





"Chi getta semi al vento farà fiorire il cielo" | Milano | 2009

“Art Kitchen promuove e sviluppa progetti artistici, culturali e sociali attraverso la realizzazione di mostre, eventi, progetti etici e campagne marketing, con il fine di diffondere l’arte, creare esperienze e far tamburo del mondo.”

ART KITCHEN



Un evento Art Kitchen | Milano | 2007

Filosofia

La filosofia di Art Kitchen nasce da un verso poetico scritto di getto da Ivan su un cavalcavia di Milano nel 2001.

“Chi getta semi al vento farà fiorire il cielo”. Quello che facciamo in Art Kitchen è cercare ogni giorno nuovi ambiti di fruizione dell’arte e nuovi territori con cui confrontarsi e, là dove questi non esistano, crearne di nuovi. Gettiamo semi al vento con la concreta e perseverante convinzione di far fiorire il cielo.

We Spread Art

Chi getta semi al vento farà fiorire il cielo

Noi crediamo nelle nostre idee, nel valore della diversità, nella magia dello stupirsi e dell’eccezionale.

Cerchiamo nuovi orizzonti per nuove strade, soluzioni a problemi non ancora posti, senza scordare che i sogni non devono trasformarsi in scuse per rimandare o trascurare ciò che già esiste.

We Create Experience

Ordine è disordine con scarsa fantasia

L’arte è la base di tutto quello che facciamo, ne vogliamo una dimensione popolare, oltre le nicchie e gli status quo esistenti.

Contrastiamo l’ordinarietà e la mediocrità, ricerchiamo lo stupore e l’emozione, amiamo le sfide, lavoriamo per passione oltre che per dovere. Seguiamo i nostri valori e le nostre convinzioni, proponiamo esperienze solidali, sviluppiamo business etico, intelligente e creativo.

We Rock the World

Chi pesta i piedi fa tamburo del mondo

Sappiamo che i fatti contano mentre le chiacchiere fanno solo numero, abbiamo fiato forte e voglia di andare avanti, di costruire un mondo più giusto senza illusioni, che ogni cosa prima o poi s’avvera, se non temi gli sbagli, tanto meno gli spintoni.

Chi lavora con Art Kitchen

Ad oggi abbiamo sviluppato progetti con e per diversi partner tra cui:



Campari



Byblos



La Rinascente



Impa



Il Gioco del Lotto



Fabriano



Fondazione Cariplo



Radio popolare



Lombardini ventidue



Unilever food solutions



Skira



Fiat



Cinzano



NABA



Ismo



Vento di Terra Onlus



La Cordata



NPH – Fondazione Rava



Memphis design



Supestudio Group

Le attività di Art Kitchen

Mantenendo l'arte come filo rosso per qualsiasi nostra iniziativa, abbiamo declinato le nostre competenze in contesti differenti, utilizzando l'arte come valorizzazione di qualsiasi settore.





"Una Pagina Bianca è una poesia nascosta" | Firenze | 2009

Creativa

Art Kitchen Creativa connette brand e cultura attraverso l'arte e la creatività.

What:

Cultural Marketing, Outdoor, Interior Design,
Consulenze creative.

Poesia Ora
per Campari
2009



Vienna ora o mai più
per Ufficio del turismo di Vienna
2010



Art Kitchen presenta Wolphin
per YAM112003 (Endemol Italia)



