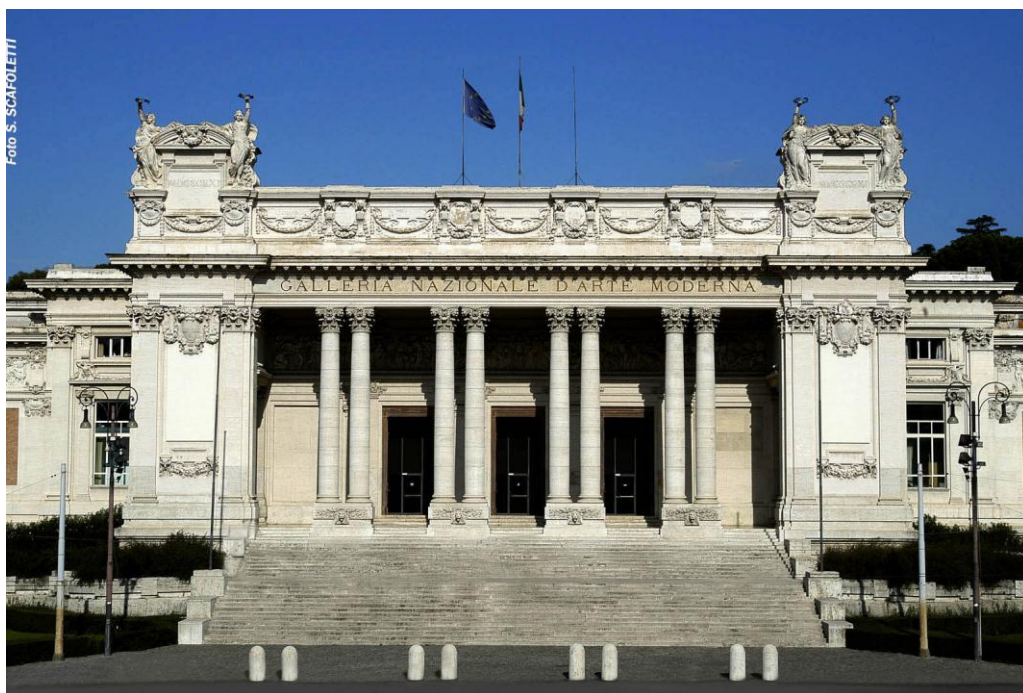


ESPOSIZIONE CORPORATE ART

L'azienda come oggetto d'arte

Invito a presentare collaborazioni
arte-azienda



INVITO

Esposizione “Corporate Art”

“Il buon business è l’arte migliore”
- Andy Warhol

La **Galleria Nazionale di Arte Moderna (GNAM)**, in collaborazione con **pptArt**, è lieta di invitare la sua Azienda a partecipare ad una esposizione sul tema “**Corporate Art**” volta a valorizzare il ruolo di manager e aziende che hanno saputo reinterpretare la relazione tra il mondo del business e la creatività artistica.

Arte e business: un rapporto di amore-odio lungo un secolo

Nel pieno del fermento artistico degli anni 60, all’apice di un rapido sviluppo economico che aveva portato gli Stati Uniti a diventare la prima potenza mondiale, Andy Warhol esprimeva la sua critica della società dei consumi riproducendo in serie scatole di zuppa e confezioni di Corn Flakes. Avendo costruito il suo successo personale sui meccanismi dei mass-media, Warhol sapeva apprezzare e riconoscere la complessità del mondo aziendale tanto da affermare di aver iniziato la carriera come uno dei tanti “commercial artist” e di averla finita come “business artist” di successo. Prima della Pop Art, già all’inizio degli anni 20, in un contesto pervaso dall’entusiasmo per la nascente società dei consumi e dalla ventata di creatività che la comunicazione aziendale stava introducendo nel mondo dell’arte, il manifesto dada di Tristan Tzara affermava provocatoriamente che “anche la pubblicità e gli affari sono elementi poetici”.

