



Il mercato dell'arte e dei beni da collezione
Speciale "Lo stato dell'arte ai tempi del Covid-19"

Report 2021

Indice

1. Il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel 2020

[Overview](#)

[Principali risultati e record nelle vendite all'asta del 2020](#)

[Metodologia](#)

[Il mercato della pittura nelle diverse piazze internazionali](#)

[Il mercato della pittura per comparto](#)

[Il mercato dei Passion Assets](#)

[Il mercato delle Classic Cars nel 2020](#)

[Conclusioni e possibili outlook per il futuro](#)

2. Interviste agli operatori ed esperti del settore

[Mariolina Bassetti](#)

[Cristiano De Lorenzo](#)

[Guido Wannenes](#)

[Rossella Novarini](#)

[Italo Carli](#)

[Alessandro Guerrini](#)

[Riccardo Motta](#)

3. Lo stato dell'arte ai tempi del Covid-19 Seconda edizione

[Metodologia e ambiti di analisi del questionario](#)

[L'ecosistema del settore artistico-culturale](#)

[La parola agli operatori di settore](#)

[Conclusioni](#)

Biografia dell'artista

Liu Bolin nasce nel 1973 nella provincia nord-orientale dello Shandong. Durante la sua formazione avvenuta all'interno della rinomata Accademia Centrale d'Arte Applicata diviene allievo del celebre artista Sui Jianguo, suo mentore agli inizi della carriera. Liu Bolin cresce e si forma nel fermento che coincide con l'inizio del rapido sviluppo economico e di una relativa stabilità politica per la Cina, un periodo di profondi cambiamenti testimoniati negli scatti della serie Hiding in the City che lo hanno reso famoso, in cui tocca i temi universali del rapporto uomo-natura e tra pensiero e potere politico. La ricerca in questo solco è iniziata nel 2005 nel Suojia Village di Pechino, smantellato nel novembre di quell'anno dalle autorità, e non si è ancora arrestata. La sua prima mostra personale risale al 1998 a Pechino. Da allora le sue foto e le sculture tipiche della sua produzione sono state esposte nel più importante festival di fotografia contemporanea Les Rencontres d'Arles e in prestigiosi musei internazionali.

Tra i più recenti solo show vanno ricordati: La forma profonda del reale, Università Bocconi, Milano (2019); Liu Bolin.Visible/Invisible, Mudec - Museo delle Culture, Milano (2019); The Theatre of Appearances al Musée de l'Élysée, Losanna (2019); Liu Bolin. The Invisible Man, Palacio de Gaviria, Madrid (2019); Liu Bolin. The Invisible Man, Complesso del Vittoriano, Roma (2018); Liu Bolin: The Invisible Man, Erarta Museum, San Pietroburgo (2018); Ghost Stories, Maison Européenne de la Photographie, Parigi (2017); Galerie Party, Centre Pompidou - Acte II with Liu Bolin, Centre Pompidou, Galerie des enfants, Parigi (2017). Nel 2015 il Museo de Contemporáneo di Buenos Aires lo invita per la personale Desapareciendo; l'anno successivo gli viene commissionato per il palazzo di New York, sede delle Nazioni Unite, il progetto We Are What We Eat. In Europa il lavoro dell'artista è stato divulgato anche attraverso le mostre italiane A Secret Tour al Museo H.C. Andersen di Roma (2012) e Hiding in Italy alla Fondazione Forma per la Fotografia di Milano (2010), e con la personale in Svezia The Invisible Man al Fotografiska Museet di Stoccolma (2011).

Liu Bolin ha partecipato a diversi progetti artistici che lo hanno visto collaborare con altri importanti artisti contemporanei internazionali quali Botero, JR, Carlos Cruz-Diez, Kenny Scharf e Rero. Nel 2013 ha partecipato in qualità di relatore ai TED di Los Angeles. Liu Bolin ha inoltre collaborato con diversi marchi di lusso del mondo della moda, come Valentino, Jean Paul Gaultier, Tod's e altri. È stato testimonial per il 2017/2018 del marchio Moncler, in una campagna firmata da Annie Leibovitz, e nel 2018 è stato artista dell'anno della champagneria francese Ruinart. Oggi vive e lavora a Pechino.

Prefazione

A poco più di un anno dal primo lockdown avvenuto in Italia, sembra che poco sia cambiato, per lo meno nella percezione dei principali operatori del settore artistico-culturale. Lo sconforto sembra aver preso il sopravvento.

Eppure il mondo dell'arte nel suo complesso ha dimostrato grande tempestività nella reazione alla crisi socio-economica senza precedenti che si è verificata e di cui risulta difficile prevedere la fine. In un primo momento la reazione è consistita in una rincorsa all'innovazione digitale, che aveva interessato fino a quel momento principalmente le organizzazioni di medie e grandi dimensioni, ma che risultava obsoleto per la larga parte del settore, se comparato con le dinamiche di molti altri mercati dell'economia globale.

Ora però si tratta di passare da una pura digitalizzazione dell'offerta a un ripensamento del settore a livello sistemico, con un maggiore orientamento alla sostenibilità, alla collaborazione e al progresso.

Il presente report si pone l'obiettivo di offrire una panoramica su quanto avvenuto nell'anno dello scoppio della pandemia, il 2020, cercando di fare una sintesi dell'evolversi di un mondo che, messo alle strette dalla crisi pandemica, ha rimesso in discussione i propri standard consolidati, orientandosi verso una maggiore digitalizzazione e, come conseguenza, verso una inedita spinta all'innovazione.

Il confronto con operatori di settore, collezionisti, musei, gallerie d'arte, case d'asta, fiere, appassionati d'arte in genere, ha consentito inoltre di raccogliere percezioni e previsioni per il futuro in relazione sia alla fruizione sia agli acquisti d'arte online, presentati nel corso del report, che si articola in tre capitoli.

Il primo, **Il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel 2020**, a cura di Pietro Ripa e Roberta Ghilardi, presenta i risultati che hanno connotato il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel corso del 2020, l'anno che ha sperimentato la più grande recessione dalla crisi finanziaria del 2009.

Il secondo capitolo è dedicato alle **interviste agli operatori ed esperti del settore** che, grazie alla loro testimonianza, hanno contribuito a comprendere ed approfondire le sfide, le strategie adottate e il percepito riguardo al futuro del settore e in particolare all'ambito specifico in cui operano.

La terza e ultima parte del report, **Lo stato dell'arte ai tempi del Covid-19**, presenta infine i risultati della seconda survey condotta da Deloitte Private che indaga in particolare le percezioni relative all'efficacia delle esperienze digitali di acquisto e fruizione dell'arte, nonché alle principali aspettative per il futuro. I risultati sono stati messi a confronto con la prima edizione della survey presentata a novembre 2020 in modo da poter delineare tempestivamente i trend in rapido sviluppo a causa della estrema volatilità delle dinamiche economiche e sociali del momento.

Nella sempre più forte convinzione che arte, bellezza e cultura siano in grado di contribuire in modo importante al benessere dell'intera società, tanto che le misure del Recovery Fund sono destinate al sostegno dell'arte e cultura oltre che della digitalizzazione nell'arte, ci auguriamo che il nostro lavoro possa fornire stimoli per affrontare un futuro che appare tuttora incerto.

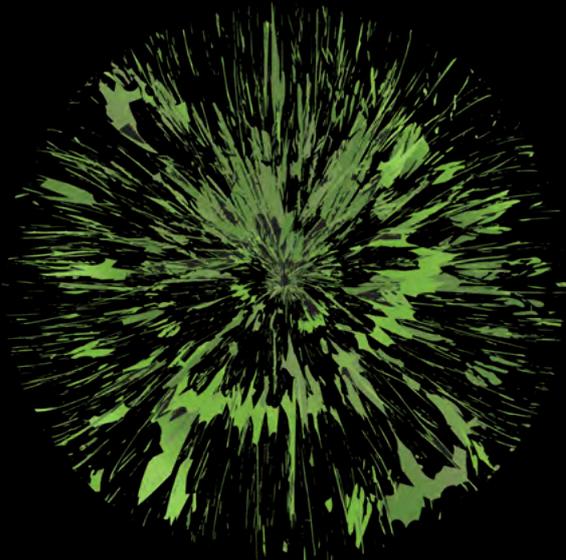
Auguro a tutti una buona lettura.

Ernesto Lanzillo

1.

Il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel 2020

A cura di Pietro Ripa e
Roberta Ghilardi



Overview

Incertezza e flessibilità sono state le due costanti, indissolubilmente legate reciprocamente, di un mercato dell'arte 2020 che ha necessariamente incrementato la propria **propensione al "rischio", all'innovazione e alla sperimentazione per sopravvivere.**

Da un lato, infatti, **l'incertezza derivante dall'imprevedibilità degli eventi e da un contesto globale in continua evoluzione come conseguenza della crisi economica e sociale internazionale** ha messo a dura prova sia gli operatori del settore artistico, sia i collezionisti, gli esperti o i semplici appassionati d'arte, abituati a fare parte di un mondo fondato sull'esperienza "in presenza".

Dall'altro lato, la **flessibilità**, intesa come capacità di adattamento di un mercato che ha saputo **reagire alle inedite sfide poste dalla pandemia**, è stato l'altro elemento di sintesi che ha caratterizzato questo complesso 2020. Flessibilità è stata dimostrata certamente sul lato dell'offerta, con operatori e professionisti del settore impegnati a cercare sempre nuove soluzioni per tenere vivo il mercato, affidandosi alle piattaforme virtuali, per mantenere l'attenzione di collezionisti e investitori; ma anche sul lato della domanda, con **collezionisti e appassionati** disposti ad adattarsi e a volte a **"cedere" ai compromessi dell'online**, pur di mantenersi attivi nelle attività di fruizione, ricerca e acquisto di beni da collezione.

La pandemia ha colpito tutte le categorie di stakeholder del settore: dagli artisti, alle gallerie, dalle case d'asta, ai musei, fiere d'arte ed altri enti espositivi, ovvero tutti i principali attori di un mondo **tradizionalmente resistente al cambiamento**, che si è **scoperto di colpo vulnerabile**. Una resistenza che nel passato aveva già comportato il consolidamento di **"prassi" peculiari, uniche e talvolta obsolete, se comparate con le dinamiche di molti altri mercati dell'economia globale.**

Seguendo la diffusione geografica del virus, l'area asiatica è stata la prima a subirne le conseguenze, con la cancellazione della fiera ArtBasel Hong Kong (poi svoltasi online) e la sospensione o il trasferimento in digitale di tutte le aste precedentemente programmate, almeno fino al mese di luglio. All'area asiatica hanno fatto seguito l'Europa e gli Stati Uniti, con la chiusura generalizzata dei principali luoghi di fruizione dell'arte e della cultura, nonché la cancellazione di tutte le fiere ed aste in presenza.

Il mondo dell'arte, che fino agli inizi del 2020 si basava su un **fittissimo calendario di appuntamenti** che spingevano collezionisti e appassionati di tutto il mondo a viaggiare da una parte all'altra del globo per prendere parte a fiere, mostre e aste di caratura internazionale, nel **frenetico desiderio di "esserci", è stato così messo completamente in pausa dalla pandemia**, che ha, inevitabilmente, rimesso tutto in discussione.

Con riferimento al solo mercato delle aste, dopo **un inizio 2020 pre-pandemia non particolarmente entusiasmante**, in scia ad un 2019 già poco brillante, l'avvento del Covid ha determinato la necessità di riorganizzarsi e trovare le giuste modalità per tenere vivo il mercato. **Per questo motivo il primo semestre si è concluso con un generalizzato e drastico calo dei fatturati (oltre il -60%).**

La forza e l'interesse dei collezionisti hanno tuttavia consentito, soprattutto a partire dal secondo semestre dell'anno, di **ridare linfa vitale** ad un mercato inizialmente messo in totale stand-by dall'avvento della pandemia. **La riduzione dei volumi d'affari rispetto al 2019, guardando sia alle aste online che alle aste in fisico comprese nel campione di ricerca, si è così assestata complessivamente al -29,7%**, in particolare al **-34,1% a/a** per il settore della pittura e al **-22,5% a/a** per il comparto degli altri beni da collezione (i così detti Passion Assets¹).

Nonostante la sospensione di molti appuntamenti nel calendario primaverile, si sono limitati gli effetti della pandemia sul **numero delle aste realizzate nel corso dell'anno grazie alle vendite online**, che hanno conosciuto un incremento del **+204,8%**.

L'accelerazione della digitalizzazione dell'offerta di beni artistico-culturali è uno dei **risvolti positivi della pandemia**, poiché fino al periodo pre-Covid le piattaforme digitali erano state implementate soltanto da una quota limitata delle organizzazioni attive nel mondo dell'arte e della cultura, con particolare riferimento a quelle di medie-grandi dimensioni dotate di cospicue risorse e disponibilità economiche. **Le piattaforme virtuali hanno inoltre favorito una crescita dei livelli di trasparenza e consapevolezza del mercato dell'arte**, dato l'improvviso aumento nella disponibilità di informazioni sui prezzi delle opere, con particolare riferimento al mondo delle fiere e delle gallerie d'arte. Questa crescita è stata sostenuta anche dalla sempre maggiore offerta di **servizi di art advisory e di consulenza legale e fiscale** a beneficio dei collezionisti, costretti ad orientarsi in un settore in continuo mutamento legislativo e ancora caratterizzato da mancanza di standard e regolamentazioni uniformi².

D'altro canto, tuttavia, **si è reso necessario, per gli operatori del settore, implementare strategie innovative** per stimolare la domanda e l'interesse del pubblico, in un momento storico in cui, essendo il **digitale divenuto l'unica possibile alternativa per restare attivi**, si è registrato un incremento senza precedenti nel numero di proposte e iniziative virtuali. In poco tempo si è creata **una vera e propria saturazione di contenuti artistici digitali, con un progressivo calo di interesse da parte dei fruitori di tali prodotti**, smarriti dalla confusione e dalle sovrapposizioni di un'offerta di colpo eccessiva e non pianificata. Per molte realtà piccole e medie è risultato difficile "emergere" in un contesto così competitivo. Sono nate allora nuove e insolite collaborazioni, ma anche inedite modalità di proposta, che potranno essere affinate e migliorate, per una **possibile e plausibile normalizzazione del mercato post-Covid**.

Le **piattaforme virtuali**, nonostante l'importanza che hanno rivestito e tuttora rivestono nel tenere vivo il mercato, si sono tuttavia rivelate solo **parzialmente in grado di sostenere il mercato, data l'impossibilità di prendere parte fisicamente** ai principali appuntamenti dedicati all'arte e ai beni da collezione. È divenuto presto chiaro, infatti, che **la componente fisica nell'esperienza artistica e culturale, ivi inclusa la partecipazione a mostre, fiere e aste di settore, sia fondamentale e spesso imprescindibile**.



*Liu Bolin, World Cultures, MUDEC, Milano, 2019.
Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.*



Liu Bolin, India Taxi, 2015. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Uno specifico approfondimento in materia è stato curato nella seconda Deloitte Art&Finance Survey, lanciata nel mese di gennaio e approfondita nel Capitolo 3 del presente report.

Limitando la panoramica al solo **mercato delle aste**, l'online si è **confermato efficace prevalentemente per la compravendita di lotti di basso-medio valore**, mentre risulta ancora limitante nella vendita di lotti di valore medio-alto, che necessitano un contatto diretto e fisico, dalla stragrande maggioranza dei top collector internazionali.

Anche per questo **le case d'asta hanno necessariamente fatto ricorso a nuove strategie e nuovi strumenti per stimolare la domanda di beni da collezione**, oltre ad aver rivoluzionato i propri calendari d'asta e continuato ad accrescere l'eterogeneità dei beni offerti, **arrivando a mettere all'incanto, nella fattispecie, un T-Rex e svariati oggetti appartenenti a noti personaggi del mondo della musica o dello sport**. Sono inoltre stati accorpati e riorganizzati alcuni dipartimenti delle major, in un'ottica di ottimizzazione dei costi e della proposta.

Tra le strategie messe in campo dalle case d'asta, due risultano di particolare interesse, anche per un possibile consolidamento futuro. La prima, già precedentemente utilizzata da alcune case d'asta per limitate occasioni, è il **catalogo "cross-category": inclusivo quindi di opere d'arte o beni da collezione appartenenti a periodi storici o dipartimenti diversi**. In questo caso, l'intento perseguito è plausibilmente stato quello di veicolare l'attenzione dei collezionisti su un numero maggiore di lotti eterogenei, ottimizzando al contempo i costi. **La seconda strategia implementata** è un nuovo format di offerta, più precisamente "l'asta ibrida", che prevedendo la presenza di un banditore (collegato in remoto) risulta parzialmente capace di ricreare il clima di una normale asta, con Auction Specialists collegati anche da altre sedi internazionali della casa d'aste e i collezionisti connessi in streaming.

Nonostante tale format non renda possibile, nella maggior parte dei casi, scatenare la competizione che si riscontra solitamente nelle sale d'asta per le vendite più importanti, sono stati **registrati alcuni risultati di rilievo, soprattutto per i grandi nomi dell'arte moderna e contemporanea**.

In continuità con il trend emerso nel 2019 e negli anni precedenti, si è infatti mantenuto elevato l'interesse per i lotti top quality, la cui disponibilità ha continuato tuttavia a ridursi nel tempo, a conferma dell'atteggiamento dei collezionisti (lato offerta) a non vendere le proprie opere di maggior valore, in momenti di elevata incertezza sociale ed economica.

I driver della domanda si sono quindi confermati essere quelli già rilevati nelle scorse edizioni del presente report: **qualità, provenienza e voglia di novità hanno continuato ad orientare gli acquisti**, sia per i collezionisti più esperti, sia per i nuovi acquirenti, a dimostrazione della **crescente maturità del mercato**. Come meglio approfondito nel paragrafo seguente, molti altri trend sono risultati in continuità, se non addirittura in accelerazione, rispetto al 2019. Tra questi, in particolare, citiamo il crescente **interesse per le opere di artisti poco riconosciuti dalla critica, ma di grande valore nel rispettivo contesto storico-culturale, tra cui anche molte artiste donne e artisti appartenenti a minoranze etniche**.

In netta controtendenza, invece, il dato relativo all'**utilizzo delle garanzie³ sulle opere d'arte**, da sempre utilizzate dalle case d'asta per assicurare i collezionisti ed incentivarli a vendere le proprie opere, al fine di aumentare la disponibilità di lotti pregiati sul mercato. La quota di lotti coperti da garanzia aveva conosciuto una forte decrescita tra il 2017 e il 2019, ma **con lo scoppio della pandemia l'utilizzo delle garanzie è tornato a crescere a livelli sostenuti, raggiungendo livelli raramente sperimentati in passato**.

L'incertezza del contesto socio-economico ha sicuramente determinato una domanda massiccia di questo strumento da parte dei collezionisti; tuttavia, l'abuso di garanzie sta già determinando il rischio di una bolla nella formazione di alcuni prezzi e ha di converso spinto molti collezionisti ad astenersi dal mettere in vendita opere d'arte e beni rari, che potrebbero conoscere marginalità maggiori e più sostenibili in fasi di mercato meno stressate.

Guardando infine le performance di mercato a livello geografico, spicca la **potenza del mercato asiatico, il primo ad essersi ripreso dalla crisi pandemica**, divenendo così il traino di un settore in forte rallentamento. Anche per questo, le case d'asta occidentali hanno avviato inedite collaborazioni con le top major asiatiche.

Christie's nel mese di maggio 2020 ha annunciato una collaborazione con **China Guardian Auctions**⁴, oltre ad aver avviato una **partnership con l'Asian Cultural Council** per la vendita con scopi di beneficenza di tre importanti opere d'arte contemporanea cinese, lo scorso 10 luglio⁵; **Phillips ha invece annunciato la propria collaborazione con l'altra casa d'aste leader del continente asiatico, Poly Auction**⁶, con cui ha presentato le aste di successo di 20th Century & Contemporary Art ad Hong Kong del mese di novembre 2020, nell'intento di ampliare il proprio mercato internazionale e la propria offerta a collezionisti e appassionati.

Infine, un altro risvolto positivo della pausa determinata dallo scoppio della pandemia, è stata la possibilità di **ripensare il sistema dell'arte** in termini di sostenibilità ambientale, implementando opportune strategie atte a **contribuire nella lotta al cambiamento climatico**, oltre che in termini di sostenibilità economica, favorendo la **collaborazione**, utile al **superamento della crisi da parte delle realtà minori**, nonché in chiave sociale, con la **diffusione di messaggi a favore della diversità e dell'inclusione**, tematiche sempre più rilevanti anche alla luce della grave crisi sociale generata dalla pandemia.

Alcune incognite di carattere politico, tra cui in particolare Brexit e l'elezione del nuovo presidente degli Stati Uniti, hanno avuto anch'esse la loro influenza sul mercato, già largamente impattato dalla pandemia, come si vedrà nei paragrafi seguenti. Si rafforza e si riconferma, come già sostenuto nell'edizione precedente del report, la tesi di una futura **crescita dell'importanza della piazza di Parigi per il mercato delle aste a livello internazionale**, a seguito dell'uscita ufficiale del Regno Unito dall'Unione Europea.

Quanto finora presentato è solo una sintesi dell'evolversi di un mercato che, messo alle strette dalla crisi pandemica, è stato disposto a **rimettere in discussione i propri standard consolidati, orientandosi verso una maggiore digitalizzazione** e come conseguenza, verso una inedita spinta all'**innovazione**.

FOCUS

Un po' di chiarezza: aste online-only, aste ibride, aste cross-category

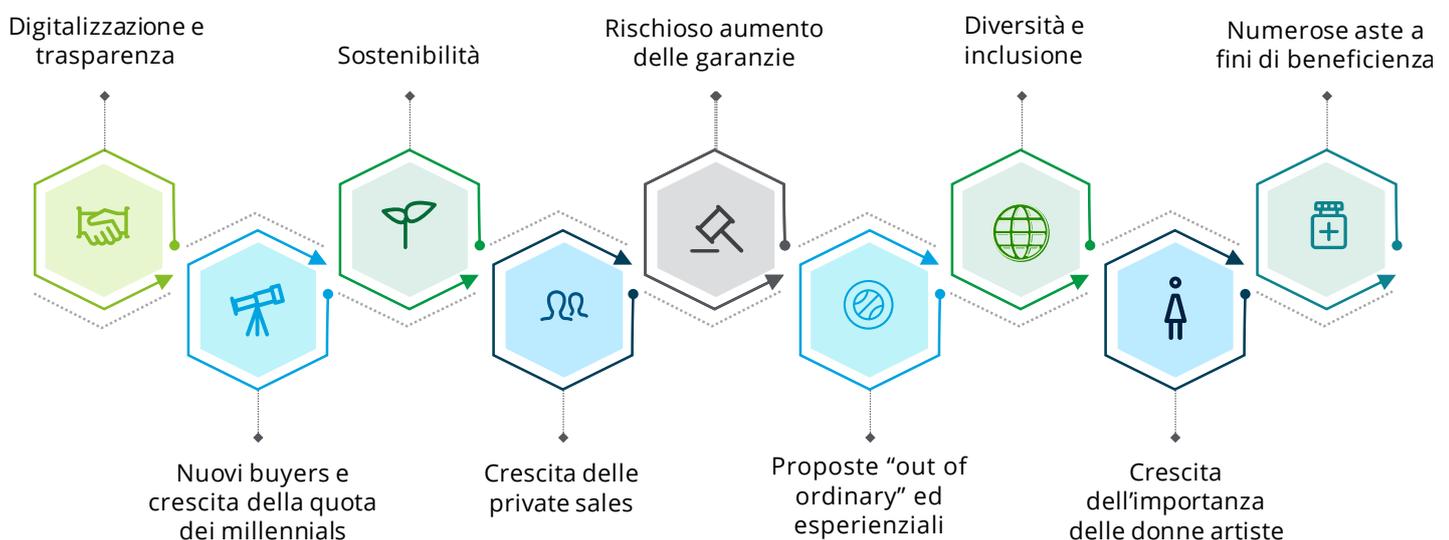
Il 2020 ha richiesto un grande sforzo da parte delle case d'asta, che hanno ideato nuovi format di vendita o potenziato quelli esistenti, al fine di stimolare l'interesse dei collezionisti e di nuovi potenziali buyers. È bene tuttavia fare chiarezza, tra le tre principali modalità di vendita che si aggiungono alle tradizionali vendite in sala:

- **Aste "online-only"**: già diffuse a livello internazionale anche prima della pandemia, che ha tuttavia determinato un loro ulteriore miglioramento, queste aste si svolgono interamente in forma virtuale, tramite una piattaforma web (per le major lo stesso sito web) che diviene quindi sia il "luogo fisico" della compravendita, sia l'intermediario tra compratore e venditore. La finestra temporale in cui è possibile presentare la propria offerta online risulta variabile, con prevalenza delle due settimane.
- **Aste ibride**: vendite che, nonostante lo svolgimento da remoto, intendono ricreare l'atmosfera della sala d'aste. Si differenziano dalle aste "online-only" in primis per le tempistiche, in quanto l'aggiudicazione è immediata e non esistono quindi finestre temporali ampie per presentare offerta; in secondo luogo, l'aggiudicazione è determinata dal banditore, che si trova connesso con altri Auction Specialists che contribuiscono alla realizzazione delle vendite; infine, la location d'asta torna ad essere la sala, nonostante vissuta in streaming dai collezionisti.
- **Aste cross-category**: aste che, nell'intento di ottimizzare l'offerta e veicolare l'attenzione dei collezionisti su beni eterogenei, presentano a catalogo opere e beni appartenenti a periodi e dipartimenti differenti, unendo pittura e Passion Assets di altri segmenti, come pure dipinti di epoche solitamente presentate in appuntamenti diversi.

I principali trend del mercato dell'arte e dei beni da collezione 2020

Analizzando gli elementi della domanda e dell'offerta di beni da collezione, è possibile affermare che nel 2020, a causa della pandemia, si siano **confermati o addirittura accentuati alcuni dei principali trend di mercato** già delineatisi nel corso del 2019, dimostrando una crescente spinta all'innovazione tecnologica.

