

art design food

OQ

ART

Arte... pubblica
Public... art

DESIGN

Very Happy Chic
Very Happy Chic

FOOD

La nuova frontiera del cibo
A new frontier of food



7



UNA GRANDE MELA che segna la via

A marzo a New York aprono i battenti le due più importanti fiere del settore: The Armory Show e The Art Show. Che dettano le linee guida per il mercato internazionale

La Grande Mela, si sa, è una grande appassionata d'arte. E lo si capisce camminando per le sue vie, dove non è raro incontrare gallerie e artisti alla ricerca di qualche collezionista disposto a investire su di loro.

Quando a questo si aggiungono importanti manifestazioni fieristiche dedicate proprio al settore, New York si trasforma in un vero museo che chiama a raccolta esperti, critici e galeristi da ogni parte del mondo.

Accade nel mese di marzo, dal 4 al 6, quando aprirà i battenti The Armory Show. L'esposizione, che ha raggiunto il 13esimo anno di vita, tra-

sforma i moli dell'Hudson River in un luogo d'incontro per i protagonisti della scena artistica internazionale. Anche per questa edizione la fiera si presenta con un numero crescente di espositori e paesi presenti e si stima possa accogliere oltre 60mila visitatori di cui un terzo stranieri.

Alcune gallerie, soprattutto quelle di casa, metteranno in scena mostre personali per sollecitare probabili acquirenti; le gallerie straniere, invece, si concentreranno quasi sicuramente sulla diversificazione degli artisti, per offrire un'visione più ampia a dealer e collezionisti.



Nello stesso periodo (esattamente dal 2 al 6 marzo) si apriranno anche le porte dell'Art Show, organizzato dall'Aada (Art Dealers Association of America), a tutti gli effetti la più antica fiera di New York. Dalla prima edizione, 23 anni fa, la location, situata nell'armeria di Park Avenue, non è mai cambiata. I suoi numeri non sono paragonabili a quelli dell'Armory Show (sono circa 70 le gallerie presenti), ma chi sceglie questa rassegna lo fa soprattutto per la qualità delle opere esposte.

L'edizione di quest'anno include anche la presenza di diverse mostre personali: tra queste spiccano quella dell'inglese Rachel Whiteread presso Luhring Augustine, che porta alla scoperta dei suoi calchi di oggetti quotidiani, e quella dei celebri Accumuli, creati dall'assemblaggio di oggetti di uso domestico dall'americana Jessica Stockholder presso la galleria Mitchell-Innes & Nash. Ameringer McEnery Yohe espone la collezione di lavori astratti di Robert, mentre la Richard Gray Gallery e la Galerie LeLong hanno unito le loro forze per realizzare una cosa mai vista prima nella storia della fiera: una personale nata dalla collaborazione di due gallerie per presentare le monumentali installazioni di Jaume Pensa.

«I collezionisti – spiega Linda Bloomberg, Executive Director dell'Aada - apprezzano The Art Show non solo per l'eccellente materiale esposto, ma



anche per il clima rilassato che rappresenta l'ambiente ideale per fare affari».

Per capire meglio quale sia la vera atmosfera che si respira a New York in quei giorni, abbiamo intervistato Franco Calarota, fondatore della Galleria d'arte Maggiore che partecipa ogni anno all'Armory Show.

Perché è importante essere presenti all'evento?

Perché New York è il centro del mercato americano, che è molto vasto, e perché è una città sempre viva dal punto di vista culturale. Nella pas-

Le immagini qui sopra e quelle di pagine 19 si riferiscono alle opere presenti all'edizione 2010 di The Armory Show. (Photo: Carrie Villines. Courtesy The Armory Show)

Nella foto qui a fianco e in quella a pagina 20 due degli interni della Galleria Maggiore. (Photo courtesy Galleria d'arte Maggiore)

sata edizione le nostre proposte sono state accolte da un grande e sincero interesse sia da parte dei media, che ci hanno dedicato numerosi articoli e servizi televisivi - persino il *New York Times* si è scomodato a parlare di noi - sia da parte del pubblico americano. Per questo siamo felici di essere stati invitati a esporre anche quest'anno.

Quali sono le vostre aspettative?