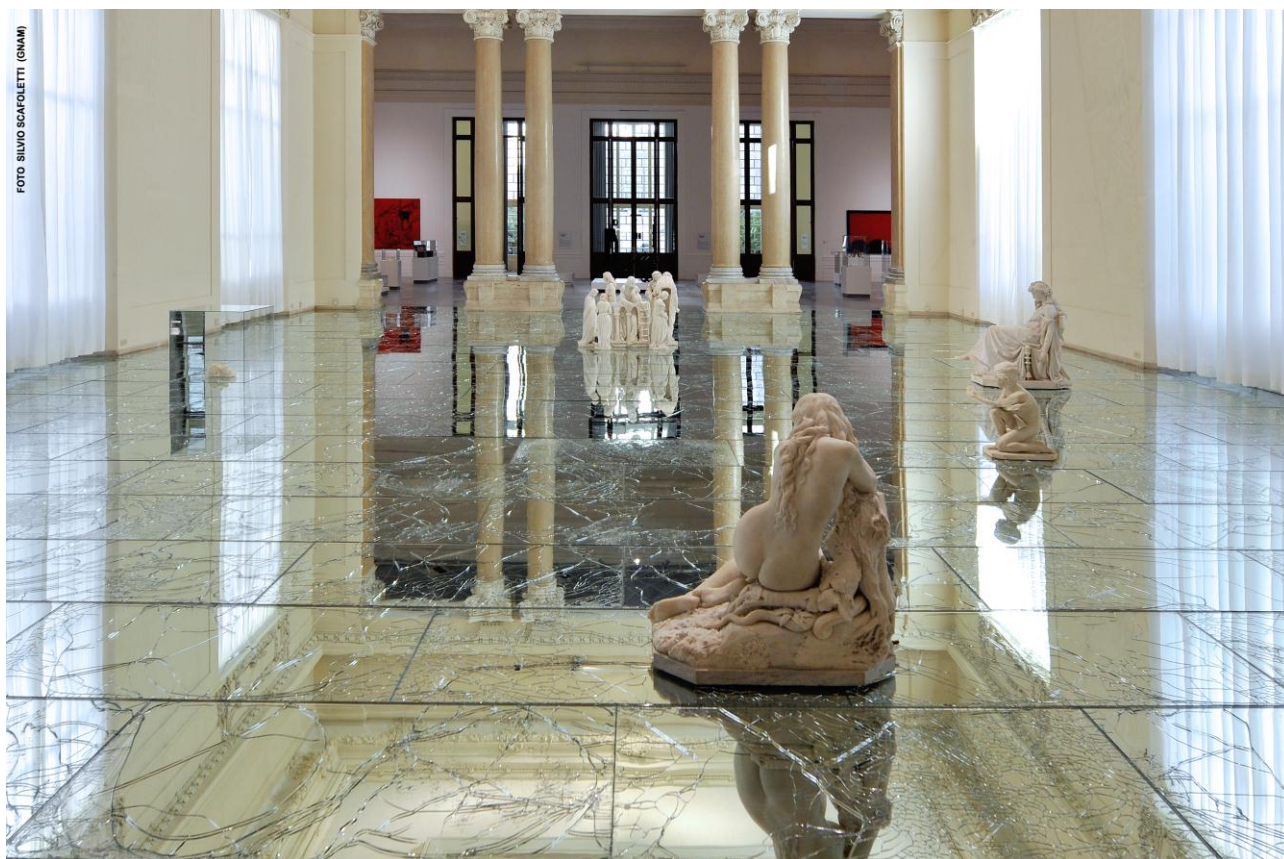
Una parabola, quindi, che si apre con l’entusiasmo dada e futurista per il mondo della pubblicità e si chiude, mezzo secolo più tardi, con la Pop Art e la sua feroce critica della massificazione e del livellamento sociale.

Spenti ormai i fuochi e le passioni intorno alla società dei consumi e al sistema produttivo, oggi l’impresa è tornata ad essere una scatola fredda e impersonale, relegata al ruolo di mecenate passivo di eventi culturali. Si è andata progressivamente ampliando la contrapposizione tra l’arte, tempio indiscusso della libertà e della creatività, e il mondo aziendale, arido tentativo della mente umana di introdurre un ordine razionale nel caos dei mercati e dei desideri umani. Raramente si considera il business come una fonte di complessità e bellezza in grado di fornire nuovi spunti all’arte stessa. Il mondo dell’arte, nel rifiutare a priori questo confronto, si è privato di un interessante campo di esplorazione.

