ART JOURNAL

CAMPARI GALLERY
#02

STREET ART / *STREET ART*

Galleria CAMPARI

“

I graffiti dovrebbero
essere giudicati allo stesso
livello dell’arte moderna?
Certo che no:
sono molto più importanti.

Should graffiti art
be judged on the same *level*
as modern art?
Of course not:
it’s way more important
than that.

”

BANKSY

In copertina: Work in progress by Ivan, 2014

Work in progress by Orticanoodles, 2014

Street Art

“I graffiti dovrebbero essere giudicati allo stesso livello dell’arte moderna? Certo che no: sono molto più importanti.”

BANKSY

Ma di cosa parliamo veramente quando utilizziamo l’espressione “Street Art”?

Anche solo risalire a una definizione concisa di Street Art non è cosa facile o immediata, per via della natura fluida e variegata di questa pratica. Le parole “strada” e “arte” definiscono un ambito creativo applicato alla dimensione esterna, alla strada. Con Street Art si fa riferimento a forme d’arte portate in vita in uno spazio urbano, la città, l’“aperto”, il “visibile da molti”. Spesso ha un senso critico, in relazione alla società e al sistema dell’arte; politico, in relazione allo spazio; o promozionale, soprattutto con la sempre maggiore esposizione mediatica del fenomeno in una fase più recente.

"Should graffiti art be judged on the same level as modern art?
Of course not:
It's way more important than that."

BANKSY

But what are we really talking about when we use the expression 'Street Art'?

Even merely coming up with a concise definition of Street Art is not so easy or immediate, given the fluid and varied nature of this practice. The terms 'street' and 'art' conjure up a creative environment applied to the outdoor dimension, to the pavement. We use Street Art to reference art forms brought to life in an urban space, the city, the 'open air', the 'visible to all'. Thus the term is critical of society and the art system, political in relation to the space, and also promotional, taking on notable relevance within the growth of media exposure of the phenomenon in more recent times.

Work in progress by Imen, 2014

Oltre al muralismo urbano o wall painting, che Treccani delinea come: "rappresentazione pittorica di scene per lo più d'ispirazione social-popolare, eseguita, anche a più mani, in luoghi aperti", sono legati all'Arte Urbana anche la Stencil Art, la Sticker Art, la Poster Art, le installazioni stradali, le video proiezioni, lo Yarn Bombing (con tessuto e maglia), il Subvertising. Addirittura, l'anonimo Banksy trasforma la Street Art in performance, sovvertendone la definizione stessa, decidendo che le sue opere possono essere collocate nei luoghi tradizionalmente detentori dell'arte: i musei. Nel 2005 infatti, indisturbato, l'artista installò, non autorizzato, l'opera Peckham Rock, accompagnata da una targhetta con descrizione, nella Sala 49 del British Museum di Londra, invitando, con una call attraverso il proprio sito web, il pubblico a una caccia al tesoro per scovare l'opera "infiltrata".

Da un punto di vista storico, sempre Treccani sottolinea che: "la Street Art si riferisce più alla pratica in tempo reale dei singoli artisti che non a un movimento unitario (Irvine, 2012)" e che "il primo utilizzo del termine nel senso più vicino all'uso contemporaneo è datato 1985 e rimanda a una pubblicazione di Allan Schwartzman, intitolata per l'appunto "Street Art", che raccoglie il lavoro di writer e artisti della New York dei primi anni Ottanta che attraverso il loro lavoro trasformano la percezione dello spazio urbano. È solo a partire dal nuovo millennio che l'accezione inizia a indicare qualcosa di simile a un movimento globale."

As well as urban muralism or wall-painting, which the Treccani encyclopaedia defines as: "a pictorial representation of scenes largely of social-popular inspiration, carried out often by various people in the open air," also Stencil Art, Sticker Art, Poster Art, street installations, video projections, Yarn Bombing (with both fabric and knitwear) and Subvertising come under the term 'Urban Art'. What's more, the anonymous Banksy even transforms Street Art into performance, subverting its very definition, deciding his works may even be housed in those very spaces traditionally given over to art: museums. In fact in 2005, quite undisturbed, the artist installed the work Peckham Rock, along with an information label complete with description, in Room 49 of the British Museum in London, with a call through his own website inviting the public to join the treasure hunt to track down the 'odd work out'.

From a historical point of view, again the Treccani underlines that: "Street Art is defined more by real-time practice than by any sense of unified theory, movement, or message (Irvine, 2012)" and that "the first use of the term in the sense closest to contemporary usage dates to 1985 and may be traced to a publication by Allan Schwartzman, titled Street Art, which brings together the work of writers and artists of early '80s New York, who through their work transformed the perception of urban space. It was only from the start of the new millennium that it began to be used to refer to something akin to a global movement."