- **Digitalizzazione e trasparenza:** la **forzata trasformazione in digitale dell'offerta artistico-culturale** ha consentito al settore di accelerare il processo di digitalizzazione che aveva interessato, fino al periodo pre-Covid, prevalentemente le organizzazioni di grandi dimensioni. **Una delle conseguenze positive è stata l'incremento nella trasparenza dei prezzi**, elemento che rende fortemente diverse le fiere online da quelle in presenza, che si caratterizzavano per una marcata tendenza a dare disclosure delle quotazioni soltanto su specifica richiesta, come accade spesso nelle gallerie d'arte.
- **Nuovi buyers e crescita della quota dei millennials:** altro risvolto positivo della digitalizzazione è stato **l'aumento di giovani e di millennials che hanno acquistato beni da collezione**, con particolare riguardo alle aste "online-only": Christie's ha per esempio reso noto⁷ che il 32% dei nuovi buyers delle vendite "online-only" sono stati millennials (23-38 anni), mentre Sotheby's ha visto raddoppiare il numero di buyers under 40⁸.
- **Sostenibilità:** durante quest'anno di "pausa", il sistema dell'arte si è trovato **maggiormente a riflettere sulla propria sostenibilità**, avviando importanti iniziative per accrescere la consapevolezza degli operatori e **contribuire alla lotta al cambiamento climatico**. Tra queste, la Gallery Climate Coalition, un gruppo di leader tra le gallerie d'arte internazionali che ha creato un tool specifico di settore per aiutare gli operatori e gli organizzatori di fiere a monitorare la propria carbon footprint⁹ e contribuire così nella lotta al cambiamento climatico.
- **Crescita delle Private Sales:** con lo scoppio della pandemia e la conseguente crisi, **è cresciuto il desiderio di riservatezza e di velocità nelle transazioni, che ha fatto incrementare in modo rilevante il fatturato generato dalle private sales:** Sotheby's¹⁰, in particolare, ha registrato un risultato record per le private sales, passate da \$1,0 Mld del 2019 a \$1,5 Mld nel 2020, mentre Christie's¹¹ si è fermata a \$1,3 Mld, con una crescita del +57,0% sul 2019.
- **Rischioso incremento nell'uso delle garanzie:** come accaduto anche in passato in periodi di difficoltà economica, **la crisi ha comportato un incremento nell'utilizzo delle garanzie**, da sempre utilizzate dalle major per incentivare i collezionisti a vendere le proprie opere. Secondo lo studio condotto da ArtTactic¹², si è ridotto il valore monetario complessivo delle garanzie delle aste di Post-War e Contemporary, in linea con la generalizzata riduzione dei fatturati; lo stesso studio rivela che la quota di vendite garantite, tuttavia, nel 2020 è stata pari a 42,8%, in netta crescita dal 36,6% del 2019 e più vicina al 43,5% del 2018.
- **Proposte "out of ordinary" ed esperienziali:** se il 2019 aveva visto comparire in asta chitarre, skateboard e beni celebrativi dei 50 anni dall'allunaggio, **il 2020 è stato l'anno delle esperienze, come si vedrà nell'ultimo punto del paragrafo, e dei beni da collezione provenienti dal mondo dello sport:** tra gli highlights dell'anno, un paio di sneakers indossate dalla leggenda del basket Michael Jordan che hanno raggiunto i \$615.000 in un'asta online di Sotheby's nel mese di maggio¹³, mentre ha superato le £200.000 sterline la vendita dedicata alla Sir Geoffrey Boycott Collection, una delle più grandi collezioni di memorabilia del cricket in mani private¹⁴. Non sono tuttavia mancate aste dedicate al mondo della musica, a borse di lusso, a personaggi famosi (tra cui i Beatles) e all'esplorazione spaziale.



- **Diversità e inclusione:** la crisi generata dalla pandemia e i conseguenti disordini sociali hanno contribuito ad accrescere il **livello d'attenzione nei confronti dei temi connessi a diversità e inclusione**. Questa tendenza si è confermata anche nel mondo dell'arte e della cultura, il cui ruolo nella società è sempre stato quello di riflettere le dinamiche del periodo storico in corso. **Il movimento Black Lives Matter ha così guadagnato la prima posizione della 19esima edizione della classifica ArtReview Power 100**, che nomina i movimenti e le persone più influenti dell'anno del settore¹⁵. Ma non solo: molti musei e istituzioni a livello internazionale hanno intrapreso iniziative volte ad accrescere la quota di opere di artisti di colore o di artiste donne, tra cui il Baltimore Museums, che ha messo all'asta 3 opere di Andy Warhol, Clyfford Still e Brice Marden per raccogliere \$65,0 Mln destinati a finanziare, tra le altre azioni, iniziative e acquisizioni a favore di "diversità e equità"¹⁶ (salvo poi rivedere la proposta dopo le controversie nate con alcuni sostenitori del museo, pronti a recedere dalle proprie donazioni¹⁷); o l'Everson Museum (Syracuse, New York), che ha raccolto \$13 Mln per la vendita all'asta una Red Composition (1946) di Jackson Pollock, con il fine di fare **nuove acquisizioni di artisti di colore, artiste donne e altre minoranze poco rappresentate nelle collezioni museali**¹⁸. Si segnalano inoltre alcuni esempi di **aste a scopo benefico orientate a favorire le pari opportunità**. Un esempio è la vendita di 19 opere (donate da artisti) realizzata da Phillips nel mese di dicembre, **in partnership con la Hall Art Foundation**, che ha consentito di raccogliere \$1,7 Mln, donati alla Dreyfoos School of the Arts Foundation, da elargire sotto forma di **borse di studio per giovani talenti di colore** che non avrebbero altrimenti avuto la possibilità di avviare una carriera nel mondo delle arti visive e performative di Palm Beach.
- **Crescita dell'importanza delle donne artiste:** in linea con la crescente attenzione per la diversità, anche il **successo delle artiste donne continua a crescere**, come anche le loro quotazioni di mercato, favorendo la continua riduzione dello storico gap esistente tra mercato degli artisti uomini e mercato delle artiste donne. Inoltre, al 4° posto della già citata classifica **ArtReview Power 100 si trova il movimento #MeToo**, che promuove la lotta alla violenza sulle donne, sia privata sia sul posto di lavoro, mentre numerosi musei a livello internazionale continuano a promuovere programmi artistici dedicati alle donne. In Italia, da segnalare in tal senso "I talenti delle donne", palinsesto culturale lanciato agli inizi del 2020 dall'Assessorato alla Cultura di Milano, che fino ad aprile 2021 proporrà iniziative multidisciplinari dedicate alle donne protagoniste nelle arti e nel pensiero creativo¹⁹. **Tuttavia, la quota di artiste donne di successo è ancora limitata**, come confermato dalle statistiche di ArtPrice sul periodo 2000-2019: soltanto 7 donne compaiono nella lista dei top 100 artisti contemporanei internazionali²⁰.

- **Numerose aste di beneficenza:** la crisi ha generato un **incremento delle aste il cui ricavato è andato in beneficenza**, in tutto o in parte, a conferma **dell'orientamento all'impact investing** anche nel mercato dell'arte e dei beni da collezione. Tra le altre, si segnalano: l'asta "MayDay: Covid-19 Charity Auction" proposta da Sotheby's nel mese di maggio, realizzata in partnership con Google per supportare l'International Rescue Committee nell'operato a favore delle comunità più colpite dalla pandemia; "Bid for the Louvre", asta (senza buyer's premium) proposta da Christie's per finanziare i programmi sociali ed educativi del Louvre, con **la proposta di beni inediti ed esperienziali, tra cui la possibilità di assistere all'analisi annuale della Mona Lisa**; e la vendita "The Hall Art Foundation for Dreyfoos", proposta da Phillips nel mese di dicembre, che ha raccolto oltre \$1,7 Mln per borse di studio dedicate a studenti di colore dal basso reddito per l'Alexander W. Dreyfoos School of the Arts (West Palm Beach, Florida).

FOCUS

La trasparenza dei prezzi nel mondo dell'arte

Grazie alla pandemia, la forzata digitalizzazione dei beni da collezione ha favorito un incremento senza precedenti nella disponibilità di informazioni relative a prezzi e quotazioni degli artisti, soprattutto per il mercato primario (prevalentemente gallerie e fiere d'arte), accrescendo il livello di trasparenza di un settore che risente della scarsa chiarezza ed omogeneità nei metodi di valutazione economica.

La scarsa trasparenza è infatti un annoso ostacolo all'espansione del mercato dell'arte, che nonostante sia un sistema di nicchia, potrebbe accrescere il proprio pubblico perseguendo una maggiore nitidezza sui prezzi. È pur vero, tuttavia, che le quotazioni delle opere d'arte non sono stabili nel tempo, dipendendo da diversi fattori.

Oltre alle più oggettive caratteristiche fisiche e storiche, quali l'autenticità, lo stato conservativo, i riferimenti storico-artistici, la provenienza e le mostre a cui un'opera prende parte, è necessario considerare anche il risultato della sinergia delle azioni di diversi attori, tra cui i galleristi, i musei e i collezionisti, che sono in ultima battuta coloro che definiscono il prezzo della compravendita²¹.

Le principali dinamiche politico-economiche del 2020 e le possibili prospettive

Il 2020 si è rivelato un anno assolutamente atipico per l'economia mondiale e per i mercati finanziari internazionali. Bisogna tuttavia distinguere le due componenti, che mai come in questa occasione hanno avuto dinamiche e andamenti completamente differenti.

L'economia mondiale è stata colpita dalla pandemia e serviranno molti anni prima di ritornare alla piena normalità.

Fortunatamente le risposte di politiche monetarie e fiscali sono state rapide e incisive, attutendo gli impatti delle inevitabili misure di contenimento implementate per limitare la diffusione del virus.

L'esplosione della pandemia agli inizi dell'anno 2020 ha infatti determinato una **contrazione senza precedenti nel livello dell'attività economica a livello globale**, con un impatto particolarmente rapido e pesante nelle economie più sviluppate. Un esempio lampante della contrazione dell'attività economica è ben riassunto dall'andamento dei dati sull'occupazione nelle principali economie mondiali: negli USA, nel mese di aprile si è registrato il peggiore calo di sempre dai tempi della 2° guerra mondiale, ben peggiore persino della grande crisi del 2008.

L'elevata incertezza derivante da uno scenario senza precedenti nella storia economica ha determinato anche una elevata inaffidabilità dei consueti modelli previsionali, che ha portato a dati di previsione di contrazione del PIL catastrofici durante i momenti più drammatici della pandemia e poi via via raffinati e contenuti. La risposta delle autorità di politica economica è

stata necessariamente caratterizzata, a livello internazionale, da interventi senza precedenti e, unitamente, alle misure per affrontare l'emergenza sanitaria, ha consentito un **recupero dell'attività economica dai minimi di primavera**.

Le economie hanno recuperato terreno dopo la prima ondata pandemica per poi tornare in molti casi a retrocedere con il nuovo inasprimento delle restrizioni, alleviate solo dalla speranza di una rapida introduzione di vaccini efficaci.

La ripresa ha infatti perso vigore nella parte finale dell'anno, soprattutto in Europa, continente maggiormente colpito dagli effetti economici della pandemia, mentre gli **USA**, dopo la forte contrazione iniziale, sono tornati a una notevole **ripresa nei mesi estivi, salvo sperimentare poi una significativa decelerazione nella parte finale dell'anno**. La **Cina**, che per prima ha dovuto affrontare l'epidemia a inizio anno, è invece riuscita a controllare molto efficacemente la diffusione del virus, tornando a **crescere su ritmi sostenuti già a partire dal secondo trimestre**.

La situazione di grave collasso della economia mondiale, con cali pronunciati dei consumi e in parte della produzione, non si è invece del tutto trasferita ai mercati finanziari.

I mercati finanziari hanno infatti considerato temporaneo l'effetto "disruptive" della pandemia, gestibile nel tempo, attraverso un immediato utilizzo di politiche incisive e capaci di salvaguardare la struttura e il funzionamento dei mercati stessi. A differenza di quanto era avvenuto con la crisi dei sub-prime, quando il mercato del credito era collassato, con la crisi da coronavirus si è fatto tesoro degli errori del passato e si è deciso di attuare decisioni di carattere politico che erano state già parzialmente identificate nel passato. **Nell'Europa Unita, ad esempio, tempestivo è stato l'intervento della BCE**, che ha stabilizzato il mercato dei titoli governativi e il mercato del credito, attraverso l'adozione di una comune leva fiscale, una aggressiva politica espansiva e il consolidamento di obiettivi comuni di lungo periodo.

Seppur possa sembrare paradossale, **la pandemia ha fatto da volano per avviare processi di integrazione finanziaria, monetaria e fiscale a livello continentale**, con i mercati finanziari che hanno apprezzato queste novità.

Negli USA, la pandemia potrebbe aver agevolato la vittoria del partito democratico, da sempre sostenitore della cosiddetta "politica del multilateralismo" abbandonata dal presidente uscente, nonché un atteggiamento più favorevole per il "Green Deal": tutti fattori che hanno riscontrato il consenso del mercato.

La pandemia ha determinato un **clamoroso sviluppo della tecnologia, con una forte crescita della capitalizzazione di borsa e degli utili delle società di questo settore**. L'indice azionario americano (fortemente influenzato da tali titoli, basti pensare alle società di piattaforme digitali) e quello cinese hanno performato in modo straordinario, evidenziando un notevole aumento del gap valutativo tra queste società e i titoli "value" del settore finanziario o degli altri settori tradizionali.

PAROLA ALL'ESPERTO

Le piattaforme digitali: necessità o scelta strategica valevole nel tempo?

Cristiano De Lorenzo, Managing Director di Christie's Italia²²

"Il canale digitale è ormai imprescindibile per qualsiasi tipo di business e certamente non si tornerà indietro. È evidente che continueremo ad offrire aste dal vivo, soprattutto per le collezioni più importanti e per le opere di maggior rarità e valore. Per chi, come me, fa questo lavoro già da qualche anno, la nostalgia per aste live è forte. L'asta online è perfettamente efficace, potrei persino dire che funziona meglio di un'asta live. A me però manca l'energia della sala. La sua spettacolarità. D'altro canto l'online presenta straordinari vantaggi: la diffusione, la durata (i lotti sono acquistabili nel corso di circa due settimane), le possibilità di marketing."

Infine, è sensazione diffusa che la Cina e molti dei Paesi asiatici più sviluppati stiano uscendo molto più forti da questa crisi e i loro mercati finanziari si sono mossi di conseguenza.

Per riassumere, la pandemia è stata probabilmente una "tempesta perfetta" che ha determinato:

1. **Implementazione di processi innovativi** pianificati da tempo e realizzati in fretta per rispondere tempestivamente alla crisi, comportando come conseguenza anche una elevata presenza dello Stato nelle economie nazionali
2. **Nuovi modelli di welfare** a livello di singoli Paesi, comportando come conseguenza una esplosione del debito pubblico a livello mondiale
3. **Una prova di forza del sistema finanziario**, più maturo e che ha fatto tesoro degli errori del passato, con particolare riferimento alla crisi del 2008
4. **Un forte processo di de-globalizzazione**, con una accentuata produzione a livello locale di dispositivi sanitari
5. **Un aumento degli investimenti in ricerca biologica e salute a livello nazionale**
6. **Nuove regole del commercio globale**, con l'esplosione dell'e-commerce nel settore privato
7. Un cambio di paradigma storico nel mondo del lavoro (**smart working**) e un nuovo ruolo cruciale della tecnologia (**machine economy**)
8. Una spiccata sensibilizzazione al tema della **protezione ambientale**

La pandemia ci ha insegnato come la realtà possa ancora sfuggire alla lettura più evoluta di qualsiasi modello previsionale e come sia necessaria la cooperazione tra Stati a livello internazionale, attraverso l'individuazione di condivise cabine di regia, che tempestivamente sappiano promuovere vigorose risposte di carattere sociale, economico e di sostenibilità ambientale.

Outlook 2021

Entriamo nel 2021 con alcune novità, molte speranze, ma anche numerose incertezze. **La ripresa sarà probabilmente discontinua**: in Europa e negli USA i nuovi lockdown introdotti per arginare il protrarsi dell'emergenza pandemica stanno frenando il rimbalzo che era seguito alla prima ondata. **La crescita nella curva dei contagi potrebbe smorzare lo slancio economico**.

La novità di maggiore rilievo riguarda **l'efficacia del vaccino**, a cui è associata (e auspicata) una crescente immunizzazione della popolazione, che consentirà il recupero della piena mobilità sociale e il ritorno a un flusso di scambi e di consumi tradizionali. Eventuali complicazioni nella loro efficacia, o peggio ritardi sulla loro distribuzione avrebbe effetti disastrosi sulle economie nazionali già in una precaria condizione.

Rimarrà confermato il supporto delle principali Banche Centrali con misure di **politiche monetaria decisamente espansive**, in

conseguenza di un livello di inflazione ancora molto depresso e **politiche fiscali ultra aggressive dei singoli Paesi** a costo di creare livelli di debito inaccettabili fino a poco tempo fa.

La spesa pubblica continuerà probabilmente ad aumentare ancora per tutto il 2021: anche il Fondo monetario internazionale ha invocato l'adozione di ampie misure di sostegno fiscale (una netta inversione di tendenza rispetto all'austerità che aveva predicato nella crisi finanziaria nel 2008).

Ruolo fondamentale lo avrà anche il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, lo strumento per cogliere la grande occasione del Next Generation EU e rendere l'Italia un Paese con un'economia più competitiva, dinamica e innovativa. Un insieme di azioni e interventi disegnati per superare l'impatto economico e sociale della pandemia, intervenendo sui suoi nodi strutturali e dotandola degli strumenti necessari per affrontare le sfide ambientali, tecnologiche e sociali. Complessivamente, l'Italia mobilerà oltre 300 miliardi di euro, il cui fulcro è rappresentato dagli oltre 200 miliardi del programma Next Generation Ue, integrate dai fondi stanziati con la programmazione di bilancio 2021-2026. Gli assi di intervento saranno: 1) Rivoluzione verde, 2) Equità sociale, di genere e territoriale, 3) Infrastrutture, 4) Digitalizzazione e innovazione, 5) Cultura e turismo, 6) Istruzione, formazione e ricerca.

E proprio sullo sviluppo della cultura, bisognerà "consolidare la capacità di attrazione di flussi turistici e l'enorme potenzialità del patrimonio storico, culturale e naturale" [...] del Paese, si legge nel testo del Piano. L'investimento sulla cultura viene presentato nel PNRR come uno strumento connesso allo **sviluppo socio economico del Paese**, e viene inserito sotto la dicitura "Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura", con una richiesta di fondi finale di **€46,2 Mld**. Inoltre, nella misura **Turismo e Cultura 4.0** è previsto il supporto alla **fruibilità digitale e accessibilità fisica e cognitiva della cultura** con fondi complessivamente destinati di **€8 Mld**.

A livello internazionale, invece, il risultato delle elezioni americane potrebbe determinare una gestione della politica commerciale meno aggressiva da parte dell'amministrazione USA in campo internazionale e la ripresa del multilateralismo, con evidente beneficio in tutti i settori di scambio, tra cui anche quelli dei beni di lusso e da collezione. Uno dei punti cardine di **tutto il 2021 sarà l'ambiente**: il nuovo presidente americano ha ammesso l'esistenza del cambiamento climatico e vuole contrastarlo, l'Unione Europea ha varato il Green Deal e la Cina si è impegnata a raggiungere emissioni nette di carbonio pari a zero.

Il debito pubblico da pandemia e la nuova sensibilità sull'ambiente saranno i maggiori temi che influenzeranno gli indirizzi di carattere macroeconomico negli anni a venire. **Il 2021 sarà probabilmente solo il primo anno di un nuovo contesto economico in evoluzione, di difficile previsione e che come tutti i cambiamenti epocali porta grandi incognite e grandi opportunità**.

2020: l'anno del mercato dell'arte online, tra successi e delusioni

In un anno caratterizzato dalla completa stasi del mercato dell'arte e dei beni da collezione in presenza, la sua **versione virtuale ha vissuto un progresso senza precedenti, che avrebbe richiesto diversi anni per realizzarsi in condizioni normali**. Questo ha favorito una crescita nella disponibilità delle informazioni e del livello di trasparenza delle quotazioni delle opere, un ampliamento del bacino di possibili interessati al mondo dell'arte (con particolare riferimento ai giovani) e un inedito orientamento al rischio e all'innovazione, in un mondo ancorato a consolidate tradizioni.

Prima dell'avvento del Covid-19, si registrava già un trend di continua crescita nel **mercato dell'arte online, seppur con incrementi progressivamente più contenuti, dal 2015 al 2019**²³. Secondo l'**Hiscox Online Art Trade Report 2019**, infatti, si era passati da un tasso di crescita del +24% tra il 2016 e il 2015, (quando il valore delle transazioni online valeva \$3,27 Mld), ad un tasso del **+4,0% tra il 2019 e il 2018, per un valore di \$4,8 Mld**. Si trattava di un **andamento anomalo**, considerato che l'**e-commerce negli altri settori era cresciuto di circa il 18% solo nel 2018**.

Una delle possibili cause di questo ritardo poteva essere il **limitato investimento in innovazione tecnologica di molti attori del mercato**. Molte case d'asta avevano già lanciato proprie piattaforme online, ma la maggior parte degli altri player del mercato – e in particolar modo gallerie e fiere d'arte – avevano solo in pochi casi avviato iniziative di promozione e vendita sul web, fenomeno che ha subito una esponenziale accelerazione con l'avvento della pandemia. **Si trattava quindi di un mercato ancora poco maturo** e percepito da molti come una delle componenti collaterali, se non "residuali", di un mondo che ruotava intorno alla presenza fisica.

L'obbligata transizione all'online, tuttavia, ha reso evidenti molte potenzialità delle piattaforme digitali per la compravendita e la fruizione dell'arte, **che con buona probabilità vivranno un consolidamento nel breve termine**, per sopperire alla persistente impossibilità di vivere il mercato dell'arte e dei beni da collezione che conosciamo. **Questo consolidamento si accompagnerà con molta probabilità ad una rarefazione dei player online**, se si considera già che le cinque piattaforme online più grandi coinvolte nella survey di Hiscox e ArtTactic del già citato report costituivano già nei primi mesi del 2020 circa metà del mercato dell'arte online (46%)²⁴. Gli esiti della ricerca dimostrano inoltre come ci si possa attendere un **rafforzamento della presenza virtuale delle gallerie d'arte**, che potrebbero divenire leader nel nuovo mondo digitale, una volta comprese le sue potenzialità.

Il mondo delle gallerie sta dunque rivedendo le proprie strategie, partendo dalla digitalizzazione. Molti dealer hanno creato mostre virtuali, online viewing room e specifiche sezioni di e-commerce, che consentono l'accesso alla fruizione e all'acquisto delle opere a persone provenienti da tutto il mondo. Questo apre la strada anche a nuovi potenziali clienti, favorendo il **superamento non soltanto la barriera "fisica" della distanza geografica dalla location della galleria, ma anche la barriera "psicologica"** che si crea per molti non addetti ai lavori.

Negli ultimi mesi sono inoltre nate molteplici collaborazioni inedite che hanno consentito alle gallerie d'arte di offrire opere online su piattaforme condivise, ottimizzando quindi i costi. Guardando al contesto italiano, per esempio, è possibile menzionare la collaborazione di **17 tra le gallerie più attive e influenti di Milano, che hanno lanciato Milan Gallery Community**, progetto online avviato in **partnership con Artsy**, importante piattaforma online dedicata al mercato online di opere d'arte che ha scelto proprio l'Italia per inaugurare il lancio delle proprie community. Per tutto il mese di luglio, le gallerie hanno promosso virtualmente i propri artisti presso il pubblico della community (circa 1,8 milioni di utenti di Artsy e milioni di collezionisti in tutto il mondo)²⁵.



*Liu Bolin, Sala del Trono, Reggia di Caserta, 2017.
Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.*

Molti big del settore hanno invece scelto di supportare le gallerie d'arte di minori dimensioni, mettendo a loro disposizione i propri strumenti digitali, nonché il proprio pubblico di collezionisti e potenziali target. Tra questi **David Zwirner**, una delle più note ed influenti gallerie del mercato dell'arte internazionale, che ha creato una rete con le **gallerie minori di Bruxelles e Parigi**, che hanno così avuto la possibilità di offrire le proprie opere ad una platea ben più ampia di quella che avrebbero potuto raggiungere con le loro sole forze. In aggiunta, è bene sottolineare che non tutte le gallerie di piccole o medie dimensioni avrebbero avuto la capacità economica o l'infrastruttura tecnologica per lo sviluppo di una propria offerta online, elemento fondamentale per la sopravvivenza di quasi tutte le organizzazioni nel periodo del lockdown²⁶. **Hauser & Wirth**, invece, altra galleria di caratura internazionale, nel mese di giugno ha annunciato che avrebbe **offerto la propria piattaforma digitale per un'edizione virtuale della June Art Fair**, fiera emergente che aveva lanciato la propria prima edizione a Basilea nel 2019²⁷.

Come conseguenza della pandemia e del nuovo diffondersi dell'online, anche le location fisiche delle gallerie sono oggetto di revisione. Marian Goodman, per esempio, una delle più note gallerie di arte contemporanea al mondo, ha annunciato la chiusura del proprio spazio londinese, citando la crisi sanitaria e la questione Brexit. Nonostante permarranno gli spazi di New York e Parigi, la galleria punta ad operare in città con un'iniziativa intitolata "Marian Goodman Projects", che consisterà nell'organizzazione di mostre e progetti artistici in diversi spazi di Londra, nonché in altre città nel futuro²⁸.

Tra le piattaforme virtuali più efficaci per il mercato dell'arte non sono da dimenticare i Social Media, come già rilevato anche precedentemente alla pandemia, con particolare riferimento ad Instagram. Secondo la specifica survey condotta da Hiscox e ArtTactic²⁹ sui comportamenti degli acquirenti, infatti, oltre due acquirenti su tre (68%) afferma che **Instagram è stata la piattaforma social prediletta per fini connessi all'arte**. Si tratta di una piattaforma di particolare interesse per lo sviluppo del mercato tra i millennials: il 35% dei millennials intervistati ha affermato di aver acquistato opere d'arte su Instagram³⁰.

Anche il lato dell'offerta di beni da collezione dimostra grande interesse nei confronti dei social media. **Per i giovani artisti, Instagram può rappresentare un nuovo canale autopromozionale di grande rilevanza**, che si aggiunge ai più tradizionali strumenti di valorizzazione e può consentire di ridurre le distanze tra chi produce le opere d'arte e chi le acquista.

Molte **gallerie d'arte, inoltre, usano attivamente i social media** e il periodo della pandemia ha visto un inedito fiorire di iniziative volte a promuovere gli artisti, la loro storia e la loro opera, ma anche a raccontare il dietro le quinte della realizzazione delle mostre, per scatenare curiosità nei potenziali visitatori (sia in presenza, sia virtuali). **Anche i più importanti musei internazionali, le case d'asta e le fiere d'arte** continuano a coltivare le proprie pagine Social, divenute vere e proprie necessità con lo scoppio della pandemia.

La blockchain, infine, potrebbe beneficiare degli effetti della crisi. Se finora la sua effettiva adozione nel mercato dell'arte stenta ancora ad arrivare³¹, permane la possibilità che l'incremento nell'offerta online possa vedere una parallela crescita dell'utilizzo di tecnologia blockchain per migliorare la tracciabilità della provenienza delle opere d'arte e la trasparenza del settore.

Nonostante sia plausibile attendersi, per il futuro, un graduale ritorno all'esperienza fisica, in un mondo che non può basarsi soltanto sull'esperienza virtuale, **permarrà una nuova percezione dei canali digitali**, che continueranno a rappresentare **efficaci punti di contatto tra operatori, collezionisti, appassionati e semplici curiosi**.



*Liu Bolin, Bocconi University, Milano, 2019.
Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.*

FOCUS

La blockchain nel mercato dell'arte: il punto della situazione

La Blockchain, letteralmente "catena di blocchi", è un database condiviso e immutabile, in quanto il suo contenuto una volta scritto non è più modificabile né eliminabile grazie all'uso di primitive crittografiche³². Negli ultimi anni, si è rivolta grande attenzione alla possibilità di adottare la tecnologia blockchain nella compravendita di opere d'arte, soprattutto per la possibile applicazione nella certificazione dei passaggi proprietari.

Molti, tuttavia, esprimevano dubbi sulla non-retroattività della blockchain, in quanto non esistono modalità per certificare eventuali passaggi proprietari passati, risultando plausibile che informazioni errate vengano registrate nella blockchain senza possibilità di verifica. Inoltre, permane la difficoltà di mettere concretamente in relazione l'opera d'arte o il bene, inteso fisicamente, alla sua registrazione nella blockchain, essendo quindi possibile registrare opere false o omettere informazioni rilevanti in merito allo stato di conservazione delle opere stesse.

Negli ultimi mesi, anche grazie alla pandemia, la blockchain è stata fortemente riconsiderata da parte di molti operatori di mercato, con particolare riferimento all'applicazione su opere di digital art. Grazie agli NTF, acronimo di "Not Fungible Token", che possono essere definite come "una serie di informazioni digitali custodite all'interno di una blockchain che conferiscono al possessore un diritto di proprietà certo - e quindi certificabile - di un bene digitale", le opere creative digitali possono infatti guadagnare una propria "carta di identità". L'oggetto digitale può essere infatti "tokenizzato" prima di essere messo in vendita, ovvero collegato ad un token tramite uno smart contract, rendendo così possibile la certificazione della sua autenticità³³.