Window Poetry
per la Rinascente
2009



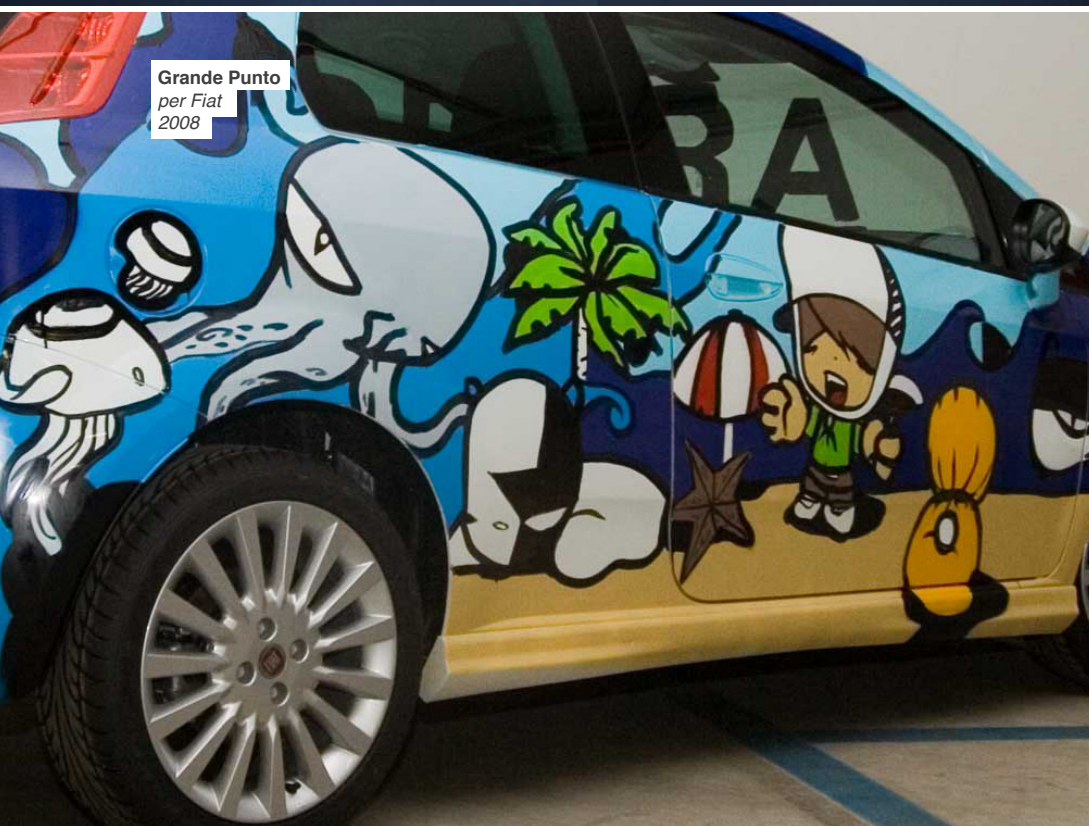
Window Poetry
per la Rinascente
2009



Consulenza creativa
per Gioco del Lotto
2010



Grande Punto
per Fiat
2008



Unilever Fairs
per Unilever Food Solutions
2009/2010



Cartiere Fabriano
per Fabriano
2009



Campari Redvolution
per Campari
2008



Campari Redvolution
per Campari
2008



Campari Redvolution
per Campari
2008



Eduka

Art Kitchen Eduka sviluppa, attraverso l'arte, programmi di team building per le aziende e percorsi di educativa per le scuole.

L'affiancamento e la stretta interrelazione tra educazione ed arte, rappresenta infatti una potenzialità efficace per lo sviluppo di riflessioni critiche sul sé, sulla collettività e sulla diversità.

What:

Interventi con le Scuole, Team Building aziendali, Workshop.

Interventi con le Scuole

2010.04 | Decorazione della Stazione di Vergiate | Vergiate (VA)

2010.04 | Spazio Libero e Gestito | Vergiate (VA)

2009.12 | ITC Schiaparelli Gramsci | Milano

2009.11 | Shufat | Palestina

2009.10 | Incontro con le scuole elementari | Fabriano

2009.09 | Scuole Elementari di Lissone | Lissone

2009.06 | ITCS Erasmo Da Rotterdam | Bollate

2009.06 | Liceo Marconi | Gorgonzola

2009.03 | Scuola Media di Rho | Rho

2009.03 | Scuola Media Rinascita | Milano

2009.03 | Salone Buone Pratiche della scuola | Milano

2009.02-03 | Mostra Poesia Viva – incontri con le scuole | Milano

Team Building

2009.05 | Campari

2010.04 | Monterosa sky

2010.06 | Aviva

2010.10 | Cris

Conferenze e WorkShop

2010.03 | Liceo Beccaria | Milano | Workshop

2010.03 | Campus Orienta – il salone dello studente | Milano | Convegno

2009.12 | Diverso è un altro modo di dire noi | Naba, Milano | Workshop

2009.06 | “Spaventa Mafiosi” con Associazione Libera | Polistena | Workshop

2009.03 | Liceo Carducci | Milano | Workshop

2009.02 | Liceo Artistico Brera | Milano | Workshop

2009 | Licei Vittorini e Vittorio Veneto | Milano | Workshop

Workshop per le scuole



Interventi nelle scuole



Team Building per le aziende



Team Building per i top Manager di Campari SpA



Contemporanea

Art Kitchen Contemporanea produce eventi, artisti, performance pubbliche ed esibizioni d'arte contemporanea.

