ART AT WORK

TEXT
FLAVIO ALBANESE

SE LA MODA È EVOLUZIONE, L'ARTE NON PUÒ CHE DIVENTARNE PARTE INTEGRANTE, PROPRIO PER LA SUA CAPACITÀ DI CAPTARE IN ANTICIPO I PRIMI INDIZI DELLE MUTAZIONI

IF FASHION IS EVOLUTION, ART CANNOT AVOID BECOMING AN INTEGRAL PART OF IT, PRECISELY FOR ITS CAPACITY TO REGISTER THE FIRST SIGNALS OF MUTATIONS

COSTA VECE CAPTA LE MUTAZIONI CHE ATTRAVERSANO ANCHE IL MONDO DELLA MODA, COINVOLGENDO GLI OPERAI DELLA SINV DI CARRÈ IN UN'OPERA D'ARTE CONSAPEVOLMENTE COLLETTIVA

A Carrè, nel cuore pulsante del distretto tessile veneto, Sinv da oltre trent'anni crea e produce collezioni di abbigliamento e accessori su licenza dei più grandi brand di moda internazionali. Confrontandosi con la realtà di un mondo che ha disgregato confini geografici e disciplinari, Sinv ha intuito che per un'azienda di moda proiettata verso il futuro non è più sufficiente pensare in termini di crescita, ma è necessario ragionare in termini di evoluzione: di processi che precorrono i cambiamenti della società.

Se la moda è evoluzione, l'arte non può che diventarne parte integrante, proprio per la sua capacità di captare in anticipo i primi indizi delle mutazioni. Questa *liaison amoureuse* tra moda e arte non è solo un vezzo esteriore che riguarda marketing e comunicazione, ma qualcosa di più profondo, che tocca l'idea stessa di moda come costume sociale. Facendo proprio questo assioma Sinv ha deciso di tradurre un'azione collettiva come quella di creare e produrre moda (dunque: comportamenti, estetiche, visioni del mondo) in un processo culturale capace di generare anticipazioni del futuro.

Francesco Dalla Rovere, presidente della società, è convinto che l'arte contemporanea sia un avamposto della moda e vuole investire in un progetto a lungo termine che consisterà nel commissionare a giovani artisti opere che raccontino il mondo e l'identità di Sinv attraverso il filtro della sensibilità estetica. Il suo obiettivo è quello di rendere partecipi gli artisti del *Geist* dell'azienda per permettere loro di realizzare un'opera in piena libertà, sfruttando le impressioni prodotte dalla visita dei luoghi e dal contatto con le persone e con le idee. Allo stesso tempo è, comunque, essenziale al progetto che tutto il personale dell'azienda venga coinvolto attivamente, acquisendo la consapevolezza che moda e arte contemporanea sono universi comunicanti. Solo a questo punto le opere non saranno mere rappresentazioni celebrative dell'immagine aziendale commissionate all'artista, ma un evento in cui verranno ridefinite le immagini identitarie dell'azienda attraverso i segni e i concetti espressi dal medium artistico.

L'importanza del progetto consiste nella sua natura aggregante: rende i dipendenti partecipi del processo creativo, in modo da trasformarlo in un atto collettivo

Per il primo tassello del progetto, Sinv si è rivolta a Costa Vece, artista italo-elvetico che lavora sui temi dell'identità individuale e collettiva. Spesso le sue opere sono bandiere nazionali costruite in patchwork con pezzi di indumenti di recupero. "L'idea di individuare Costa Vece per questo primo atto" afferma Dalla Rovere "è stata una scelta non pianificata, ma che in effetti si è poi rivelata particolarmente puntuale rispetto alle sensibilità dell'artista e al contesto umano dell'azienda. L'importanza di tutto il progetto consiste soprattutto nella sua natura aggregante, nell'idea di coinvolgere i dipendenti rendendoli partecipi del processo creativo, in modo da trasformarlo in un atto collettivo. Da questo punto di vista Costa Vece, con la sua opera, ha notato come l'azienda fosse unita e solidale nel lavoro di squadra, con una grande sincronia e un forte senso di appartenenza al territorio".

L'insieme di questi ragionamenti ha condotto Costa Vece a concepire una grande bandiera italiana costituita, come è solito fare, di pezzi di stoffa recuperati. L'interazione con i dipendenti è stata attivata dalla richiesta di contribuire personalmente alla realizzazione dell'opera donando un loro capo d'abbigliamento bianco, rosso o verde, da cui trarre il materiale per la bandiera: in risarcimento sarà consegnato a ciascun dipendente un buono per l'outlet aziendale e il documento fotografico dell'opera realizzata.

Il progetto di Costa Vece ridefinisce così un triplice livello di consapevolezza identitaria: l'italianità dell'azienda (rappresentata dalla bandiera), il contributo personale dei dipendenti e il fatto che questo contributo avvenga sotto forma di un oggetto simbolico estremamente significativo per l'azienda, un capo di abbigliamento. La produzione di consapevolezza e di visioni per il futuro diventa per Sinv l'occasione per innescare eventi e conseguenze culturali: proprio nell'epoca di una congiuntura economica negativa causata, probabilmente, dall'incapacità di progettare un'evoluzione consapevole del sistema.