PAROLA ALL'ESPERTO

L'efficacia e la durabilità delle aste ibride

*Mariolina Bassetti, Chairman Post-War & Contemporary Art
Continental Europe di Christie's Italy³⁴*

"Il mondo è ormai cambiato, abbiamo fatto un passo in avanti irreversibile e credo che molte delle tecnologie che abbiamo utilizzato rimarranno anche nel futuro. In primis l'asta online, una modalità d'approccio che è il presente, ma anche il futuro, ma anche le aste ibride, che sono la vera innovazione dell'anno.

Queste aste in collegamento tra Hong Kong, Parigi, Londra e New York, vale a dire le più importanti sedi mondiali a livello di risultati, consequenziali a seconda del fuso orario con quattro diversi auctioneer, credo siano un formato che rimarrà, con ulteriori miglioramenti, come sempre accade con tutto ciò che è nuovo.

Oggi hanno principalmente lo scopo di sostituire il pubblico, consentendo di evitare assembramenti e assistere all'asta comodamente da casa, fare offerte in collegamento al telefono o tramite il web. L'importante sarà riuscire a vedere l'opera. Avendo visto l'opera, la partecipazione all'asta può essere tranquillamente da casa, uno "spettacolo" da seguire per sé stesso, anche molto apprezzato dai clienti."



Liu Bolin, Fruit Juices, 2019. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.



Liu Bolin, Scalone d'Onore, Reggia di Caserta, 2017. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

FOCUS

La digitalizzazione delle opere d'arte: a che punto siamo e dove vogliamo andare

Angelica Maritan, Founder e CEO SpeakART srl

Negli ultimi anni si sente accompagnare sempre più spesso la parola arte alla parola digitalizzazione, e sempre più spesso i collezionisti e le istituzioni si interrogano sul fatto di poterle associare.

Certamente il 2020 può essere considerato un anno di svolta: la pandemia di Covid-19 ha costretto chiunque ad affrontare in diversi ambiti della sua vita l'approccio al digitale o a sfruttarlo in maniera più intensiva.

Anche l'arte, come tutti gli altri settori, ha dovuto utilizzare, *ob torto collo*, in gran parte delle sue attività questo strumento per poter affrontare la crisi. Questo cambiamento ha permesso a gallerie, musei, esposizioni e fiere di tamponare una situazione che avrebbe portato altrimenti a un fermo totale. La necessità della digitalizzazione ha sorpreso molti di questi soggetti totalmente impreparati, e ha scatenato una vera rivoluzione in pochissimo tempo.

Già da diversi anni si era manifestato un grande fermento nella nascita di software al servizio della digitalizzazione di collezioni pubbliche e private e dell'art management. Nonostante questo, c'è stato uno scollamento molto forte tra la nascita di questi sistemi e l'adozione degli stessi in modo sistematico da parte degli attori del mercato dell'arte. Tale situazione in parte ancora persiste.

Il rallentamento della diffusione della digitalizzazione è dovuto a diversi fattori, in primis si può individuare una forte persistenza di una zona di comfort, (sebbene "non più attuale"), nelle attività routinarie delle istituzioni e dei professionisti che lavorano nel settore. Si preferisce spesso mantenere pratiche consolidate seppur non ottimizzate, che paradossalmente, mancando di una standardizzazione nelle procedure, mettono a rischio la corretta gestione delle collezioni.

In secondo luogo, non bisogna dimenticare che cambiare modalità di gestione comporta comunque una spesa, sebbene minima in termini economici e di formazione. Questo può comportare però una indisponibilità a mettere in gioco risorse che possano avviare un sistema, anche in pochi mesi, e che lo rendano utilizzabile quotidianamente. La carenza di sensibilità nel beneficio adottato non permette di programmare al di là dell'imminente, creando il perpetuarsi di un *modus operandi* tendenzialmente disorganizzato e poco sicuro.

In ultima analisi, soprattutto in Italia, il collezionismo privato di fascia medio-alta è spesso legato ad un'età anagrafica di circa 60 anni³⁵. Questo determina un altro fattore di resistenza, essendo gli appartenenti a questa categoria non nativi digitali e dunque spesso diffidenti verso tali mezzi.

Inoltre, la "privacy" che il collezionista medio vuole mantenere per i pezzi posseduti lo dissuade dall'utilizzare mezzi digitali avanzati e sicuri ed a preferire, per un difetto informativo, mezzi "casalinghi" e non strutturati, come fogli di calcolo elettronici, archivi cartacei scritti manualmente o addirittura la loro memoria. In questi casi uno dei problemi che si creano nel tempo sono ad esempio i passaggi generazionali, nei quali gli eredi non hanno capacità di acquisire una documentazione tale da poter valorizzare il patrimonio artistico, il valore ad esso legato e una possibile futura gestione delle collezioni.

Un simile atteggiamento non si riscontra solo nel campo della digitalizzazione, ma viene riservato anche al campo assicurativo. Molti collezionisti, infatti, non assicurano le loro opere d'arte per conservarne la privacy. Questo è un atteggiamento che mette in pericolo l'integrità dei pezzi, la loro conservazione e di conseguenza il loro valore.

La sensibilità sta però pian piano cambiando, in parte perché l'argomento viene trattato sempre più spesso dai mezzi informativi, e in parte perché la digitalizzazione è entrata prepotentemente nelle nostre vite quotidiane, estendendosi a sempre più campi d'azione, tra cui anche l'arte.

È fondamentale chiarire cosa significa digitalizzare un'opera d'arte. Una parte di questo percorso implica il riportare, grazie a software specifici offerti sul mercato, tutte le informazioni relative all'opera (anagrafica, documenti, esposizioni, appartenenza, assicurazioni, handling, ecc). Tali sistemi permettono di fruire di una collezione ordinata, di ricerche semplici e di file output utili a comunicare con terze parti. Questa attività dovrebbe essere considerata una commodity, dal momento che non aggiunge alcun valore tecnologico all'attività quotidiana, ma applica un cambio di mezzo (da cartaceo a digitale) nel quale le informazioni vengono riportate in modo più sistematico.

Lo step successivo, produce un vero e proprio cambio di paradigma e di fruizione del mercato. Grazie a software ad alto contenuto tecnologico, che nella migliore delle ipotesi sono integrati con i primi, si vanno a risolvere le problematiche insite nel mondo dell'arte quali il riconoscimento delle opere e la loro autenticità, il riconoscimento dei danni subiti nel tempo e dell'eventuale decadimento naturale. Queste tecnologie sono effettivamente quelle che fanno la differenza e che non comportano un semplice riportare le informazioni in un collection management system.

Ad oggi, il salto digitale che si sta compiendo riguarda principalmente il primo step, ma la tecnologia è veloce e il mondo ormai si muove alla sua velocità, dunque chi capisce prima degli altri dove il vento soffierà in futuro potrà creare un vantaggio competitivo enorme sia in termini di organizzazione sia in termini economici. Queste tecnologie infatti devono produrre risparmio, nel caso contrario risultano un mero esercizio stilistico.

In tutto questo la blockchain sta entrando in maniera decisiva nelle dinamiche sia transazionali che di sicurezza, anche in campo arte. Nonostante tutti ne parlino, ancora pochi però ne conoscono le dinamiche e questa scarsa informazione produce uno scollamento tra il reale beneficio che tale tecnologia è in grado di portare e l'uso inutile di un mezzo che alzerebbe solo i costi di conservazione delle informazioni. Andando più in profondità sull'argomento, si può affermare che la blockchain

non può di per se stessa certificare le opere d'arte, ma solo le informazioni in essa immesse conferendo una data certa e la conservazione immutabile delle informazioni stesse. Dunque non è la soluzione di tutti i mali per il mondo dell'arte. Per rendere possibile la certificazione, a monte è necessario creare un legame tra informazioni ed opera d'arte fisica, un legame simile a un'impronta digitale che permetta di riconoscere l'opera nel tempo e di riconoscerne uno stato di conservazione. Quando un software è in grado di creare questo salto qualitativo, l'immissione in blockchain del legame conserva il vero grande valore creato dall'applicazione della tecnologia all'arte.

Partendo dal presupposto che un'opera d'arte conserva o aumenta il suo valore solo nel momento in cui sono ad essa legate le certificazioni di autenticità e le informazioni che hanno determinato la sua vita, si può facilmente intuire come un corretto uso della digitalizzazione e delle tecnologie digitali possano determinare creazione di valore, oltre a cospicui risparmi. Riassumendo, gli aspetti positivi di una sana digitalizzazione applicata alle opere d'arte creano ottimizzazione del workflow, conservazione delle informazioni (e dunque del valore), riconoscibilità dell'opera stessa e del suo stato di conservazione. Il futuro riserverà di certo una forte richiesta tecnologica per rendere il settore al passo con i tempi, più trasparente e fruibile da un pubblico sempre più ampio, ma il fattore umano rimarrà ancora fondamentale per la gestione del patrimonio artistico.



Liu Bolin, Migrants, 2015. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Le fiere d'arte nel 2020

Considerate dai dealer la più efficace via per acquisire nuovi clienti³⁶, **le fiere d'arte nel mondo pre-Covid erano in continua crescita**, grazie anche ad eventi collaterali in grado di richiamare un pubblico sempre più vasto. Si assisteva ad una crescente specializzazione di queste manifestazioni, sempre più specializzate su singoli ambiti artistici, prevalentemente contemporanei, capaci di richiamare la partecipazione di illustri esponenti del panorama artistico in tutte le principali manifestazioni globali, con grande soddisfazione degli espositori, in contatto con una clientela sempre più eterogenea ed internazionale.

L'avvento della pandemia ha tuttavia determinato la completa stasi del settore, almeno con riferimento alle fiere d'arte principali. La prima di una lunga serie di cancellazioni risale agli inizi di febbraio 2020, quando è stato annunciato che **Art Basel Hong Kong**³⁷, prevista per il mese di marzo, non avrebbe avuto luogo, nonostante gli organizzatori della manifestazione avessero già previsto diverse agevolazioni per gli espositori, quali sconti per i servizi collegati alla fiera e le spese di soggiorno, sulla scia delle preoccupazioni internazionali per la possibile diffusione della pandemia.

Nel resto del mondo, intanto, le principali fiere d'arte in programma nei primi mesi dell'anno continuavano a svolgersi regolarmente. **Frieze Los Angeles aveva accolto nei suoi 4 giorni di fiera** (fino al 16 febbraio 2020) **circa 35.000 visitatori**³⁸, riscuotendo grande interesse da parte del pubblico, così come la **Armory Week di New York**, che dal 5 all'8 marzo aveva consentito agli espositori di realizzare **numerose vendite in tutti i settori**, in alcuni casi persino il sold-out³⁹. Si pensava che anche **Tefaf Maastricht**, la fiera cardine per il comparto dell'Old Masters, si sarebbe svolta regolarmente, accogliendo come ogni anno circa 70.000 visitatori e attirando anche l'attenzione dei meno esperti, affascinati dal contesto quasi museale e dalla qualità curatoriale degli stand. In programma dal 7 al 15 marzo 2020 (oltre i due giorni di preview), la fiera **si chiuse improvvisamente l'11 marzo per la scoperta di un espositore positivo al virus**⁴⁰, dopo aver comunque accolto oltre 28.500 visitatori⁴¹. Gli organizzatori affrontarono subito i risvolti negativi di un'atmosfera caratterizzata dalla paura e da una sensazione di vulnerabilità, che non aveva mai riguardato l'esclusivo mondo dell'arte in passato⁴².

Da quel momento in poi, **le posticipazioni e cancellazioni di eventi fieristici si sono susseguite a ritmo sostenuto**, partendo da Frieze New York (prevista per il mese di maggio) e Art Basel (giugno), spostate a settembre e poi cancellate. Lo stesso è valso per gli appuntamenti autunnali di Frieze a Londra e FIAC a Parigi, e infine per Art Basel Miami Beach: si sarebbe dovuta svolgere nel mese di dicembre e ha invece visto soltanto visitatori da remoto.

Le fiere virtuali hanno infatti sostituito i principali eventi in presenza, a partire proprio da Art Basel Hong Kong, che ha fatto da apri-pista con la prima edizione delle Online Viewing Rooms, nella speranza di offrire alle gallerie almeno una piattaforma virtuale per entrare in contatto con appassionati e collezionisti. Con la partecipazione di 235 gallerie, in sette giorni sono stati più di 250.000 gli utenti che hanno visitato gli stand virtuali di Art Basel Hong Kong⁴³. Migliorando le tecnologie adottate per la versione asiatica della fiera, **Art Basel nel mese di giugno ha lanciato anche la versione virtuale dell'evento originariamente previsto in presenza a Basilea**. Il valore delle opere presentate era di circa \$740 milioni e, nonostante le criticità, alcune gallerie hanno realizzato vendite importanti, come nel caso di David Zwirner con un coniglio di Jeff Koons venduto a \$8,0 Mln, o la Gladstone Gallery con un'opera di Keith Haring da \$4,8 Mln.⁴⁴

A queste manifestazioni trasferite in formato digitale se ne sono aggiunte molte altre, ma nel complesso **le fiere virtuali hanno avuto esiti in chiaroscuro**. Il mondo delle fiere è infatti costruito sulla partecipazione dal vivo, sulle proposte delle gallerie e sulle relazioni vis-a-vis, oltre che sull'immediatezza della fruizione in contemporanea di un elevato numero di opere d'arte, che restituiscono una panoramica delle tendenze in atto e consentono ai collezionisti di scegliere "d'impulso" nuovi pezzi da acquistare. **Non era mai stato necessario, forse, ricercare strumenti e soluzioni digitali che fossero in grado di sostituire in modo durevole le interazioni personali** e per questo il mondo dell'arte si è trovato sprovvisto di modalità per rendere la propria offerta virtuale coinvolgente ed efficace.

Soprattutto per i primi eventi fieristici digitali, **in molti hanno lamentato la percezione di sfogliare un catalogo di beni di largo consumo e l'impossibilità di apprezzare le caratteristiche esperienziali delle opere**, ma soprattutto un **mancato uso del virtuale per interagire con il potenziale acquirente**, proponendo per esempio video, audio o ulteriori approfondimenti sugli artisti e sulle opere in vendita, che avrebbero potuto arricchire la visita degli utenti a queste pagine.

Ulteriore impegno è quindi richiesto agli operatori del settore per far sì che nel 2021 le piattaforme online siano più "user friendly" da parte dei frequentatori delle fiere, con l'obiettivo di ricreare per quanto possibile l'esperienza della fiera dal vivo.

Questo soprattutto perché **sembra ancora lontano il ritorno alla normalità anche nel 2021**: dopo un primo spostamento da marzo a maggio, Tefaf Maastricht ha annunciato il rinvio a settembre; Art Basel Hong Kong è stata spostata da marzo a maggio, mentre Art Basel di Basilea da giugno a settembre; Frieze LA da febbraio a luglio, ed è plausibile credere che qualche fiera finirà per essere cancellata, stravolgendo anche per quest'anno quello che era un ben dettagliato calendario d'eventi, nell'era pre-Covid.

FOCUS

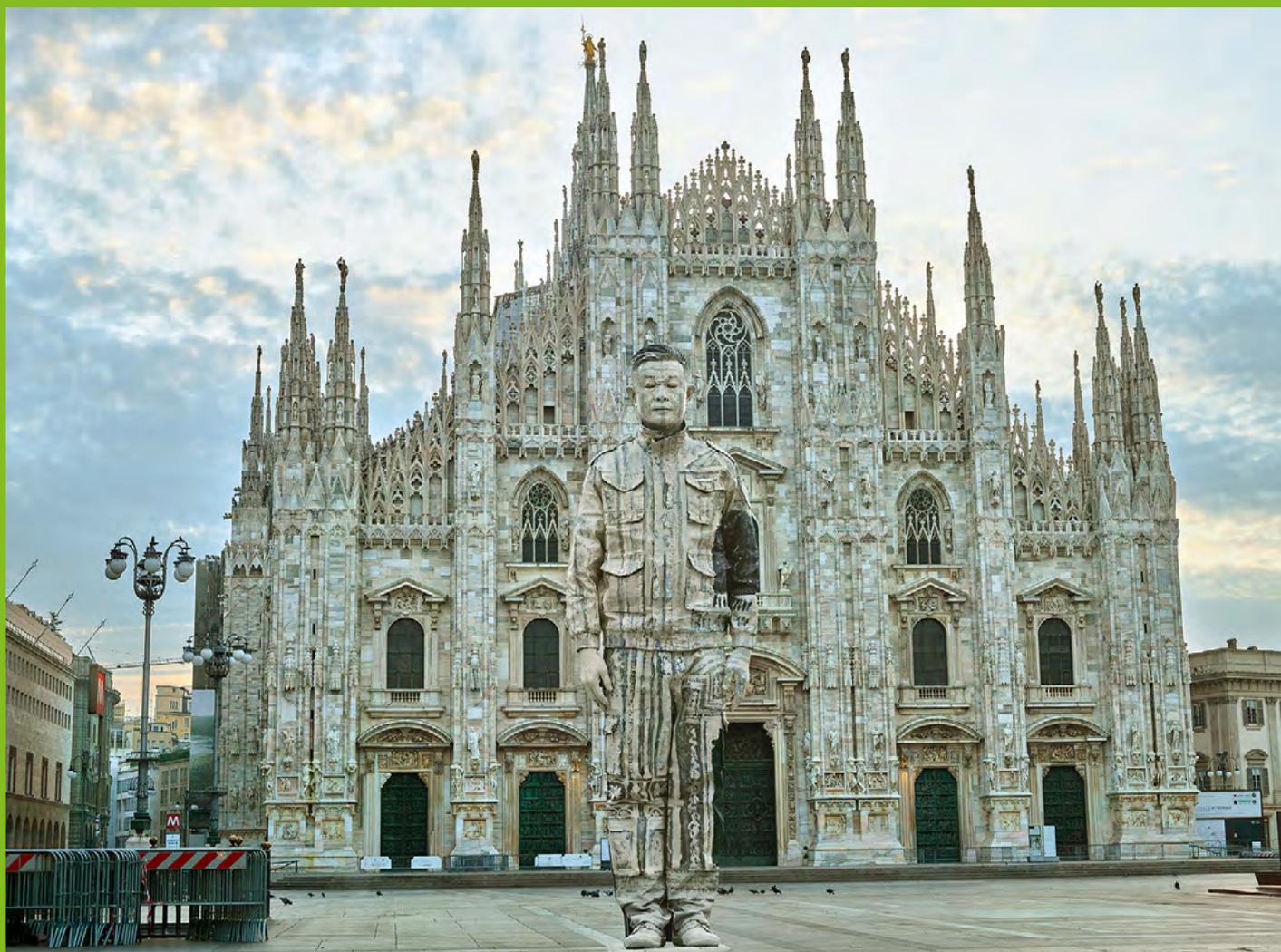
La situazione fieristica in Italia

Anche le **principali fiere italiane** hanno spostato la propria offerta online, per cercare di salvare quanto possibile dalla crisi innescata dalla pandemia. Dopo lo svolgimento regolare di **Arte Fiera a Bologna**, che ha chiuso la sua 44esima edizione con un +5% rispetto ai circa 50.000 visitatori del 2019⁴⁵, **MiArt, fiera d'arte moderna e contemporanea di Milano**, si è fatta DIGITAL 2020 (9-13 settembre), con la partecipazione di 133 gallerie, contro le 183 gallerie provenienti da 20 paesi dichiarate a gennaio per quella che doveva ancora essere l'edizione fisica.

Di questa edizione rimangono i dati dichiarati all'indomani con 178.709 visualizzazioni per le opere e l'acquisto per 50.000 euro già preventivati da parte del Fondo di Acquisizione di

Fondazione Fiera Milano. Un grande ammanco per la città di Milano, che negli ultimi anni aveva beneficiato di una visibilità sempre più internazionale anche grazie all'Art Week organizzata in concomitanza con la fiera⁴⁶.

Artissima di Torino, dopo aver accolto nel 2019 ben 55.000 visitatori⁴⁷, era inizialmente ricorso al digitale e all'organizzazione di una mostra-vendita diffusa in collaborazione con la Fondazione Torino Musei, che vedeva coinvolte 90 gallerie. Le restrizioni del mese di novembre hanno tuttavia impedito alla mostra di avere luogo, limitando l'offerta di Artissima "Unplugged" ai canali virtuali.



Liu Bolin, Duomo, Milano, 2019. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Principali risultati e record nelle vendite all'asta del 2020

Com'era logico attendersi, **le principali case d'asta a livello internazionale hanno registrato una contrazione nei fatturati complessivi rispetto ai livelli del 2019**, per due principali ragioni consequenziali. La prima è stata l'impossibilità di proporre aste in presenza a partire dalla fine del mese di marzo, che ha comportato il sostanziale blocco del mercato per circa due mesi, a causa della necessità di comprendere quali fossero le modalità più adeguate per tenere vivo il mercato. In questo periodo di fermo sono state realizzate esclusivamente aste online, che non sono tuttavia risultate sufficientemente stimolanti per gran parte del mondo del collezionismo, abituato a prendere parte ad un ricco calendario di eventi internazionali basati sulla presenza fisica e sulla possibilità di fruire delle qualità esperienziali delle opere.

Anche il contesto socio-economico di grave crisi ha avuto un impatto psicologico sul mercato dell'arte e dei beni da collezione, determinando soprattutto una scarsa propensione alla vendita per i possessori di opere che non ne avevano necessità. **Il calo delle performance è generalmente attribuibile, infatti, più ad un problema di approvvigionamento** che di propensione all'acquisto, come dimostrato anche dalla crescita nel numero di opere coperte da garanzia proposte nell'anno dalle principali case d'asta.

Nonostante questo, grazie alla tenace risposta alle sfide poste dalla crisi e all'ideazione di nuove strategie, modalità e format di vendita, **Sotheby's, Christie's e Phillips hanno dimostrato la propria resilienza, mantenendo alto il livello di domanda** da parte del mercato e riuscendo in parte a contenere (dal secondo semestre) il livello delle perdite, sebbene la pandemia non abbia fermato la sua corsa.

Sotheby's⁴⁸, in particolare, ha guadagnato il primato del mercato, battendo la sua storica rivale Christie's. La casa d'aste ha annunciato nel mese di dicembre 2020 **il superamento dei \$5,0 Mld di vendite**, di cui \$3,5 Mld riferiti soltanto alle aste, risultato

positivo considerando il calendario d'asta non ancora chiuso e considerando soprattutto che **il calo è stato inferiore al -15,0% rispetto ai \$5,8 Mld del 2019. Crescita record per le private sales**, passate da \$1,0 Mld del 2019 a \$1,5 Mld nel 2020, sintomo di un mercato che in momento di crisi conosce maggiore esigenza di riservatezza e velocità nella transazione.

Christie's⁴⁹ si è invece fermata ad un totale di \$4,4 Mld, in calo del -25,0% rispetto al 2019, principalmente a causa della scarsa disponibilità di opere di qualità. Anche per Christie's le private sales hanno conosciuto una crescita senza precedenti (+57,0%), rappresentando \$1,3 Mld del totale delle vendite. A tenere vivo il mercato è stata da un lato la **forte presenza di nuovi buyers**, affacciatisi per la prima volta sul mercato attraverso le aste "online-only" (36,0% di nuovi buyers), con una **quota preponderante di millennials⁵⁰** (32,0% dei nuovi buyer delle aste "online-only"); dall'altro, il **dinamismo dei collezionisti asiatici**, che hanno garantito il 34,0% delle vendite per valore, ben bilanciati dalle Americhe (33,0%) e dall'area EMEA (33,0%).

Anche Phillips⁵¹ ha chiuso l'anno con performance positive, nonostante un contesto internazionale gravato dalla pervasività della seconda ondata pandemica. Le 3 vendite di 20th Century and Contemporary Art del mese di dicembre di Phillips a New York hanno infatti totalizzato circa \$162,4 Mln per 254 lotti venduti, con il **record assoluto per questa categoria per i 224 anni di storia della major**. Tra le opere vendute, figuravano anche quelle donate da 19 artisti a scopi benefici, per cui i rappresentanti della casa d'aste hanno espresso particolare gratitudine. La vendita di queste opere, realizzata in partnership con la Hall Art Foundation, ha consentito di raccogliere \$1,7 Mln, donati alla Dreyfoos School of the Arts Foundation, da elargire sotto forma di borse di studio per giovani talenti di colore che non avrebbero altrimenti avuto la possibilità di avviare una carriera nel mondo delle arti visive e performative di Palm Beach.

La top 5 del 2020

Le complessità di quest'anno senza precedenti hanno soltanto parzialmente frenato la propensione al rischio dei top spender, comunque disposti ad offrire milioni di dollari per lotti eccezionali, confermando **l'interesse nella qualità, nell'importanza storica e nella provenienza** dei beni da collezione, seppur da remoto.

Guardando al livello di prezzo delle opere più care passate all'asta nel 2020, tuttavia, è ben evidente la **scarsa disponibilità dei lotti in grado di scatenare la competizione tra i bidder**, sintomo di un collezionismo cauto a mettere in vendita opere d'arte in grado di produrre marginalità maggiori in momenti di mercato più favorevoli. Nel 2020 soltanto un lotto ha infatti superato la soglia dei \$50 Mln, nell'ambito delle major considerate nel presente studio.

Si tratta di *Triptych Inspired by the Oresteia of Aeschylus*, dipinto di **Francis Bacon** del 1981 passato di mano per quasi **\$84,6 Mln** (contro una stima di \$60 Mln-\$80 Mln) nel corso della prima asta ibrida proposta da Sotheby's, lo scorso 29 giugno, in live-streaming da New York. **Segue in classifica Roy Lichtenstein, con *Nude with Joyous Painting* (1994), venduto per \$46,2 Mln** (stima \$29 Mln-\$35 Mln) nella prima asta ibrida di Christie's, "ONE: A Global Sale of the 20th Century". Terzo sul podio **David Hockney, con l'opera *Nichols Canyon* (1980), venduta per circa \$41,1 Mln** da Phillips New York nel mese di dicembre, nel corso di una sessione d'asta che ha confermato la crescente importanza di questa casa d'aste per il comparto Post-War.

Segue l'unico **dipinto Old Master**, di matrice asiatica: si tratta di un lungo rotolo di **Ren Renfa**, inchiostro su carta, intitolato *Five Inebriated Princes Riding Home* e risalente al Tredicesimo-Quattordicesimo Secolo. Con circa \$39,4 Mln, l'opera ha triplicato la propria stima media dell'asta Fine Classical Chinese Paintings di **Sotheby's Hong Kong** nel mese di ottobre, rimarcando la potenza del mercato asiatico, in controtendenza rispetto alle principali piazze globali. Chiude la classifica un dipinto di **Cy Twombly, *Untitled (Bolsena)* (1969), venduto per quasi \$38,7 Mln** nel mese di ottobre da Christie's New York e precedentemente parte della Collezione Saatchi.

I record del 2020 sono ben lontani da quelli del 2019, che al primo posto vedevano **Claude Monet**, con una tela del 1890 intitolata *Meules* - o "I Covoni" - e venduta per \$110,7 Mln da Sotheby's New York; e all'ultimo posto Pablo Picasso, che con *Femme au chien* (1962) superava comunque la soglia dei \$50 Mln (\$54,9 Mln).

