

Foto di Anna Di Paola

## IN QUESTO NUMERO

The Workplace and the Art

I nuovi uffici-galleria: ceci n'est pas une distraction!

eUrban è "Space to Art": intervista a Dirk Vogel, uno dei 12 artisti che hanno esposto sulla WalkAround Gallery

News dal Municipio IX

# The Workplace and the Art

Il concetto di città e *business district* sta cambiando, così come l'idea di arte pubblica e aree verdi. L'innovativo business hub EuroHive risponde a questa sfida attraverso la contaminazione degli spazi, promuovendo un dialogo tra le diverse dimensioni della nostra identità: il lavoro, la meraviglia e il benessere. EuroHive contribuisce a rispondere ai criteri ESG delle aziende che qui insediano i propri uffici e raggiungere gli obiettivi di sostenibilità come declinati dalle Nazioni Unite (SDG), mediante una serie di azioni concrete che includono anche l'arte.

Da questo approccio e da un'idea dell'artista Ria Lussi, è nata la **WalkAround Gallery** una galleria d'arte contemporanea a cielo aperto che accompagna, fisicamente, in un'unica piacevole passeggiata, residenti, lavoratori e visitatori da EuroHive ai numerosi altri luoghi d'interesse in **eUrban**, come il centro commerciale Euroma2 e gli *headquartes* di multinazionali come Eni, Engie, Procter & Gamble, e la sede della Città Metropolitana Roma Capitale e, temporalmente, l'evoluzione dell'area ancora in corso.

La **WalkAround Gallery** nasce composta da dodici artisti, dai 25 agli 89 anni, ciascuno con una di propria peculiarità in termini di mezzi d'espressione, tecniche e *background* in modo che ciascun osservatore possa trovarsi e ritrovarsi ed emozionarsi. Dagli scatti del musicista e fotografo persiano Mohssen Kasirossafar si passa alle opere dello street artist romano Kenji De Angelis fino ad arrivare alle cianotipie di Anna Di Paola e alle creazioni di Enzo Barchi, dove la dimensione spirituale viene ricercata tra il figurativo e l'astrattismo. Il risultato è un percorso eterogeneo: un progetto nato in nome dell'amore per l'arte e la riqualificazione delle aree pubbliche al servizio delle persone.

Il progetto della WalkAround Gallery è in costante evoluzione, esattamente come l'area che lo ospita: la trasformazione dei suoi profili riflette idealmente il suo far parte di un contesto che cambia la sua geografia in continuazione offrendo nuovi orizzonti architettonici e narrativi. Una porzione della WAG, infatti, in virtù della sua natura "circolare" è stata oggetto di un *fundraising* a sostegno

di un progetto di sviluppo sociale in Madagascar ([weworkitworks.org](http://weworkitworks.org)) mentre una porzione è stata installata all'interno degli spazi di EuroHive, a valorizzare quelle parti comuni che spesso vengono dimenticate, come le scale e lo spazio liberato dalle opere è stato sostituito con un racconto e informazioni sugli alberi e le piante officinali delle altre due installazioni: The Moving Forest e The Italian Zen Garden di cui abbiamo parlato nel numero #3 del nostro Journal (<https://eurohive.it/extra/#journal-section>).



Percorrendola oggi, a quasi due anni dalla sua inaugurazione, restano da ammirare le opere di quattro artisti: i rivoluzionari lavori di Enzo Ragazzini, impegnato durante gli anni '60 nella

sua ricerca fotografica di Optical Art, gli inconfondibili ritratti di Dirk Vogel e gli scatti tanto colorati quanto antinaturalistici di Patrizio Prunas. Tra loro appare anche la cosmologia di Ria Lussi, composta da esseri tra l'umano e il vegetale, l'animale e il minerale: gli ALtogether, personaggi nati dalla ricerca di nuovi medium artistici, alluminio e intelligenza artificiale, e la collaborazione tra l'artista e il designer Andrea Bufis. Sono i dieci diversi ALtogether a proporci in maniera lieve dieci facili azioni per migliorare il nostro stile di vita quotidianamente, così da poter contribuire anche con piccoli gesti a salvaguardare il pianeta.