What:

Produzione di Mostre, Performance Pubbliche,
Management Artisti.



Performance di Ivan
2008/2009/2010



"Diverso è un altro modo di dire noi"
3mt x 3mt
un'opera di Ivan



Ivan, Poesia Viva
A cura di Jacopo Perfetti
Spazio Oberdan, Milano
Catalogo Skira
2009.02



Bros 20E20
A cura di Art Kitchen
Superstudiopiù, Milano
Catalogo Skira
2008.03



Ivan, Poesia Viva
A cura di Jacopo Perfetti
Spazio Oberdan, Milano
Catalogo Skira
2009.02

"Street Art Sweet Art"
A cura di Alessandro Riva
P.A.C. Milano
Catalogo Skira
2007.03



"Street Art Sweet Art"
A cura di Alessandro Riva
P.A.C. Milano
Catalogo Skira
2007.03



TvBoy, MashUp
A cura di Jacopo Perfetti
Superstudiopiù, Milano
Catalogo Skira
2010.05



**"La facciata
del Padiglione d'Arte Contemporanea
dipinta da Blu"**





Scala Mercalli
A cura di Gianluca Marziani
Auditorium Parco Della Musica, Roma
Catalogo Drago
2008.05



Scala Mercalli
A cura di Gianluca Marziani
Auditorium Parco Della Musica, Roma
Catalogo Drago
2008.05



Performance di ivan
2008/2009/2010



Performance di ivan
2008/2009/2010



ivan, Poesia Viva
A cura di Jacopo Perfetti
Spazio Oberdan, Milano
Catalogo Skira
2009.02



Arte Mas
A cura di Jacopo Perfetti e Chiara Canali
LaHabana, Cuba
2008.08

Ethica

Art Kitchen Ethica declina l'arte a favore del terzo settore. Sviluppa le interconnessioni tra la responsabilità sociale d'impresa e le iniziative artistico-culturali portate avanti dal network Art Kitchen attraverso operazioni in loco, iniziative di raccolta fondi e progetti di sensibilizzazione.

What:

Interventi in loco, Iniziative di Sensibilizzazione,
Raccolta Fondi.

"Scuole di Gomma"
WestBank, Palestina
con Onlus Vento di Terra
2009



"Scuole di Gomma"
WestBank, Palestina
con Onlus Vento di Terra
2009



"Scuole di Strada"
Port au Prince, Haiti
con NPH Fondazione Rava



Palestina Viva
Spettacolo teatrale per la Onlus Vento di Terra
13 repliche



Charity Mug
In partnership con Nescafé
per NPH Fondazione Rava
15.000 tazze prodotte



Charity Mug
In partnership con Nescafé
per NPH Fondazione Rava
15.000 tazze prodotte





Art Kitchen a Port au Prince (Haiti) durante il progetto di collaborazione internazionale "Scuole di strada". I Port au Prince I 2007

Propaganda

We Spread Art. We Create Experience. We Rock the World.

Piano Media

Diario e Newsletter

- Newsletter: 5.559 iscritti
www.artkitchen.it/ak/newsletter/

- Diario Blog:
www.artkitchen.it/ak/quotidiana/

Pubblicazioni

Tv Boy, Mash Up, 2010, Skira
ivan, Poesia Viva, 2009, Skira
Scala Mercalli, 2008, Drago
Bros, 20E20, 2008, Skira
Street Art Sweet Art, 2007, Skira

- Sito:

www.artkitchen.org
media di 2.034 visitatori unici al mese.
52,30% Nuove visite

- Utility

Google analytics
Wordpress
Redirect:
www.artkitchen.it/
www.artkitchen.eu/
www.artkitchen.tv/
www.artkitchen.info

Stampa

Ufficio stampa interno.
Feedback: 60 testate,
più di 100 articoli.
Archivio completo su
www.artkitchen.org

Marketing BTL

Campagne di promozione
della filosofia Art Kitchen
attraverso iniziative BTL.

