

Conferenza stampa

domenica 2 ottobre 2011
ore 11,30

Teatro del mare
Salone Nautico Genova

Sarà presente l'artista

GUIDI
since 1968
AG[®]
MARINE
ACCESSORIES



Mostra fotografica

Industria - Jill Mathis

1-30 ottobre 2011

Palazzo Ducale
Piazza Matteotti, 9
GENOVA

orario mostra:
tutti i giorni 10,00-19,00



Fondazione Regionale
per la Cultura e lo Spettacolo

INDUSTRIA

Dal 1 al 30 Ottobre, nella cornice incomparabile del Palazzo Ducale di Genova e parte del Fuori Salone, GUIDI presenta INDUSTRIA, una mostra della fotografa americana Jill Mathis.

La collaborazione tra Guidi e Jill Mathis è iniziata nel 2008, quando l'azienda ha fatto la scelta inusuale di affidare l'incarico per la brochure aziendale ad una artista di caratura internazionale. In questo incontro l'occhio dell'artista ha saputo cogliere aspetti insospettati di una produzione industriale di non facile interpretazione, dando vita ad immagini inusuali e di grande impatto.

Da questa prima esperienza è nato un secondo incarico, legato alla 'nascita' dei prodotti attraverso un servizio fotografico all'interno delle fonderie, un progetto questa volta slegato da una finalità di mercato, ma motivato esclusivamente dal riconoscimento del valore di una prospettiva artistica sul quotidiano. È un incontro tra industria e arte in un contesto diverso da quello utilitario, che si inserisce in una tradizione, quella della committenza privata per fini privati, che sembrava essersi rarefatto in campo artistico, e che trova un palcoscenico ideale nel contesto di mecenatismo artistico che da sempre caratterizza la storia di Genova.

si ringrazia:



Fondazione Regionale
per la Cultura e lo Spettacolo



Associazione
Piccole e Medie
Industrie
delle Province
di Novara, V.C.O.
e Vercelli



con il patrocinio di:

sponsor tecnico:



INDUSTRIA

From the 1st to the 30th of October, in the incomparable setting of the Doge's Palace in Genoa, and as part of the FuoriSalone, Guidi presents Industria, an exhibition of the American photographer Jill Mathis.

The collaboration between Guidi and Jill Mathis started in 2008, when the firm made the unusual choice of entrusting its business brochure to an international artist. The artist was able to capture unexpected sides of an industry which is not always easily interpreted, creating unusual images of great impact.

From this first experience a second collaboration was born: a reportage inside the foundries where the raw materials used to create the final product are the focus of images. This project was not tied to market demands, but exclusively motivated by the desire of offering an artistic perspective on the conventional. It is a meeting between industry and art in a context other than utilitarian. It is part of an age old tradition rarely used today - that of the private art commission - which finds an ideal stage in the context of art patronage which is such a great part of Genoa's history.

si ringrazia:



Fondazione Regionale
per la Cultura e lo Spettacolo



Associazione
Piccole e Medie
Industrie
delle Province
di Novara, V.C.O.
e Vercelli



con il patrocinio di:

sponsor tecnico:



Bruno Guidi Managing Director
Guidi srl Grignasco (Novara)

Buongiorno Signore e Signori.

Porto innanzitutto il saluto dell'azienda che ho il piacere di rappresentare, e che, da oltre 40 anni, si distingue sul mercato per volontà, determinazione e creatività.

Oggi fare impresa, come ben sapete, in considerazione della congiuntura economica e dei mercati instabili, è molto più difficile di quanto non lo sia stato nel passato.

Occorre pertanto, soprattutto in momenti come questo, investire ancora di più nella ricerca, nell'innovazione dei prodotti e dei processi produttivi, nell'immagine e nella comunicazione.

Ritengo che l'immagine di una società e dei suoi prodotti sia fondamentale perchè ne costituisce il volto sul mercato.

L'incontro con Jill Mathis risale al 2008.

In occasione dei 40 anni della nostra azienda avevamo deciso di dare un taglio inusuale ad una nuova monografia, perchè fosse qualcosa di diverso dalla solita brochure.

Quindi è nata l'idea di affidare il lavoro a questa prestigiosa fotografa americana, il cui occhio d'artista ha saputo cogliere aspetti insospettati di una produzione industriale di non facile interpretazione, dando vita ad immagini di grande impatto.

Il risultato ottenuto ha portato al desiderio di testimoniare ulteriormente il lavoro dell'azienda, ma questa volta al di fuori di un'ottica funzionale, slegato da finalità di mercato, e motivato esclusivamente dal riconoscimento del valore di una prospettiva artistica sul quotidiano.

Si trattava veramente di committenza privata per fini privati, erede di una grande tradizione nel mercato dell'arte, che sembra essersi rarefatta, ma che mantiene i significati profondi che la motivavano nel passato.

Questo secondo incarico consisteva in un servizio fotografico legato alla nascita dei prodotti, al processo industriale di trasformazione dalla materia prima al prodotto finito.

I risultati li potete vedere nella mostra in corso nel prestigioso Palazzo Ducale.

L'intenzione di questo progetto non era semplicemente autocelebrativa, ma piuttosto un'occasione per scoprire un'immagine insolita della nostra produzione, attraverso una sensibilità artistica capace di cogliere valore e significato là dove valore e significato non sono così facilmente percepibili a occhio "nudo".

