

# NEVER OFF, alternativi nell'anima



Un'analisi di mercato fatta sul campo, osservando e confrontandosi, e un'attenta critica al proprio lavoro: parte da qui il progetto di una galleria-non galleria che racconta l'arte da una prospettiva... incrociata

È il 2005 quando inizia l'avventura di Ilaria Barbieri Marchi: *N.O. Gallery*, acronimo di "never off", che significa "mai spenti", sempre in attività, rappresenta un nuovo modo di essere galleria d'arte oggi, esprimendo il desiderio - suo ma anche di molti altri - di andare controcorrente e di provare a dare dei segnali significativi, in un certo senso contro i dettami dell'arte e delle gallerie tradizionali.

Facile a dirsi, meno a farsi: partendo da questo presupposto Ilaria si trova, fin da subito, di fronte a delle scelte forzate, dettate da regole non scritte ma obbligatoriamente seguite da tutti coloro che vogliono far parte del sistema arte: fiere che non si possono saltare, mostre annuali che devono essere fatte, programma da stilare e seguire meticolosamente.

Importante diventa allora strutturare il lavoro, focalizzando l'attenzione su prodotti altrettanto "controcorrente" come il multiplo che, come dice il termine stesso, è un'opera editata in più copie, o il *project* di personali.

«Nel multiplo non cambia il valore intrinseco dell'opera: la qualità e il presupposto intellettuale sono gli stessi di quelli di un'opera unica - evidenza Ilaria - Ciò che cambia, invece, è il costo d'acquisto che permette al multiplo di essere accessibile a un pubblico molto più ampio; anche se, va detto, esistono multipli realizzati da artisti che hanno un mercato fortissimo e che, di conseguenza, costano molto. Nonostante sia ancora esagerato parlare di un vero processo di democratizzazione, il multiplo rappresenta almeno un primo passo in questa direzione».

Accanto al progetto dei multipli, Ilaria ha dato vita a un'idea, quella del *project* di personali, dove artisti fidelizzati, o non di rado sconosciuti, instaurano con *N.O. Gallery* singole collaborazioni. Questo ha permesso allo spazio di offrire una lettura della contemporaneità attraverso differenti realtà, strumenti e linguaggi.

**Artisti sempre nuovi con cui collaborare. Stimolante oggi...**

Assolutamente sì. Se da un lato è rischioso perché ogni volta bisogna rimettersi in gioco, dall'altro permette di creare un affaccio su un paese e su una dimensione precisa di volta in volta differente.

**E questo a cosa porta o può portare?**

Il primo risultato è stata la nascita del progetto *N.O. Gallery Fuoriarea*,



Qui in basso, Massimo Uberti, *Oggi ti amo* (2005), (lampada, edizione di 100).  
Sopra, Yuri Ancarani, *Made in Italy* (2010).  
In apertura, Virginia Overton, *Untitled (1)*, (2010).

Photo: Courtesy degli artisti e di N.O.Gallery.



scaturito dalla volontà di occupare spazi che fossero 'altri rispetto all'arte' e inserire al loro interno un progetto di allestimento. Abbiamo iniziato con una mostra realizzata in un capannone davanti alla Triennale Bovisa ma il progetto si è ben presto ampliato: ne sono scaturite prima una collaborazione con Fendi e Andrea Bruciati per un progetto di solo video, poi una mostra nella sede della banca d'affari Ifigest, e infine un'esposizione nello studio legale Toffoletto, qui a Milano.

#### Quale era la particolarità di questi progetti?

Erano tutte mostre che prendevano come tema ciò che era trattato nel luogo: da Toffoletto abbiamo parlato di segretezza e sicurezza, nella banca di numeri... E questo ha fatto sì che

potessimo presentare multipli di artisti diversi, che sviluppassero, con tutti i linguaggi possibili, una determinata tematica. Queste nuove collaborazioni hanno fatto nascere in me l'idea di sviluppare progetti che potessero essere accolti dalle aziende o dalle istituzioni. **Ci può spiegare meglio in che modo?**

Lo scorso dicembre (2010) ho trasformato completamente la galleria facendola diventare uno strumento capace di unire artisti, istituzioni e aziende per creare dei progetti comuni. Se un tempo ero io a cercare di proporre questo tipo di iniziative, oggi sempre più spesso sono le aziende che mi contattano, quasi a dimostrazione del fatto che il business avviato può davvero dirsi di successo, crea valore ora

e nel tempo. Può essere raccontato e ripetuto in forme e modi diversi.

#### Si tratta però quasi sempre di investimenti di un certo spessore: come si inseriscono in questo periodo di crisi economica?