Tabella: Top 5 delle opere battute in asta (2020), basato sulle aste incluse nel campione di ricerca

	Artista	Opera	Risultato	Casa d'asta
1	BACON Francis (1909-1992)	Triptych Inspired by the Oresteia of Aeschylus, 1890	\$ 84.550.000	Sotheby's New York
2	LICHTENSTEIN Roy (1923-1997)	Nude with Joyous Painting, 1994	\$ 46.242.500	Christie's New York
3	HOCKNEY David (b. 1937)	Nichols Canyon, 1980	\$ 41.067.500	Phillips New York
4	REN RENFA (1255-1328)	Five Inebriated Princes Riding Home	\$ 39.500.000	Sotheby's Hong Kong
5	Twombly Cy (1928-2011)	Untitled (Bolsena), 1969	\$ 38.685.000	Christie's New York

Fonte: elaborazione propria, basata sui dati pubblicati dalle case d'asta

Tabella: Top 5 delle opere battute in asta (2019), basato sulle aste incluse nel campione di ricerca

	Artista	Opera	Risultato	Casa d'asta
1	MONET Claude (1840 - 1926)	Meules, 1890	\$ 110.747.000	Sotheby's New York
2	KOONS Jeff (b. 1955)	Rabbit, 1986	\$ 91.075.000	Christie's New York
3	RAUSCHENBERG Robert (1925-2008)	Buffalo II, 1964	\$ 88.805.000	Christie's New York
4	CÉZANNE Paul (1878-1935)	Bouilloire et fruits, 1888-90	\$ 59.295.000	Christie's New York
5	PICASSO Pablo (1881-1973)	Femme au chien, 1962	\$ 54.936.500	Sotheby's New York

Fonte: elaborazione propria, basata sui dati pubblicati dalle case d'asta

Il mercato dell'arte e dei beni da collezione

Speciale "Lo stato dell'arte ai tempi del Covid-19"

Il prezzo medio della Top 5 degli ultimi anni è indice di un mercato che ha risentito di condizioni avverse, che hanno smorzato l'entusiasmo che nel 2017 aveva portato alla vendita del *Salvator Mundi* di Leonardo Da Vinci per \$450,3 Mln.

I dati del 2020 ci spingono tuttavia a fare anche altre considerazioni. Se la top 5 del 2019 aveva infatti confermato l'indiscusso duopolio di Christie's e Sotheby's a livello internazionale, e un'assoluta predominanza della piazza di New York per i grandi record, nel 2020 assistiamo a due ingressi "sintomatici". Il primo è quello di **Phillips, che, grazie alle proprie strategie risultate particolarmente vincenti con i collezionisti più giovani**, ha registrato importanti risultati soprattutto nei settori del contemporaneo e del design. Il secondo è quello della piazza di Hong Kong, con il record registrato per un Old Master nell'asta *Fine Classical Chinese Paintings* di Sotheby's nel mese di ottobre, a dimostrazione di un **mercato asiatico che si sta riprendendo dalla crisi molto velocemente**, e che potrebbe rappresentare una delle aree trainanti per la ripresa del mercato dei beni da collezione post-Covid.

Prezzo medio Top 5 (\$5 Mln)



FOCUS

I top record delle case d'asta cinesi

Le analisi presentate in questo report limitano il campo d'indagine alle tre case d'asta occidentali più note – Christie's, Sotheby's e Phillips – per ragioni di trasparenza e omogeneità dei dati, ma risulta sempre più chiaro come anche le case d'asta leader del continente asiatico stiano guadagnando terreno, con prospettive sempre più internazionali.

Oltre ad aver siglato partnership con le case d'asta occidentali, Poly Auction e China Guardian Auctions hanno infatti registrato numerosi record nel corso dell'anno, uno dei quali avrebbe guadagnato la seconda posizione nella top 5 del 2020 presentata nel presente report.

Si tratta di un'opera Old Master di Wu Bin, *Ten Views of a Lingbi Rock* (1610), che lo scorso 18 ottobre ha totalizzato \$76,6 Mln (RMB 512,9 Mln) da Poly Auction, Beijing. Si tratta di un'opera che si sviluppa in lunghezza, mostrando 10 viste diverse di una roccia della contea di Lingbi, nell'Est della Cina.

Nel 1989 era diventato il primo dipinto cinese mai venduto da Sotheby's a superare la soglia del milione di dollari. Dopo oltre 30 anni, lo stesso dipinto è stato venduto ad un prezzo oltre 75 volte superiore, al termine di un'accanita lotta al rilancio tra i collezionisti, che hanno portato a registrare il record assoluto per dipinto classico cinese venduto all'asta⁵².



Liu Bolin, *Laid-Off Workers*, 2006. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

L'analisi dei top lot del 2020

L'impatto della pandemia sul mercato dell'arte e dei beni da collezione si evince anche grazie all'analisi delle aggiudicazioni per prezzo, suddivise per area geografica di riferimento. Analizzando i soli "top lot", ovvero i beni aggiudicati per un prezzo di minimo \$2 Mln⁵³, emerge che il **biennio 2017-2018 si è caratterizzato per una buona disponibilità di beni di qualità, comprovata dal maggior numero di lotti che hanno superato i \$2,0 Mln.**

Nell'anno 2019, si era assistito ad un **calo del -8,5% nel numero di tali lotti** sull'anno precedente, passati dagli 884 del 2018 agli 809 del 2019.

Nel 2020, il trend di decrescita registrato nel 2019 si è ulteriormente accentuato, evidenziando come la pandemia abbia influito sulla propensione dei collezionisti a mettere sul mercato opere di grande qualità, che potrebbero registrare risultati migliori in altri periodi. **Il numero di lotti che hanno superato i 2 milioni di dollari, infatti, si è ridotto del -38,9%** rispetto al 2019, anno che aveva già fatto registrare un calo materiale rispetto all'anno precedente.

È tuttavia da rilevare che nonostante si sia ridotta la quota di top lot⁵⁴ (>\$2 Mln), **la distribuzione tra top lot di fascia più bassa (da 2 a 5 milioni) e quelli di fascia più alta (>\$20 Mln) risulta sostanzialmente in linea con gli anni passati.** Sul totale dei top lot, infatti, i lotti appartenenti alla fascia tra \$2-5 Mln rappresentano il 63,2% del totale di top lot tracciati nel presente studio, mentre quelli che hanno superato i \$20 Mln si attestano al 5,9%.

Questo dimostra che **il 2020, nonostante le complessità, è stato un anno in linea con il 2019 in termini di interesse dei collezionisti:** si è contraddistinto per una scarsità di opere di eccezionale valore battute all'incanto, ma è rimasta **costante l'attenzione dei buyer per le opere prestigiose**, in tutti i settori del mercato. Le stesse considerazioni possono essere tratte dall'analisi del numero dei top lot per fascia di prezzo, secondo una prospettiva territoriale.

Partendo dalla fascia di prezzo più alta, **è stato soltanto 1 lotto ad aver superato la soglia dei \$50 Mln**, in netto calo rispetto ai 9 del 2019 (17 nel 2018). La crisi generata dalla diffusione della pandemia e la stasi delle case d'asta nel periodo marzo-giugno hanno riportato il mercato ai livelli del 2016, dove a causa di una forte crisi del settore, soli 5 furono i lotti aggiudicati per oltre 50 milioni. Permane comunque anche nel 2020 il primato di New York sulle altre piazze internazionali, come già era avvenuto per gli anni scorsi.

I lotti ricompresi nel range di prezzo **tra i \$20 Mln e i 50 Mln sono stati invece 29**, in lieve decrescita dai 31 registrati nel 2019, quando si era già registrato un calo sostanziale rispetto ai **52 lotti di questa fascia aggiudicati nel 2018.**

Nel 2019 Londra era riuscita per pochi lotti a mantenere la sua seconda posizione in termini di aggiudicazioni rilevanti, ma nel 2020 grazie alla veloce ripresa dalla crisi che l'aveva colpita per prima, **l'Asia ha guadagnato la seconda posizione per quota di top lot, in tutte le fasce di riferimento.**

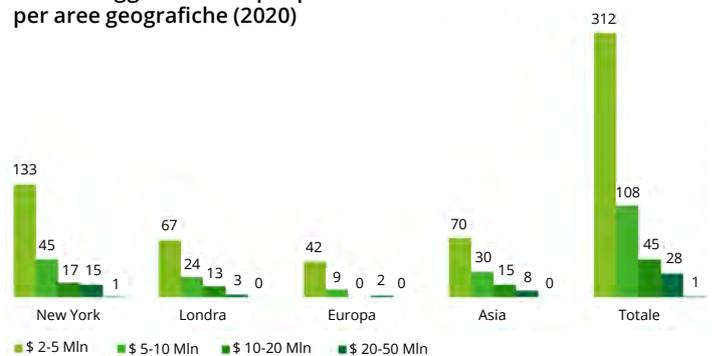
Tabella: Andamento numero di lotti che hanno superato i \$2,0 Mln (2017-2020)⁵⁵

Anno	Numero di top lot	Variazione dall'anno precedente	Top lot \$2-5 Mln N. (%)*	Top lot >20 Mln N. (%)*
2017	752	+59,3%	456 (60,6%)	61 (8,1%)
2018	884	+17,6%	529 (59,8%)	67 (7,6%)
2019	809	-8,5%	543 (67,1%)	40 (4,9%)
2020	494	-38,9%	312 (63,2%)	29 (5,9%)

Fonte: elaborazione propria

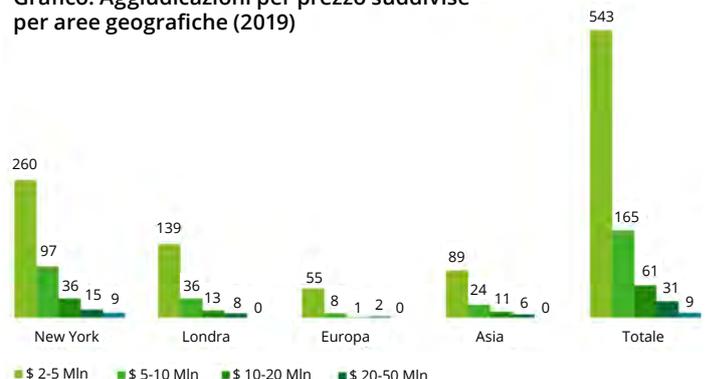
* Percentuale calcolata sul totale di lotti che hanno superato i \$2,0 Mln nell'anno di riferimento, nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo Metodologia.

Grafico: Aggiudicazioni per prezzo suddivise per aree geografiche (2020)



Fonte: elaborazione propria

Grafico: Aggiudicazioni per prezzo suddivise per aree geografiche (2019)



Fonte: elaborazione propria

Metodologia

Mercato della pittura e mercato dei Passion Assets

Per l'elaborazione delle sezioni dedicate alla pittura e ai Passion Assets del presente report sono state analizzate le aste live o in formato "ibrido" con fatturato minimo di \$1 Mln tenutesi nel 2020 e negli anni precedenti nelle principali case d'asta internazionali: **Christie's, Sotheby's e Phillips**. La scelta di questi operatori è riconducibile alla trasparenza dei dati, alla possibilità di trarre le stesse informazioni sulle vendite e di comparare i dati raccolti con quelli degli anni passati. Questo è il motivo per cui i dati di altre case d'asta operanti su mercati locali, spesso frammentari e non omogenei, non sono stati presi in considerazione.

A causa dell'aumento esponenziale nel numero delle aste online only e conseguenziale aumento del loro fatturato, è stata avviata una analisi comparativa per il biennio 2019 e 2020 e considerando le sole aste con fatturato minimo di \$150.000. La scelta metodologica di accorpate le aste "ibride" a quelle "live" tradizionali, ossia con presenza in sala, è attribuibile alle tempistiche d'aggiudicazione. Nonostante si realizzino da remoto, le aste in formato ibrido consentono agli acquirenti di avere certezza immediata dell'acquisto. Le aste "online-only", invece, si svolgono in una finestra di tempo più ampia (generalmente 2 settimane), periodo durante il quale i potenziali acquirenti possono presentare le proprie offerte, intermedie direttamente dalla piattaforma di svolgimento dell'asta.

I prezzi citati e i valori utilizzati nel calcolo degli indici sono da intendersi **comprensivi di buyer's premium**, salvo ove diversamente indicato.

Ogni asta è stata catalogata per **località, tipologia** (live-online), **segmento** (Pittura, Passion Assets, Residuals) e **comparto** (Old Masters, Pre War, Post War, Antichità, Arredi&Design, Photography, Watches&Jewels, Wines&Spirits e Vari). Le categorie residuali sono state utilizzate in caso di non appartenenza alle categorie di riferimento, mentre in caso di catalogazione molto diversificata il criterio per l'assegnazione della singola asta a uno specifico comparto/segmento è stato la tipicità artistica maggiormente presente nel top 10 lot (per aggiudicazione).

I valori economici sono espressi in **dollari americani**. La conversione è stata effettuata utilizzando tassi di cambio giornaliero. Per ogni indice sono presentate la **variazione a/a** e la **variazione di periodo**. La variazione a/a esprime la variazione percentuale tra l'indice del secondo semestre del 2019 e l'indice del

secondo semestre del 2020. Per **variazione di periodo** si intende la **variazione percentuale del valore dell'indice dal primo periodo disponibile della serie storica al secondo semestre 2020**. Per gli indici territoriali è stata calcolata la variazione quinquennale.

Gli elementi di arredo sono stati attribuiti al comparto Antichità se di datazione uguale o precedente al 1900 circa, altrimenti al comparto Arredi&Design.

Il **segmento pittura** risulta così suddiviso: il comparto **Old Masters** include le opere d'arte con datazione precedente al 1789, anno della rivoluzione francese; il comparto **Pre War** include le opere d'arte realizzate dal 1789 alla Seconda Guerra Mondiale; il comparto **Post War** include le opere d'arte realizzate dopo la Seconda Guerra Mondiale.

I dati relativi al numero aste, fatturato totale, aggiudicazione media e unsold medio, fanno riferimento al **2020**. Per la determinazione degli indici del mercato della pittura e del mercato dei Passion Assets sono state considerate le aste "live" e "ibride" con aggiudicazione superiore a \$1 Mln, per un totale complessivo di **327 osservazioni** (588 nel 2019). A fini comparativi, sono inoltre presentati i trend 2019-2020 che includono l'analisi delle aste online only che hanno superato i \$150.000, che nel 2020 sono state 509 (167 nel 2019).

Mercato delle Classic Cars

La sezione dedicata al **mercato delle Auto Classiche** realizzata da **ADEMY Ltd (Automotive Data Evaluation Market Yield)**, ha l'obiettivo di contribuire ad identificare i modelli dal rendimento più alto e le tendenze principali del mercato delle auto d'epoca in base al prezzo di aggiudicazione, dedicando particolare attenzione alle vendite ed alle tendenze riscontrate nelle aste fino al 30 settembre 2020 e degli anni precedenti, con approfondimenti dedicati agli impatti del Covid su questo mercato.

L'analisi si basa sulle transazioni mensili registrate nelle aste di auto classiche, includendo nel campione d'osservazione più di 150.000 vendite. L'analisi si basa sulla segmentazione delle classic cars per prezzo d'aggiudicazione, come segue:

- **Small Cap:** auto con prezzo minore di €100.000
- **Mid Cap:** auto con prezzo compreso tra €100.000 e €1,0 Mln
- **Top Lot:** auto con prezzo superiore a €1,0 Mln

Il mercato della pittura nelle diverse piazze internazionali

La crisi socio-economica generata dalla diffusione su scala globale del Covid-19 ha accentuato il trend di rallentamento del mercato della pittura già registrato nel 2019, anno in cui il mercato dell'arte ha risentito della **ridotta disponibilità di opere top quality rispetto al biennio 2017-2018. Questo si evince anche dal numero di lotti che hanno superato i \$2,0 Mln** in tutti i comparti di beni da collezione analizzati, che si è ridotto del **-38,9%**, passando dagli 809 lotti del 2019 ai 494 lotti del 2020⁵⁸.

La crisi generata dalla pandemia ha determinato una scarsa propensione alla vendita, a cui possono aver contribuito anche una **situazione politica internazionale complessa e numerosi eventi importanti**, tra cui ad esempio le elezioni americane, che potrebbero aver "distratto" molti collezionisti dalle attività di ricerca dei beni da collezione. I risultati non brillanti registrati dalle aste inglesi ed europee nel periodo delle elezioni americane, infatti, possono essere imputabili a due principali ordini di ragioni.

Il primo, forse scontato, è rappresentato dal peggioramento della situazione sanitaria a livello internazionale, poiché proprio nel mese di ottobre si rendeva evidente come **molti Paesi stessero per affrontare la seconda ondata pandemica**. Questo ha **impedito a molti collezionisti di prendere visione delle esposizioni**, che continuano a rappresentare un elemento determinante nelle scelte d'acquisto di molti buyer abituali, soprattutto se di età superiore ai 40 anni. Il secondo è invece attribuibile alla **campagna elettorale**, che ha visto molti esponenti del mondo dell'arte impegnati nel sostegno dei candidati interessandosi meno di molti eventi artistici del Vecchio Continente.

In termini di performance, grazie all'impegno profuso nell'ideazione di cataloghi d'asta capaci di attrarre pubblici diversi, **Sotheby's ha superato la storica rivale Christie's in termini di fatturato complessivo**, rappresentando nel nostro campione il 47% del mercato della pittura (46% nel 2019), seguita da Christie's con il 43% (47% nel 2019) e Phillips con il rimanente 10%, in costante crescita rispetto agli anni passati (8% nel 2019). Il primato di Sotheby's su Christie's riflette i dati di consuntivo pubblicati dalle due major: **Sotheby's**, in particolare, ha annunciato nel mese di dicembre 2020 il **superamento dei \$5,0 Mld di vendite**, mentre **Christie's** si è fermata ad un totale di **\$4,4 Mld registrate complessivamente** nel 2020.

Considerando le sole aste "live" o "ibride" tenute nel corso dell'anno e rientranti nel campione d'analisi, si rileva un lieve decremento **del tasso medio di unsold del mercato della pittura, che si attesta al 17,9%** (20,9% nel 2019). Si tratta di un tasso di unsold relativamente basso, frutto delle oculate strategie di vendita implementate dalle case d'asta nel secondo semestre dell'anno, ma in parte anche grazie all'utilizzo di molte garanzie per le opere di maggior valore.

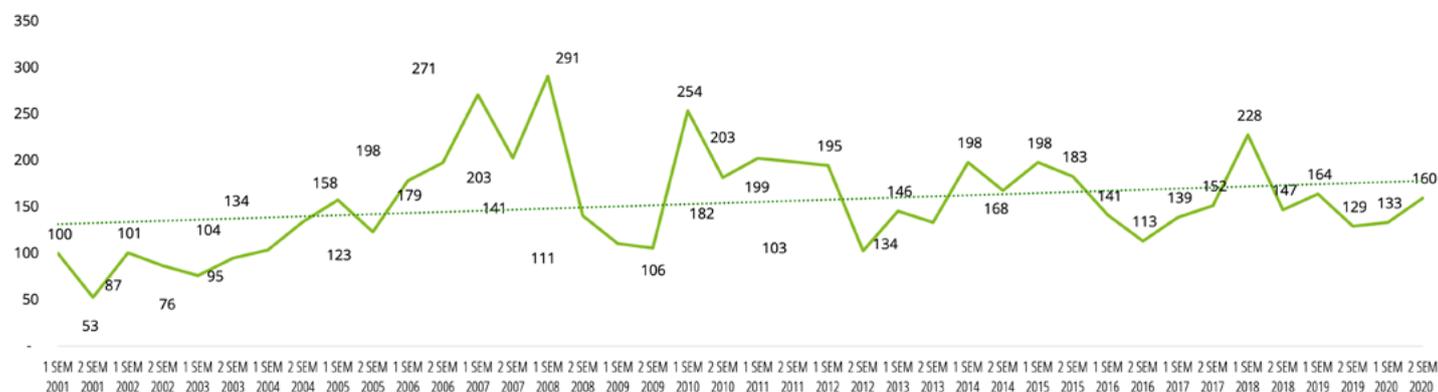
Andando tuttavia a ricomprendere nell'analisi **anche le aste "online-only"**, il dato del **tasso medio di unsold si rivela sostanzialmente invariato tra 2019 (20,4%) e 2020 (20,0%)**. Si tratta di un livello di unsold che ribadisce la salute del mercato dal lato della domanda, soprattutto in presenza di lotti di qualità e provenienza di prestigio, anche quando proposti tramite canali digitali.

È comunque da rilevare che la **riduzione del fatturato complessivo delle aste** a livello internazionale è in parte controbilanciata dalla **forte crescita vissuta nel 2020 delle private sales**, che garantiscono un'elevata velocità di esecuzione e rispondono al crescente bisogno di **riservatezza, efficienza e discrezione** da parte di molti collezionisti e di controparti istituzionali, incrementando l'importanza del ruolo dei dealer privati nell'intero sistema dei collectibles.



*Liu Bolin, Sala di Caravaggio, Galleria Borghese, Roma, 2019.
Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.*

Il Global Painting Index



Alla luce delle dinamiche finora descritte, non sorprende che il mercato della pittura del 2020 abbia subito una forte **contrazione complessiva di fatturato**, che ha interessato trasversalmente tutti i comparti (Old Masters, Pre War e Post War).

Il primo semestre 2020 è stato un susseguirsi di posticipazioni e cancellazioni di aste, che hanno finito per stravolgere l'usuale calendario annuale delle vendite all'incanto. La maggior parte delle aste "live", a cui si sono poi aggiunte quelle "ibride", hanno infatti avuto luogo nel secondo semestre (251 aste, pari al 76,8% del campione d'analisi), dopo un primo semestre di fatto interrotto nel mese di marzo (76 aste in totale). Nel 2019, invece, la distribuzione delle aste tra i due semestri era stata più paritaria (279 aste nel primo semestre, pari al 47,4%; e 309 nel secondo, 52,6%).

La **predominanza del secondo semestre per quantità e qualità di lotti proposti** rispetto al calendario delle aste di anni "standard", oltre all'interesse di investitori e collezionisti in un mercato che aveva trovato nuove modalità per far incontrare domanda ed offerta, hanno consentito al **Global Painting Index**⁵⁹ 2020 di chiudere con una **variazione positiva del +23,5% a/a**, espressione del paragone tra l'indice del secondo semestre 2020 e quello del secondo semestre 2019 e non da intendersi dunque come risultato di sintesi dell'intero 2020 rispetto all'anno precedente.

Positiva anche la variazione di periodo, +59,7% dal 1° semestre 2001, a testimonianza di **quanto il mercato dell'arte sia cresciuto nell'ultimo ventennio**. Il mercato ha saputo contestualmente riprendersi dal tracollo del 2° semestre 2009 (a seguito della bolla 2007-2008), limitando nel corso dell'ultimo decennio la sua volatilità, segnale di un mercato più ampio, più maturo e meno soggetto alla speculazione tout-court.

Anno	N° Aste "live" o "ibride"	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2018	243	\$ 9.314.853.888,3	\$ 38.332.732,1	20,1%
2019	253	\$ 7.581.813.139,4	\$ 29.967.640,9	20,9%
2020	147	\$ 4.577.548.558,5	\$ 31.139.786,1	17,9%

Il segmento della pittura ha rappresentato nel 2020 circa il **71,3% del mercato globale dei beni da collezione** (74,2% nel 2019)⁶⁰, generando nell'ambito della nostra analisi quasi **\$4,6 Mld** con un **calo del -39,6% sul fatturato 2019** considerando le sole aste "live" e "ibride" che hanno superato il milione di dollari per il comparto della pittura. È **lievemente cresciuto il valore dell'aggiudicazione media**, passato da \$30,0 Mln nel 2019 a **\$31,1 Mln nel 2020**. Questo può essere un'ulteriore conferma della resilienza del mercato dell'arte, che trascorsi i primi mesi d'assestamento, ha saputo riprendere le redini della situazione, seppur in molti casi ricorrendo all'utilizzo delle garanzie per assicurarsi il consignment di lotti di qualità. L'**unsold** medio del segmento si è attestato a **17,9%**⁶¹, in calo dal 2019 (20,9%) anche per effetto di una ridotta quantità e di una migliore selezione di opere d'arte a catalogo.

Nonostante il clima di cautela che ha permeato il settore nel corso del 2020, lo scoppio della pandemia e lo stravolgimento delle nostre abitudini di vita può aver avuto un inatteso risvolto positivo per il mercato dell'arte e dei beni da collezione. Sulla scia di una crescente attenzione dei collezionisti occidentali nei confronti delle tradizioni di altri paesi, e di un analogo interesse di top spenders asiatici e medio-orientali nei confronti dei canoni classici della tradizione pittorica europea, **molti buyer di settori del lusso si sono affacciati al mondo della pittura (e viceversa).**

A questo "intrecciarsi" di buyers provenienti da segmenti diversi possono aver contribuito due principali elementi. Il primo, **lo sviluppo del canale online, emerso come necessità nel corso del 2020 e rivelatosi una possibile vetrina per beni da collezione solitamente non considerati da buyers tradizionalisti** e soliti all'acquisto mono-segmento.

Il secondo è invece connesso al **risparmio determinato automaticamente dall'impossibilità di spendere in voci quali viaggi, ristorazione, hobby** di diversa tipologia, che ha portato quelle persone che non hanno risentito della crisi economica a **ricercare voci di spesa alternativa, spesso per abbellire il luogo del vivere quotidiano: la propria casa.** Molti nuovi UHNWI, anche provenienti da paesi emergenti, tra cui in particolare Africa, America Latina e Medio Oriente, hanno così scelto di investire in beni diversificati, tra cui l'arte e i beni da collezione.

In ultimo, anche **operatori di altri paesi e di altri settori hanno continuato ad investire nel mercato dell'arte per finalità differenti**, tra cui strategie di **Corporate Social Responsibility**, branding⁶² e marketing territoriale, contribuendo ad accrescerne il volume e il numero di transazioni. Un esempio tra tutti sono le numerose collezioni corporate, che negli ultimi anni stanno crescendo in termini di quantità e qualità a livello internazionale, in linea con la crescita del settore dei musei privati⁶³.

PAROLA ALL'ESPERTO

I punti di forza e di debolezza dei tre comparti della pittura

Guido Wannenes, Amministratore Delegato di Wannenes Art Auction⁶⁴

"Quali sono punti di forza e di debolezza dei tre comparti della pittura (Old Masters, arte moderna e arte contemporanea) in un momento storico come questo?"

"Premettendo che si tratta di dinamiche ormai sedimentate e non figlie del momento, posso dire che i punti di forza dei dipinti antichi sono la maggiore stabilità sui prezzi, nonostante la minore e più graduale performance delle opere rispetto all'arte moderna o contemporanea, in grado di fare grandi salti nel giro di sei mesi. L'elemento sfavorevole ovviamente è la maggiore volatilità che può avere l'arte contemporanea e in misura più contenuta l'arte moderna, che ormai è soggetta ad un fenomeno molto radicato di storicizzazione, per cui i prezzi cominciano ad essere molto più stabili. Nell'arte contemporanea esiste ancora una forte volatilità nelle quotazioni. Al netto di tutta questa lettura in chiave finanziaria, secondo me, alla base di tutto dovrebbe esserci l'opera e la passione per l'opera, se no il rischio è che si guardi solo l'aspetto economico di un'opera, perdendo il resto del valore."



Liu Bolin, *The Hope*, 2015. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Il Global Painting USA Index | Focus ultimi 5 anni⁶⁵



Il mercato USA ha assunto negli anni il ruolo di **leader nelle aste del mercato dei beni da collezione**, confermatosi anche nel 2020, **nonostante la crisi generata dalla pandemia e le elezioni americane**, fattori che hanno costituito una **preoccupante incognita** per gli operatori del settore. New York, piazza tradizionalmente regina del mercato internazionale, si è ancora confermata in grado di attrarre l'attenzione dei **collezionisti più importanti e facoltosi del mondo**, anche a fronte della ridotta possibilità di viaggiare e spostarsi per prendere visione delle opere. La multiculturalità e la vivacità artistica della città spingono da sempre le case d'asta a comporre in modo attento ed oculato i cataloghi di vendita, con costante orientamento alla qualità nella ricerca delle opere.