Per noi sarà un successo ottenere nuovamente il consenso e i risultati dell'anno scorso, sia in termini di attenzione dei media, sia di contatti con grandi collezionisti e direttori di musei. I rapporti tra gallerie e musei americani sono un esempio di come le istituzioni e il mercato non solo debbano coesistere, ma possano anche arricchire culturalmente l'intero sistema dell'arte. In Italia siamo ancora molto indietro da questo punto di vista, nonostante la nostra esperienza ci abbia dato anche la possibilità di poter collaborare con direttori illuminati che hanno presagito tali cambiamenti.

Qual è il vostro rapporto con i dealer americani?

Di grande collaborazione che non si esaurisce una volta conclusa la fiera, ma continua e si rafforza nel tempo. Abbiamo riscontrato molta professionalità e quella tipica concretezza che caratterizza il popolo americano.

Quali sono i mercati più interessanti su cui puntare?

Se New York e gli Stati Uniti rappresentano un mercato molto importante, il nostro interesse è rivolto anche verso l'Oriente. Il continente asiatico è quello da osservare con più attenzione per le nuove e interessanti opportunità che può offrire sotto entrambi gli aspetti: il mercato e la cultura.

Quali sono i maggiori punti di forza di una manifestazione come Armory Show rispetto ad una fiera europea?

Le grandi dimensioni del mercato che può offrire. L'Armory Show a New York attira un collezionismo che ha in-

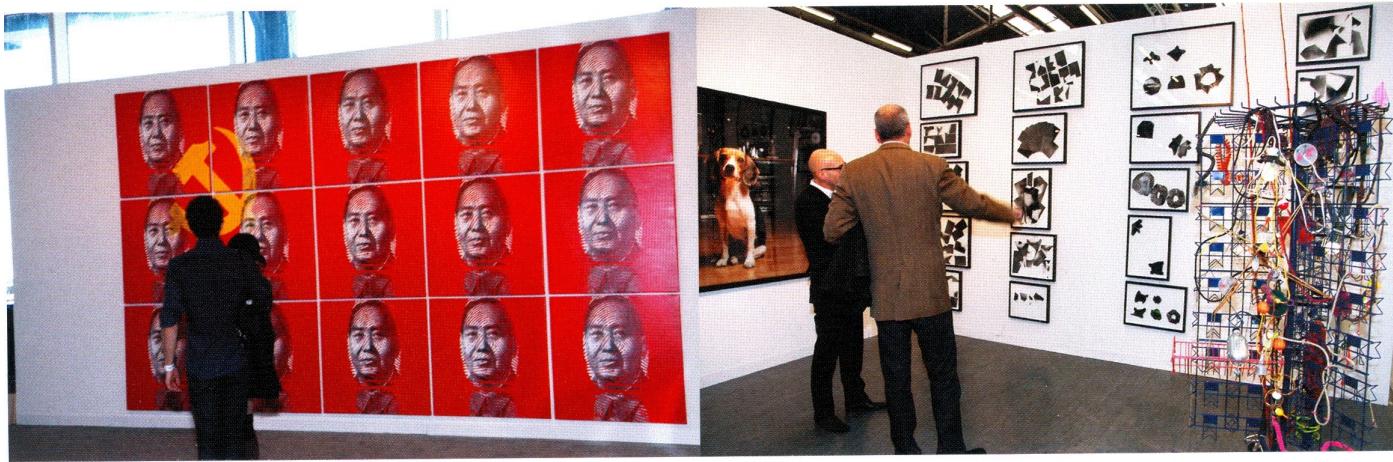


teressi concreti e che proviene non solo da tutti gli Stati Uniti, ma anche dall'Europa e dall'Asia. A questo si aggiunge una vivacità culturale che non si riscontra ovunque, grazie alla capacità di far partecipare direttori di musei e personalità di rilievo del mondo della cultura interessati a stringere rapporti di lavoro. Un aspetto fondamentale per una galleria come la nostra, da sempre impegnata a collaborare con musei e istituzioni per la realizzazione di rassegne importanti.

Che cosa pensate della situazione del mercato dell'arte di oggi e quali sono le prospettive per il futuro?

La parola chiave è 'qualità'. Quello che ci troveremo davanti, e che anzi è già un processo in atto, è un mercato sempre più selettivo e sempre più attento alla qualità degli artisti e delle opere presentate e non ai nomi di "moda", a cui in questi anni si è attribuita fin troppa importanza e che sono destinati a passare in secondo piano, così come gli aspetti più frivoli. Del resto la storia dovrebbe già averci insegnato qualcosa.