Social Media

- Facebook: 4.846 amici
www.facebook.com/artkitchen
- Twitter
http://twitter.com/art_kitchen
- My Space
<http://myspace.com/artkitchen>
- Posterous
<http://artkitchen.posterous.com>

Diario e
newsletter

Sito
internet

Pubblicazioni

Social
media

Stampa

Marketing
Btl

ART KITCHEN

Stampa

fare | compagnia(2)

LA CUCINA CREATIVA

A MILANO IL COLLETTIVO ART KITCHEN (RID)UNISCE PROVOCAZIONI, POESIA E SOLIDARIETÀ. TROPPO BUONI? CERTO, ANCHE SE SI ISPIRANO AGLI 11 "CATTIVI" DI OCEAN'S ELEVEN

di Silvia Criara

MA SIAMO NO...

cm 197

fare | compagnia(2)

LA CUCINA CREATIVA

1. THE BRAIN MAN

2. THE IDEA MAN

3. THE PROBLEM SOLVER

4. THE FIRST LADY

5. THE GEEK

6. THE NETWORK

7. THE DEVELOPER

8. THE INSIDERS

9. THE JOKERS

10. THE BANKROLLS

11. NEW GO

Mot(t) dell'anima anti-crisi

ARTE

Art Kitchen

il nuovo paradigma della creatività

Mondo dell'arte contemporanea, tema della rigenerazione urbana attraverso l'arte pubblica. Nuovi modelli d'imprenditoria giovane e creativa.

Intervista a Jacopo Perfetti e Ivan Tresoldi

di Mario Silva - Foto a cura di Francesco Ferrari - Creative Orchestra

Cos'è Art Kitchen?

ArtKitchen è un'agenzia di promozione artistica e culturale che connette brands e creatività attraverso l'arte e il marketing per creare mostre, eventi culturali, campagne di comunicazione e party. Perché chi getta semi al vento farà fiorire il cielo. Tra i nostri progetti, "Street Art Sweet Art" al PAC di Milano, Campari Redvolution a Sesto San Giovanni, "Sociale di Street" al Port au Prince (Haiti), Street Up presso la Byblos Art Gallery di Verona.

Art Kitchen è attiva da circa un paio d'anni e avete raccolto già numerosi progetti di successo. Potete già svelarci qualche progetto su cui state lavorando per il 2009?

Per il 2009 abbiamo in programma cinque grossi progetti di arte pubblica e marketing below the line con alcuni dei nostri principali clienti (tra cui, ad esempio, Campari, Fiat e Nescafé), nonché l'apertura della nostra "factory" in zona sud, a Milano.

In molto di quello che fate emerge un mercato taglio artistico e creativo. Dove trovate l'ispirazione per i vostri progetti?

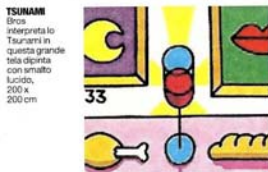
Principalmente dall'osservazione attiva e partecipante di tutto quello che ci circonda. Siamo prima di tutto etnologi del contemporaneo. Prendiamo ispirazione, chiediamo, cerchiamo di capire, reinventiamo, proviamo strade alternative e soprattutto non diamo mai nulla per scontato.

Ci lasciamo stupire da tutto e non poniamo limiti alla possibilità di approfondimento e conoscenza. La dialettica e la partecipazione sono tra le nostre strategie relazionali principali, attraverso anche l'ascolto dei bisogni culturali che si manifestano nella collettività, così come di quelli reali del singolo o di un pubblico.

Un esempio di questo nostro modo di intendere il fare cultura è paleo ad esempio, nei progetti di arte urbano che andremo ad attivare in collaborazione con le enti e le istituzioni locali, per riqualificarci attraverso l'arte, spazi periferici dismessi delle nostre città.

Il mondo di Bros

Uno dei più popolari writer milanesi inaugura oggi la sua prima mostra personale. Con opere molto ambiziose



“Vi dimostro che sono un vero artista”

LAURA BELLONI

PROFESSIONE artista. Lo dice la carta d'identità e lo ribadisce lui stesso. Ma un artista sui generis. Bros, ventisei anni di cui gli ultimi undici dedicati alle performance in strada, sfugge alle definizioni. Alcuni lo considerano un vate, altri lo paragonano a un pittore come a Sironi, pioniere dell'arte pubblica. Dalla periferia al centro, a Milano le sue creazioni sono note. Chi le osserva sui muri magari non conosce l'artista, ma riconosce il suo stile. Disegni dal tratto netto e colorato, a cui nelle ultime settimane si è aggiunto il restyling di Blooddiamond, l'opera di via Olona prima cancellata dall'Arma poi recuperata da Bros stesso con l'aiuto di due restauratori.