In generale, quello dell'Arte Urbana, è un ambito variegato, in cui non mancano paradossi e contraddizioni e teorie divergenti, ad esempio sul rapporto tra spontaneità e istituzionalizzazione. La Street Art nasce infatti come reazione illegale a certe tematiche e sistemi. Oggi è al centro dell'attenzione di gallerie, case d'asta, musei e collezionisti; è voluta da committenze private e pubbliche; dialoga con la cultura "alta" e pop (come si legge sulla piattaforma online Artsy, che la inserisce tra i fenomeni artistici degli anni '10 del nuovo millennio). Lo stesso ambito d'azione di molti di questi artisti è cambiato e oggi alcuni affiancano alla loro produzione "street" la professione di brand designer o art director. Sebbene non sia priva di critiche da parte dei puristi, questa evoluzione porta maggiore visibilità e, secondo molti, elevazione, dopo un lungo periodo in cui la Urban Art veniva additata come semplice "decorazione di muri".

In general, it refers to a diverse field, in which there is no shortage of paradoxes, contradictions and divergent theories, for example, on the relationship between spontaneity and institutionalisation. Street Art came about as an illegal reaction to certain themes and systems. Today it lies at the heart of the attention of galleries, auction houses, museums and collectors; it is sought after by private and public commissioners; it dialogues with both 'highbrow' and popular culture and (as we may read on the online platform Artsy, which includes it among the artistic phenomena of the 2010s). The very field of action of many of these artists has changed, and today some of them couple their 'street' production with the profession of brand designers or art directors. Albeit not without criticism from the purist camp, this evolution leads to greater visibility and a form of consecration, after years in which Urban Art was passed off as mere 'wall decoration'.

Work in progress by Tawa, 2014

Un altro punto importante è che la produzione artistica di Street Art si è concentrata, alle origini, sui quartieri metropolitani periferici, dove il messaggio artistico era tendenzialmente di protesta e di intervento su spazi abbandonati. In tempi recenti invece, si è trovata parte di un fenomeno di inversione di tendenza urbanistica. L'artista Blu, ad esempio, in una notte del dicembre 2014, cancellò, in polemica con la "gentrification" del quartiere, i suoi due famosi interventi Brothers e Chain, a Kreuzberg, Berlino Ovest.

Work in progress by Neve, 2014

Another important point is that the artistic production of Street Art originally revolved around outlying metropolitan areas, where the artistic message was predominantly one of protest and intervention in abandoned spaces. However, in more recent times, it has found itself to be part of a phenomenon of the inversion of urban trends. For example, the artist Blu, at odds with the gentrification of the neighbourhood, during a night in December 2014, painted over his two famous murals Brothers and Chain, in Kreuzberg, West Berlin.

Work in progress by Boris Veliz, 2014

Anche il tema dello spazio di vendita (e dell'esistenza di un mercato) è controverso. Annapaola Negri-Clementi, Managing partner, Negri-Clementi Studio Legale, nella pubblicazione 1/2020, ART & LAW sottolinea che "la Street Art è un'arte che nasce su supporto urbano (il muro, il vagone del treno) per poi finire oggi ad essere venduta su tela, come disegno o come scultura (pensiamo in Italia agli Urbansolid). Essa è per definizione "arte urbana"; significa che essa prende vita "fuori", "sulla strada". Oggi è però venduta in un luogo chiuso, in case d'asta o in gallerie specializzate. L'andamento del mercato internazionale dell'arte contemporanea ne è fortemente influenzato (tra i più quotati street artist ricordiamo Shepard Fairey/ Obey, Kaws, Banksy, Keith Haring, Basquiat, Blek Le Rat).

Work in progress by Neve, 2014

Even the theme of its sale and the existence of a market is controversial. Annapaola Negri-Clementi, Managing Partner of the Negri-Clementi Law Studio, in the publication 1/2020, ART & LAW underlines that "Street Art is an art form that originates from an urban support (walls, train carriages etc.) only to end up today being sold on canvas, as a drawing or sculpture (for example in Italy, the Urbansolid). It is by definition 'urban art'; this means it comes to life 'outdoors', 'on the road'. Yet today it is sold in a closed space, in auction houses or in specialist galleries. The progress of the international contemporary art market has been strongly influenced by it (indeed among the most highly quoted street artists we find Shepard Fairey/Obey, Kaws, Banksy, Keith Haring, Basquiat and Blek Le Rat).

Altro territorio da poco esplorato è la conservazione delle opere di Street Art, come racconta Alessandra Tibiletti, restauratrice e storica dell'arte, coinvolta in prima linea nel progetto CAPUS (Conservation of Art in Public Spaces, www.capusproject.eu). "La conservazione dell'arte urbana è relativamente recente, non è ancora entrata nella consapevolezza comune e prende corpo in rapporto al recente fenomeno dell'arte commissionata che esprime intrinsecamente una volontà di durata a partire dai suoi elementi costitutivi: per lo più hanno a disposizione supporti risanati, frequentemente preparati dalla committenza stessa che in qualche caso predispone i materiali per la loro esecuzione. Gli interventi spontanei non esprimono invece tale volontà, utilizzano supporti non specifici per l'opera, con una storia preesistente di altre pitture o incollaggi; anche il loro degrado e il loro cambiare caratteristiche possono entrare nella figurazione in modo espressivo, essere stati presi in considerazioni dall'artista. Queste opere hanno problematiche conservative peculiari, a causa dell'esposizione in contesti estremi dal punto di vista del clima e della interazione con il pubblico. Sono da incentivare gli aspetti di conservazione preventiva, come il dialogo e la collaborazione con il committente e l'artista nelle fasi preliminari dell'attuazione dell'opera, individuando prodotti adeguati in un determinato contesto. Gli interventi diretti di restauro sono da considerare solo se strettamente necessari, da eseguire con prodotti che siano a bassa resistenza e ritrattabili in modo che si adattino alle particolari caratteristiche di questa espressione artistica, considerando che si tratta d'intervenire non su un'immagine statica ma su un processo in atto, del quale rispettare la dinamica insieme all'intenzionalità e il messaggio intellettuale dell'artista."