L'arte (e la cultura) ci salveranno?
Ex artibus salus? **FLAVIO ALBANESE**

PAGINA ACCANTO: **COSTA VECE, *UNTITLED OR THE ITALIANS*, ASSEMBLAGGIO DI IMMAGINI DIGITALI, 2009. PER GENTILE CONCESSIONE DELLA GALLERIA FRANCO NOERO, TORINO, E DELL'ARTISTA SVIZZERO CHE HA REALIZZATO, APPOSITAMENTE PER DOMUS, QUESTO COLLAGE.** IN QUESTA PAGINA, DALL'ALTO: **COSTA VECE, *THIS IS NOT AMERICA (LONE STAR FLAG)*, 2005 (PER GENTILE CONCESSIONE LA GAJA COLLECTION); *MADE IN TURKEY*, 2005; *MADE IN THE UK*, 2006 (PER GENTILE CONCESSIONE GALLERIA FRANCO NOERO, TORINO). NATO NEL 1969 A HERISAU, SVIZZERA, COSTA VECE LAVORA SUL TEMA DELL'IDENTITÀ NAZIONALE, ASSEMBLANDO, CON SPILLE DA BALIA E FILO NERO, BANDIERE FATTE CON BLUE JEANS, VESTITI E BIANCHERIA INTIMA USATA.**

OPPOSITE PAGE: **COSTA VECE, *UNTITLED OR THE ITALIANS*, A COLLAGE OF DIGITAL IMAGES, 2009. COURTESY OF GALLERIA FRANCO NOERO, TURIN, AND THE SWISS ARTIST, WHO CREATED THE WORK EXCLUSIVELY FOR DOMUS.** THIS PAGE, FROM TOP: **COSTA VECE, *THIS IS NOT AMERICA (LONE STAR FLAG)*, 2005 (COURTESY OF LA GAJA COLLECTION); *MADE IN TURKEY*, 2005; AND *MADE IN THE UK*, 2006 (COURTESY OF GALLERIA FRANCO NOERO, TURIN). COSTA VECE WAS BORN IN 1969 IN HERISAU, SWITZERLAND. HE WORKS ON THE THEME OF NATIONAL IDENTITY, USING SAFETY PINS AND BLACK THREAD TO PUT TOGETHER FLAGS MADE FROM SECOND-HAND JEANS, CLOTHES AND UNDERWEAR.**

COSTA VECE CAPTURES THE TRANSFORMATIONS THAT AFFECT EVEN THE WORLD OF FASHION, INVOLVING WORKERS AT SINV IN THE TOWN OF CARRÈ IN A CONSCIOUSLY COLLECTIVE ARTWORK

The town of Carrè, located in the pulsating heart of Veneto's textile district, is where the Sinv company has been producing clothing collections and accessories under license of the biggest names in international fashion for over 30 years. Acknowledging how geographical and disciplinary boundaries have steadily been dissolving, Sinv has decided that as a structurally forward-looking fashion manufacturer, it is no longer sufficient to work towards growth, but necessary to think in terms of evolution, meaning processes that are precursors of changes in society.

If fashion is evolution, art cannot avoid becoming an integral part of it, precisely for its capacity to register the first signals of mutations. This *liaison amoureuse* between fashion and art is not just an exterior facade involving marketing and communications, but something more profound related to the idea of fashion as social custom. By making this axiom its own, Sinv has decided to translate the collective act of creating and producing fashion (hence demeanour, aesthetics and global outlook) into a cultural process that can generate expectations of the future.

Francesco Dalla Rovere, the company's president, is convinced that contemporary art is a bridgehead for fashion. He is investing in a long-term project to commission young artists with work that portrays Sinv's identity through a filter of aesthetic sensibility. His objective is to familiarise and enthuse the artists with the company's *Geist* so they can freely create work that is based on impressions experienced during visits to the factory and contact with the people who work there. The project relies on the active involvement of all Sinv's employees, acquiring the awareness that fashion and contemporary art are communicating universes. This is the only way to ensure that the artwork will not be a mere commissioned celebration of the company's image. Instead it will become a creative process in which Sinv's identity is redefined and expressed by an artistic medium.

The importance of the whole project lies above all in its ability to bring together and unify, in the involvement of employees, making them part of the creative process, which thus also becomes a collective one

For the first step in this initiative, the company has called upon Costa Vece, born in Switzerland to Greek-Italian parents. Individual versus collective identity is one of his favourite themes, exemplified in his patchwork national flags sewn from pieces of second-hand clothing. "There was no planning behind the idea to commission Costa Vece with this first work, but it soon turned out to be a particularly appropriate choice, seeing his sensitivity to the human context at the plant," says Dalla Rovere. "The importance of the whole project lies above all in its ability to bring together and unify, in the involvement of employees, making them part of the creative process, which thus also becomes a collective one. From this point of view, Vece's work for us has expressed the unity and solidity of our workforce, a synchronised group with a great sense of attachment to the local territory." All of these elements were considerations for Vece in his conception of a large Italian flag made of salvaged swatches of fabric. Interaction with the staff came about by inviting them to contribute personally to the piece's composition. Each worker contributed a red, white or green garment from which to cut material for the flag. In exchange, each participant received a coupon for use in the company outlet, and a photograph of the finished project.

Costa Vece's artwork offers a three-pronged sense of belonging: the company's Italian nationality, represented by the flag; personal contribution by the personnel; and the fact that the contribution was especially meaningful to the company in that it consisted of an item of clothing. Raising consciousness and producing visions for the future have become an opportunity for Sinv to trigger events and cultural consequences. This comes at a time when we are experiencing an economic crisis that was probably caused by the inability to conceive of an appropriate evolution of the system.

Will art and culture save us?
Ex artibus salus? **FLAVIO ALBANESE**