Negli anni New York è stata **la piazza internazionale di riferimento per i grandi record**: basti pensare che in questa città negli anni scorsi erano passati sotto il martello ***L'homme au doigt (Pointing Man)*** (1947) di Giacometti, opera venduta per \$141,3 Mln (Christie's, New York, 2015) e divenuta la scultura più pagata della storia delle aste; il ***Salvator Mundi***, venduto per oltre \$450,3 Mln (Christie's, New York, 2017) ed entrato a pieno titolo nella storia dell'arte della nostra epoca; e la **Collezione Rockefeller**, che con un totale di oltre \$835 Mln (Christie's, New York, 2018) è divenuta la collezione privata più pagata nella storia delle aste, quasi raddoppiando il precedente record detenuto dalla Collezione di Yves Saint Laurent e Pierre Bergé, che aveva totalizzato \$443 Mln nel 2009.

Questo è valso anche per il 2020, nonostante il **Global Painting USA Index⁶⁶** abbia registrato complessivamente nel 2020 **un calo pari al -1,9% a/a e una variazione quinquennale del -27,8%** (dal 1° semestre 2016), ossia da quando il mercato dell'arte si trovava in una condizione di ritrovata stabilità, dopo il doloroso sbroom del 2009, avvertito con particolare enfasi sulla piazza americana. Decresce anche il fatturato annuo del campione d'analisi, che si è fermato a circa **\$2,2 Mld**, in calo rispetto ai \$4,1 Mld totalizzati nel

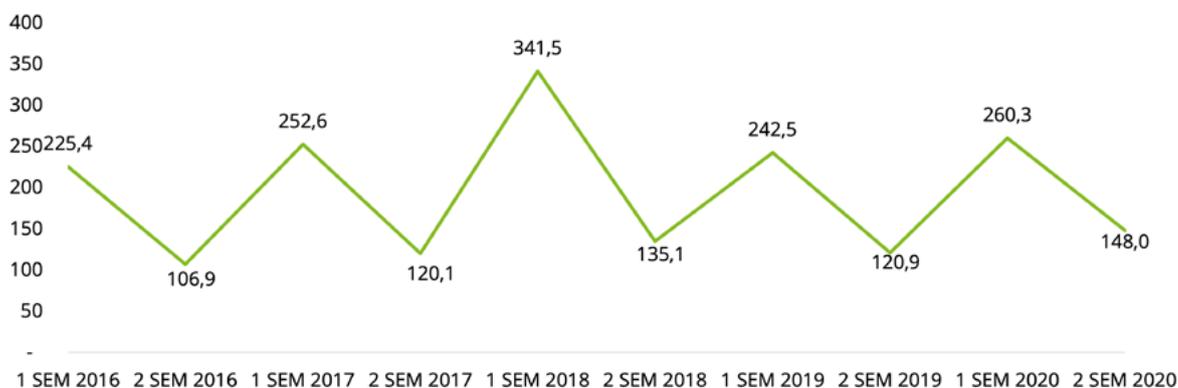
Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	79	\$ 5.427.465.238,0	\$ 68.702.091,6	19,6%
2019	78	\$ 4.077.289.795,0	\$ 52.272.946,1	21,0%
2020	54	\$ 2.210.972.539,0	\$ 40.943.935,9	19,0%

2019 (**-45,8% a/a**); e si riduce quindi il **valore dell'aggiudicazione media**, passato dai \$52,3 Mln del 2019 a **\$40,9 Mln**. Positivo tuttavia il calo del tasso medio di unsold (19,0%)⁶⁷, che era fermo a 21,0% nel 2019. La causa principale della decrescita nei fatturati è la forte riduzione delle aste live di pittura svoltesi in USA che hanno superato il milione di fatturato, passate da 78 a 54⁶⁸, oltre alla contestuale **difficoltà di reperire lotti di qualità per effetto della crisi generata dal Covid**.

Tra le principali cause della contrazione di fatturato vissuta dalla piazza statunitense e dal Global Painting USA Index, che va in controtendenza all'indice del Global Painting, sono da menzionare **anche le elezioni statunitensi**, che hanno visto molti collezionisti concentrati sulle campagne elettorali e meno interessati alla ricerca di nuovi beni da collezione.

È tuttavia bene sottolineare che si sia trattato di un anno eccezionale, poiché il mercato USA continua a costituire la piazza più importante del settore. Nel corso degli ultimi anni, in particolare, il mercato di New York ha consolidato la propria posizione sia in termini di fatturato, sia in termini di quantità e qualità di buyers, che hanno ridotto l'ampia volatilità registrata nel passato e dovuta anche ad una forte fase di speculazione.

Il Global Painting UK Index | Focus ultimi 5 anni⁶⁹



Londra è storicamente la piazza europea per eccellenza del mercato dell'arte. Qui sono state fondate le tre principali case d'asta del mercato di oggi: Sotheby's nel 1774, Christie's nel 1776 e Phillips nel 1796. La città di New York nel corso degli anni è riuscita a levare a Londra il titolo di regina del mercato, ma rimane indiscussa l'influenza che la piazza inglese riesce ad esercitare sul sistema globale grazie alla sua variegata offerta di musei di qualità e istituzioni di prestigio.

Tale ruolo è tuttavia stato messo in discussione dalle complessità vissute dalla città di Londra nell'ultimo biennio, dovute principalmente alle questioni politiche che hanno infine portato alla **fuoriuscita dell'Inghilterra dall'Unione Europea e in seguito alla pandemia.** È ancora **presto per delineare quali possano essere le conseguenze in termini di fatturato** sul mercato dei beni da collezione della Brexit, anche a causa delle possibili perduranti conseguenze della pandemia, che ha colpito il Regno Unito con una delle prime varianti del coronavirus. Sono tuttavia **molte le novità che riguardano la piazza londinese** e i presumibili impatti in termini di figure di riferimento, libera movimentazione delle opere, diversa applicazione di aliquote IVA, imposizione di imposte doganali, come meglio approfondito nel Focus proposto al termine del capitolo.

È comunque **plausibile attendersi un rallentamento del mercato di questa piazza, almeno nei primi 1-2 anni** dalla fuoriuscita del Regno Unito dall'UE, per la necessità di adattarsi alle nuove normative e la possibile ridotta propensione dei collezionisti a dare opere in consegna per la vendita prima di aver visto quali possano essere gli effetti del nuovo contesto politico.

Nell'ambito del campione di ricerca, **Londra ha perso la seconda posizione in termini di fatturato per la pittura, alle spalle mercato asiatico,** fatto che comprova la forza di Hong Kong, prima piazza ad essersi ripresa dalla crisi scatenata dalla pandemia. **Londra ha infatti subito gli effetti della pandemia sulla**

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	94	\$ 2.510.706.812,1	\$ 26.709.646,9	22,2%
2019	98	\$ 2.037.079.931,5	\$ 20.786.529,9	23,6%
2020	42	\$ 963.603.967,6	\$ 22.942.951,6	18,4%

possibilità di aprire le sale d'asta al pubblico, come evidenziato dal numero delle aste considerate ai fini dell'analisi, passate da 98 a 42. Anche per effetto di questa dinamica, il fatturato totale del segmento della pittura della piazza inglese ha subito un **calo del -52,7% sul 2019,** passando da \$2,0 Mld a \$963,6 Mln.

Il **Global Painting UK Index⁷⁰** ha comunque registrato una crescita sia nel primo semestre, attribuibile alle buone performance complessive delle poche aste di pittura svoltesi "live" nei primi mesi dell'anno, sia nel secondo semestre, chiudendo con una **variazione a/a positiva (+22,3%).** Questo è dovuto da un lato al fatto che i risultati delle aste del secondo semestre del 2019 erano risultate in calo rispetto agli anni precedenti, dall'altro alla necessità di spostare molte aste dal primo al secondo semestre.

Negativa tuttavia la variazione di periodo sui 5 anni (dal 1° semestre 2016), con un -34,4% che dimostra come il mercato abbia risentito negli ultimi anni degli eventi politici ed economici che hanno caratterizzato il Regno Unito. In termini di numerosità, le aste live si sono ridotte di oltre la metà, ma **non si rilevano particolari scostamenti relativi al fatturato medio d'asta, che si dimostra in lieve crescita, passando da \$20,8 Mln a \$22,9.** Si è ridotto il **tasso di unsold, pari al 18,4%⁷¹** (23,6% nel 2019), grazie ad una oculata scelta dei cataloghi delle poche aste live realizzate nell'anno, nonché alla voglia dei collezionisti di tornare ad acquistare.

FOCUS

Le prime conseguenze di Brexit sul mercato dell'arte

Diverse sono le novità introdotte nel mercato dell'arte quale conseguenza della Brexit, divenuta ufficiale con la fine dell'anno 2020.

In primo luogo, si segnalano le **novità⁷² riguardanti la movimentazione delle opere** e in particolare la necessità di ottenere un'apposita licenza da richiedere all'Arts Council England (ACE) per l'importazione di beni artistici dal Regno Unito all'Unione Europea, ottenibile utilizzando un apposito modulo scaricabile dal sito web di ACE. Viceversa, non sono richieste licenze per importare opere all'interno del Regno Unito, fatta salva la necessità di rispettare le normative sull'esportazione emanate dall'UE o dal singolo Stato dell'Unione.

Relativamente alle **operazioni doganali**, crescono le procedure amministrative che gli operatori dovranno rispettare.

In particolare, per evitare dazi in fase di importazione, l'operatore inglese dovrà inserire un numero identificativo denominato codice EORI (Economic Operator Registration and Identification). Questo comporterà anche un aggravio in termini di costi per tutti gli operatori, potendo così disincentivare la commercializzazione di opere in area inglese.

In terzo luogo, sono state introdotte **novità relative all'IVA**, applicabili non solo al mercato dell'arte ma anche a tutti gli altri settori dell'economia, poiché l'Inghilterra non è più parte dell'Unione Europea e questo rende applicabili le normative IVA vigenti nei diversi Stati Membri per i rapporti commerciali extra-UE. In particolare, per l'Italia, l'aliquota IVA sulle importazioni di opere d'arte, d'antiquariato e da collezione, è pari al 10%, a condizione che l'opera rientri nell'elenco di beni considerati come "oggetti d'arte" individuati dal DL 41/95. Per quanto concerne l'IVA sulle importazioni in UK, invece, questa è pari al 5%.

Infine, la Brexit ha un effetto sulle possibilità di spostarsi tra Europa e Regno Unito, rendendo necessario il passaporto per vacanze o brevi viaggi senza visto (a partire dal prossimo 1 ottobre 2021), e un visto vero e proprio in caso di altre esigenze o di periodi di permanenza prolungati. Il sito della UK Border Agency fornisce informazioni utili in materia, oltre alla possibilità di fare delle simulazioni a seconda del Paese di provenienza, della motivazione del viaggio e dalla durata del soggiorno.

PAROLA ALL'ESPERTO

L'influenza di Brexit sul mercato dell'arte

Mariolina Bassetti, Chairman Post-War & Contemporary Art Continental Europe di Christie's Italy⁷³

"Ritengo che sia **presto poter fare un commento sulla Brexit**, perché in realtà quest'anno non abbiamo vissuto la Brexit, se non in prospettiva. La Brexit è iniziata adesso e ne vedremo le conseguenze solo dopo le aste di febbraio e marzo 2021 a Londra.

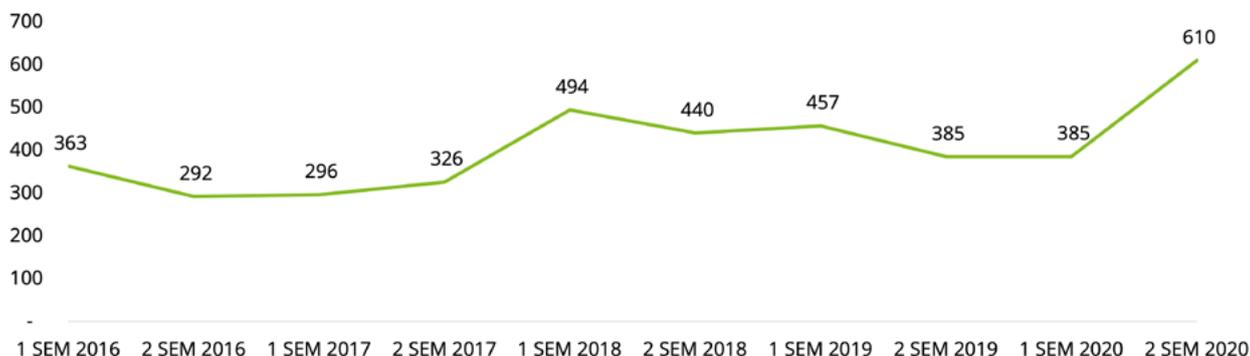
In termini di aspettative, sono dell'opinione che i primi due anni potrebbero essere di adattamento e forse di flessione, attribuibile tuttavia più al non voler vendere a Londra che al non voler comprare, comportando una **minore disponibilità di opere**. Un venditore, se non è particolarmente nella necessità di vendere, tenderà probabilmente a rimandare, per vedere cosa succederà con le prime aste post-Brexit.

Ci sarà una prima resistenza, un periodo di adattamento ma poi tutto tornerà come prima. Nel frattempo è possibile che Parigi possa prendere più piede come già d'altronde è successo negli ultimi anni, in cui Parigi sta dando grandi sorprese. È anche possibile attendersi aste più piccole per il 2021 e parzialmente per il 2022, e che probabilmente una parte di opere verrà spostata nelle sedi di Milano, Amsterdam e Parigi, ma io credo che il mercato alla fine del processo resterà invariato."



*Liu Bolin, Mosè, San Pietro in Vincoli, Roma, 2018.
Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.*

Il Global Painting Asia Index | Focus ultimi 5 anni⁷⁴



Il 2020 è stato un anno straordinario per il mercato asiatico, se comparato con le altre piazze internazionali, grazie al dinamismo dei collezionisti e alla più rapida fuoriuscita della Cina dalla crisi economica generata dalla pandemia, dopo esser stata la prima nazione ad essere colpita dal coronavirus.

Si segnala che i risultati qui presentati e riferiti alla piazza asiatica sono da considerarsi conservativi, poiché i volumi sarebbero notevolmente superiori se si includessero i risultati registrati dalle major locali, escluse per ragioni metodologiche (come meglio approfondito nella sezione Metodologia).

In linea con un già rilevato crescente interesse per vini pregiati, gioielli e per la pittura occidentale, i collezionisti asiatici hanno ulteriormente ampliato il loro tradizionale interesse per i beni da collezione. Se in precedenza si dimostravano particolarmente attivi per le vendite di pittura di matrice orientale e di beni antichi di origine locale, oggi i collezionisti asiatici sono infatti sempre più "onnivori", dimostrandosi disponibili a spendere cifre importanti per svariate tipologie di beni in asta.

Dopo un primo semestre duramente colpito dalla pandemia, che ha annullato i principali eventi internazionali programmati nella città di Hong Kong, il secondo semestre del 2020 è stato un vero e proprio successo, anche grazie all'ampliamento del bacino di collezionisti interessati ai beni da collezione, nonché ai molti collezionisti che dalla pittura hanno volto la propria attenzione a beni da collezione prima non considerati, come orologi, gioielli o vini di pregio, anche grazie al potenziamento delle vendite online e alla proposta di aste cross-category. Si è infatti assistito in molti casi a nuovi acquisti di beni diversi dalla pittura da parte di collezionisti che solitamente acquistavano soltanto quadri, e di acquisti di opere d'arte da parte di collezionisti di orologi o altri beni da collezione.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	37	\$ 1.005.630.875,8	\$ 27.179.212,9	15,0%
2019	42	\$ 1.067.333.456,4	\$ 25.412.701,3	14,5%
2020	32	\$ 1.170.574.229,5	\$ 36.580.444,7	13,2%

Anche grazie alla riduzione del fatturato generato dalle aste di Londra che hanno superato un milione di dollari, nel 2020 l'Asia ha scalzato la capitale inglese dalla seconda posizione in termini di quota di mercato, avendo generato nel nostro campione quasi \$1,2 Mld, in crescita del +9,7% rispetto al 2019. Per le dinamiche fin qui esposte e per la predominanza del secondo semestre sul primo in termini di numero d'aste, il Global Painting Asia Index⁷⁵ ha registrato una variazione a/a del +58,5%, e si è confermata positiva la variazione di periodo, pari al +68,0% (sul primo semestre 2016).

Gli effetti delle strategie delle case d'asta internazionali, sempre più propense a stringere collaborazioni con i player locali, potranno avere effetti positivi di lungo periodo, contribuendo ad una sempre maggiore globalizzazione del mercato. Nonostante la riduzione nel numero delle aste che hanno superato il milione di dollari, passate da 42 a 32, è cresciuto il valore del fatturato medio d'asta, passata da \$25,4 Mln a \$36,6 Mln, dimostrando la grande propensione al rischio dei collezionisti di quest'area, malgrado il periodo di crisi. Il tasso di unsold si è confermato il più basso delle quattro aree geografiche analizzate, fermandosi al 13,2%⁷⁶ (14,5% nel 2019), grazie al dinamismo degli acquirenti locali e alla crescente attenzione internazionale sui lotti proposti nei cataloghi di Hong Kong.

Il Global Painting UE Index | Focus ultimi 5 anni⁷⁷



Nonostante i devastanti effetti della pandemia sulla popolazione e sull'economia del Vecchio Continente, **le sedi europee delle case d'asta sono riuscite a registrare risultati rilevanti, che confermano la crescita d'importanza soprattutto della piazza di Parigi**, a scapito di Londra. Nonostante continui ad essere un mercato paragonabile agli altri in termini di fatturato complessivo, qualità di lotti e presenza di bidder, molti collezionisti internazionali hanno dimostrato buona propensione all'acquisto, in linea con il crescente interesse nei confronti di opere che privilegino la qualità alla "grande firma".

Nonostante si sia ridotto il numero di aste proposte che hanno superato il milione di fatturato, elemento che ha comportato la drastica riduzione del fatturato complessivo dell'area, il **Global Painting UE Index⁷⁸**, dopo la marcata decrescita registrata nel primo semestre, ha registrato poi una forte crescita, chiudendo con una **variazione nel secondo semestre 2020 del +37,0% a/a**. La **variazione di periodo** (sul primo semestre 2016) è stata pari al **+43,6%**, rimarcando la crescita che le piazze europee hanno conosciuto negli ultimi anni anche grazie alle complessità riscontrate nelle altre capitali del mercato dell'arte, con particolare riferimento a Londra.

Il fatturato complessivo delle piazze europee è calato in modo proporzionale alla decrescita registrata nel numero di aste milionarie. Queste ultime, infatti, si sono ridotte in termini numerici del -45,7% (passando da 35 a 19), mentre il fatturato ha conosciuto una contrazione del -41,0%, attestandosi a \$232,4 Mln. La proporzionalità della riduzione è evidente anche se si considera il fatturato medio delle aste, passato da \$11,4 a \$12,2 Mln. I dati comprovano la crescente importanza del Vecchio Continente nella scacchiera del mercato della pittura, con un possibile ulteriore consolidamento futuro attribuibile all'uscita della Gran Bretagna dall'Unione Europea.

È aumentato lievemente il **tasso medio di unsold, che per il 2020 è stato del 21,5%**⁷⁹ (20,8% nel 2019), ma si tratta di una dinamica coerente alla crescente consapevolezza e preparazione dei collezionisti.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	33	\$ 371.050.962,4	\$ 11.243.968,6	21,3%
2019	35	\$ 400.109.956,5	\$ 11.431.713,0	20,8%
2020	19	\$ 232.397.822,4	\$ 12.231.464,3	21,5%



Liu Bolin, UE Flag, 2008. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Il mercato della pittura online: 2020 vs. 2019

Il 2020 è stato l'anno del mercato dell'arte online, dapprima per necessità, poi come scelta strategica perseguita dagli operatori perseguita per sopperire all'impossibilità di prendere parte fisicamente ai principali appuntamenti del mercato.

Molte aste che normalmente si sarebbero svolte in presenza, nel 2020 hanno avuto luogo soltanto virtualmente, fattore che ha comportato una notevole crescita del **numero delle aste "online-only"**, nonché del relativo fatturato, rispetto al 2019. Come già ricordato, queste aste possono prevedere una durata di circa due settimane (in media) e richiedono un continuo aggiornamento nelle quotazioni da parte dei bidders.

Come si evince dalla tabella seguente, elaborata sulla base delle analisi condotte sulle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la metodologia illustrata nella sezione dedicata, **Sotheby's è la casa d'aste che è riuscita a performare meglio sulle piattaforme online**, sperimentando per prima la trasposizione in virtuale di aste importanti (come gli appuntamenti di arte moderna e contemporanea di maggio). **Christie's**, sebbene abbia anch'essa aumentato le proprie vendite online registrando buoni risultati, non è invece riuscita a tenere il passo della storica rivale, **perdendo (almeno per il 2020) il "trono" di major più influente al mondo**.

Phillips ha puntato su cross-category e beni contemporanei, tra arte, orologi e gioielli, risultando di particolare **interesse per i giovani e ampliando così il bacino dei propri clienti**.

I risultati delle aste virtuali sottolineano tuttavia la **grossa differenza delle potenzialità dell'online e dell'asta in presenza**.

Nel mese di maggio 2020, infatti, mentre Christie's e Phillips hanno posticipato le aste diurne e serali di arte Post War e Pre War, Sotheby's ha proposto online le proprie vendite diurne "Contemporary Art Day Auction Online", dal 4 al 14 maggio; "Impressionist & Modern Art Day Sale Online", dal 4 al 15 maggio, registrando due importanti record.

L'asta di arte contemporanea ha infatti raccolto un totale di \$13,7 Mln, il più alto risultato mai realizzato fino a quel momento in un'asta "online only", mentre l'asta di arte moderna e impressionista ha totalizzato oltre \$9,8 Mln, con un'iconica "Natura morta" di Giorgio Morandi del 1951 è battuta a \$ 1,6 Mln, prezzo più alto mai ottenuto da un lotto in una vendita "online-only". Queste cifre sono tuttavia ben lontane dai consistenti ricavi delle stesse vendite live del 2019 (\$105,8 Mln e \$44,7 Mln).

Questo trend si è confermato anche **nel secondo semestre, nonostante si sia riscontrato un notevole incremento nei risultati al martello**, attribuibile anche ad una maggiore confidenza sia degli operatori, sia dei collezionisti, alla compravendita di opere di valore tramite canali digitali.

A beneficiare maggiormente dell'online in termini di quantità di aste proposte è stato il segmento dei Passion Assets, con particolare riferimento ai comparti Watches&Jewels, Fotografia e Design, beni di grande interesse per nuovi giovani collezionisti che per la prima volta si sono affacciati al mercato delle aste. È cresciuto anche il numero di aste di categoria residuale, in quanto non determinabile in modo netto per la compresenza a catalogo di beni di diversa estrazione, alla luce della nuova strategia di incrementare come già visto le aste "cross-category".

Tabella: L'andamento delle aste "online-only" per casa d'aste e per segmento, 2020 vs. 2019

Casa d'aste	Crescita % (n.)	Crescita % (fatturato)	Segmento	Crescita % (n.)	Crescita % (fatturato)
Christie's	153,2%	271,0%	Arti Minori	260,7%	525,6%
Phillips	80,0%	105,9%	Pittura	177,1%	562,4%
Sotheby's	270,0%	805,8%	Residuals	163,9%	248,4%
Totale	204,8%	483,0%	Totale	204,8%	483,0%

Fonte: elaborazione propria sulla base dei risultati pubblicati dalle case d'asta per le vendite ricomprese nel campione secondo Metodologia

Fatturato e tasso di unsold medio per area geografica del mercato della pittura

Nonostante l'anno eccezionale, New York ha confermato la propria leadership del mercato, seguita per quest'anno dall'Asia, poi da Londra e infine dal Vecchio Continente. È bene evidenziare che il superamento dell'Asia è in parte attribuibile alla riduzione del numero di aste live tenutesi sul suolo inglese, elemento che ha comportato un grosso calo in termini di fatturato complessivo. Tale risultato sarebbe comunque più marcato se fossero state incluse nel campione le aste dei player locali, non considerate ai fini dell'analisi per ragioni già elencate⁸⁰.

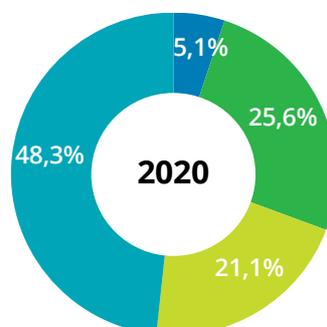
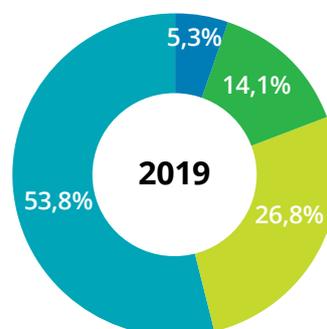
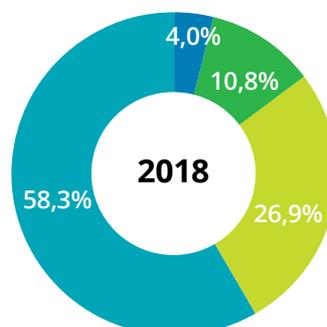
Con il 48,3%, **New York mantiene la prima posizione in termini di quota di fatturato della pittura, superando i \$2,2 Mld**, nonostante il forte calo dal 2019 (-45,8%), decrescita anche in questo caso attribuibile prevalentemente al calo di aste milionarie avvenute in forma "live" in questa piazza. **L'Asia si trova al secondo posto, con il 25,6%** del fatturato complessivamente registrato per il settore della pittura nell'ambito del campione di ricerca. Si tratta **dell'unica piazza che è riuscita, nonostante le difficoltà, a registrare un trend positivo**, grazie al dinamismo dei propri collezionisti e al continuo ampliamento del bacino d'interesse per i beni da collezione, con l'inclusione tra i bidder di nuovi collezionisti più giovani.

Al terzo posto Londra, con il 21,1% del fatturato della pittura, che dimostra come la città abbia subito gli effetti negativi della pandemia, con particolare riferimento alla seconda ondata, che ha aggravato il contesto socio-economico della città e determinato una forte stretta delle misure sanitarie in essere, impedendo a molti collezionisti di recarsi in loco per vedere le opere in asta.

In ultima posizione l'Europa (5,1%), che nonostante sia stata anch'essa gravemente colpita dalla crisi, ha dimostrato grande resilienza, anche grazie alla crescente importanza di Parigi nella scacchiera delle piazze dell'arte.