Work in progress by Geometric Bang, 2014

Another territory explored only recently is the conservation of Street Art works, as we are told by Alessandra Tibiletti, a restorer and art historian on the front line in the CAPUS project ('Conservation of Art in Public Spaces', www.capusproject.eu). "The conservation of urban art is relatively recent; it has not yet entered general awareness and takes shape in relation to the recent phenomenon of commissioned art that intrinsically expresses a desire for durability right from its constituent elements: they largely have restored supports, frequently prepared by the commissioners themselves, who in certain ways provide the materials to be worked on. The spontaneous interventions however do not express any such desire: they used non-specific supports for their work, ones with a previous history of other painting and collage; even their degradation and their changing characteristics may be part of the figuration in expressive terms, and may have been taken into consideration by the artist. These works have their own conservational issues, due to their exposition to extreme conditions from a climatic point of view and that of their interaction with the public. We should encourage aspects of pre-emptive conservation, such as the dialogue and collaboration between the commissioner and the artist during the preliminary phases of the creation of the work, identifying products suitable to a given context. Direct restoration procedures should be considered only if strictly necessary, and carried out with products that offer low resistance and are retractable so as they may fit in with the particular characteristics of this artistic expression, considering that they entail intervening not on a static image but on an ongoing process of which we need to respect the dynamics as well as the intellectual intention and message of the artist."

RedVolution

In questo panorama variegato e controverso, Campari si inserisce proprio come committente. Esiste infatti una secolare tradizione di alleanza tra Campari e l'arte del proprio tempo, in ambito pubblicitario ma non solo. Nel corso degli anni questo connubio si è trasformato seguendo l'evoluzione delle avanguardie artistiche e dei mezzi di espressione.

Campari Group incontra per la prima volta il mondo della Street Art nel 2008 quando, in occasione della realizzazione dei nuovi Headquarters a Sesto San Giovanni su progetto dell'architetto Mario Botta, sviluppa il progetto chiamato RedVolution, in collaborazione con Art Kitchen e con la curatela di Jacopo Perfetti, che ha portato a un'installazione pubblica alta 2,5 metri, di 360 metri lineari realizzati in parte a stampa digitale con immagini e poesie che richiamavano, tra gli altri, il tema della "passione" Campari; e per 80 metri con un intervento live di 11 street artist che, con le loro differenti cifre stilistiche, hanno costruito immagini molto colorate e incisive, anch'esse ispirate al tema della Red Passion.

In this diverse and controversial panorama, Campari in fact comes to the fore as a commissioner. Indeed, there is a century-long tradition of alliance between Campari and the art of its time, in the field of advertising but not only. Over the course of the years, this coupling has transformed, following the evolution of the artistic avant-garde movements and the expressive media available.

Campari Group encountered the world of Street Art for the first time in 2008 when, on the occasion of the building of the new Headquarters in Sesto San Giovanni, with a project designed by the architect Mario Botta, it developed the project known as RedVolution, in collaboration with Art Kitchen and with the curatorship of Jacopo Perfetti, which led to the creation of a public installation 2.5 metres high, with 360 linear metres produced using digital prints with images and poems that, among other things, drew on the theme of 'passion' so dear to Campari; and for 80 meters with a live intervention of 10 street artists who, with their different stylistic figures, have built very colorful and incisive images, also inspired by the theme of the Red Passion Work.

Work in progress by Orticanoodles, 2014

RedVolution 2.0

La collaborazione è stata rinnovata nel 2014, anno in cui si sono celebrati i 110 anni di presenza del Gruppo a Sesto San Giovanni, iniziata nel 1904 con l'apertura del primo stabilimento Campari da parte di Davide Campari, figlio del fondatore Gaspare e figura chiave dell'azienda, nel luogo in cui oggi sorgono gli HQs. Il progetto, ribattezzato RedVolution 2.0, si è concretizzato nell'ambito della call to action "Tutta mia questa città" promossa dal Comune di Sesto San Giovanni, per coinvolgere privati in iniziative di riqualificazione di alcuni angoli della città, nel caso Campari il muro di recinzione del parco pubblico, noto come "Giardino Campari".