Se l'artista è colui che è dotato di visione, ovvero della capacità di cogliere in profondità l'essenza delle cose, questo è testimoniato dalle immagini di Jill Mathis, che non si limita a documentare le fasi della lavorazione, i prodotti, i ritmi di un processo che è spesso visto come alienante, meccanico, ma riesce ad esaltarne l'aspetto umano, costruttivo, poetico.

Allo stesso tempo innalza a livello di arte dei prodotti che sono poco più di dettagli, parti strutturali fondamentali ma normalmente nascoste, incospicue, indistinguibili.

Un mondo talmente nascosto che solo l'occhio dell'artista riesce a coglierne l'importanza e la bellezza, rendendolo visibile e memorabile.

Alla fine questo progetto è divenuto comunque, non parzialmente grazie al fatto che ci troviamo qui, una celebrazione: non tanto dell'azienda in particolare, quanto del contributo dei singoli e del lavoro nel suo insieme, e dell'importante sinergia tra due campi fondamentali dell'attività e dell'esperienza umana, arte e industria, che troppo spesso vengono tenuti separati.

Questa esperienza ha anche aperto delle nuove prospettive sulle possibilità create dalla sinergia tra arti e business.

Le nuove modalità di consumo, focalizzate su una cultura dell'esperienza, consentono di creare una forte associazione con il marchio attraverso l'aspetto sensoriale.

Di qui il concetto di marketing esperienziale, in cui il marchio interagisce profondamente con le emozioni della vita.

Ci si sposta quindi dal concetto di sponsorizzazione a quello di collaborazione, una collaborazione da cui sia arte che business traggono vantaggi e che porta alla creazione di una esperienza autentica e significativa per i fruitori.

Poiché le arti sono considerate piene di significato, l'associazione con l'evento artistico diventa un modo di cementare la fiducia del consumatore e di coinvolgerlo in modi creativi e diversi.

Una presenza fisica del marchio in questo tipo di contesto permette non solo di ottenere grande visibilità, ma di raggiungere un pubblico altrimenti difficilmente raggiungibile, con cui si crea la possibilità di formare un legame innovativo, positivo e creativo.

Ritengo che l'essere al passo con i tempi richieda un nuovo modo di fare impresa, cogliendo nuove opportunità e puntando sull'eccellenza dei nostri prodotti.

Dobbiamo difendere il Made in Italy e continuare a portare l'industria italiana nel mondo.

Oggi sono onorato di essere qui, al Salone Nautico di Genova: per storia e tradizione il migliore palcoscenico del nostro settore a livello mondiale.

Grazie e buon lavoro a tutti.

Bruno Guidi Managing Director
Guidi srl Grignasco (Novara)

For the 40th anniversary of our firm we had decided to produce a new monograph, with an unusual approach, something different from the normal brochure.

So we had the idea of commissioning this esteemed American photographer, an artist whose eye was able to capture unexpected sides of an industrial output which is not always easily interpreted, creating images of great impact.

The result achieved brought with it the desire to further document the firm's work, this time in a context other than utilitarian, not tied to market demands, but motivated by the desire of offering an artistic perspective on the everyday.

It was truly a private commission for private purposes, a practice heir of an age old tradition, perhaps not so common nowadays, but which still maintains the profound meanings which motivated it in the past.

This second commission, a reportage inside the foundries, shows the industrial process by which the raw materials are transformed into the final product. You can see the results at the Palazzo Ducale exhibition.

The object of this project was not simply self-celebratory, but it also aimed at uncovering a different perspective on our industrial work, through the outlook of an artistic sensibility which is able to perceive value and meaning where value and meaning are not necessarily obvious to the naked eye.

If the artist is someone who is gifted with vision, the ability of seeing in depth the essence of things, this is certainly testified by Jill Mathis' images, which do not simply record the phases of the work, the products, the rhythms of a process which is often seen as alienating, mechanical, but manage to enhance its human, constructive, poetic aspect.

At the same time she raises to the level of art products which are little more than details, structural parts which are fundamental but usually concealed, unseen, unnoticeable. An hidden world that the artist's eye is able to capture in its beauty and relevance, making it visible and memorable.

This project at the end has become a celebration, also thanks to the fact that we are here today: not so much of our firm in particular, but rather a celebration of the individual contribution of the workers and of work itself, and a celebration of the important synergy between two essential fields of human activity and experience, art and industry, which too often are kept separate.

This experience has also opened new perspective on the possibilities created by the synergy between art and business. New modes of consumption, which are focused on a experiential culture, can create a strong association with brands through sensory response. It is the concept of experiential marketing, in which the brand interacts deeply with the emotional life of consumers.

We move from the concept of sponsorship to the concept of collaboration, a collaboration which can bring advantages to both art and business, and that leads to the creation of an authentic and significant experience for the consumer. Since the arts are recognized as carriers of meaning, the association with the artistic event is a way of obtaining the confidence of consumers and of involving them in different and creative ways.

The physical presence of the brand in this kind of context does not simply offer great visibility, but also the possibility of reaching an audience otherwise not easily approached, with which we can form an innovative, creative and positive relationship.

And I cannot think of a better stage than the Genoa Boat Show, the most important of its kind in Europe, an international event which reaches a world wide audience.