E se Vittorio Sgarbi l'ha definito un nuovo Giotto, lui di se stesso ha inventato

diche di non essere né un graffittista né un imitatore: «Sono un artista a tutto tondo che si avvale di muri, fogli, ceramica, pagine Internet e teloni. E non sono un animale da galleria». Anche se proprio qui, allo spazio Superstudio di Artpoint di via Tortona, sarà inaugurata la sua prima personale, con tanto di catalogo. Sgarbi: «Ma non rappresenta il mio ingresso nel mondo dell'arte mercato, semplicemente fa parte delle mie possibilità di artista di legare l'arte al pubblico». Alla domanda se intende abbandonare i muri per dedicarsi solo alle tele, Bros, al secolo Daniele Niccolini, capigliatura rada e viso sporco di pittura blu, risponde sicuro: «No, di certo, è solo un'arrividerci presto. Magari fotografò la mostra aiutando a disegnare per la strada così come faccio spesso dopo una birra con gli amici o prima di andare a letto». La temerarietà di leg-



IL VERO NOME
È vero nome di Bros è Daniele Niccolini

I graffiti
Non è un addio alle strade ma solo un arrivederci, tornerò presto a dipingere anche sui muri

gere in questa mostra il passaggio dell'artista dalla strada alle gallerie è forte, anche perché le sue opere costano care: intorno ai diecimila euro. Ad allestire la mostra è l'associazione culturale Art Kitchen. «Abbiamo investito 30 mila euro per le installazioni», spiega Jacopo Perfetti, «dopo i risultati dell'esposizione di Street Art al Pac ci aspettavamo un altro grande successo, fra due mila e tremila visitatori».

Venti le opere in mostra, dipinte su tela, legno e pvc. Aspirate a episodi mitologici, religiosi, storici: dal cavallo di Troia all'evangelica moltiplicazione dei pani e dei pesci, dalle Tsunami all'Apello 13, dalla globalizzazione all'11 settembre. Tutti soggetti ambiziosi e complessi. «Ho scelto eventi che mi hanno colpito e di cui penso ci sia arrivata una comunicazione distorta. Come la morte di Lady D, un mistero palese di cui forse non è stata detta

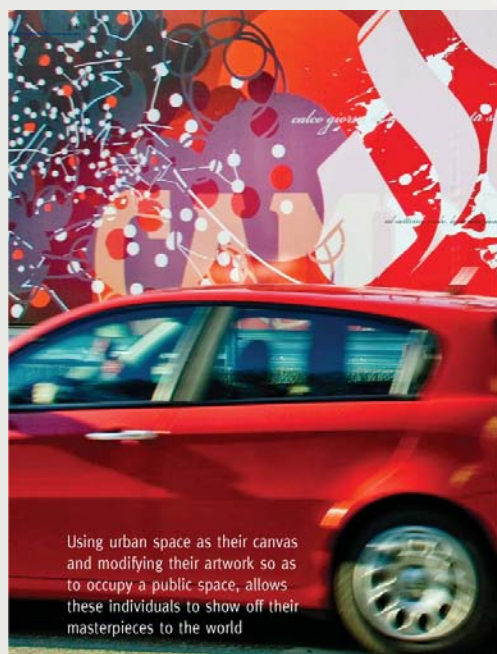
Street Art

Redifining art in public spaces

Street Art is indomitable, sexy and caustic. It doesn't have predefined limits. It is sensual and provoking and alters the textures it comes in contact with. It hits and spreads like a virus, the street is its medium and its theatre. Born of the chaotic spontaneity improvised by twentys and the brutal pointivism of Dubuffet, street art is the artistic response to the cannibalistic consumerism and media bombardment of the end of the 20th century. It smoothes the empty horrors of modern urban settings, transforming them into publicly accessible works of contemporary art. Because, who paints on a wall does it because she needs to "do art", to conquer spaces that are denied to her, to give something to others. You can't buy Street Art, it's already yours.