Nei contenuti, il progetto ha raccontato e racconta le origini, il presente e il futuro di Campari, azienda che ha profondamente inciso sul tessuto economico e sociale della città di Sesto. 11 street artist tra i 22 e i 35 anni (Seacreative, TV Boy, Nais, Tawa, Geometric Bang, Ivan, Neve, Boris Veliz, Imen, PAO, Orticanoodles), si sono cimentati in una lettura in capitoli di 110 anni di storia pubblicitaria Campari e hanno dato vita a un murale "continuo" di 110 metri tra Viale Casiraghi e Via Sacchetti, reinterpretando 11 opere e figure tra le più iconiche della storia della comunicazione del brand nel periodo 1904 – 2014.

L'opera è entrata a far parte in modo permanente del contesto cittadino e tutt'ora consolida e ribadisce il forte legame dell'azienda con il territorio in cui è inserita.

The collaboration was renewed in 2014, the year in which the Group celebrated 110 years in Sesto San Giovanni, beginning in 1904 with the opening of the first Campari factory by Davide Campari, son of the founder Gaspare and a key company figure, in the same place where the headquarters are now to be found.

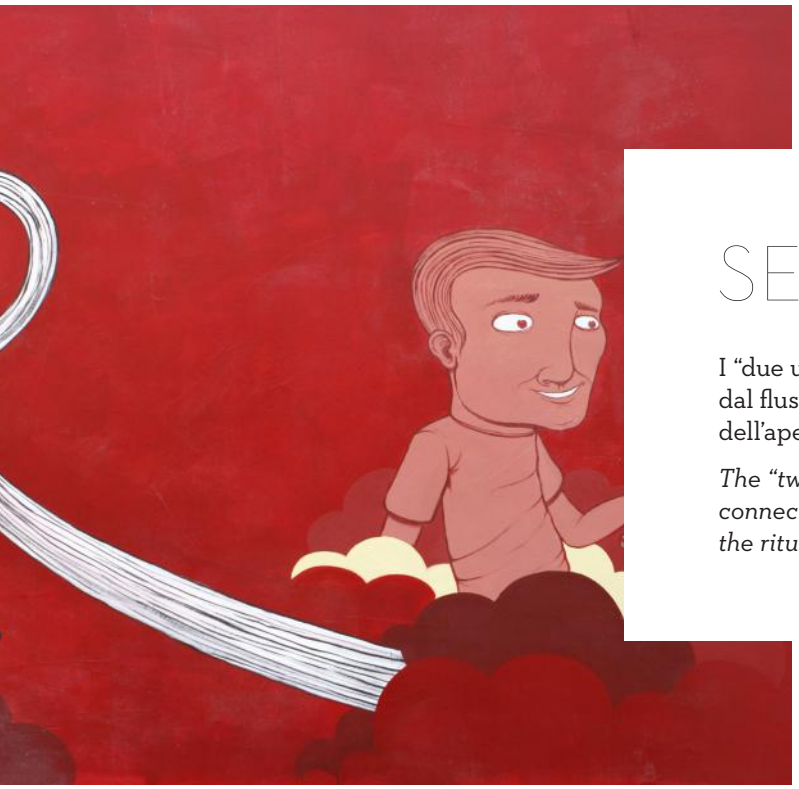
The project, then renamed RedVolution 2.0, focused on the field of the call to action "Tutta mia questa città" promoted by the Municipality of Sesto San Giovanni, so as to involve private companies in redevelopment initiatives to be held in every corner of the city – in the case of Campari, it was the wall surrounding the public park, then called the 'Giardino Campari'.

In terms of contents, the project narrated the origins, present and future of Campari, a company which has had a profound effect on the economic and social fabric of the town of Sesto. Eleven street artists of between twenty-two and thirty-five years of age (Seacreative, TV Boy, Nais, Tawa, Geometric Bang, Ivan, Neve, Boris Veliz, Imen, PAO and Orticanoodles), set about interpreting chapters from the 110 years of Campari's advertising history in a 'running' mural of 110 metres between Viale Casiraghi and Via Sacchetti, reinterpreting eleven works and figures, including the most iconic images in the history of brand's communications from between 1904 and 2014.

The work ended up becoming a permanent feature of the urban context, and now highlights and underlines the company's strong link with the territory it is part of.

Work in progress by Seacreative and Nais, 2014

TVBOY
SPRAY
TVBOY
×
CAMPARI



SEACREATIVE

I “due uomini al bar” del manifesto di Hohenstein, sono legati dal flusso del seltz a due giovani contemporanei durante il rito dell’aperitivo.

The “two men at the cafe” inspired by Hohenstein poster, are connected by the soda flow to two young contemporaries, during the ritual of the aperitif.