L'esposizione "Corporate Art"

L'obiettivo dell'esposizione di Corporate Art è quello di recuperare la tradizione di una profonda collaborazione e interazione tra l'arte e il mondo aziendale, mostrando come negli ultimi anni ci siano stati segnali inequivocabili di una riscoperta delle potenzialità artistiche all'interno dei processi di marketing e di comunicazione aziendale.

L'evento sarà organizzato dal primo luglio al 15 ottobre 2015 negli spazi della GNAM nel settore Expo3 al secondo piano.



L'evento riceverà ampia visibilità sui media nazionali e di settore. Gli organizzatori si impegnano a massimizzare la visibilità dell'iniziativa sugli opportuni canali di comunicazione (TV, Giornali, riviste, radio, internet, newsletter, etc.).

Saranno inoltre coinvolte le associazioni di categoria (Confindustria), le università (Luiss, associazioni di laureati, associazioni di MBA), le associazioni culturali delle principali aziende.

Partecipazione aziende

Le aziende interessate dovranno selezionare una o più **collaborazioni con il mondo dell'arte aventi per oggetto la Mission o la Corporate Image aziendale**. E' possibile presentare opere/prodotti/brand dal contenuto artistico/concettuale particolarmente interessante. Sono escluse opere d'arte commissionate in un'ottica di mecenatismo che non hanno legami con l'immagine aziendale. Le proposte dovranno essere inviate entro e non oltre il 30 aprile 2015 compilando il modulo allegato e inviandolo a Grazia Miracco al seguente indirizzo email: gm@pptArt.org

A ciascuna azienda è riservato uno spazio indicativo di 5m² lordo, inclusivo degli spazi di passaggio.

Gli allestimenti dovranno rispettare le linee guida stabilite dalla direzione artistica della GNAM.

La fattibilità di eventuali allestimenti speciali dovrà essere valutata con la direzione artistica della GNAM.

La GNAM, in collaborazione con pptArt, si riserva la facoltà di decidere in merito all'ammissibilità delle opere proposte dalle aziende. Le opere saranno selezionate in base ai seguenti criteri:

- Rispondenza dell'opera d'arte alla Mission o Corporate Image aziendale
- Valore artistico
- Vincoli logistici degli spazi espositivi.

Costi per la partecipazione

Per le aziende partecipanti **non sono previsti costi**, ad eccezione delle spese relative a trasporto, assicurazioni, diritti di autore, schede informative, allestimento e smantellamento delle opere da esporre.

I costi sopraelencati dovranno essere sostenuti solo in caso di valutazione positiva del materiale da parte di pptArt e della direzione artistica della Galleria Nazionale di Arte Moderna.