L'arte *green*, inoltre, accoglie gli ospiti di EuroHive anche nella sua *Welcome Area*, con un'opera sempre di Ria Lussi, decorata da un *Wall Tattoo* di diciassette metri, diventando parte della vita quotidiana di chi lavora nel *contemporary art district* di Roma. All'interno delle iniziative di Eurohive il business non è più visto come un'entità separata dalla società, dalle persone, ma come un attore attivo nel promuovere cultura e sostenibilità per il benessere di tutti.

# I nuovi uffici-galleria: *ceci n'est pas une distraction!*

La bellezza e l'arte, tradizionalmente legate al tempo libero, stanno diventando strumenti fondamentali nel panorama lavorativo. Un recente studio condotto da Brookfield Properties e pubblicato su [Forbes](#) ha evidenziato come l'inserimento di opere d'arte, sculture, design di alto livello e elementi esteticamente gradevoli negli spazi di lavoro possa avere un impatto positivo sulla produttività, la gratificazione e la creatività dei dipendenti.

**L'arte e l'estetica negli spazi di lavoro non solo migliorano la soddisfazione, ma possono anche aumentare la produttività e la qualità di vita dei dipendenti.** Il 64% dei partecipanti ha affermato che gli eventi culturali e sociali in ufficio li aiutavano a lavorare in modo più efficace. Il 69% ha detto che avere opere d'arte interessanti e visivamente appaganti sul posto di lavoro contribuiva al loro benessere.

La qualità dell'esperienza lavorativa influisce inoltre sulla motivazione delle persone a venire in ufficio. Lo studio ha rilevato che il 62% delle persone preferiva lavorare in un ufficio piuttosto che da casa, percentuale che è salita al 75% quando lavoravano in uffici più ricchi dal punto di vista artistico, di design e estetico.

Secondo lo psicologo e ricercatore Dr. Craig Knight, molte aziende tendono a creare spazi di lavoro asettici e minimalisti, con l'obiettivo di minimizzare le distrazioni e massimizzare la concentrazione dei dipendenti. Questo approccio non è affatto condiviso da Knight, forte sostenitore della filosofia per cui la presenza di elementi artistici possa rendere le persone più felici e soprattutto più produttive. Knight e il suo team hanno condotto una serie di esperimenti per valutare l'effetto dell'arte negli uffici. Hanno creato



Foto di Anna Di Paola

quattro tipi di ambienti di lavoro - minimalista, artistico, personalizzato e *disempowered* - e hanno chiesto ai partecipanti di lavorare in ciascuno di essi per un'ora. I risultati hanno mostrato che le persone che lavoravano in un ufficio dotato di opere d'arte erano circa il 15% più produttive di quelle in un ufficio minimalista.

L'estetica è fonte di energia, elemento indispensabile in un ambiente di lavoro, che non dovrebbe mai trasformarsi in un luogo anonimo e industriale, rischiando di anesthetizzare i lavoratori. A infondere dinamismo in ambienti formali possono essere delle installazioni cinetiche o luminose, come anche le opere d'arte interattive, fonte di un costante stimolo di curiosità e coinvolgimento.

A seguire questa linea di pensiero è la Deutsche Bank che, con oltre 60.000 opere d'arte distribuite in 900 uffici in 40 paesi, detiene la più vasta collezione di arte aziendale al mondo. È Friedhelm Hütte, Head of Art alla Deutsche Bank, ad affermare su [the Guardian](#) che *"l'arte offre una prospettiva unica sulle dinamiche sociali, politiche ed economiche del mondo, stimolando la creatività e l'innovazione, elementi fondamentali nel nostro settore"*.