TV BOY

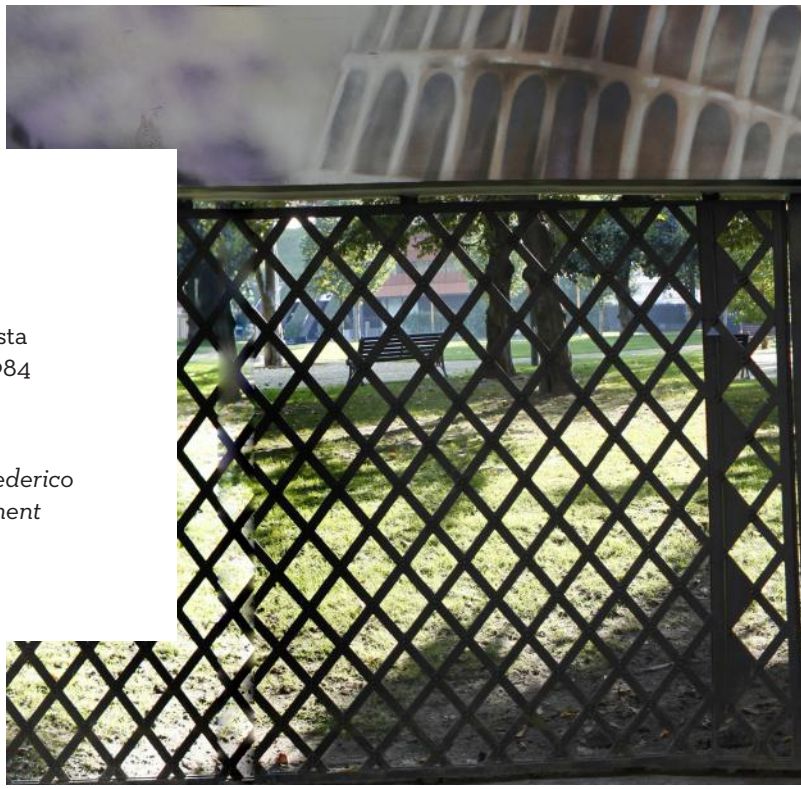
Reinterpreta lo “Spiritello” di Cappiello, in una versione contemporanea con i tratti e l’ironia tipici della sua arte: il folletto non presenta più la bottiglia ma la bomboletta spray.

Reinterprets the “Spiritello” by Cappiello, in a contemporary version with the features and irony typical of his art: the elf doesn’t introduce the bottle anymore, but the spray can.

NEVE

Con il suo stile iper-realista, propone un primo piano del regista Federico Fellini, autore di un famoso spot per Campari, nel 1984 in un momento di creatività e riflessione con alcuni elementi che rievocano lo spot.

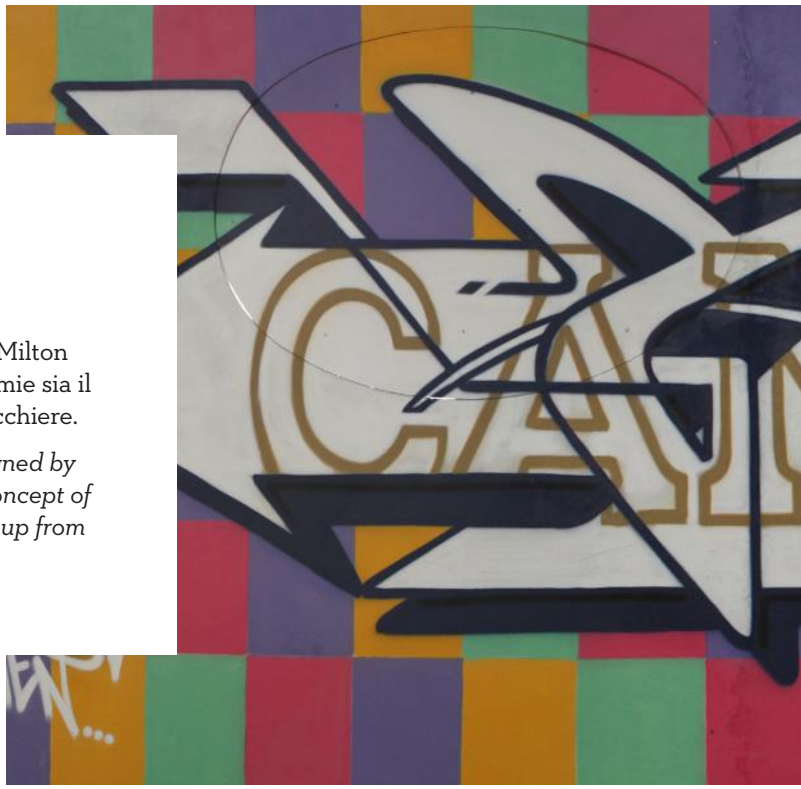
With his iper-realistic style, proposes a foreground image of Federico Fellini, director of a famous spot for Campari, in 1984 in a moment of creativeness and reflection, featuring some elements that recall the spot.