Benedetta Bagni



THE BIG APPLE THAT LEADS THE WAY

Everyone know that the Big Apple loves art. You understand it while walking along the streets where it is not unusual to find galleries and artists looking for a collector willing to invest in them.

Added to this are the important trade shows dedicated to the sector during which New York is transformed into a real museum collecting experts, critics and gallery owners from all over the world.

This will happen in March from the 4th to the 6th when the doors to The Armory Show open. The exhibition that has reached its 13th year of life, transforms the piers of the Hudson River into a meeting place for the protagonists of the international art scene. Even in this edition, the trade show has a growing number of exhibitors and countries present. It is estimated that it will host more than 60 thousand visitors with more than a third of these being foreigners.

Some galleries, for the most part local, put on personal exhibits to tempt potential buyers; instead, the foreign galleries focus on presenting diverse artists in order to offer a wider vision to the dealers and collectors.

At the same time (exactly from the 2nd to the 6th of March) the doors to the Art Show will also open. It is organized by Adaa (Art Dealers Association of America) and is the oldest trade show in New York. Since the first edition 23 years ago, its location in the armory of Park Avenue has never changed. Its numbers are not comparable to that of The Armory Show (there will be around 70 galleries present) but those who decide to attend this collection do so for the quality of the exhibited art work.

This year's edition also includes the presence of the different personal exhibits: amongst these the British Rachel Whiteread with Luhring Augustine stands out. She will show her tracings of objects from daily life alongside the celebrated Accumuli, created assembling objects

from domestic use by American Jessica Stockholder shown at Mitchell-Innes&Nash. Ameringer McEnery Yohe exhibits a collection of abstract pieces by Robert while the Richard Gray Gallery and the Lelong Gallery have united to create a novelty for this trade show: a personal show based on the collaboration of two galleries in order to present the monumental installation by Jaume Pensa.

«The collectors - explains Linda Bloomberg, Executive Director of Aada - appreciate The Art Show not just for the excellent material exhibited but also for the relaxed atmosphere, the best setting for business».

To better understand what the atmosphere is like in New York during the days of the trade show, we have interviewed Franco Calarota, founder of the Galleria d'arte Maggiore who participates every year at The Armory Show.

Why is it important to be present at the event?

Because New York is the center of the American market, which is very large, and because it is a city that is alive from a cultural point of view. In the last edition, our proposals were welcomed with a lot of sincere interest both from the press who wrote a number of articles about us and television pieces - even the New York Times took time to talk to us - and the American public. For this reason, we are happy to have been invited to exhibit even this year.

What do you expect?

For us a success will be to once again obtain the approval and a result similar to last year, both in terms of attention from the press and contacts with important collectors and museum directors. The relationship between American galleries and museums are an example of how institutions and the market should not just co-exist but also culturally enrich



the entire art system. In Italy, we are far behind from this point of view, although we have had experiences that have allowed us to collaborate with important directors foreshadowing similar changes.

What is your relationship with American dealers?

Important collaborations do not finish once the show is completed but continue and are strengthened with time. We have found a high level of professionalism and that typical concreteness that characterizes the American population.

What are the most interesting markets to focus attention on?

While New York and the United States represent a market that is very important, our interest is also focused on the East. The Asian continent needs to be carefully observed for new and interesting opportunities that it can offer in terms of market and culture.

- 20 **What are the strongest points of an exhibit such as The Armory Show in comparison to an European trade show?**

The large size of the market that it can offer. The Armory Show in New

York attracts a group that has concrete interests and that comes from not just the United States but even Europe and Asia. To this, you can add a cultural vitality that is not found everywhere, due to the capability of involving the directors of museums and important people from the world of culture who are interested in forming work connections. This is one fundamental aspect of a gallery like ours, which is always interested in collaborating with museums and institutions for the organization of important collections.

What do you think about the situation of the art market today and what does the future hold?

The key word is 'quality' The future market, and that which is already present, is a market that is very selective and careful with respect to the quality of the artists and the works presented and not to fashionable names that have during these years had too much importance given to them and are now destined to become less important, becoming frivolous aspects. History should have taught us something by now.