Grafico e tabella: Fatturato per aree geografiche a confronto (2018-2020)

■ New York ■ Europa ■ Asia ■ Londra

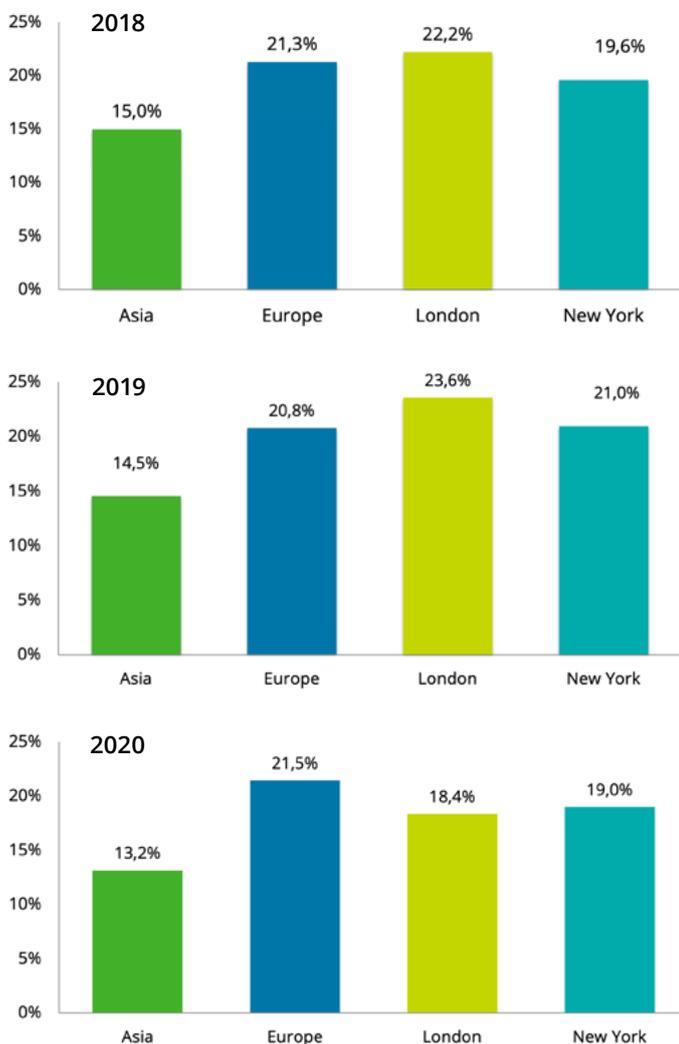


	New York	London	Asia	Europa
2018	\$ 5.427.465.238,0	\$ 2.510.706.812,1	\$ 1.005.630.875,8	\$ 371.050.962,4
2019	\$ 4.077.289.795,0	\$ 2.037.079.931,5	\$ 1.067.333.456,4	\$ 400.109.956,5
2020	\$ 2.210.972.539,0	\$ 963.603.967,6	\$ 1.170.574.229,5	\$ 232.397.822,4
Variazione	\$ -1.866.317.256,0 (-45,8%)	\$ -1.073.475.964,0 (-52,7%)	\$ 103.240.773,1 (+9,7%)	\$ -167.712.134,1 (-41,2%)

Quanto affermato finora trova conferma anche nell'analisi del tasso di unsold medio del mercato della pittura per area geografica. **Il tasso medio di unsold più basso per il 2020 si è confermato quello dell'Asia (13,2%)**, un mercato che ha trainato la crescita del mercato dell'arte e dei beni da collezione degli ultimi anni, passando dall'essere un mercato concentrato sulle opere d'arte orientale ad un collezionismo aperto e attento alle correnti artistiche Occidentali.

L'Europa, con il 21,5% di invenduto, è la piazza con il tasso di invenduto maggiore per il comparto della pittura, sintomo di collezionisti molto selettivi in fase d'acquisto. Di poco inferiori i tassi medi di **unsold di New York (19,0%) e di Londra (18,4%)**, le cui aste si caratterizzano generalmente per una maggiore qualità nei lotti e per una platea dalle maggiori disponibilità economiche rispetto alle piazze europee, nonostante sia anche da segnalare che il 2020 ha segnato un **massiccio utilizzo nelle garanzie sulle opere in vendita nelle piazze anglosassoni, che potrebbe aver influito sui risultati complessivi**.

Grafico: Unsold medio per area geografica 2018-2020



Fonte: elaborazione propria

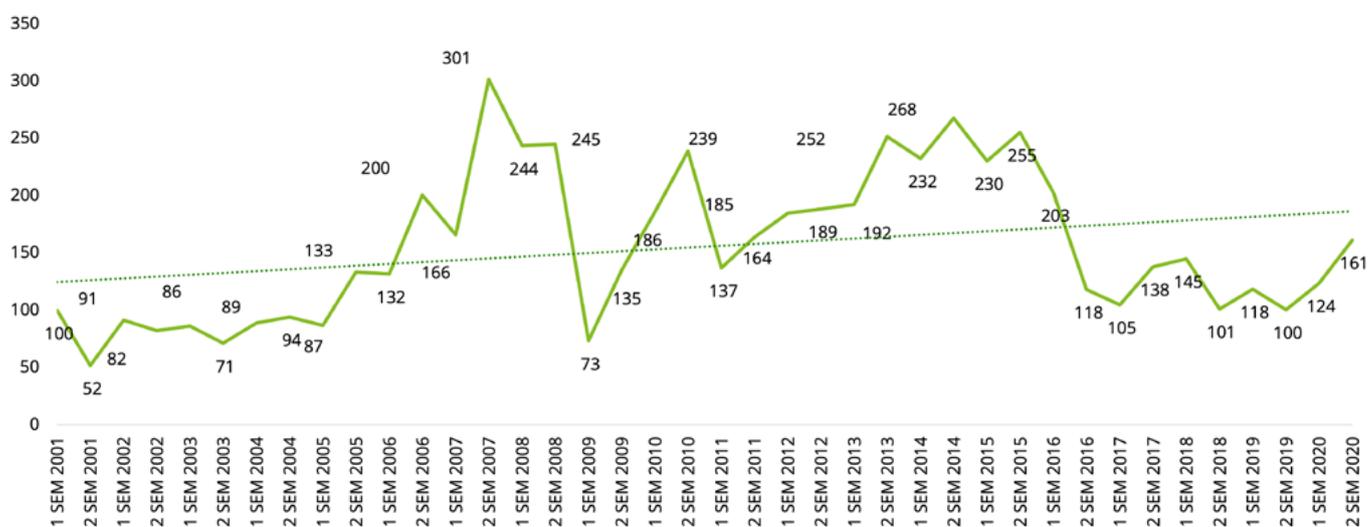


Liu Bolin, Pietà di Michelangelo, Castello Sforzesco, Milano, 2019.
Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Il mercato della pittura per comparto

Commento a cura di Giovanni Gasparini, Art Advisor - Altiga Group

Il Post War Painting Index



Nel 2020, nonostante la crisi, si è **confermata la leadership del comparto Post War per il mercato della pittura**. Anche questo settore ha risentito della ridotta possibilità di tenere aste in presenza e la ridotta propensione dei collezionisti a dare in consegna opere di grande qualità, con ripercussioni sui livelli di fatturato, ma si è confermato il trend di affermazione di **nuovi "classici" tra gli artisti ancora viventi**, alcuni dei quali raggiungono quotazioni comparabili a quelle di artisti storicizzati.

In linea con gli altri indici, grazie alla rivoluzione dei calendari d'asta che hanno visto l'assoluta predominanza del secondo semestre sul primo, il **Post War Painting Index⁸¹** ha registrato una **variazione a/a largamente positiva (+61,3%)**, come positiva è anche la variazione di periodo **(+60,5% dal primo semestre 2001)**. Nell'ultimo triennio il mercato Post War si è assestato, limitando molto la volatilità causata dall'eccessivo peso speculativo che aveva caratterizzato la sua evoluzione dai primi anni del 2000.

La riduzione nel numero delle aste, passate da 124 a 70, ha tuttavia comportato una drastica riduzione del **fatturato complessivo, passato da circa \$4,3 Mld a \$2,9 Mld (-32% a/a)**. Segno positivo è tuttavia dato dalla riduzione del tasso medio d'invenduto **(13,7%⁸² rispetto al 15,0% del 2019)** e dall'aumento del valore dell'aggiudicazione media, passato da \$34,4 Mln a \$41,5 Mln, nonostante sia da segnalare un **cospicuo utilizzo di garanzie quale incentivo per i collezionisti alla vendita**.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	117	\$ 4.495.193.131,1	\$ 38.420.454,1	14,3%
2019	124	\$ 4.270.464.231,0	\$ 34.439.227,7	15,0%
2020	70	\$ 2.905.667.675,1	\$ 41.509.538,2	13,7%

Commento a cura di Giovanni Gasparini, Art Advisor - Altıq Group

Quanto è vera la retorica del 'Covid che cambia tutto'? Che cambiamenti strutturali del mercato si possono osservare alla fine del 2020 rispetto agli anni precedenti?

Il virus ha aggiunto la quarta D, "Disease" (epidemia) alle tre che tradizionalmente guidano il mercato dell'arte: Debito, Decesso e Divorzio.

In realtà essa è correlata sicuramente con le prime due (e forse anche con la terza...), ma non si può negare che il virus e la crisi economica conseguente hanno determinato una situazione unica di incertezza e paralisi dei movimenti che ha sconsigliato le consegne da parte dei venditori 'non forzati', ovvero quelli che non sono legati appunto alle D di cui sopra.

Il crollo principale, difficilmente osservabile perché non ha un sostanziale mercato in asta, è legato al mercato primario che si svolge in gallerie e fiere, ridotto al lumicino e solo in minima parte compensato da operazioni online che assomigliano al tentativo di fermare un'emorragia arteriosa con un cerotto.

Il vero e proprio tessuto dell'arte contemporanea, formato da centinaia di gallerie e migliaia di artisti non ancora affermati sul mercato secondario, è stato duramente colpito e non sappiamo ancora quante saranno le vittime alla fine, sospettiamo molto di più di quelle affermate i cui nomi passano già in asta.

Allo stesso tempo non dobbiamo dimenticare che le vendite in privato dichiarate dalle stesse case d'asta sono più che raddoppiate, sintomo che il mercato secondario si è spostato su canali meno rischiosi; e quando si è rivolto al meccanismo d'asta si è premurato di coprire il rischio tramite garanzie, divenute essenziali per convincere i potenziali venditori e spesso protagoniste di salvataggi di opere destinate a rimanere invendute.

Pertanto, mentre i prezzi sembrano aver sostanzialmente tenuto, anche se spesso artificialmente sostenuti dal meccanismo delle garanzie di parte terza, i volumi si sono ridotti per mancanza di fiducia dei venditori.

Allo stesso tempo il mercato ha beneficiato della crescita di una quinta D: importanti Dismissioni museali (De-Accession), principalmente negli USA, legate al rilassamento delle rigide regole in materia di fronte alla crisi delle istituzioni rimaste chiuse per mesi e in affanno per far quadrare i bilanci. Diversi musei sembrano aver colto l'occasione per vendere ben oltre la semplice finalità di garantirne la sopravvivenza, come testimoniato dal contestatissimo caso del Baltimore Museum of Art; nel frattempo, le case d'asta ringraziano sentitamente per l'occasione di poter offrire opere letteralmente di qualità museale.

Pur non iniziando per D, un ulteriore fattore positivo per il mercato è la vivacità dei compratori in Asia, nonostante l'impatto del Covid non sia affatto ridotto in quella zona.

Ma la conseguenza più importante del Covid è legata alla impossibilità di visionare i lavori in persona e stabilire relazioni dirette fra compratori ed intermediari.

Quale arte dunque è più facile vendere senza poterla vedere?

Schematizzando, il mercato ha risposto in due modi diversi e complementari: le 'grandi firme' del periodo Post-War e l'arte 'di moda' e speculativa Contemporanea.

Nel primo caso si tratta di un classico 'flight to safety', investimento in opere che garantiscono un ottimo deposito e veicolo di valore nel medio e lungo periodo, talmente note che basta un'immagine (e il relativo certificato di autenticità..) per convincere i potenziali compratori.

Di questa categoria fanno parte il trittico del 1981 di Francis Bacon di provenienza museale norvegese venduto da Sotheby's per 84,6 milioni di \$, record per l'anno se non si considera un grande bronzo di Giacometti venuto con una inusuale procedura 'a busta chiusa' per oltre 90 milioni di \$, il Nudo 'pixelato' di Lichtenstein del 1994 piazzato da Christie's a Hong Kong per 46,2 milioni di \$ nonostante la data piuttosto tarda, e fra gli artisti ancora in vita una veduta del Nichols Canyon dipinta nel 1980 dal re della Pop Art inglese David Hockney, aggiudicata a 41 milioni di \$ da Phillips.

Non potevano mancare i grandi nomi dell'espressionismo astratto e dell'arte americana del secondo dopoguerra come Cy Twombly con la tela dedicata alla italiana Bolsena, Mark Rothko con una composizione proveniente dalla collezione Perelman, miliardario travolto dai debiti, con ogni probabilità finita al garante di parte terza in assenza di altri compratori, come anche le due grandi tele di Brice Marden (già nella collezione del defunto Donald Marron) e Barnett Newman con un lavoro su campo blu del 1952.

Fra i grandi nomi tuttora in vita spiccano figure femminili come Yayoi Kusama, molto popolare anche in Asia con le sue caratteristiche opere a puntoni colorati, e maestri ottuagenari del calibro di Gerhard Richter, la cui tela astratta di grande formato del 1987 posta in vendita a Hong Kong, finisce in mano ad un museo privato giapponese per quasi 30 milioni di dollari.

Per quanto riguarda l'ambito del Contemporaneo in asta, l'arte che va di moda nel 2020 e si presta bene a giochi speculativi, risponde a precise linee guida identitarie. È l'anno in cui la classifica di Art Review Power100 vede in cima i due movimenti 'Black Lives Matter' e 'MeToo': curatori e galleristi spingono per creativi provenienti dall'ambito africano e afro-americano, figure femminili e spesso dichiaratamente femministe, o facente parte di espressioni di genere meno 'tradizionali'.

Si tratta di opere il cui valore si può ricondurre in gran parte alla 'firma' e a chi nel mercato la sostiene (collezionisti, galleristi e speculatori), mentre la qualità del singolo lavoro non conta poi molto, e si riduce spesso a elementi figurativi di facile lettura.

È ironico come il meccanismo di mercato e i suoi maghi del marketing riescano a trasformare in un gioco per élite milionarie queste spinte che idealmente si fondano su ideologie anti-capitaliste e post-moderne...

E così registriamo nuovi prezzi record, soprattutto da Phillips NY, la casa più 'sensibile' ad ospitare queste dinamiche che solo il tempo dirà se dotate di solide fondamenta o frutto di speculazioni momentanee, per artisti come il Ghanese Amoako Bofo, e l'afro-americano Vaughn Spann, entrambi spinti dalla potente famiglia di collezionisti Rubell di Miami, grazie al loro museo privato.

I nomi della famiglia Rubell, del curatore-mercante Jeffery Deitch e del re del 'flipping' (ovvero degli speculatori 'pump and dump') Stefan Simchowitz ricorrono spesso in queste storie di speculazione estrema condite da record milionari raggiunti nel giro di pochi mesi e guadagni (o future perdite?) stellari.

In ambito femminile, si registrano record per l'afro-americana Amy Sherlad, nota per aver ritratto gli Obama, con un lavoro figurativo del 2015 che moltiplica di 30 volte la stima fino a 4,2 milioni di dollari (ai posteri l'ardua sentenza...) e la 'controversa' Dana Schutz, per alcuni donna impegnata politicamente a favore delle minoranze, per altri bianca colpevole di 'appropriazione culturale', per il mercato artista figurativa che vale ormai qualche milioncino.

Non possiamo dimenticare poi il caso di Matthew Wong, canadese di origine cinese, classico caso di speculazione 'a bara calda', morto suicida nel 2019 a 35 anni, che nel corso dell'anno passa da prezzi nelle decine di migliaia di dollari al record a dicembre 2020 di quasi 5 milioni di \$.

Non mancano infine le 'riscoperte': artisti come l'afroamericano Barkley L. Hendricks (morto nel 2017 a 72 anni) il cui caratteristico ritratto della star nere del baseball del 1972 supera i 4 milioni di \$ da Sotheby's.

Resiste sul fronte opposto del fossato identitario Norman Rockwell, l'illustratore che piace ai WASP milionari, simbolo dell'America conservatrice bianca di una volta, tutto baseball, villette a schiera, chiesa, casalinghe e poliziotti buoni.

Il catalogo d'asta (in questo caso Phillips) è forse l'unico luogo che lo accomuna ai nuovi e vecchi artisti di colore, in nome dell'unica cosa che conta veramente: il colore verde dei dollari, linguaggio noto a tutti anche nel travagliato 2020.

FOCUS

Un T-Rex nella vendita di arte contemporanea di New York

Se nel 2017 aveva fatto notizia la scelta di Christie's di proporre un'opera d'arte antica in un'asta di arte Post-War (il Salvator Mundi di Leonardo Da Vinci), nel 2020 a fare notizia è stata la vendita di uno scheletro quasi completo di un Tyrannosaurus Rex, alto 13 piedi, lungo 40 e composto da 188 ossa, sempre in una vendita di arte Post-War.

Il lotto ha raggiunto il prezzo di \$31,8 Mln nel mese di ottobre da Christie's New York, battendo il record per il prezzo più alto pagato per i fossili di dinosauro.

Stimato \$8,0 Mln, lo scheletro del T-Rex soprannominato "Stan" ha acceso una vera e propria guerra tra i bidder, in una vendita che per gli altri lotti non si è rivelata particolarmente frizzante.



Liu Bolin, *Ground Zero*, New York, 2011.
Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Il Pre War Painting Index



Il 2020 è stato un anno di grande difficoltà per il comparto del Pre War, soprattutto comparandone le performance con quelle del 2018, anno in cui la **disponibilità sul mercato di opere di qualità indiscussa e la vendita di prestigiose collezioni private**, tra cui in particolare la collezione Rockefeller, avevano consentito di registrare risultati da record. Principale causa di questo rallentamento è la ridotta quantità di opere di grande pregio disponibili, poiché in molti casi i collezionisti hanno scelto di attendere a immettere sul mercato beni che potrebbero conoscere margini maggiori in periodi più rosei, nonostante le rare opere di grande prestigio abbiano comunque continuato a registrare ottimi risultati.

L'acquisto di arte moderna e impressionista si conferma meno rischiosa rispetto all'acquisto di arte contemporanea, le cui quotazioni sono maggiormente aleatorie e spesso poco durevoli nel tempo. Il mercato dell'arte moderna e impressionista risulta infatti sempre più "storizzato", con un crescente numero di artisti passati spesso di mano negli scorsi anni e ora meno riscontrabili all'incanto.

La riorganizzazione del calendario delle aste e la prevalenza di vendite realizzate nel secondo semestre a discapito del primo hanno tuttavia influito positivamente sulla performance del **Pre War Painting Index⁸³ nel secondo semestre 2020**, che ha registrato una **variazione annua positiva, pari a +5,8% a/a (sul secondo semestre 2019)**. In continuo calo tuttavia la **variazione di periodo, pari al -51,8%** sul primo semestre 2001. Anche l'indice del Pre War, al pari del suo omologo nel Post War, ha avuto una normalizzazione nella sua evoluzione nell'ultimo triennio e dopo il biennio 2007-2008, caratterizzato da grande speculazione, seguito dallo sbloom del 2009, sintomi di un mercato che era ancora in fase emergente, con volumi meno consolidati.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	77	\$ 4.144.527.095,1	\$ 53.825.027,2	24,2%
2019	79	\$ 2.698.774.163,1	\$ 34.161.698,3	26,0%
2020	50	\$ 1.244.798.587,2	\$ 24.895.971,7	18,8%

In calo anche il fatturato complessivo del comparto, passato da circa \$2,7 Mld a quasi \$1,2 Mld, con una **variazione del -53,9% sul 2019**. Tale risultato è soltanto parzialmente attribuibile alla riduzione del numero delle aste che hanno superato la soglia del milione di euro, come dimostrato dal forte decremento del valore dell'**aggiudicazione media**, passato da \$34,2 Mln a **\$24,9 Mln**, sintomo di un mercato in forte difficoltà **principalmente a causa della ridotta disponibilità di opere di prestigio**. La riduzione del tasso medio di **unsold** da 26,0% a **18,8%**⁸⁴ è tuttavia sintomo di un mercato che ha risposto alle proposte delle case d'asta, seppur in molti casi grazie all'influenza delle garanzie.

Guardando alle **principali sessioni di aste Impressionist & Modern Art del 2020**, risulta evidente la ridotta presenza dei grandi nomi che soprattutto negli anni 2017 e 2018 hanno contribuito alla salute del settore. La scarsità di opere di qualità indiscussa e lo scoppio della pandemia non hanno tuttavia arrestato i collezionisti, che nei pochi casi di dipinti di qualità hanno dato prova della robustezza della domanda.

Un esempio è l'opera *Portrait de Marjorie Ferry* (1932) di **Tamara de Lempicka** che con oltre **\$21,1 Mln** ha fatto registrare record per l'artista nella vendita serale di Christie's dedicata all'arte impressionista e moderna del mese di febbraio.

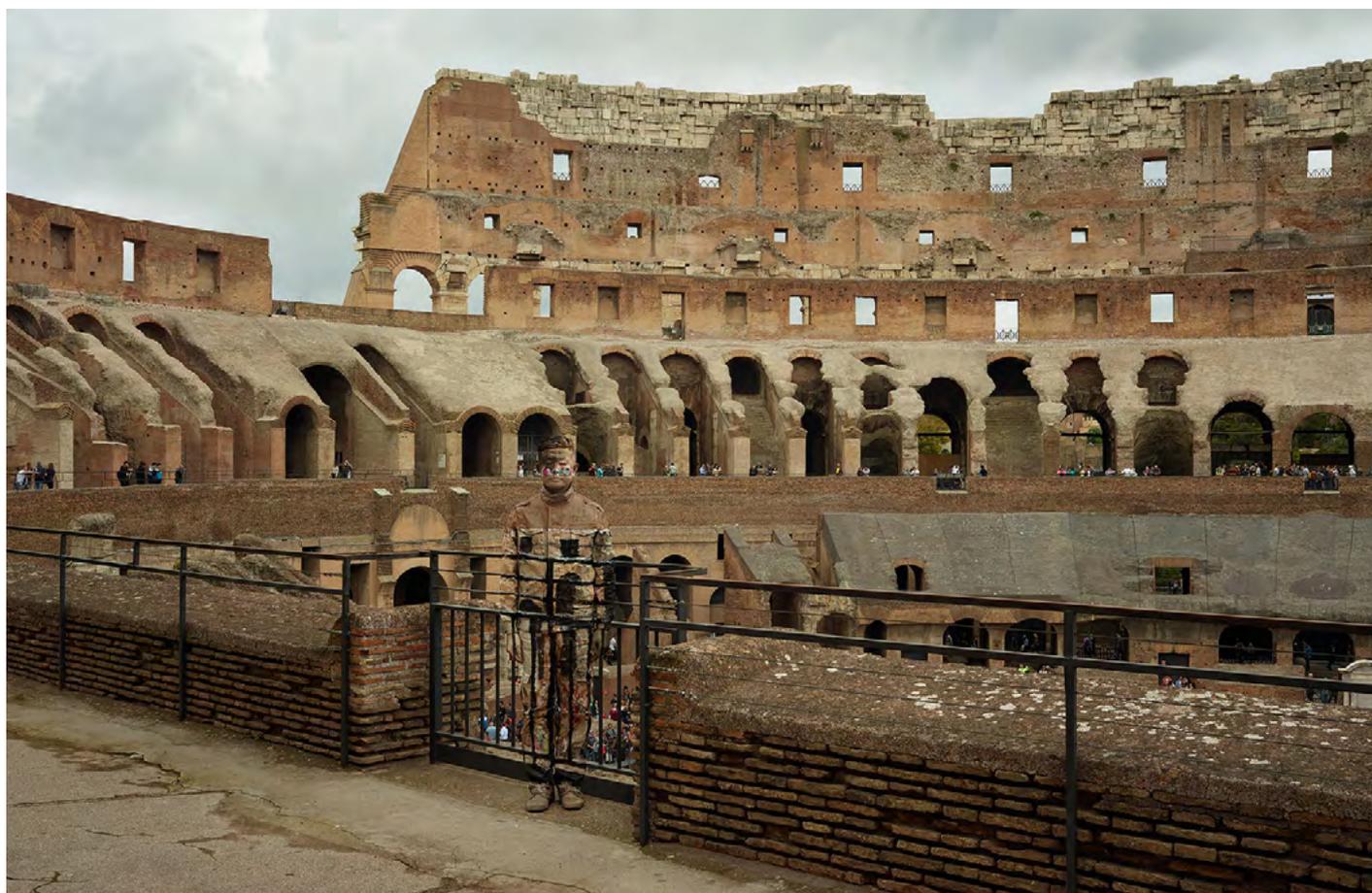
Con l'avvento della pandemia, la proposta di opere d'arte moderna e impressionista si è trasferita sulle piattaforme virtuali, con risultati in chiaroscuro nei primi di diffusione della pandemia. I cataloghi digitali contenevano infatti prevalentemente opere di basso-medio valore, che non hanno conosciuto performance strabilianti ad eccezione di alcuni casi emblematici, tra cui una **Natura morta** di **Giorgio Morandi** del 1951, che ha realizzato \$1,6 Mln nella prima Day Sale "online-only" di Impressionist & Modern Art Day Sale della storia di Sotheby's, raggiungendo il prezzo più alto per qualsiasi lotto venduto fino a quel momento in un'asta "online-only" dalla major.

Nei mesi estivi, grazie alla proposta delle aste ibride, sono stati registrati risultati particolarmente importanti per le opere di matrice orientale presenti nei cataloghi di Hong Kong, tra cui l'opera *Quatre Nus* dell'emblematico artista franco-cinese Sanyu, che ha superato i \$33,3 Mln nel corso della Modern Art

Evening Sale tenutasi l'8 luglio da Sotheby's. Anche Christie's ha registrato importanti record nelle aste ibride estive, con particolare riferimento alla sessione Londinese dell'asta a staffetta "ONE: A Global Sale of the 20th Century". Il 10 luglio, infatti, un'opera di René Magritte del 1962 ha quasi raddoppiato la propria stima massima di vendita, raggiungendo i quasi £17,8 Mln.

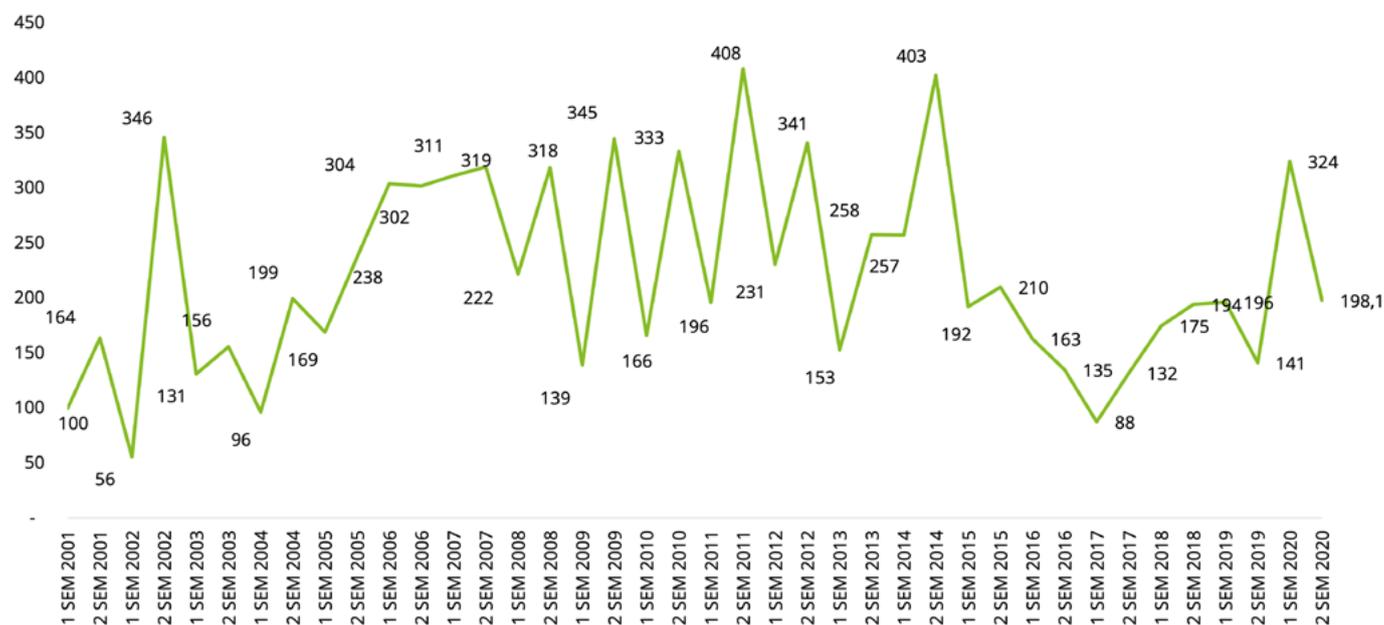
Nonostante le rare opere di prestigio, quindi, i collezionisti non hanno perso interesse nella firma dei grandi maestri. **Particolare apprezzamento è stato dimostrato per gli artisti d'influenza italiana, tra cui in particolare Alberto Giacometti e Giorgio De Chirico** nel corso della Impressionist & Modern Art Evening Sale di Sotheby's dello scorso 28 ottobre 2020. Nonostante i contagi fossero in aumento, infatti, il primo ha superato i \$25,9 Mln con una scultura femminile iconica, che ha presenziato in diverse e prestigiose mostre in tutto il mondo.