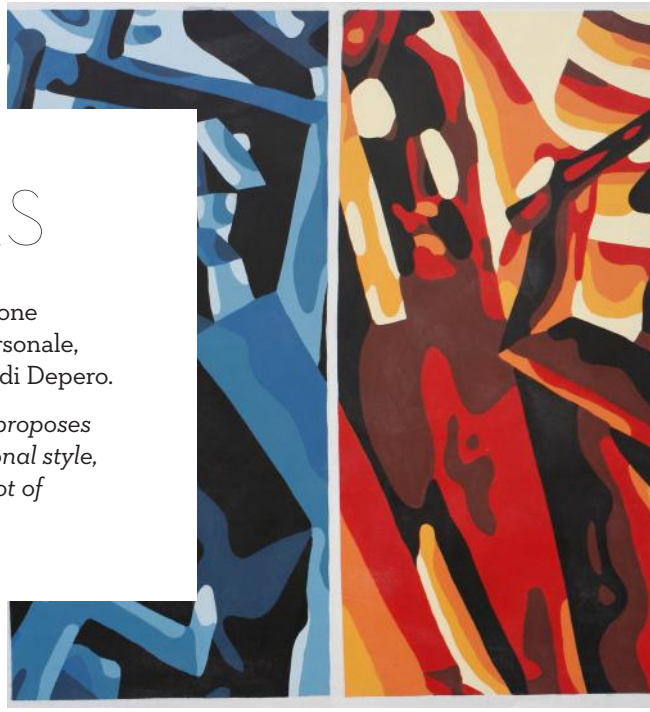


IMEN

Artista storico di Sesto SG, combina il famoso poster firmato Milton Glaser con il suo stile urbano anni '80, richiamando sia le cromie sia il concetto di aperitivo con il rosso Campari che erompe dal bicchiere.

Well known artist of Sesto SG, combines the famous poster signed by Milton Glaser with his urban '80s style, referring both to the concept of the aperitif and to the colors, with the Campari red that blows up from the glass.

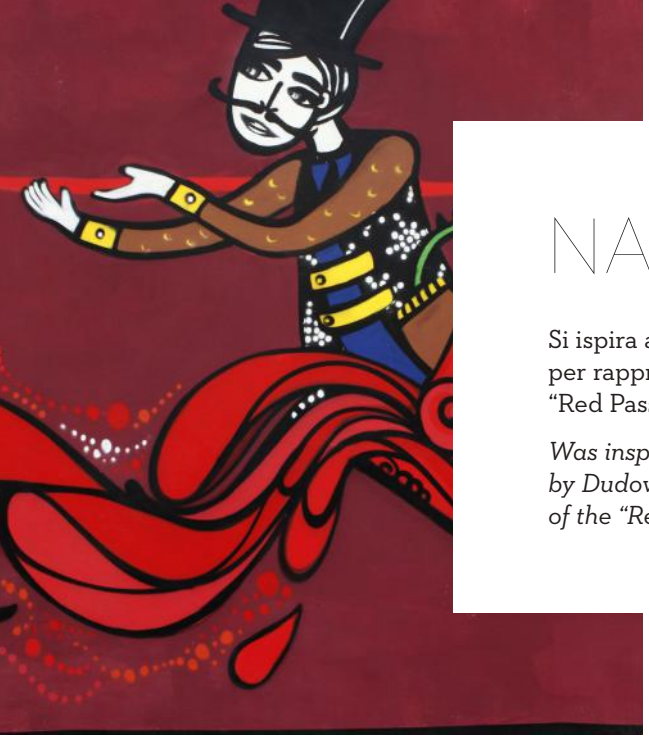




ORTICANOODLES

Dagli elementi geometrici e dinamici di Depero ripropone un'interpretazione dello "Squisito al seltz" con stile personale, i colori accesi e il sifone del seltz icona di molte opere di Depero.

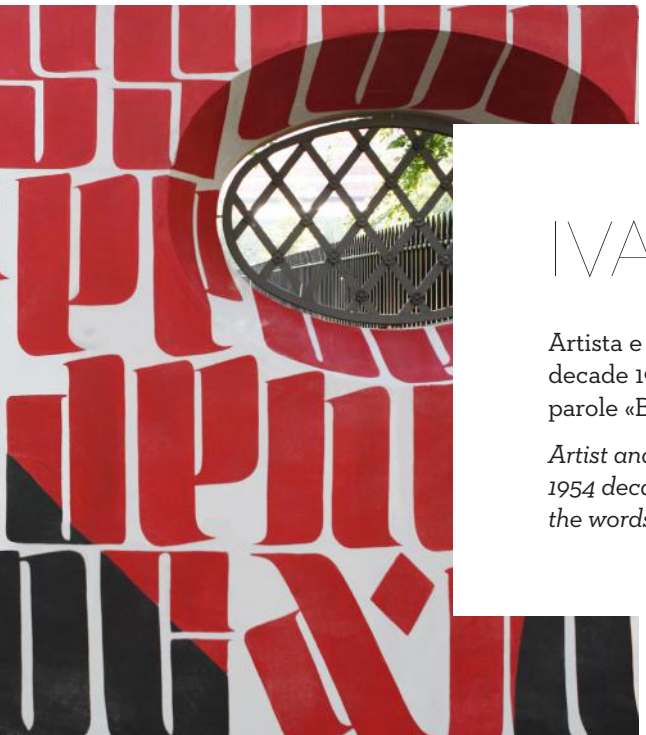
From the geometric and dynamic elements of Depero, proposes an interpretation of the "Delicious to soda" with a personal style, featuring bright colors and the soda syphon, icon of a lot of Depero's artworks.