Roma, 3 marzo 2015

Maria Vittoria Marini Clarelli



Galleria Nazionale Arte Moderna

Luca Desiata



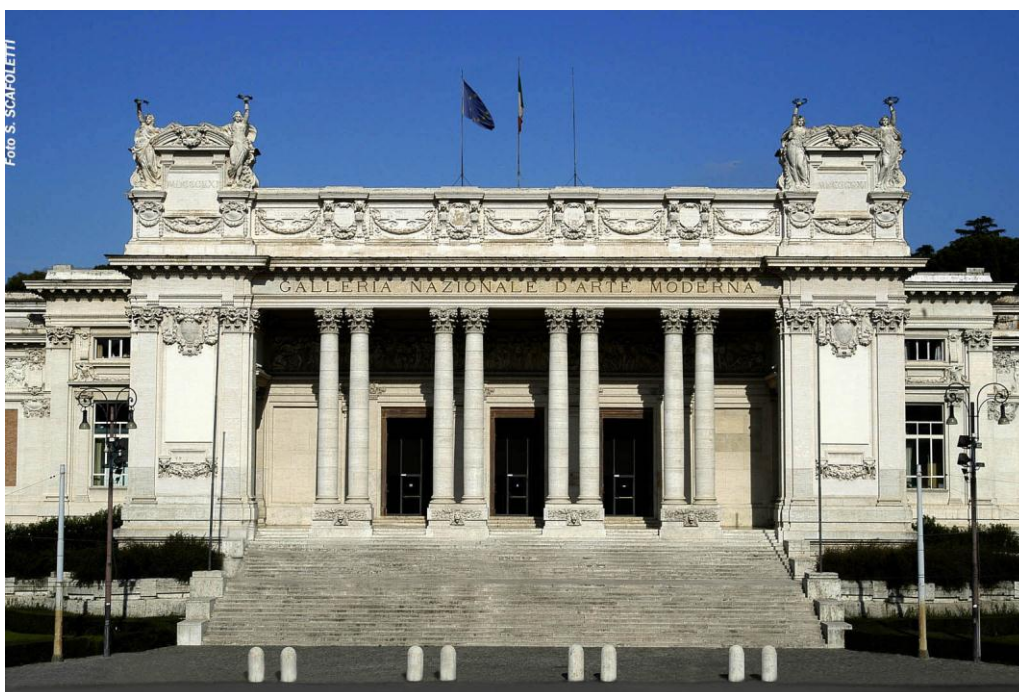
pptArt

Allegato - gli organizzatori - GNAM

Galleria Nazionale Arte Moderna (GNAM)

La Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea è oggi un museo con due anime. Se da un lato mantiene un legame con il passato, dovuto al suo stretto rapporto con la storia culturale dello Stato unitario italiano del quale riflette le vicende, dall'altro ha sempre guardato al presente fin da quando è stata istituita, nel 1883, con la missione di occuparsi dell'arte "vivente".

Con le sue collezioni costituisce la grande riserva storica per il sistema dell'arte contemporanea e, attraverso le sue esposizioni temporanee, contribuisce alla valorizzazione del patrimonio nazionale nel vasto panorama dell'arte moderna internazionale.



Allegato - gli organizzatori - pptArt

pptArt

La pptArt nasce dalla collaborazione di un gruppo di MBA e di artisti per contribuire a rettificare una distorta e semplicistica percezione della complessità del mondo aziendale. A distanza di soli sei mesi dal lancio del suo manifesto on-line che afferma che “l’azienda, in quanto dotata di una sua intrinseca complessità e bellezza, può essere oggetto d’arte”, pptArt ha raccolto oltre 2.000 sottoscrizioni da 75 Paesi diversi, diventando quindi il movimento artistico contemporaneo con la più rapida diffusione internazionale.



“Histogram” a Piazza Affari

Proposta pptArt per rivalutare il ruolo positivo della finanza nello sviluppo del nostro Paese

L’azienda è sempre stata percepita come un ente impersonale che si occupa della sua sopravvivenza in un mercato competitivo, della sua comunicazione esterna per il raggiungimento degli obiettivi strategici, delle sue norme di organizzazione interna per migliorare l’efficienza. Una visione calvinista, professionale, ma fredda e senz’anima.