L'opera *Il Pomeriggio Di Arianna* (*Ariadne's Afternoon*) del 1913 di De Chirico, invece, ha fatto superare il valore massimo di stima raggiungendo i \$15,9 Mln, grazie alla sua rarità. Si tratta infatti di uno dei pochissimi esemplari di dipinti che avviano le serie metafisiche, per cui il pittore è noto oggi in tutto il mondo.



Liu Bolin, Colosseo n°1, Roma, 2017. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

L'Old Masters Painting Index | Con il contributo di Matteo Schivo



Nonostante le complessità di un mercato in difficoltà e nonostante la ridotta possibilità di prendere diretta visione dell'opera, il comparto degli **Old Masters nel 2020 ha confermato la propria stabilità. Il dipinto antico continua ad essere percepito come bene di estrema qualità e come investimento alternativo di elevata solidità**, risentendo soltanto marginalmente dell'accelerata evoluzione in atto a livello internazionale in termini di evoluzione del gusto e di ricambio generazionale tra collezionisti.

I dipinti antichi, infatti, sono di grande appeal non soltanto per chi colleziona sulla base di tradizioni familiari, ma anche per il crescente numero di **HWNI, in cerca di beni da collezione sofisticati**, in grado di garantire prestigio sociale. L'acquisto di un dipinto antico richiede invero una grande conoscenza della storia dell'arte e delle sue peculiarità, fattore che rende elitario questo tipo di bene, e parallelamente la crescente consapevolezza degli acquirenti rende necessario anche un **grande lavoro di ricerca e analisi delle opere da parte degli operatori**, che devono presentare una documentazione quanto più completa ed esaustiva possibile inerente conservazione, provenienza e autenticità delle opere. La sola presenza della firma importante, oggi, non ne determina automaticamente la vendita.

È inoltre **interessante osservare come il comparto degli Old Master e i collezionisti di queste opere abbiano dimostrato la propria adattabilità agli eventi**, con un elevato numero di aste svoltesi esclusivamente online, in un settore dove la fruizione dal vivo del lotto di interesse risulta spesso di fondamentale importanza per il potenziale acquirente, per la necessità di visionare e valutare in modo approfondito lo stato conservativo dell'opera.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	46	\$ 667.725.046,6	\$ 14.515.761,9	27,3%
2019	50	\$ 612.574.745,4	\$ 12.251.494,9	27,4%
2020	27	\$ 427.082.296,1	\$ 15.817.862,8	27,0%

A seguito del recupero del 2018, che aveva seguito un biennio di calo, l'**Old Masters Painting Index**⁸⁵ ha registrato nel 2019 una variazione annuale negativa, rendendo ancora più evidente il rimbalzo positivo dell'indice registrato nel 2020 grazie allo stravolgimento dei calendari d'asta. **La variazione annua è stata infatti del +40,4%** ed è rimasta positiva anche la **variazione di periodo (+98,1%** sul primo semestre 2001). Il comparto degli Old Masters, al contrario di quelli del Pre War e Post War, non ha mai risentito della forte speculazione del biennio 2007-2008, caratterizzandosi per un collezionismo più selettivo e meno interessato all'acquisto dell'artista "più glamour".

La pandemia ha **ridotto le vendite dedicate al comparto** e quelle che hanno superato il milione sono passate da 50 a 27, con una conseguente **riduzione del fatturato complessivo, passato da \$612,5 Mln a \$427,1 Mln (-30,3% a/a)**. L'oculata selettività dei collezionisti dovuta alla crescente consapevolezza del mercato, ha confermato il tasso di unsold più elevato del segmento della

pittura (27,0%⁸⁶), in linea con quello del 2019 (27,4%) e con i valori tradizionalmente più alti anche del passato. Segno emblematico della resilienza dei dipinti antichi è tuttavia la **crescita del valore dell'aggiudicazione media, passata da \$12,3 Mln a \$15,8 Mln**, dimostrando il costante interesse dei collezionisti nonostante la situazione particolarmente complessa, a partire dagli inizi del 2020.

Fin quando possibili, infatti, **le aste live dedicate ai maestri antichi hanno riscontrato successo tra gli appassionati in termini di lotti offerti**, come dimostrano i risultati realizzati. È il caso della "due giorni" tenuta da Sotheby's a New York fine gennaio, che ha complessivamente raggiunto i \$93,4 Mln, di cui \$61,0 Mln solamente nella Evening Sale, il risultato più alto per la casa d'asta dal 2012 per vendite di questa tipologia, segnalando quindi un forte interesse da parte degli appassionati per l'offerta proposta.

Particolare interesse nei confronti dell'arte antica italiana: top lot della vendita è infatti stata la meravigliosa pala d'altare raffigurante la *Madonna del Rosario con Angeli* di Giovanni Battista Tiepolo che è passata di mano per \$17,3 Mln, circa tre volte il precedente record personale dell'artista settecentesco.

Nella stessa sessione di vendite, **l'asta dedicata ai disegni ha totalizzato \$15,1 milioni, record assoluto di settore per la casa d'asta**. Anche in questo caso, parte rilevante del realizzo è attribuibile ad un artista italiano: **il disegno preparatorio del *Trionfo di Alessandria* di Andrea Mantegna è stato infatti venduto per \$11,7 milioni**, record per un disegno dell'artista rinascimentale e quinto disegno Old Masters più caro di sempre passato in asta. Per il settore degli Old Masters ad aggiudicarsi il titolo di piazza principale di vendita è stata ancora una volta New York, seguita da Hong Kong e Londra.

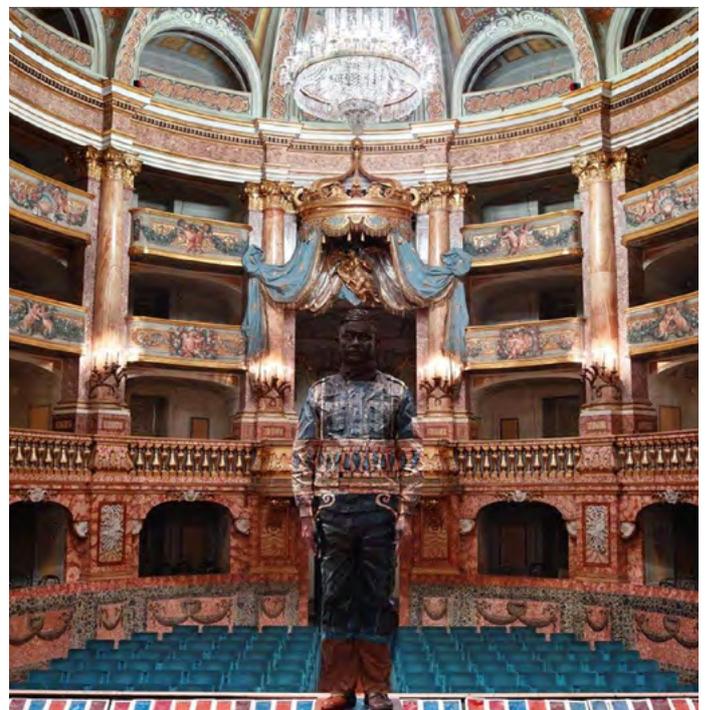
Con lo scoppio a livello globale della pandemia e la necessità, per le case d'asta, di trasferire online le proprie proposte di vendita, **gli Old Masters hanno conosciuto una flessione in termini di fatturato**. Questo è principalmente attribuibile alla ridotta propensione dei collezionisti a vendere opere di elevato prestigio su piattaforme virtuali in un momento di crisi, elemento che ha influito non solo sul numero di aste ma anche sul valore medio del lotto a catalogo. Si segnalano comunque buoni risultati come l'asta del 7 maggio di Christie's, comprendente la collezione Pohl-Ströher di ritratti in miniatura, che ha complessivamente superato i \$4,1 Mln.

Con l'allentamento delle restrizioni e l'ideazione dei nuovi format d'asta, tuttavia, si è vista una **sostanziale ripresa del settore già nel mese di luglio**, in primis grazie alle aste di Hong Kong. Il mercato asiatico ha dimostrato anche in questa occasione la rapidità con cui ha reagito alla crisi generata dalla pandemia.

È stato tuttavia **nel mese di ottobre che il mercato ha ricominciato a dimostrare la propria forza in una panoramica più internazionale**. La Classic Week di New York di metà ottobre, con sei aste organizzate fra Christie's e Sotheby's, ha complessivamente totalizzato \$66 Mln. Il fatturato più alto l'ha ottenuto la Old Masters Auction di Christie's, raggiungendo \$23,6 Mln, con un prezzo medio per lotto di poco superiore al mezzo milione.

Sempre ad ottobre, **importanti risultati sono stati raggiunti nelle aste di Hong Kong dedicate alla pittura cinese**, tra cui anche il top lot di Ren Rafa "Five Drunken Princes Returning on Horseback", acquistato dal Long Museum di Shanghai per quasi 40 milioni. Il quadro è divenuto l'opera d'arte più cara venduta in Asia nel 2020 e la seconda mai venduta da Sotheby's Hong Kong.

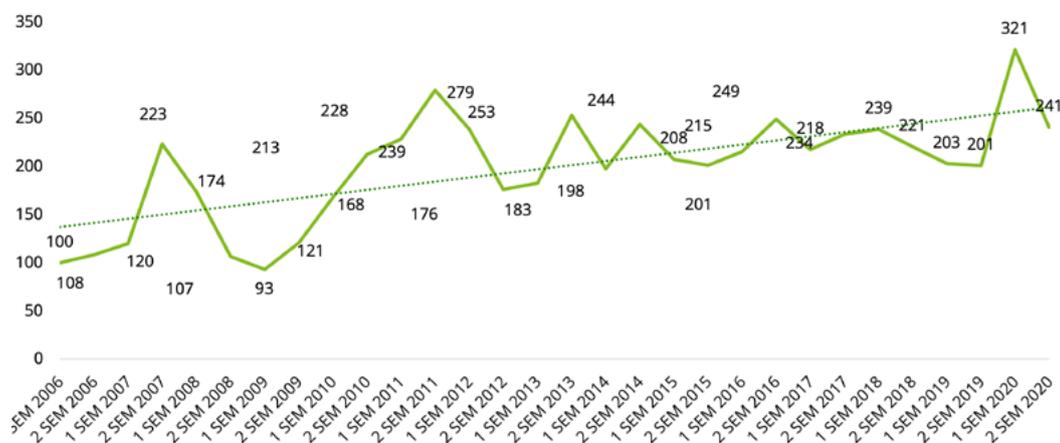
Sebbene prive di capolavori assoluti le aste di novembre e dicembre hanno evidenziato un ulteriore passo avanti verso una ripresa del mercato; molto attiva è stata la piazza di Londra, ed è ipotizzabile che in questo si sia concretizzata la volontà di molti collezionisti di vendere le proprie opere prima dell'effettiva entrata in vigore della Brexit. L'asta di Christie's del 15 dicembre ha totalizzato \$30,8 Mln con un realizzo medio per singolo lotto pari a \$812.278, un incremento del 61,75 % rispetto alla vendita di due mesi prima della stessa major.



Liu Bolin, Teatro di Corte, Reggia di Caserta, 2017.
Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Il mercato dei Passion Assets

Il Global Passion Assets Index



Il **Global Passion Assets Index** analizza l'andamento delle aste dei beni da collezione che non comprendono la pittura: **gioielli e orologi, antichità, arredi e design, vini e liquori, e fotografie**. Se non per casi eccezionali, questi comparti di mercato registrano fatturati d'asta meno elevati di quelli della pittura. Si tratta tuttavia di un aggregato che attrae crescente interesse da parte dei collezionisti grazie ad una maggiore semplicità in termini di ricerca e ad una maggiore accessibilità in termini di prezzo. Molti di questi beni hanno dinamiche di prezzi meno volatili e offrono un livello di rischio più contenuto rispetto all'investimento in arte contemporanea, rappresentando così una buona occasione di acquisto per chi si affaccia a questo mercato per la prima volta.

Grazie alla maggiore liquidità disponibile sul mercato e all'interesse di molti nuovi acquirenti, i Passion Assets hanno risentito in modo contenuto degli effetti della pandemia in termini di appeal da parte del mercato, come confermato dalla crescita del **Global Passion Assets Index**⁸⁷, che ha registrato una **variazione del +19,8% a/a** dopo un 2019 in discesa. Si conferma positiva la **variazione di periodo, pari a +101,2%** (sul primo semestre 2006) e, nonostante la **contrazione nel numero delle aste milionarie del segmento abbia provocato un calo nel fatturato complessivo, passato da \$2,4 Mld a \$1,6 Mld (-34,1%)**, sono elementi positivi sia la crescita del valore dell'aggiudicazione media delle aste in presenza o ibride (passato da \$8,7 Mln a \$10,1 Mln), sia il **calo del tasso di unsold, attestatosi a 18,3%**⁸⁸.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	255	\$ 2.533.811.420,2	\$ 9.936.515,4	20,8%
2019	275	\$ 2.379.921.867,3	\$ 8.654.261,3	20,1%
2020	156	\$ 1.568.671.316,4	\$ 10.055.585,4	18,3%

CASI DI INTERESSE

Hermès, borse da record

L'impossibilità di viaggiare e di investire nel tempo libero ha incrementato la disponibilità economica dei soggetti non colpiti dalla crisi, che hanno quindi ampliato i propri orizzonti e investito in nuovi beni alternativi e beni di lusso. Tra questi, anche le borse, che si stanno rivelando una buona scelta d'investimento, con particolare riferimento a quelle della maison Hermès.

Secondo un'analisi di Knight Frank⁹⁰, infatti, le borse hanno visto i propri prezzi d'asta crescere del +17% in un anno, battendo altri beni da collezione quali arte, orologi e classic cars. Proprio nel mese di novembre 2020, nel corso di un'asta di Handbags & Accessories tenutasi da Christie's Hong Kong, una rara Himalaya Niloticus Crocodile Retourné Kelly 25 di Hermès 2019 è divenuta la borsa più cara mai venduta in un'asta, registrando il risultato record di \$437.330.

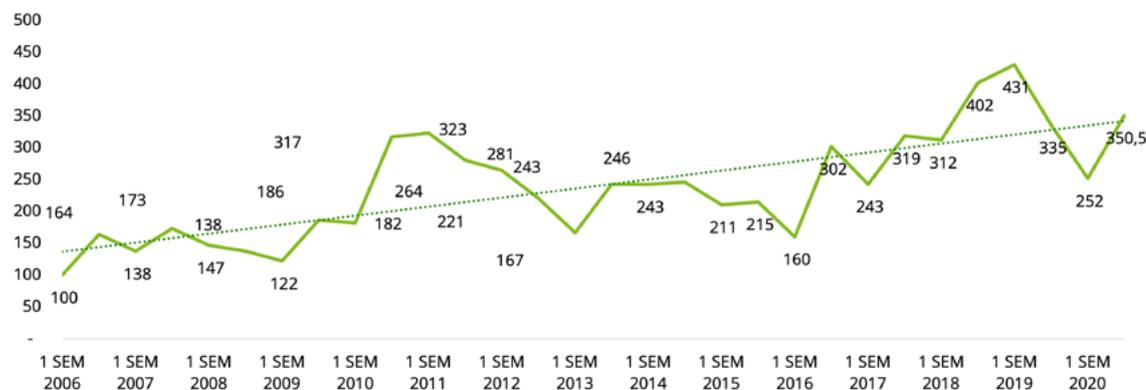
Nonostante la cautela del mercato abbia ridotto la disponibilità di lotti di prima qualità anche in questo settore, la varietà dei beni proposti conferma il continuo dinamismo e sviluppo del mondo dei Passion Assets, in risposta alle continue evoluzioni nel gusto dei collezionisti di tutto il mondo. **Cresce infatti il numero di aste dedicate a beni e oggetti spesso inusuali per le principali major**: estendendo l'analisi anche alle aste tenutesi in formato digitale, sono molteplici i lotti provenienti dal mondo dello sport, della musica o della moda, quest'ultimo in un trend crescente che vede ad esempio ed ultimamente le borse (intese come accessorio di moda) spopolare nelle vendite di tutto il mondo.

Tra i lotti che hanno attratto il maggiore interesse da parte degli appassionati di sport si segnala **un paio di scarpe Nike Air Jordan 1s** del 1985 indossate e autografate da Michael Jordan, **vendute per \$560.000**, cifra più alta mai raggiunta da un paio di sneakers in asta⁸⁹. Da menzionare anche **un'asta dedicata completamente al mondo dell'Hip-Hop**, proposta da Sotheby's online nel mese di settembre 2020 ed organizzata per celebrare la storia e l'impatto culturale dell'Hip Hop dagli anni Settanta in poi, con un catalogo di oltre 120 lotti di diversa tipologia.



Liu Bolin, Piazza di Spagna, Roma, 2018. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Il Wines & Spirits Index | Con il contributo di Moira Pianazzola



È sempre più internazionale e diffuso l'interesse nei confronti delle bottiglie di pregio e la passione per il vino e i liquori, elemento che garantisce solidità alle aste dedicate a questo comparto. Il **comparto vini e liquori**, le cui vendite si caratterizzano per un elevato numero di lotti in catalogo (mediamente almeno 500 lotti per asta) e valori unitari tendenzialmente bassi, registra notevoli **oscillazioni nei prezzi di aggiudicazione**, che dipendono non soltanto dalle possibili scelte di gusto dei collezionisti, ma anche dalla peculiare volatilità dei prezzi di questi beni, sul cui valore influiscono **molteplici elementi, tra cui l'andamento delle annate di raccolta, il prestigio dell'etichetta e la rarità delle bottiglie offerte**.

Accelerata innovazione tecnologica, automazione digitale e responsabilizzazione dei clienti sono stati alla base della resilienza delle aste Wine & Spirits nel corso del 2020. Nonostante le sfide poste dalla pandemia e il contesto in continuo mutamento, le aste da remoto hanno infatti avuto esiti incoraggianti. In particolare, sono stati attirati nuovi clienti da tutto il mondo con un crescente appeal anche per la fascia più giovane: più del 30% degli offerenti e degli acquirenti non aveva mai negoziato con un banditore prima, e una percentuale simile aveva meno di 40 anni.

Il **Wines & Spirits Index**⁹¹ ha quindi concluso il 2020 con una **variazione nel secondo semestre positiva (+4,5% a/a)**, nonostante sia bene sottolineare che l'indice risente della preponderanza di aste dedicate al vino offerte sulle piattaforme online. Il vino risulta infatti un bene adatto all'acquisto via web, al contrario di altri beni come la pittura, che necessita maggiormente di essere vista e fruita da parte dei collezionisti. Nonostante la **positiva variazione di periodo (+250,5% sul 1° semestre 2006)**, si è così abbassato il valore medio delle aste live, passato da \$4,5 Mln a \$4,1 Mln, come conseguenza di una riduzione di fatturato superiore alla riduzione registrata dal numero delle aste in termini percentuali.

Il fatturato si è infatti ridotto del -36,0% (passando da \$171,7 Mln a \$109,9 Mln), a fronte di un calo del -28,9% nel numero delle aste live. Positivo è tuttavia il calo del **tasso di unsold**, che da 10,4% del 2019 è passato a 8,8%⁹² nel 2020, tra i più bassi dell'intero mercato dei collectibles.

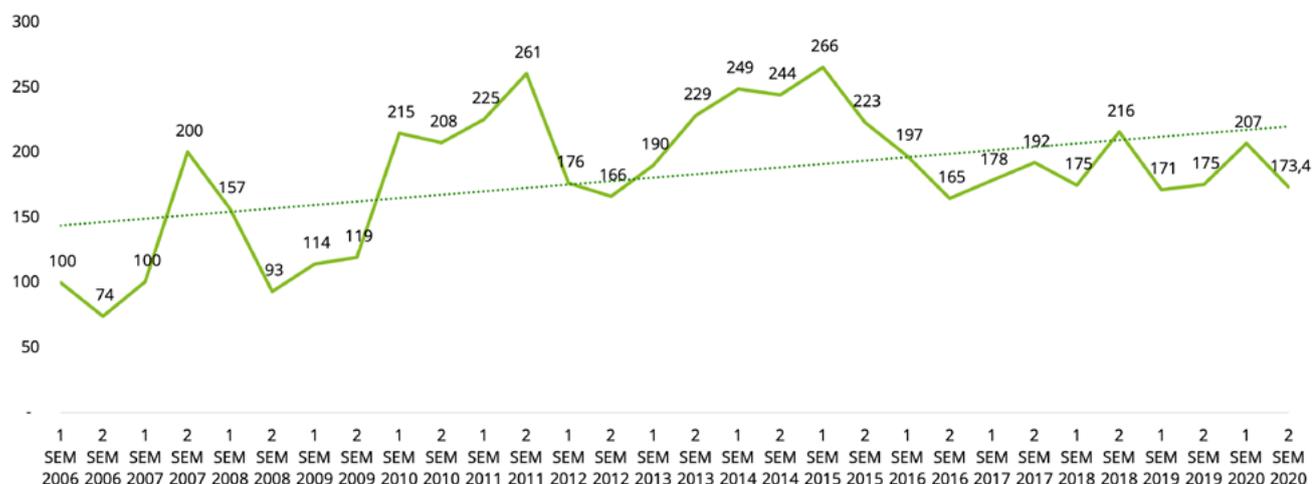
Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	40	\$ 167.281.097,5	\$ 4.182.027,4	9,4%
2019	38	\$ 171.723.683,8	\$ 4.519.044,3	10,4%
2020	27	\$ 109.895.497,7	\$ 4.070.203,6	8,8%

Hong Kong si conferma la piazza di riferimento internazionale per il comparto⁹³, rappresentando il 50,5% del volume d'affari del 2020, quota in netta crescita rispetto al biennio passato (44,3% nel 2019 e 40,1% nel 2018). Al secondo posto l'Europa, seguita da Londra e New York, che nel corso del 2020 ha visto ridurre notevolmente il numero di aste dedicate ai vini proposte in presenza o con format ibrido.

Sebbene ancora cauto, **il mercato è rimasto forte sia per i vini sia per i liquori a tutti i livelli di prezzo**, poiché, probabilmente, i collezionisti hanno avuto più modo e tempo di concentrarsi su ciò che era disponibile e optare per l'acquisto di grandi bottiglie, da aprire anche in contesto domestico. **I collezionisti, in particolare quelli asiatici, non hanno mostrato segni di stanchezza nella ricerca delle etichette più pregiate**: nella sola piazza di Hong Kong più di 7.000 sono stati i lotti di vini e liquori pregiati scambiati da Sotheby's, e oltre 1.400 quelli da Christie's, con un tasso di vendita quasi sempre del 100%.

Collezionare vino è passione, devozione e condivisione. Per svolgere questo compito è essenziale trovare sempre pezzi adatti che insegnino e informino, ma la verità ineluttabile è che l'offerta è spesso limitata in questo livello, soprattutto con riferimento a provenienze d'eccellenza e conservazioni ideali. Guardando alla performance delle case d'asta, si vince come **Sotheby's sia riuscita a rafforzare ulteriormente la sua leadership** nell'approvvigionamento delle migliori raccolte private di vino del mondo e quando ai collezionisti viene presentato il meglio che il mercato ha da offrire, costoro rispondono di conseguenza, come si è potuto vedere con le performance sensazionali delle 17 aste per singolo proprietario che hanno raggiunto gli oltre \$57,0 milioni, con percentuali di invenduto sempre prossime allo zero.

Il Watches & Jewels Index | Con il contributo di Moira Pianazzola



Il mercato di gioielli e orologi ha mostrato negli ultimi anni una **grande vitalità** e il 2020 ha confermato il grande dinamismo del comparto, anche grazie alla crescente disponibilità di beni proposti in asta in modo virtuale, con buon riscontro da parte del mercato. Continua ad essere ristretto il novero dei collezionisti che partecipano alle offerte per lotti di alto valore, ma sono molti i piccoli investitori che hanno partecipato con grande interesse alle molteplici aste di valore medio-basso che si sono tenute nel corso dell'anno. Rientrando nella famiglia dei luxury&vintage goods, sono soprattutto gli **orologi dei grandi produttori europei** ad esercitare una forte attrazione sui collezionisti di tutto il mondo.

Grazie a nuovi format di vendita e a "Weekly Sales" (sempre in modalità "online-only") di gioielli e orologi, dopo i primi mesi di assestamento, **il 2020 ha rivelato il grande potenziale delle aste virtuali per questo comparto**, i cui beni in molti casi sono stati acquistati senza la presa visione del lotto offerto pur se con prezzi elevati. Oltre ai già noti hubs internazionali di Hong Kong, New York e Ginevra, anche Parigi e Londra, **grazie alla digitalizzazione dell'offerta, hanno raggiunto risultati di rilievo** e aumenti percentuali senza precedenti in termini di lotti negoziati, quantità di vendite e complessivo valore scambiato telematicamente su base annua.

Proprio a causa della crescente quota di vendite proposte su piattaforme virtuali, il **Watches & Jewels Index**⁹⁴ (che si basa sulle vendite in presenza o "ibride" che realizzano più di \$1 Mln) ha chiuso il secondo semestre 2020 con una **variazione sul secondo semestre 2019 negativa (-1,2% a/a)**. Si è tuttavia confermata positiva **(+73,4%) la variazione di periodo** (sul primo semestre 2006).

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	50	\$ 1.174.427.603,1	\$ 23.488.552,1	18,5%
2019	58	\$ 1.081.910.059,5	\$ 18.653.621,7	18,2%
2020	35	\$ 741.490.361,0	\$ 21.185.438,9	14,3%

La prevalenza delle aste online ha anche influito sul numero di vendite milionarie, passate da 58 a 35, con conseguente riduzione del fatturato complessivo del comparto, passato da quasi \$1,1 Mld a circa **\$741,5 Mln**. Questo dipende anche dalla ridotta propensione di molti collezionisti a vendere beni di prima qualità in un periodo di cautela sul mercato, elemento che ha trasversalmente influito su quasi tutti i settori delle aste di beni da collezione. Grazie alla concentrazione dei lotti in un minor numero di vendite in presenza, è tuttavia **cresciuto il valore medio dell'aggiudicazione, passato da \$18,7 Mln a \$21,2 Mln**, cifra incoraggiante, seppur ancora lontana dalle performance registrate nel 2018, anno record per il comparto. Altro elemento positivo è la riduzione del livello medio di unsold, passato da 18,2% a **14,3%**⁹⁵, di molto inferiore alla media di invenduto del mercato della pittura.

Guardando alla composizione delle aste, **prevale la quota di fatturato (69,3%) generato dai gioielli**, proposti in 21 delle 35 vendite considerate ai fini dell'analisi. Guardando invece alle aste a distanza dedicate ai gioielli, la partecipazione è stata globale e significativa, con offerenti provenienti da oltre 70 paesi e parterre di acquirenti ampliato del 40%. La posizione di Christie's come leader di mercato in tal senso si è consolidata: il 30 giugno 2020 è stato battuto il nuovo record di \$2,1 Mln per gioiello più costoso venduto online, un anello con diamante di colore D Tipo Ila da 28,86 carati.

Nell'industria delle pietre preziose, come nella maggior parte dei mercati del lusso, la rarità di un oggetto è direttamente correlata alla sua desiderabilità. Il diamante si è confermato il maggiormente richiesto, quale emblema di continuità, sicurezza e invincibilità. Non sono stati molti i gioielli che hanno fatto la storia e quindi cambiato il mercato dei preziosi, ma tra questi certamente rimarrà degno di essere annoverato l'*Oval Brilliant* che Sotheby's ha proposto in un'asta senza riserve, e unicamente dedicata, a Hong Kong nell'ottobre 2020, registrando oltre \$15,7 Mln di risultato.