Jacopo - Art Kitchen

Street art is a movement that is gaining widespread popularity in Europe



Using urban space as their canvas and modifying their artwork so as to occupy a public space, allows these individuals to show off their masterpieces to the world

MULTIPLICATION
La moltiplicazione dei pani e dei pesci rivisitata in questa tela di 300 x 200 cm. "Dopo l'ultimo comunista" dice Bros



L'ULTIMA CENA
Una grande tela di soggetto sacro dipinta con smalto lucido, misura 300 x 300 cm

La Repubblica
TUTTO MILANO
La città in tasca

Notte FESTE E DJ: I NUOVI INDIRIZZI
pagina 26-27

Happening ALL'HOTEL QUARK L'ATTAUOR DEL MONDO
pagina 29

Allo Spazio Oberdan la mostra-performance di Ivan
ASSALTI POETICI
Alle pagine 24-25

584 Febbraio 2009 Da giovedì 12 a mercoledì 18 febbraio. Supplemento settimanale al numero ordinario de "la Repubblica". Sped. Abbon. post. art. 1. Reg. Min. del 27 febbraio 2004 - Roma

la Repubblica
TUTTO MILANO
La città in tasca

Arte "BUENA VISTA": GRAFICA CUBANA
pagina 53

Benessere "20 HOURS" IN PALESTRA ANCHE DI NOTTE
pagina 63

Locali e circoli: mostre, serate, incontri
NAVIGLI UNDERGROUND
Alle pagine 14-15

ESPERIMENTI ART KITCHEN
Il marchio della creatività

Gli esperimenti servono a provare le idee. Ne scoprono i limiti, i potenziali sviluppi. Se il progetto vorrà indagare l'illusione tra Giovanni Craxi, la new media e i contenuti User Generated, ecco allora il perché degli "Esperimenti di...". Obiettivo: far alzare ai ragazzi di Generazione X2.0 il velo dell'intervista, il filo della punta. Generare l'informazione dalla sorgente. Divergenti di Maxwell di un'informazione contraddittoria almeno tentata.

In questa puntata, Art, Creatività e Mercato. Conoscenza possibile? Per la risposta, mi volgo con i ragazzi di Art Kitchen, agenzia di promozione artistica e culturale che mette

head e creatività, usando l'arte e il marketing. Un "binomio profano" che genera mostre, eventi culturali, campagne di comunicazione, party. In risposta a i (non-to-see) Art Kitchen realizza ogni lavoro con il performer migliore: Ivan per la poesia di strada, Nais per la street art, Tivoli per la pop art (evolution), Inty per il writing, gli Spazio Petrol per i di sei. Twinkling per la videoart, il pot

la genialità di Ozzio, la rivolta urbana dei pinguini di Pao.

Creativity Work Art Fun. È la sintesi di un'organizzazione funzionale: La libertà senza disciplina rimane solo un sogno - dice Jacopo, l'animatore razionale di AK, personaggio quasi balcanico, strategico - Più che parlare di tecnica e tecnologia, parlerò di AK come un'unica mente composta da due emisferi: destra (immaginativa, intuitiva, irrazionale, Ivan), sinistra (prietica, analitica, oggettiva, Jacopo). A questo va aggiunto il nostro uomo sul campo (grafico, tecnico, preparato, Francini). Un'ipotesi razionalista per realizzare il "culto mortale" nel movimento, dal prodotto, il bene economico.

«Essere creativi vuol dire essere creatori di immagini e plurale: la creatività è lo strumento per creare una nuova realtà». (Karl Grolini)

un mondo di mische marionette.

Tra i progetti realizzati da AK: Street Art Sweet Art al Pac di Milano, 1.350 metri di "muro" per la campagna pubblicitaria Cammari Redwood.

MAURO CAROZZATO

CULTURA

Cinquant'anni del popolare artista di strada da oggi al Superstudio Più, il critico eletto poladino dei graffiti sono presentati

Tv Boy, il monello dell'arte che traveste Sgarbi da zio Sam

Il personaggio di Sgarbi, il monello dell'arte che traveste Sgarbi da zio Sam

I graffittari re dei giorni di Pasqua
Quasi 4 mila visitatori alla mostra "Street art" nel weekend

Foto: Michael Manno della Scenografia alla Biennale della Biennale d'Arte Contemporanea all'Alte Nationalgalerie a Berlino

2.500
2.000
600



Gli interni dello Store Rinascente Duomo con le poesie di ivan. I Milano I 2009



Contatti

Art Kitchen

Via Bussola 4, 20143, Milano (Italy)

Cell: 0039.340.7321131

Tel / Fax: 0039.02.89070527

On line: www.artkitchen.org