

## L'Italianess parla al mondo

Marco Voena lancia la sua rivista  
sull'arte e sul modo di essere italiani

Il gallerista Marco Voena (nella foto) ha appena lanciato «Il Libro. The magazine of Italian Art», una rivista in lingua inglese per una diffusione mondiale, che uscirà due volte l'anno. La rivista è stata appena presentata da Christie's a Londra.



**Perché ha voluto fare una rivista?**  
Perché ho sempre avuto una passione per i libri; nella vita avrei voluto fare il regista cinematografico, l'editore o il mercante d'arte (forse anche l'interior decorator).

**Fare film sarebbe più remunerativo di fare libri e riviste.**

Beh, se sei Spielberg è remunerativo... L'editoria invece è un più difficile. Dopo aver visto molte riviste e aver studiato su molti periodici, mi è venuta l'idea di fare una rivista sull'arte italiana.

**Non è una rivista informativa.**

Ho cercato di fare una rivista di approccio diverso. Non è per le fotografie da cartolina, né per il turismo, non è (senza nulla togliere) «Bell'Italia», né una pubblicazione superestetizzante com'era quella di Franco Maria Ricci. Si tratta di cercare di comprendere un artista o il senso di un'opera passando dalla porta di servizio e non da quella principale.

**Eppure rimane una rivista di livello molto elevato sia dal punto di vista dei destinatari che dell'approccio ai singoli argomenti...**

No, non è elevato, o meglio non c'è differenza tra elevato o basso. Il titolo «Il Libro» deriva da Baldassarre Castiglione: anche il suo Libro del Cortegiano, nel '500, voleva «educare il gusto delle persone» guardando all'internazionalità.

**L'esperienza di gallerista di gran successo in che misura ha giocato? Altri importanti operatori**

**hanno sentito il bisogno di farsi una propria pubblicazione, per esempio Gagosian da un paio d'anni.**

Sì, è una bellissima rivista, con una grande redazione. Come sempre, Gagosian è stato il primo: lui è The King in ogni cosa. Poi sono uscite la rivista di Ursula, Hauser & Wirth, quella di Maya Hoffman ad Arles, più trasversale tra arte e letteratura, ed esistono riviste parallele alla moda come «Officiel Art». Nonostante i social network, molte persone hanno ancora il piacere di sentire l'odore di carta stampata. L'idea della mia rivista è quella di lanciare un po' di più l'arte italiana. Continuiamo a fare mostre di Leonardo, Michelangelo, Caravaggio, ma c'è ancora molto da fare e la nostra intenzione è di portare l'Italian Flag in luoghi reconditi, in piccole librerie del mondo.

**L'attività di gallerista la porta a essere indirettamente un divulgatore dell'arte italiana, ma una rivista su carta ha anche una valenza promozionale, non trova?**

La rivista si collega inevitabilmente al mio lavoro e può avere la funzione di «brandizzare» quel che presentiamo.

**Ma sul piano editoriale?**

Mi sono dovuto organizzare in piccolo: il caporedattore è Carolyn H. Miner, l'art director è Luca Stoppini, che ha lavorato in passato per «Vogue Italia». L'impaginazione è stata ideata dal designer; la mia parte è dare i contenuti e il colore per rendere «Il Libro» riconoscibile su uno scaffale.

**Quante pagine? E la tiratura?**

Sono 180 pagine e siamo sulle 5mila copie.

**A che cosa allude il sottotitolo?**

Che non vogliamo interessarci solo all'arte ma anche al modo di essere italiani. Considero arte anche un fotogramma di un film di Mastroianni che beve un espresso: questa per me è l'Italianess. □ C.A.



Museo Puškin di Mosca

omma: non basta egare il volo del Non sarà inutile Vasari al Finelli, genio del Manie-nale come Pietro el '500 a Napoli e ecolo nuovo sono si in rapporto con ceo. Di tutte que-sia passato gran-un tempo, si chia-rale; e ci si augura impegno possano aprire nuove fine-stre di dialogo.

□ Stefano Causa

Itinera tridentina. Giovanni Balducci, Alfonso Gesualdo e la riforma delle arti a Napoli, di Mauro Vincenzo Fontana, 420 pp., ill. b/n, Artemide, Roma 2019, € 40,00

## **The 'Italianess' speaks to the world**

Marco Voena launches his new magazine about art and the way of being Italian

The art dealer Marco Voena has just launched "Il Libro. The Magazine of Italian Art", a biannual magazine which will be written in English in order to allow a worldwide distribution. The first volume, and the project that lies behind it, have been just presented at Christie's London.

### **Why did you choose to create a magazine?**

Because I have always had a strong and deep passion for books. I have always desired to become a film director, an editor or an art dealer (perhaps even an interior decorator).

### **Making movies would probably be more profitable than making magazines and books.**

Well, if you are Spielberg it is profitable. Publishing is more difficult instead. After studying and leafing through several magazines, I came up with the idea of realizing my own magazine about Italian art.

### **It is not an information/news magazine.**

I tried to adopt a different approach. "Il Libro" is not a magazine based on postcard images, it is not (without detracting anything) "Bell'Italia", nor a super-aesthetic publication like that of Franco Maria Ricci. What really matter is to understand an artist or the meaning of a specific artwork by going through the back door and not the main one.

### **And yet it remains a high brow magazine both from the recipients' point of view and the topics you decided to write about.**

No, I do not think that it is a high brow magazine, or rather there is no difference between high and low magazines. The title "Il Libro" derives from Baldassarre Castiglione: even his book - *Libro del Cortegiano* - aspired "to educate the taste of people" on an international horizon.

### **How does your experience as a successful art dealer influenced this project? Other players within the art world felt the need of realizing their own magazines, such as Larry Gagosian.**

Yes, it is an interesting magazine characterized by a great editorial work. Larry has been the first, as always: he is The King of everything. Then, the magazines *Ursula* of Hauser & Wirth, and of Maja Hoffman in Arles - which is more focused on the correlation between art and literature - were published; moreover, there are also magazines that explore the boundaries between art and fashion, such as *Officiel Art*. Despite social networks, many people feel the desire of smelling the printed paper. The core purpose of my magazine is to foster and enhance the Italian art. We keep presenting exhibitions about Leonardo, Michelangelo, Caravaggio; however, there is still much to be done and we would like to bring the Italian Flag into recondite places, in tiny libraries around the world.

### **Being an art dealer allows you to promote Italian art, but the idea of creating a magazine offers you the opportunity of marketing your gallery business.**

The magazine is inexorably linked with my activity as an art dealer and could provide me with the opportunity of improving the gallery's brand.

### **What about the editorial activity?**

I had to develop this project in a small and pragmatic way: Carolyn H. Miner is the editor-in-chief, while Luca Stoppini - who worked for "Vogue Italia" - is the art director. The layout has been drafted by the designer. Regarding my contribution, I am dedicated to the contents and the distinguished marks that make *Il Libro* stand out on a shelf.

**How many pages? And what about the print run?**

The first volume has 180 pages and five thousands copies.

**What does the subtitle allude to?**

That we are not only interested in art, but also the way of being Italians. I think that even a movie frame in which Mastroianni is drinking an espresso can be considered art; this is what "Italianness" is!