Le aziende forti e strutturate hanno comunque voglia di investire in progetti di questo tipo. È come se sentissero una specie di volontà a investire in qualcosa che sia per la società. Quello che, eventualmente, può cambiare è il tipo di linguaggio utilizzato. Quando il budget a disposizione è più ridotto, si mette da parte la realizzazione di una collezione e ci si concentra, ad esempio, sulla realizzazione di un libro o di un convegno. Proprio per trovare canali diversi di comunicazione, ho iniziato a collaborare a febbraio con una società americana (Kodezero) con base a Milano, New York e Berlino costituita da artisti, musicisti e creativi in genere, che utilizzano i linguaggi più disparati per creare una piattaforma per le aziende che vogliono utilizzare il web per ampliare i loro canali di comunicazione.

#### Avrà però un 'classico' sogno nel cassetto...

Sviluppare quanto fatto fino ad oggi. Sono arrivata a questo progetto lavorandoci moltissimo e studiandolo a fondo. Ho investito cinque anni di tempo, denaro e passione in un'idea chiara che aveva solo bisogno di essere concretizzata. Il mio sforzo attuale è quello di cercare di migliorare ancora i risultati cambiando parzialmente le modalità di realizzazione!

Francesca Campagnoli

A sinistra, Virginia Overton, *Installation view*. Nella pagina accanto, Yuri Ancarani, *Il Capo* (2010). Photo: Courtesy degli artisti e di N.O. Gallery.

## NEVER OFF, PROFOUND ALTERNATIVES

In 2005, the adventure of Ilaria Barbieri Marchi started: N.O. Gallery, an acronym for "never off", represents a new form of the modern art gallery expressing her desire - like that of many others - to swim against the current and to try to send a new important message against the limits of art and traditional galleries. Easy to say but not necessarily to easy to accomplish: starting from this idea, Ilaria immediately found herself faced with forced decisions dictated by unwritten rules but that must be made by anyone would like to play a role in the art world:

trade shows that can't be skipped, yearly exhibits that must be held, a program to put together and followed meticulously.

For this reason it became important to organize the work, focusing attention on alternative products like "multiples" which, as implied by the word itself, are pieces with multiple copies or personal projects.

«Being a copy does not change the intrinsic value of the single piece: the quality and the intellectual input are the same as for a unique piece - says Ilaria - What changes is the purchase price that allows copies to be accessible to a wider public; even if it is important to say there are copies by artists who have a strong market appeal and as a consequence are expensive. It is still not appropriate to talk about a true process of democratization but the multiple represents an important step in the right direction».

Alongside the multiple project, Ilaria has given life to the idea of personal projects where loyal artists or, often, unknown artists to create together with N.O. Gallery individual collaborations. This has allowed the space to offer a monitor of what is contemporary using different realities, tools and languages.

#### Always collaborations with new artists. Stimulating today...

Absolutely yes. If, on one hand, it is risky because you need to continually expose yourself, on the other, it allows us to create a view of the country and dimension that is continually changing.

#### What can this bring or potentially bring?

The first result was the creation of the project, N.O. Gallery Fuori-area. It started from the desire to occupy spaces "not for art" and to insert an installation project. We started with an exhibit in a warehouse in front of the Triennale Bovisa and then the project expand-



ed: first with a collaboration with Fendi and Andrea Bruciati with a video project, then an exhibit in the headquarters of the bank Ifigest, and finally an exhibit in the legal offices of Toffoletto.

#### What was unique about these projects?

They were all projects that had a topic related to the location: at Toffoletto we talked about privacy and security, in the finance bank numbers... This has allowed us to present a series of different artists who developed using different styles a predetermined topic. These new collaborations inspired me to create projects

that could be shared with companies and institutions.

#### Can you explain yourself further?

Last December (2010), I completely transformed the gallery turning it into a tool capable of uniting artists, institutions and companies creating common projects. If at one time I had to propose these projects to others, it seems that recently it is companies that contact me, a demonstration that the new business can be considered successful creating value now and in the future. Furthermore, it can be repeated in different shapes and forms.

#### These projects require a significant financial investment: how does this fit with the current economic crisis?

Strong structured companies still want to invest in this type of project. It is as if they feel a sort of moral obligation to invest in something constructive. What can change is the type of language used. When the budget is limited, you avoid putting together a collection and concentrate, for example, on the creation of a book or a meeting. In order to find different channels of communication I started collaborating in February with an American company (Kodezero) based in Milan, New York and Berlin that is made up of artists, musicians, and all sorts of creative individuals in general who use different languages to create a platform for companies who would like to use the web to expand their communication channels.

#### You must have a 'classical' dream in the drawer...

To develop what I have created up to now. I arrived to this project working hard and analyzing it completely. I have invested five years of time, money and passion in a clear idea that just needs to be created. Currently, I am investing my energy in trying to improve the results by partially changing the method of creation!