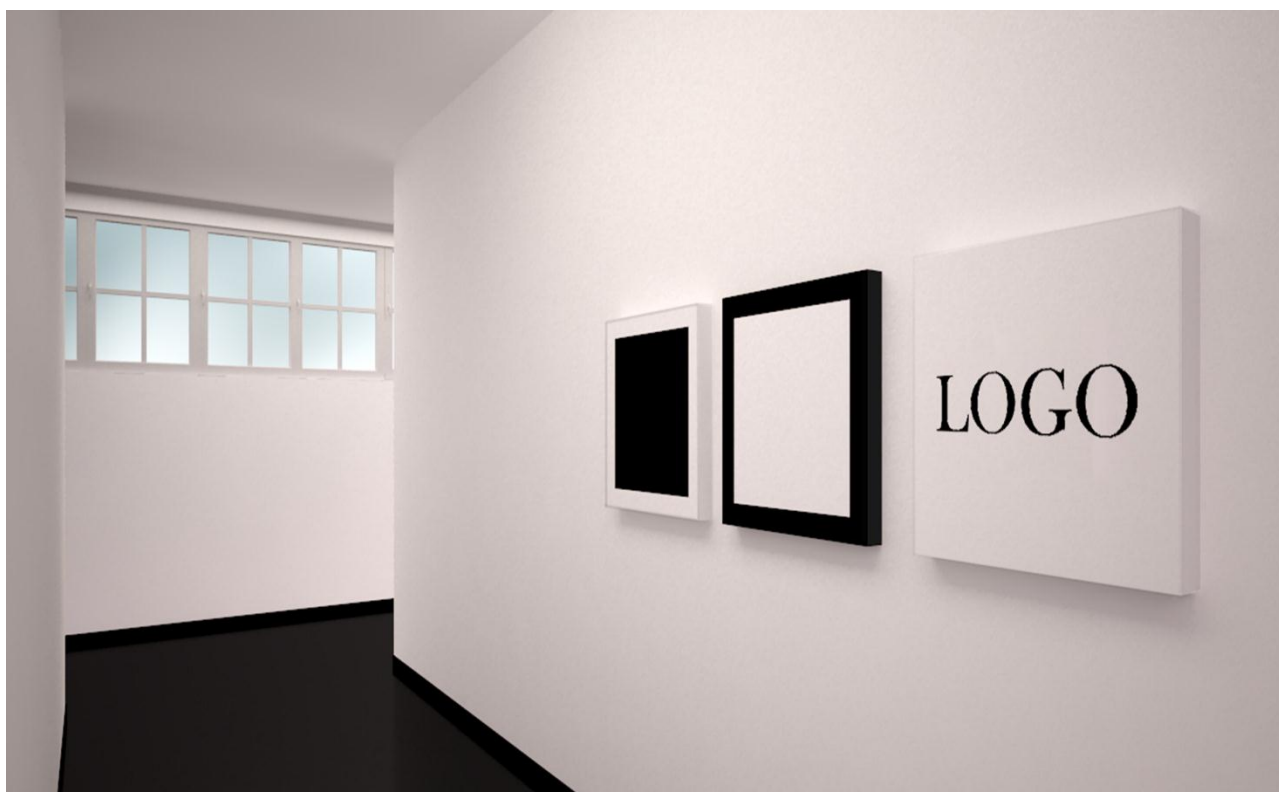
Nel concept innovativo della pptArt, invece, l’azienda rappresenta un agente attivo, che vive e interagisce con la società, influenzando gusti e abitudini dei consumatori, promuovendo lo sviluppo e l’innovazione, stabilendo contatti e rapporti di lavoro tra culture diverse, creando approcci nuovi all’organizzazione del lavoro.

Lo scopo della pptArt consiste nella rappresentazione artistica dell’essenza e dell’intima personalità dell’azienda, della sua vitalità, del suo ruolo positivo nel mondo e nella società. La pptArt congela in un’opera d’arte un particolare momento della vita aziendale, esprimendo in maniera sintetica ed efficace la Corporate Image dell’azienda, il suo posizionamento sul mercato, la Corporate Social Responsibility, la cultura e i valori aziendali, la sua missione, visione, strategia, codice etico e modello di leadership.

L’estetica, i riferimenti storici e i principali messaggi della pptArt sono sintetizzati nell’operam manifesto “Uno e tre Loghi”, triplice rappresentazione di un logo stilizzato. Il messaggio centrale è che l’azienda, nella sua rappresentazione formale e concettuale (il logo), può essere oggetto di un’opera d’arte.

Nonostante l’apparente semplicità delle forme, quest’opera è una potente sintesi del messaggio della pptArt e, allo stesso tempo, un tributo ai suoi precursori storici nell’arte suprematista e concettuale (è evidente il richiamo a “Una e tre sedie” di Kosuth e al “Quadrato nero su fondo bianco” di Malevich).

Inoltre, la parola “Logos” nel titolo inglese “One and three Logos” si presta alla duplice lettura di “principio di ordine e conoscenza” dal greco antico, con riferimento alla natura del mondo aziendale come prodotto della mente razionale che mira a ristabilire un ordine nel caos dei mercati e dei desideri umani.



Allegato – proposta opera per esposizione “Corporate Art”

SCHEDA TECNICA

<p>1. Titolo e breve descrizione dell’opera</p>	
<p>2. Immagine (se disponibile)</p>	
<p>3. Formato dell’opera (H x L x P cm)</p>	
<p>4. Per sculture ed installazioni ulteriori info e misure da specificare</p>	
<p>5. Specifiche sui sistemi di fissaggio e/o montaggio</p>	
<p>6. Ulteriori note</p>	