NAIS

Si ispira all'elegante e passionale manifesto "Il bacio" di Dudovich per rappresentare i due amanti legati tra loro dal filo rosso della "Red Passion", evocando il gesto festoso del brindisi.

Was inspired by the elegant and passionate poster "The kiss" by Dudovich, to represent the two lovers tied up by the red thread of the "Red Passion", evoking the festive gesture of the toast.



IVAN

Artista e poeta, ha scritto un componimento poetico ispirato alla decade 1944-1954 sulla base dei colori del manifesto di Fisa, in cui le parole «Bitter», «Aperitivo» risaltano con un font più dinamico.

Artist and poet, has created a poetic composition inspired by the 1944-1954 decade on the base of the colors of the poster by Fisa, in which the words "Bitter" and "Aperitif" stand out with a more dynamic font.

RED
PASSION
TAWA

TAWA

Interpreta la Red Passion Campari graffiando i muri con un'esplosione di colore rosso e con il suo stile urbano tipico degli anni '90, ispirato da un celebre spot di Tarsem.

Interprets the Campari "Red Passion" scratching the walls with an explosion of red color and with his urban style, typical of the '90s, inspired by a famous spot by Tarsem.

GEOMETRIC BANG

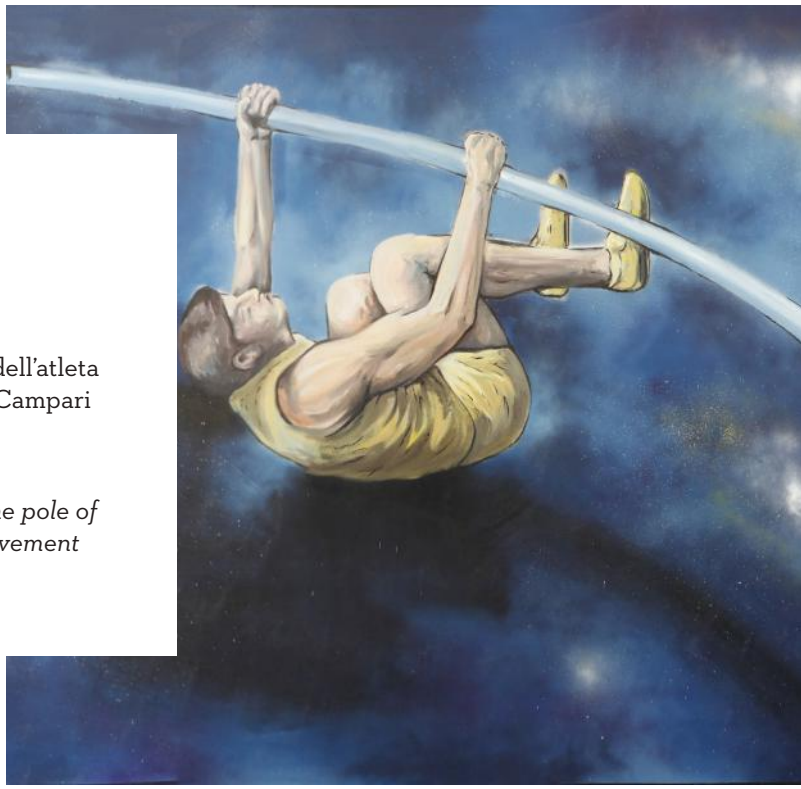
Partendo dallo stile di Ugo Nespolo, crea un'opera dove due generazioni si confrontano in un contesto naturale che evoca il trascorrere del tempo, 150 anni compiuti da Campari nella decade di riferimento.

Inspired by Ugo Nespolo's style, creates an artwork where two generations are compared in a natural context that evokes the time goes by, and 150 years achieved by Campari in the decade of reference.

BORIS VELIZ

Street artist di Sesto SG, parte dai manifesti di Nanni per rappresentare la ripresa dell'Italia nel dopoguerra: sull'asta dell'atleta il numero 150.000.000, traguardo storico della produzione Campari Soda.