Esponendo opere d'arte le aziende hanno l'opportunità di creare grandi esperienze lavorative nuovissime e stimolanti, oltre ad avere la possibilità di usare le proprie corporate collections per mostrare al mondo i loro valori e la propria identità.

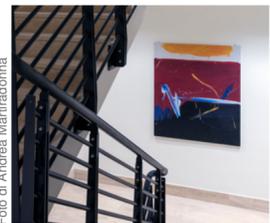


Foto di Andrea Martiradonna

Gli ambienti di lavoro arricchiti da tali elementi possono infondere energia, motivazione e ispirazione. Secondo lo studio, solo il 38% dei partecipanti si sentiva soddisfatto dell'ambiente del proprio ufficio, ma la percentuale aumentava al 63% per coloro che avevano accesso a eventi culturali. Inoltre, solo il 24% si sentiva ispirato dal proprio lavoro, ma questa percentuale saliva al 39% quando le persone lavoravano in uffici arricchiti da opere d'arte.



www.dynamoartfactory.org

## Brand activism Quando l'arte diventa sviluppo sociale

La Fondazione Dynamo nasce nel 2003 con la missione di supportare organizzazioni di impresa che affrontano temi di interesse sociale. Nel 2006 nasce Dynamo Camp, un luogo di vacanza per bambini con patologie gravi o croniche, a Limestone in Toscana, che offre gratuitamente specifici programmi di Terapia Ricreativa, a bambini e adolescenti affetti da malattie croniche, in terapia o nel periodo di post ospedalizzazione, ai fratelli sani e alle loro famiglie. Tra le attività del programma, l'Art Factory permette il contatto diretto tra arte, bambini e artisti.

Art Factory nasce nella convinzione che l'Arte sia un Bene Comune e abbia un positivo valore sociale, per i bambini e i ragazzi in particolare. Per i camper l'arte è uno strumento immediato, divertente e stimolante per esprimere il proprio mondo interiore e toccare con mano le proprie capacità, ritrovare fiducia in se stessi e abbattere il preconcetto dell'esclusività dell'arte, aiuta le persone alla riscoperta del proprio potenziale creativo e del linguaggio artistico come occasione di espressione emotiva. Il risultato dell'attività sono opere uniche: frutto della spontaneità dei bambini e del genio dell'artista, poi esposte nell'Art Gallery in loco e disponibili a fronte di donazione a sostegno del Camp. Anche istituzioni come la Fondazione MAST di Bologna, il MAXXI di Roma e la Triennale di Milano hanno aperto le loro porte alle opere di Dynamo Art Factory. Per informazioni [dynamoartfactory.org](#)

# eUrban è "Space to Art"

## Intervista a Dirk Vogel, uno dei 12 artisti che hanno esposto sulla WalkAround Gallery



Foto di Anna Di Paola

«Essendo un grande fotografo di moda immagino sia abituato a vedere le sue foto per strada, in cosa ha sentito diverso il suo contributo alla WalkAround Gallery?»

DV: Mi fa un bell'effetto, non avevo mai partecipato a un progetto del genere: per la prima volta mi sono sentito spettatore delle mie stesse opere. Vedere le mie fotografie esposte nelle strade della città in cui ho vissuto per tanti anni e che amo molto è un'esperienza estremamente positiva. Un altro aspetto interessante

è stato condividere lo spazio insieme ad altri artisti con ricerche tanto diverse dalla mia.

«Durante la sua carriera ha trovato tanti dei suoi soggetti facendo reportage o fotografando persone per strada, cosa trova di particolare in queste persone?»

DV: Le persone vere hanno una marcia in più. Qualche anno fa, allontanandomi per un momento dal mondo della moda e delle modelle, ho fatto un reportage per il

Gruppo Veronesi, in Veneto, fotografando i dipendenti, tra cui numerosi contadini. Mi ricordo perfettamente la proprietaria che, quasi commossa, mi ha detto che dopo trent'anni le avevo mostrato per la prima volta la loro bellezza. Un bellissimo complimento. Credo che la ricerca dell'autenticità si intraveda nella mia ricerca fotografica, come il frame di un film, una tecnica narrativa che chiede allo spettatore di immaginare la storia c'è dietro.

