

Design in mostra

La Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma presenta il nuovo allestimento, concepito per instaurare un fecondo dialogo tra arti visive e mondo del progetto



Sopra, sala Klimt con rivestimento pareti e tendaggi di Giorgio Armani. A destra, ideate da Spalvieri & Del Ciotto e realizzate da Guzzini, le bottiglie Energy GNAMC, che sfoggiano dettagli di alcuni tra i capolavori presenti nella Galleria.



A destra, Ernesto Basile, Ernesto Basile, Vittorio Ducrot, Antonio Ugo, Ettore De Maria Bergler sono gli autori del secretaire a due ante (1902) in mogano intagliato e dipinto, cuoio e bronzo, esposto durante il Salone del Mobile nell'ambito di un progetto del MiC che valorizza la storia del design. In alto, panca Aeternus Eternus II di Philippe Cramer nella sala Calder.



IL DESIGN IRROMPE alla Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea con un nuovo allestimento che sancisce un dialogo tra arti visive e design. Il progetto nasce dalla collaborazione con importanti aziende del settore (Agapecasa, Armani Casa, Caimi, Cappellini, Cassina, Davide Groppi, Flexform, Kartell, Molteni&C, Poltrona Frau, Porro, Rubelli, Slamp e Zanotta) con l'intento di riconoscere al design un ruolo di spicco nell'ambito della creatività contemporanea e di rendere le sale del museo più confortevoli e familiari. L'idea della commistione sorge dalla centralità, anche artistica, assunta in Italia dal design: disciplina che ha tradotto stimoli provenienti dalla globalizzazione, dalla competizione sui mercati e dall'innovazione tecnologica in una forma d'arte che impronta la cultura del progetto, mantenendo l'equilibrio tra componenti artistiche e tecniche, e ingegnerizza l'esecuzione materiale dell'opera per renderla più economica e diffusa. Il percorso espositivo della GNAMC sancisce questa evoluzione raccontando gli ultimi due secoli di storia attraverso sale arredate con sedute iconiche, oggetti scultorei, parati e tendaggi che mutano la percezione del museo invitando i visitatori ad 'abitarlo'. Da rilevare, come ulteriore novità, la presentazione di una linea di merchandising intesa come estensione curatoriale: un progetto di cultural branding nato con l'intento di collaborare con eccellenze italiane del design per trasformare il bookshop nell'ultima tra le sale espositive del museo. **A.P.**