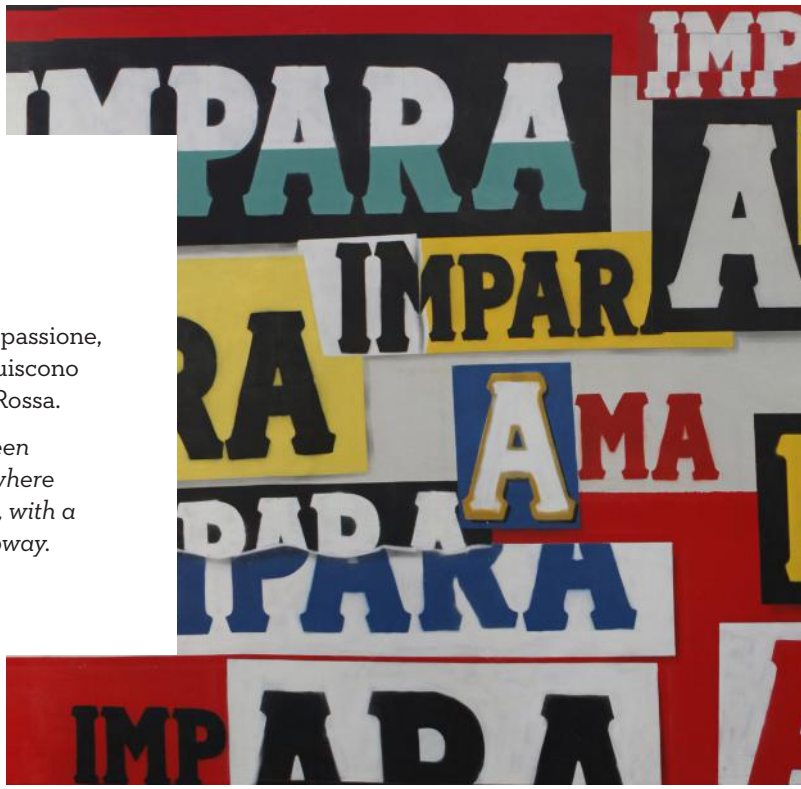
A street artist of Sesto SG, starts from the poster by Nanni to represent the resumption of Italy in the postwar period: on the pole of the athlete there is the number 150.000.000, historical achievement of Campari Soda production.



PAO

Ispirandosi alla tecnica di Munari, e al dualismo fra ragione e passione, crea un'opera dinamica e grafica dove IMPARA e AMA sostituiscono CAMPARI, con un richiamo cromatico stilizzato della Metro Rossa.

Inspired by the technique of Munari and by the dualism between reason and passion, creates a dynamic and graphic artwork, where "Impara" (learn) and "Ama" (love) replace the word CAMPARI, with a stylized and chromatic reference to the Milanese Red Line subway.



IMPARA
IMPARA
AMA
IMP
ARA
AMA
AMA
IMP
ARA
IMP
ARA
AMA
PAO
IMPARA

La passione e l'interesse di Campari Group per questa specifica forma d'arte si estendono anche a Espolòn, parte del portfolio di Campari dal 2009, brand di tequila messicana che ha fatto dell'innovazione di prodotto e dell'etichetta la sua caratteristica distintiva. Da alcuni anni, infatti, il brand esplora il territorio della Street Art come forma di comunicazione attraverso attivazioni sia a livello locale sia a livello globale, nella metaforica continuità contemporanea della pittura murale messicana. Di particolare interesse due progetti realizzati a Milano, che hanno dato il via a una vera e propria "Revoluciòn Creativa" che nel 2017 parte con l'evento "Pagina Blanca", per la pagina IG Espolòn Italia, durante il quale tre artisti (Luca Barcellona, Luca Zamoc e Davide Pagliardini), artigiani della creatività, hanno realizzato alcune immagini che sono diventate i primi 9 post della pagina. Nel 2019 si è poi formato il "Colectivo Espolòn", composto da quattro artisti appartenenti a diverse discipline: il duo rap Coma Cose, la tattoo artist Lucille e lo street artist Ozmo, che ha peraltro realizzato un imponente murale 10 x 10 m, esposto al pubblico dal 1 ottobre al 15 novembre 2019 in Corso di Porta Ticinese, raffigurante Ramon, il gallo simbolo di Espolòn Tequila.

Campari Group conferma pertanto la sua attenzione al mondo dell'arte contemporanea declinata sia con l'intento di riqualificare un'area degradata rendendola nuovamente fruibile alla collettività, sia con obiettivi di marketing affidando precisi progetti di comunicazione alla Street Art.

Ozmo per/ for Espolòn, 2019

Indeed, over recent years, the brand has explored the territory of Street Art as a form of communication, through interventions both on a local and a global level, in a metaphorical contemporary continuation of Mexican mural painting. Of particular interest are two projects carried out in Milan which gave way to an outright Revoluciòn Creativa, and which in 2017 started out with the event Pagina Blanca, on the Espolòn Italia IG page, during which three artists (Luca Barcellona, Luca Zamoc e Davide Pagliardini), skilled artisans of national fame, produced a number of images that went on to become the first nine posts of the page. In 2019, the Colectivo Espolòn was then formed, comprising of artists from various disciplines, the rap duo Coma Cose, the tattoo artist Lucille e the street artist Ozmo, who also produced a huge 10 x 10 m mural, on show to the public from October 1 until 15 November 2019 in Corso di Porta Ticinese, featuring Ramon: the cockerel that symbolises Espolòn Tequila.

Campari Group thereby confirms its commitment to the world of contemporary art both with the intention of enhancing a degraded area, making it once more useable by the collectivity, as well as with marketing aims, entrusting Street Art.

BIBLIOGRAFIA/ BIBLIOGRAPHY

- **Artsy.net**
- **1/2020, ART & LAW, Milano, Negri-Clementi Studio Legale Associato, 2020**
- **Treccani.it**

Tutti i diritti sono riservati. E' vietato l'utilizzo, la distribuzione e la risproduzione totale o parziale dei contenuti inseriti nella presente pubblicazione

Galleria
CAMPARI