«L'utilizzo del B&W è uno dei segni distintivi delle opere che ha portato alla WalkAround Gallery e più in generale della sua carriera, quali pensa che siano i fattori che l'hanno portata a legarsi in questo modo?»

DV: Identifico il colore con il commerciale. Io sono nato come fotografo in bianco e nero, da ragazzo ho passato intere notti in camera oscura. Mi divertivo a fare foto, sviluppare pellicole, fare stampe: sono rimasto fedele a quello che ero trent'anni fa. Oggi nascono costantemente nuovi fotografi e

nuove correnti, con il digitale tutti sono diventati fotografi. Se non si riesce a spiccare per una propria particolarità è difficile andare avanti. C'è tanta tecnica e poca anima. Il ritratto in bianco e nero, riducendo i colori a luci e ombre, risulta più scultoreo, mostra la materia in maniera più affine alla scultura. Io il mio modo di vivere il mondo continuo a raccontarlo così.



Foto di Dirk Vogel

## News dal Municipio IX La Vaccheria: tutte le novità sul nuovo spazio culturale dell'EUR, a un anno dall'apertura



Foto di Anna Di Paola

Lo spazio culturale La Vaccheria celebra il suo primo anno dall'apertura con una nuova mostra: *Dal Futurismo all'Arte Virtuale*, anche quest'anno sostenuta da Silver Fir Capital SGR e GWM Group. Curata da Giuliano Gasparotti e Francesco Mazzei, la mostra sarà visitabile dal 8 settembre 2023 al 14 gennaio 2024 e ospiterà più di cento opere dei grandi maestri del XX secolo, come Magritte, Manzoni, Fontana e de Chirico, e installazioni artistiche sia immersive che virtuali.

L'esposizione, a ingresso gratuito, permette al passato e al presente di incontrarsi e tessere un dialogo, creando uno spazio in cui artisti come Balla, Calder, Burri, Dali e Modigliani possano essere messi in relazione con le nuove forme d'espressione a noi contemporanee.

La Vaccheria nasce, all'interno della

convenzione EUR Castellaccio, da un lungo lavoro di restauro che ha trasformato un casale storico in uno spazio capace di ospitare contemporaneamente arte del XXI secolo e opere di artisti locali del territorio che hanno l'opportunità di esporre gratuitamente. Da settembre 2023, inoltre, è possibile anche sostare nelle nuove sale aperte al pubblico: la sala lettura e lo spazio di *coworking*.

Connesso anche al parco EUR Castellaccio facilmente raggiungibile a piedi, questo nuovo spazio espositivo non solo offre ai visitatori la possibilità di ammirare gratuitamente opere d'arte di fama internazionale, ma contribuisce anche alla valorizzazione dell'intero quartiere dell'EUR, coltivando l'appartenenza a una comunità e impreziosendo l'offerta culturale di Roma Capitale dove prospereranno innovazione e creatività.



# The workspace for visionary companies

In una nuova area dell'Eur, orientata all'innovazione e al benessere, EuroHive interpreta le nuove esigenze del lavoro ibrido.



WELCOME AREA



DEHORS



FLEXIBLE WORKPLACE



BISTROT



AUDITORIUM



MEETING AREA



PARCHEGGIO

Foto di Andrea Martracodonna

Stai cercando una nuova sede per portare la tua azienda nel futuro?

Proprietà di



silverfircapital.com

Commercializzato da



+39 06 98 26 211



+39 06 42 00 671



+39 06 45 23 8501

# EUROHIVE

Viale Giorgio Ribotta, 35 - 00144 Roma | [eurohive.it](http://eurohive.it)