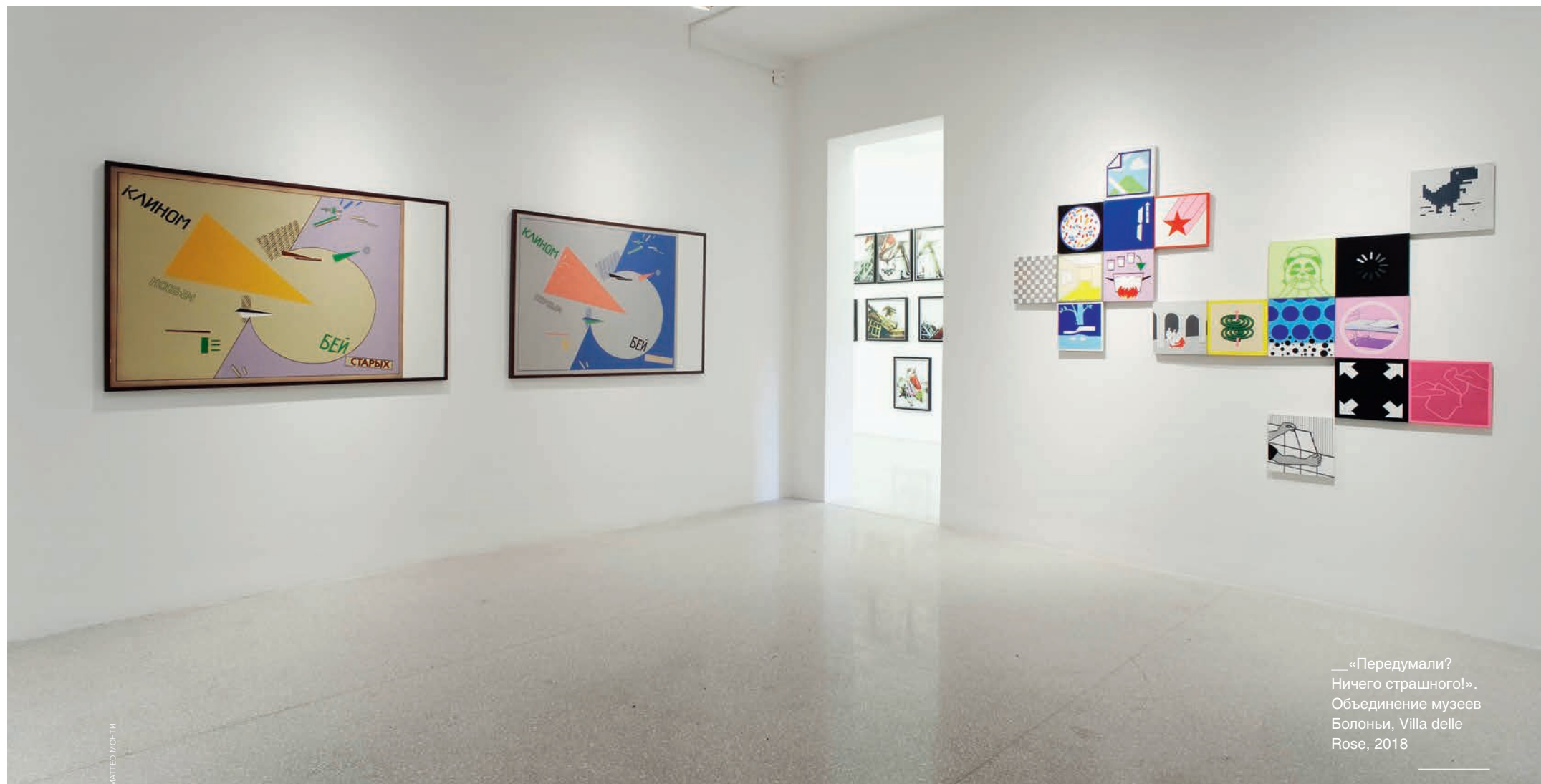


«КОРПОРАТИВНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ — ЭТО БОЛЬШОЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ»



«Передумали? Ничего страшного!». Объединение музеев Болоньи, Villa delle Rose, 2018

Расскажите, пожалуйста, об истории корпоративного коллекционирования. Кому и зачем это стало нужно?

Рождение первой банковской коллекции современного искусства можно датировать концом XV века, когда банк Monte dei Paschi в Сиене заказал художнику Бенвенуто ди Джованни картину «Мадонна Милосердия» для своего офиса. Коллекция, как и сам банк, жива и сегодня. Вообще нужно помнить, что любое искусство когда-то было современным — меценаты братья Морозовы, Сергей Щукин, братья Третьяковы и даже Екатерина II приобретали современное искусство. Поэтому не так удивительно, что и сейчас более 80% корпоративных коллекций полностью сконцентрированы на нем или имеют современные произведения в своем составе.

Если говорить о корпоративных коллекциях в новое и новейшее время, то первые из них появились в США в конце XIX века, потом присоединилась Европа, и уже в XXI веке тенденция захватила Азию. Изначально корпоративные коллекции были скорее инструментом рекламы и маркетинга. Бум корпоративных собраний пришелся на 1980–1990-е годы, но с наступившим кризисом многие из них канули в Лету. Вторая волна коллекционирования уже отличалась тем, что компании подходили к процессу осознанно, а цели, задачи и даже предмет приобретения во многом изменились.

Что приводит компании к решению о необходимости создания коллекции?

На мой взгляд, это одна из наиболее интересных форм взаимодействия бизнеса и искусства. Как и любое коллекционирование, оно создает определенный имидж. Формирование коллекции современного искусства говорит о желании корпорации идти в ногу со временем и уверенно смотреть в будущее. Исключением, пожалуй, являются частные банки с консервативной



Исполнительный вице-президент и директор корпоративной коллекции Газпромбанка
Марина Ситникова

системой ценностей, существующие с XVII века: в их офисах висят портреты основателей, главная идея, которая транслируется клиентам, — это приверженность традициям. Бизнес, как правило, устремлен в будущее, потому что зависит от развития новых технологий, креативных решений, нуждается в постоянных инновациях, он должен откликаться на вызовы времени, всегда идти вперед. Ассоциация с современным искусством здесь абсолютно понятна. Как сказал глава одной корпоративной коллекции, если ты открыт современному искусству, то открыт всему новому.

Компании приходят к коллекционированию разными путями. В случае частных компаний очень часто это желание владельца, который определяет концепцию коллекции, состав работ, бюджет и т. д. Что же касается нашего конкретного случая — это корпоративное решение, вытекающее из социальной миссии нашего банка и напрямую связанное с той поддержкой, которую банк оказывает развитию культуры и приумножению наследия в этой сфере.

Мы также первыми в России сформировали набор профессиональных услуг для клиентов, которые хотели покупать искусство и создавать собственные коллекции. Поддерживая коллекционирование как один из способов приумножения культурного наследия, мы задумались об основании собственного собрания, потому что уже наработали экспертные знания и понимание, но хотелось большего — активного участия, развития. В 2011 году было принято решение о создании корпоративной коллекции Газпромбанка, а уже в следующем году была приобретена первая серия работ. Куратором нашей коллекции стала Тереза Мавика, которая одновременно является директором фонда V-A-C, а с прошлого года еще и комиссаром павильона РФ на Венециан-