

# UNITI NEL PROGETTO, DISTINTI NEI RUOLI

L'AVV. **GIANCARLO OLGIATI**, COLLEZIONISTA, E **GABRIELE CORTE**, DIRETTORE GENERALE DI BANCA DEL CERESIO E MEMBRO DELL'EXECUTIVE BOARD DI CERESIO INVESTORS, DISCUOTONO DEL SUCCESSO DELLA MOSTRA DEDICATA A YVES KLEIN E ARMAN, E DI COME COLLABORARE PER REALIZZARE INSIEME ESPOSIZIONI DI ALTISSIMO LIVELLO.

Da sinistra: **Gabriele Corte** e l'avv. **Giancarlo Olgiati**

**Q**uali sono le ragioni che hanno favorito il costituirsi di questo forte sodalizio tra un collezionista e un banchiere?

**GIANCARLO OLGIATI:** «Devo permettere di essere profondamente convinto che la qualità e la durata di un rapporto professionale nasca in primo luogo da una forte relazione umana. Non a caso mi legano a Gabriele Corte innanzitutto un sentimento di amicizia e poi una condivisa passione per l'arte che ci porta spesso a discutere di artisti, opere e mostre. Questo comune sentire ci ha già portato ad elaborare un supporto non solo finanziario a importanti progetti, tra cui quello recente per la mostra "Yves Klein e Ar-

man Le Vide e le Plein", mostra di forte valenza dei contenuti determinata da un confronto tra spiritualità e materialità».

**Quali principali elementi devono essere presi in considerazione nella realizzazione di una mostra?**

**GIANCARLO OLGIATI:** «Una volta individuato il tema del progetto espositivo occorre subito focalizzarsi su due aspetti fondamentali che sono una comunicazione innovativa e un adeguato allestimento. Non a caso in questa mostra ci siamo avvalsi della collaborazione di Mario Botta che può essere definito l'architetto dello spazio, sia esso sacro o profano, il quale è riuscito a trasmettere con un superlativo allestimento tutta la forza e l'intensità delle opere esposte. E, a questo proposito, risulta evidente la centralità delle opere selezionate in base alla loro altissima qualità».

**Come avviene la ricerca dei soggetti da coinvolgere nella realizzazione di una mostra di questo livello?**

**GABRIELE CORTE:** «È fondamentale porsi fin dall'inizio il problema delle sostenibilità di mostre che nel contesto luganese costituiscono un'eccellenza di rilievo internazionale. Da un lato ci sono dei soggetti associabili che appartengono al mondo dell'arte e che vengono scelti in funzione della loro consolidata e riconosciuta competenza, ma poi bisogna sviluppare la capacità di individuare partner, solo apparentemen-

te lontani ma che invece possono condividere una visione ideale e culturale. Così è stato per Pagani, espressione massima dell'artigianalità applicata all'arte automobilistica italiana nel caso della mostra dedicata a Balla e Dorazio. E parimenti quest'anno per Bugatti, italiano che ebbe il suo successo in Francia, il cui nome è stato naturale associare a due artisti francesi come Klein e Arman, che furono scoperti a livello internazionale a Milano».

**Avete molto insistito sull'opportunità di una comunicazione innovativa, in grado di assicurare una adeguata visibilità alla mostra. Come si fa a realizzarla?**

**GIANCARLO OLGIATI:** «Si tratta di una delle operazioni più complesse e delicate da realizzare, dove nulla può essere lasciato al caso e dove conta molto tutto il sistema di contatti e relazioni che un collezionista è riuscito a costruire nel corso di una vita. Poi occorre affidarsi, come nel nostro caso, a professionisti del marketing che abbiano ben chiari strumenti e tecniche per fare di una mostra un vero e proprio evento di portata internazionale. Il successo del lavoro fatto per la comunicazione delle opere di Yves Klein e Arman è confermato dall'interesse dimostrato in primo luogo dalla Fondazione Yves Klein che non a caso porterà le opere dell'artista esposte a Lugano a Seul nel 2025 e a Pechino l'anno successivo. Basterà poi citare l'attenzione che ci è stata riservata da parte dalle grandi fiere dell'arte, a partire da Art Basel, da numerose gallerie europee e americane (USA e Sud America), dalla stampa specializzata internazionale, tra cui quella statunitense, e non ultime dalle università. Tutto questo si è tradotto in una importante pro-

mozione per la città di Lugano e per il suo ruolo di polo culturale che si sta internazionalizzando».

**Come si costruisce un rapporto destinato a durare nel tempo tra un collezionista e un'istituzione finanziaria?**

**GIANCARLO OLGIATI:** «Ci sono momenti precisi nella costruzione di questa relazione: il primo è quando il Collezionista compra opere e si serve di un conto in banca di sostegno alla Collezione; il secondo è quando ha messo insieme un gruppo di opere sue e prestate ed ha in mente un progetto che vuole promuovere avvalendosi della competenza della banca nel marketing collegato ad altri settori ad essa contigui (assicurazione, trasporti, Punto Franco); il terzo è il momento della riflessione quando si tratta di valutare criticamente le componenti del progetto (titolo, curatela, contributi critici, catalogo, allestimento, ecc). È evidente che questi tre momenti non possono essere gestiti in modo asettico, ma si arricchiscono notevolmente laddove fra i due soggetti esistono, pur nella distinzione dei propri ruoli, passioni ed emozioni comuni di fronte a un progetto artistico».

**GABRIELE CORTE:** «Ci tengo a sottolineare come il nostro intervento in veste di Main sponsor di queste

mostre corrisponda ad una ben precisa visione dell'autonomia che deve sempre contraddistinguere il rapporto tra la banca e il collezionista. A quest'ultimo spetta il compito di individuare, in funzione della qualità delle proprie opere, le linee guida di un progetto che vuole essere prima di tutto culturale. Solo successivamente noi possiamo concorrere alla sua ottimizzazione non solo con il sostegno finanziario ma attraverso la messa a disposizione di tutte le nostre competenze utili alla sua realizzazione. In questo modo si evitano commistioni di ruoli e si garantisce la rispettiva autonomia, e in questo senso non abbiamo mai pensato, in quanto istituto finanziario a carattere strettamente familiare, di entrare nel mercato dell'arte creando per esempio una propria collezione». 

«Il successo del lavoro fatto per la promozione delle opere di Yves Klein e Arman è confermato dall'interesse suscitato in primo luogo da parte della Fondazione Yves Klein che non a caso porterà opere dell'artista in esposizione a Seul nel 2025 e a Pechino l'anno successivo».