Sebbene sia chiaro che in tempi di crisi i gioielli possono diventare un deposito di ricchezza, una risorsa preziosa e una forma di capitale per il loro valore intrinseco, c'è anche un profondo legame emotivo che diventa parte del loro stesso fascino. **Il valore di un gioiello, ancor più se antico, può essere determinato da una combinazione di lavorazioni, design di successo e provenienza.** Quest'ultima sta diventando un fattore sempre più imprescindibile per i collezionisti, nonostante sia l'elemento più difficile da valutare. Si assiste ad un **crescente interesse per i gioielli vintage e il trend attuale vede particolare attenzione per lo stile Art Deco.** Le linee astratte e geometriche, nonché la grande variabilità di forme, attraggono i collezionisti, orientati all'acquisto di beni prodotti dalle case più importanti, tra cui Janesich, Raymond Templier, Fouquet, Ostertag, René Boivin, Paul Brandt, Rubel Frères e Suzanne Belperron.

Si riconfermano invece tra le blue-chip: Cartier, Van Cleef & Arpels, Graff, Bulgari, David Webb, JAR, Tiffany & Co. e Mikimoto, con i suoi gioielli impreziositi dalla selezione di perle coltivate più raffinata al mondo, che ha visto presso Phillips Hong Kong un suo anello di diamanti e perla ovoidale venduto per oltre \$ 38.000.

Molte le charity auctions e le collezioni vendute con finalità filantropiche. Fra tutte citiamo l'iniziativa benefica **To Beirut with Love**, promossa da Sotheby's che ha visto un team stellare di titani della comunità artistica riunito nel fornire sollievo e raccogliere fondi a favore della città scossa dalla devastante esplosione del porto del 4 agosto scorso.

Anno trasformativo, invece, per il comparto degli orologi. Sotheby's⁹⁶, in particolare, si è confermata leader di questo mercato, grazie all'ideazione di un nuovo format settimanale di vendita online e ad un innovativo marketplace, "Buy Now". Lanciato alla fine del 2020, la piattaforma consente la connessione tra collezionisti di tutto il mondo e oggetti di grande pregio, tra cui arte, gioielli, sneakers o borse di design, permettendo agli appassionati di acquistare lotti anche al di fuori del calendario delle aste, con un accesso 365 giorni all'anno ad un ampio insieme di beni eterogenei. Con queste innovazioni, il totale delle aste globali di Sotheby's ha superato i \$97,0 Mln, con una crescita sostenuta anche nelle Private Sales e una partecipazione importante da parte di acquirenti under 40 (40,0%). **Un Rolex Cosmograph Daytona JPS 6264 in oro ha registrato il record per orologio venduto in un'asta online (oltre \$1,5 Mln) nel mese di luglio**, arrivando

quasi a duplicare la stima massima di \$800.000. Ottimi risultati anche per produttori indipendenti, tra cui in particolare Philippe Dufour, ma anche per gli altri grandi nomi quali Patek Philippe, Breguet e Cartier.

Anche Christie's⁹⁷ riporta ottimi risultati, sulla scia del già citato crescente interesse per i beni di lusso proposti in vendite digitali. Nel corso dell'anno, 5 orologi hanno superato la soglia di \$1,0 Mln nelle aste della major e sono stati registrati 11 nuovi record, tra cui si segnalano quelli raggiunti in Asia da 8 referenze di Patek Philippe, che confermano la leadership della casa d'aste nella proposta di Patek Philippe in Asia. D'interesse anche il riscontro raggiunto da un Cartier "Crash" in oro giallo che alla chiusura dell'anno è stato venduto per \$225.000, oltre tre volte il suo valore iniziale di stima.

Phillips⁹⁸, infine, ha concluso un anno da record per il dipartimento orologi, realizzando oltre \$133,0 Mln. L'ultima vendita, in particolare, ha confermato la salute del settore e il costante interesse dei collezionisti, realizzando \$27,6 Mln, con un record registrato dal Paul Newman's Rolex "Big Red" Daytona, venduto per \$5,5 Mln e divenuto così il terzo orologio Rolex più caro mai venduto in asta. Nell'asta sono stati proposti anche 5 pezzi appartenenti alla collezione di Sylvester Stallone e diversi lotti a fini benefici, tutti recepiti con entusiasmo da parte del pubblico, nonostante il contesto incerto e il protrarsi dell'emergenza pandemica.

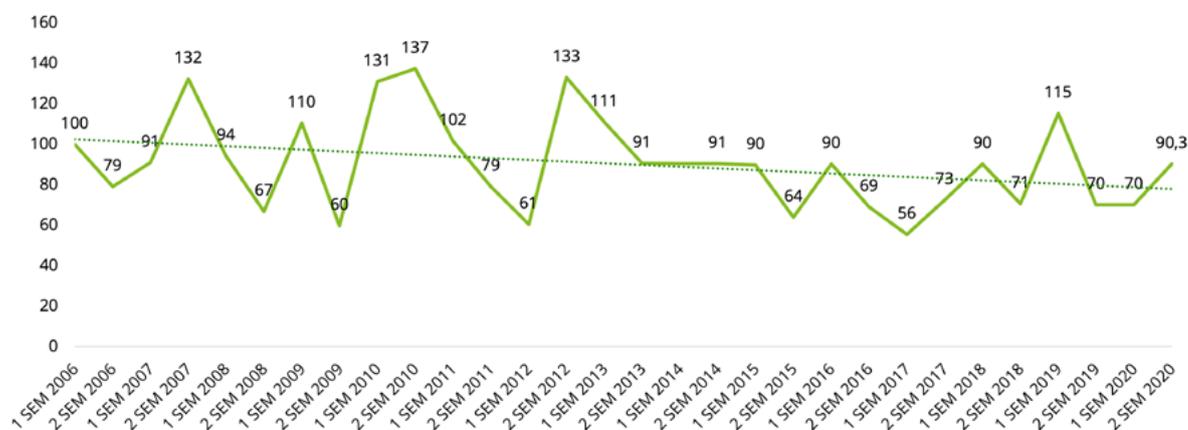
FOCUS

Diamante rosa: la pietra da record

Una strategia ormai consolidata delle major è proporre in vendita i lotti più pregiati in aste completamente dedicate. Questo è accaduto anche per *The Spirit of the Rose*, diamante rosa estratto, tagliato e lucidato in Russia che detiene il record di diamante rosa più costoso al mondo, avendo raggiunto i \$26,6 Mln da Sotheby's a Ginevra nel mese di novembre 2020. Si tratta della lavorazione del più grande cristallo rosa estratto in Russia, soprannominato Nijinsky, nome che richiama i Balletti Russi, di cui "The Spirit of the Rose" è una delle massime e più riconosciute espressioni.

Sotheby's detiene inoltre **il record per gioiello più caro mai venduto in asta, registrato nel 2017 dal CTF Pink Star che ha raggiunto i \$71,2 Mln.** L'interesse e il valore dei diamanti rosa sul mercato è in continua crescita⁹⁹, come pubblicato in un comunicato stampa di febbraio 2020 dalla Fancy Color Research Foundation (FCRF), che ha rilevato che i prezzi dei diamanti rosa sono cresciuti del 116% tra il 2010 e il 2019, in testa rispetto a quelli blu (+81%) e a quelli gialli (+21%), nonostante la crisi abbia comportato un rallentamento nelle vendite di questo prestigioso bene.

Il Photographs Index



Il mercato secondario della fotografia si caratterizza per notevoli complessità inerenti l'autenticità e il valore che le diverse edizioni di una stessa opera possono avere. È più facile, quindi, che i collezionisti di questo comparto acquistino direttamente in studio dai fotografi o presso gallerie di fiducia, partecipando alle aste solo in presenza di opere di grande interesse e di comprovata qualità. Per i meno esperti, l'acquisto in asta potrebbe rappresentare un cattivo investimento, qualora non fossero disponibili informazioni sufficienti ad una consona valutazione e qualora il potenziale acquirente non fosse consapevole delle dinamiche specifiche del comparto.

La fotografia, tuttavia, ha il vantaggio di essere un segmento di grande attrazione per i giovani, i neo-collezionisti e quelli meno esperti o per chi possiede risorse economiche limitate, presentando prezzi accessibili anche per autori di rilievo. Con lo scoppio della pandemia, sempre più curiosi si sono affacciati al mondo delle aste, scegliendo la fotografia per abbellire le proprie case in un periodo di forzata permanenza domestica.

In continuità con un 2019 di crescita, anche il 2020 nonostante la crisi ha rivelato il potenziale del mercato della fotografia, con fatturati medi in rialzo e livelli di unsold in calo, e un crescente interesse per le fotografie di basso-medio valore, apprezzate dagli acquirenti meno esperti. Date le caratteristiche del settore, molte aste si sono svolte virtualmente anche nel secondo semestre, ma questo non ha influito negativamente sul Photographs Index¹⁰⁰, che ha realizzato una variazione annua positiva (+288%), nonostante permanga negativa la variazione di periodo, pari al -9,3% (dal primo semestre 2006).

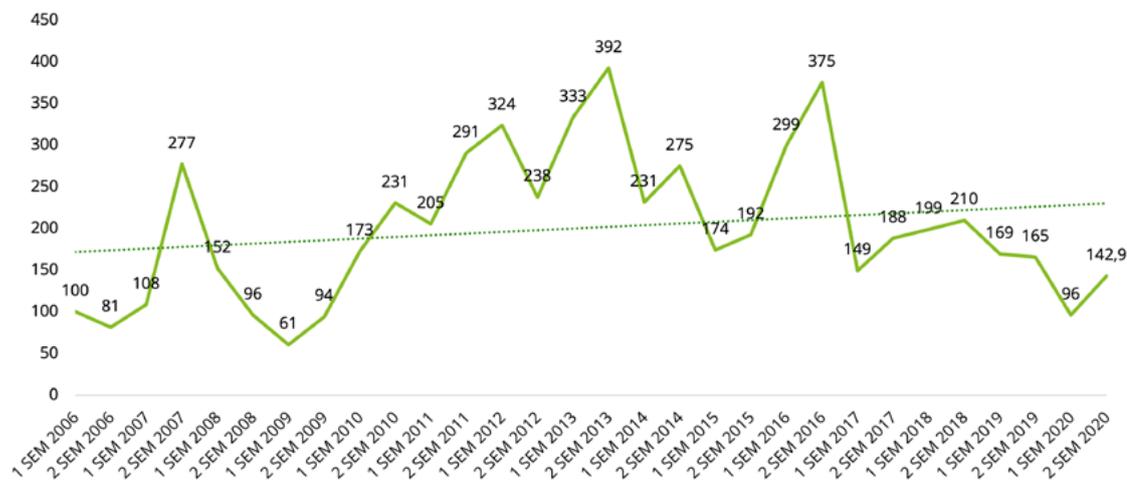
Sebbene sia notevolmente diminuito il fatturato del comparto come conseguenza della riduzione del numero delle aste live o ibride che hanno superato il \$1 Mln, passando da \$49,9 Mln a \$22,3 Mln (-55,2%), cresce tuttavia il valore dell'aggiudicazione media e si riduce contestualmente il tasso di unsold, passando da 27,1% a 20,9%¹⁰¹, confermando la dinamicità della domanda di questi beni.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	17	\$ 46.045.577,2	\$ 2.708.563,4	31,0%
2019	16	\$ 49.868.837,5	\$ 3.116.802,3	27,1%
2020	6	\$ 22.346.548,7	\$ 3.724.424,8	20,9%

Meno volatile, ma anche meno remunerativo rispetto a quello dell'arte contemporanea, dal 2009 ad oggi, il mercato di fotografia non ha mai avuto grandi momenti di espansione, se si esclude il quadriennio 2009-2013, ma nel 2019 il settore aveva registrato un grande risultato, **generalmente attribuibile alla quantità**. Nel 2020 la disponibilità di fotografia sul mercato delle aste non si è ridotta e si sono registrati importanti per i nomi più noti, come Robert Mapplethorpe, Irving Penn e László Moholy-Nagy. Tra le aste più interessanti dell'anno citiamo l'asta **A Grand Vision: The David H. Arrington Collection of Ansel Adams Masterworks**, tramite cui Sotheby's ha proposto 123 fotografie appartenenti ad una prestigiosa collezione privata che è riuscita ad attrarre l'attenzione dei collezionisti di tutto il mondo, superando i \$6,4 Mln nel mese di dicembre a New York.

Nonostante le poche aste rientranti nel campione, la piazza statunitense conferma la propria **leadership di mercato**, nonostante siano sempre più apprezzate le proposte di Parigi. **Dal punto di vista delle case d'asta, invece, nel 2020 è stata nuovamente Phillips a registrare i risultati più importanti.**

L'Antiquities Index | Con il contributo di Matteo Schivo



Dopo un 2019 di rallentamento per il comparto dell'antichità, che ricomprende tutti i beni antichi e gli elementi decorativi e d'arredo risalenti a periodi anteriori al XXI secolo, il 2020 si è rivelato un anno di stasi, con esiti in chiaroscuro.

L'Antiquities Index¹⁰² ha infatti registrato una decrescita, attribuibile anche all'incremento nel numero di aste proposte virtualmente e quindi non considerate ai fini del presente calcolo. La **variazione a/a del -13,6%** è tuttavia discorde rispetto alla positiva **variazione di periodo (+42,9%** sul primo semestre 2006), sintomo di un mercato che è aumentato fortemente nell'ultima decade e che si presenta quindi in salute.

Il fatturato globale si è attestato a circa **\$547,8 Mln**, in netto decremento (-39,1% a/a) rispetto ai quasi \$900,3 Mln del 2019. Il **tasso medio di unsold** è rimasto pressoché invariato, **passando da 23,5% a 23,8%**¹⁰³, tasso più elevato rispetto alla media del mercato, che rispecchia l'elevata selettività degli acquirenti del comparto. La riduzione del volume d'affari è in parte attribuibile al calo nel numero delle aste milionarie, nonostante la concentrazione di un maggior numero di lotti in queste vendite abbia comportato un **aumento del valore dell'aggiudicazione media** (passato da circa \$6,4 Mln a **\$7,6 Mln**).

Guardando alla performance delle aste dell'anno, è evidente come le limitazioni agli spostamenti e agli eventi in presenza abbiano influito sulle performance di un settore solitamente incentrato fra New York, Londra, Hong Kong e Parigi. A causa della pandemia e della necessità di riorganizzare le vendite precedentemente calendarizzate, il periodo fra febbraio e maggio ha visto la realizzazione di sole aste online, caratterizzate da un ridimensionamento dei fatturati complessivi per via della minor qualità e rarità dei lotti proposti. Alcune vendite virtuali hanno comunque segnato risultati interessanti, soprattutto se in presenza di beni inediti sul mercato, come nel caso dell'asta dedicata ai beni della collezione Edmond Cormier-Thierry-Delanoue, tenuta virtualmente da Christie's a dal 13 al 29 di maggio, che ha superato i \$1,5 Mln.

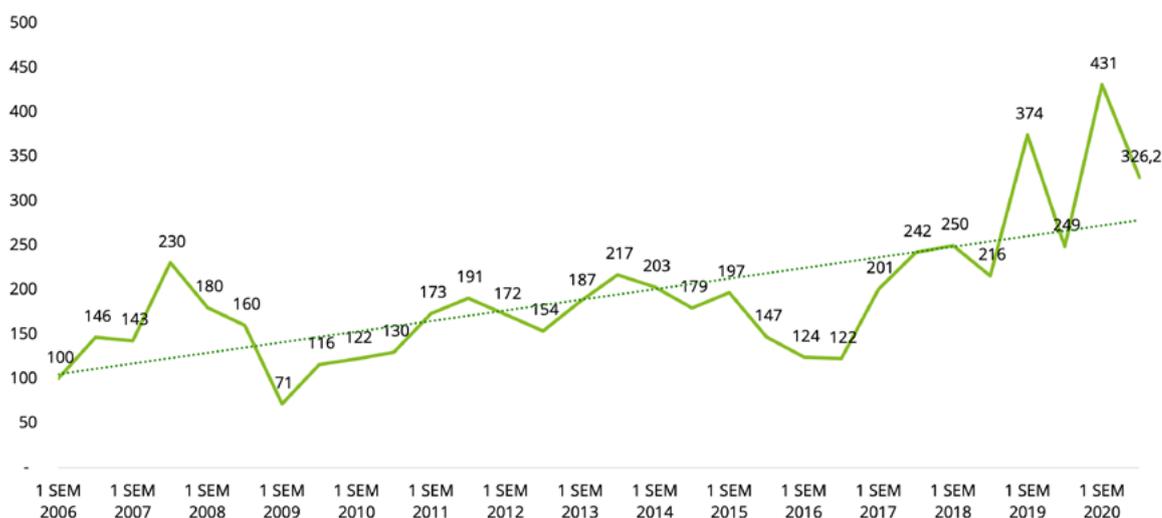
Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	120	\$ 979.462.708,3	\$ 8.162.189,2	25,1%
2019	140	\$ 900.261.275,9	\$ 6.430.437,7	23,5%
2020	72	\$ 547.836.665,6	\$ 7.608.842,6	23,8%

Con la parziale **riorganizzazione di aste "live" a partire da giugno**, si è assistito ad un generale innalzamento di qualità dei lotti proposti, con attenzione costante dei collezionisti verso beni appartenenti a correnti artistiche dei paesi emergenti. Tra queste, l'asta che Christie's London ha dedicato all'arte islamica e indiana, il 25 giugno, che ha realizzato complessivamente \$16,6 Mln. Lotto di punta dell'asta è stato un manoscritto arabo del XV Secolo di fattura iraniana scritto su carta cinese Ming dorata, che a fronte di una stima di £600.000-900.000 è stato venduto per £7,0 Mln, pari a \$8,7 Mln. Protagoniste del mese di luglio sono state invece le **aste di Hong Kong organizzate da Sotheby's e dedicate a beni antichi di matrice orientale**, che hanno confermato la leadership della casa d'asta sulla piazza asiatica per questo settore, realizzando complessivamente \$60,6 Mln.

L'arte asiatica è stata al centro del settore anche negli ultimi mesi dell'anno, con picchi quali l'asta di beni cinesi ("Important Chinese Art") proposta da Sotheby's a New York che ha totalizzato \$22,3 Mln; e la collezione di James and Marilyn Alsdorf che ha complessivamente realizzato \$22,4 Mln, spalmata in due sessioni di vendita il 24 settembre 2020. Questa collezione, appartenente a due coniugi di Chicago e comprendente per lo più beni asiatici, rappresenta una delle più importanti e variegate collezioni messe all'asta negli ultimi anni.

Sulla scia di questi risultati, **si conferma quindi la predominanza dei beni antichi di matrice orientale, nonostante ottimi risultati siano stati registrati anche dall'arte tribale africana.**

L'Arredi & Design Index | Con il contributo di Moira Pianazzola



Nonostante le complessità connesse allo scoppio della pandemia a livello globale, si è mantenuto saldo l'interesse dei collezionisti nei confronti del **comparto del design, sempre più apprezzato** a livello internazionale, soprattutto per i lotti firmati dai grandi nomi del Novecento. Negli ultimi anni è stato soprattutto il **Design italiano** ad aver vissuto un'autentica esplosione, con particolare attenzione da parte dei collezionisti di tutto il mondo soprattutto per le "serie limitate" e i prototipi dei grandi designer¹⁰⁴. I designer si rendono voce di una ricerca innovativa, orientata alla progettazione di beni in grado di coniugare funzionalità, ordine ed estetica.

Grazie ad esposizioni online, viewing rooms tecnologiche, tour riservati in partnership con spazi espositivi d'eccellenza per le private sales e multi-city hybrid auctions inclusive e coinvolgenti, anche **il design ha visto segnare tappe notevoli nella traiettoria verso l'innovazione**. La crescita del tempo passato nelle proprie case e l'incremento nell'interesse per il "bello" da esperire nell'intimità degli spazi domestici può aver contribuito al successo registrato dal settore nel corso dell'anno.

Non soltanto le aste digitali, ma anche quelle live e ibride hanno infatti retto egregiamente il colpo inferto dalla pandemia, come dimostrato dalla forte crescita dell'**Arredi&Design Index**¹⁰⁵, che ha registrato una **variazione annua pari al +31,3% a/a**, e ha mantenuto positiva anche la **variazione di periodo (+226,2% sul primo semestre 2006)**. Considerando la contestuale **crescita del valore dell'aggiudicazione media**, passata da quasi \$7,7 Mln a circa \$9,2 Mln, i dati dimostrano come il mercato abbia risposto bene alle ridotte aste in presenza realizzate nel 2020, nonostante la crescita nel tasso di unsold (passato da 16,1% a 19,3%¹⁰⁶) sia un segnale di crescente specializzazione dei collezionisti e della presenza di lotti che non sono stati in grado di attrarre il reale interesse.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione media	Unsold medio
2018	27	\$ 163.707.496,4	\$ 6.063.240,6	17,2%
2019	23	\$ 176.158.010,7	\$ 7.659.043,9	16,1%
2020	15	\$ 138.113.493,5	\$ 9.207.566,2	19,3%

Il fatturato si è complessivamente ridotto del -21,6%, a causa della riduzione del numero di aste milionarie di arredi e design¹⁰⁷, passate da 23 a 15.

Guardando alle performance delle singole case d'asta, risulta di particolare interesse il caso di **Phillips Design, che ha segnato importanti risultati**, con particolare riferimento per i designers più ricercati del 20° e 21° secolo, tra cui Gio Ponti, Ico Parisi, Marc Newson, Max Ingrand, Pietro Chiesa, Peter Voulkos, Gino Sarfatti e Vladimir Kagan. La collaborazione con Poly Auction, inoltre, ha dimostrato le potenzialità di accrescere le rispettive posizioni di mercato unendo le forze e sfruttando le basi clienti congiunte, nel corso delle vendite di 20th Century & Contemporary Art & Design.

Tra le aste del comparto, citiamo quella proposta da Christie's dal titolo **Thinking Italian Art and Design**, che ha raccolto i migliori beni appartenenti a due categorie intimamente connesse, per mostrare i ricchi ed intesi dialoghi fioriti nella cultura visiva italiana del XX secolo, periodo di ricostruzione e rigenerazione accompagnato da un'esplosione di eclettismo, rigore e creatività, con artisti come Alighiero Boetti, Lucio Fontana e Pino Pascali,

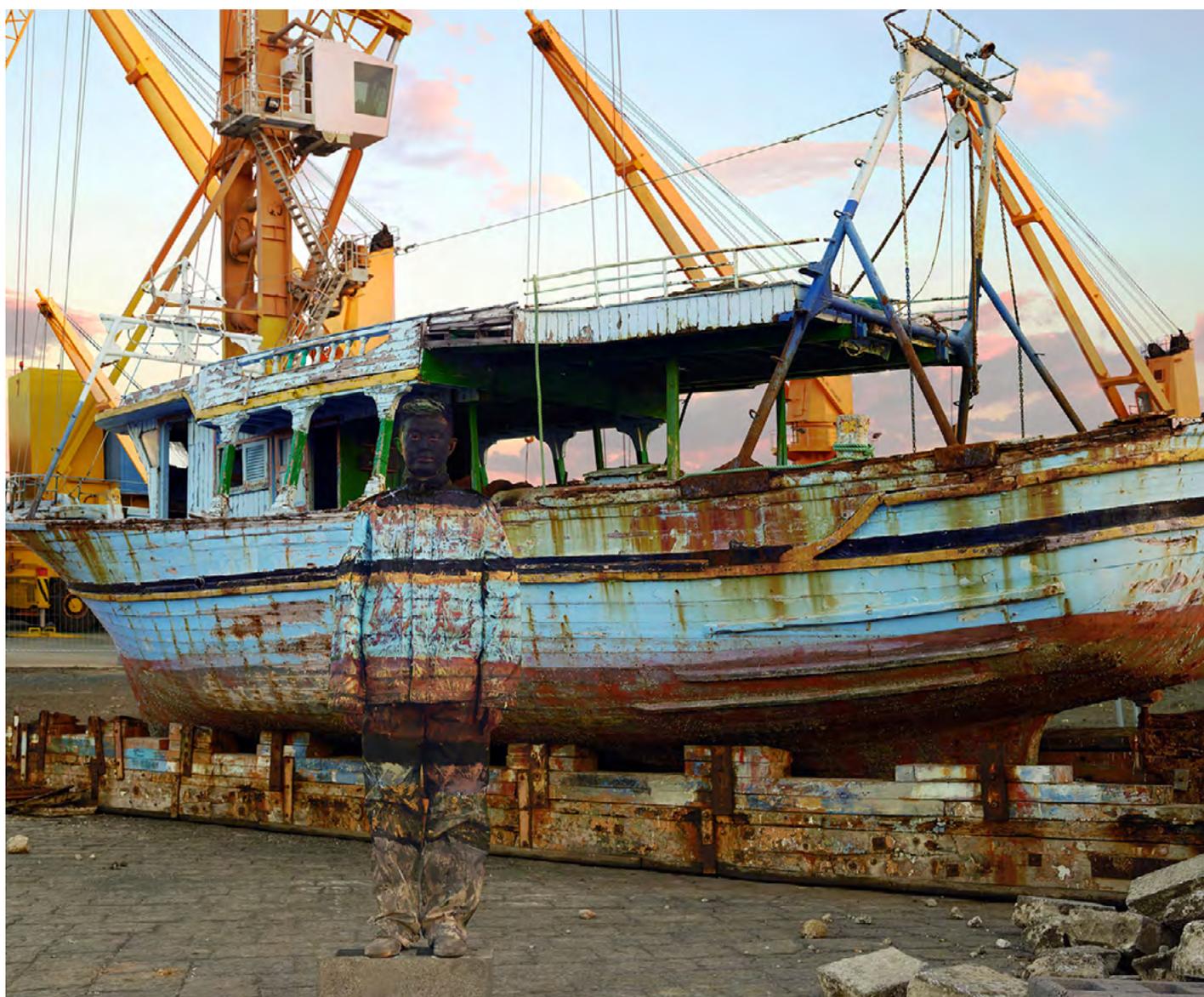
Il mercato dell'arte e dei beni da collezione

Speciale "Lo stato dell'arte ai tempi del Covid-19"

insieme ai designer Gio Ponti, Carlo Mollino e Carlo Scarpa, che arrivarono a dominare l'avanguardia europea esercitando una potente influenza negli stili anche nei decenni successivi.

Nonostante il potenziale interesse del mercato, il periodo di realizzazione dell'asta e l'aggravarsi dell'emergenza pandemica con lo scoppio della seconda ondata hanno influito negativamente sui risultati dell'asta, nonostante una possibile causa possa essere stata anche l'assenza delle garanzie di terze parti, fondamentale stimolo del settore dell'arte italiana negli ultimi anni.

Pezzi d'eccezione di design europeo della collezione Marc Jacobs sono stati venduti con un tasso di unsold inferiore al 10% da Sotheby's in occasione della Design Week di dicembre, in una vendita guidata da nove opere di **François-Xavier Lalanne** che nel complesso hanno raggiunto i \$3,9 Mln, più del doppio della loro stima massima combinata di \$1,5 Mln, testimoniando la forte domanda di pezzi dell'icona parigina. Tra i top lot della selezione, anche un vaso **Aigle di Alberto Giacometti, venduto tre volte la sua stima alta per \$1,9 Mln dopo la battaglia tra almeno due collezionisti.**



Liu Bolin, *The Hope*, 2015. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Il mercato delle Classic Cars nel 2020

A cura di Gianluigi Vignola (ADEMY Ltd)

Introduzione

Il mercato delle Classic Car può fluttuare in funzione della domanda, guidata da comunicazione, costume, gusto e dalla controtendenza finanziaria dei mercati mobiliare ed immobiliare.

Ma nel 2020 si è aggiunto un fenomeno nuovo, che crea un punto di discontinuità rispetto agli ultimi 20 anni di osservazione il mercato. La pandemia ed i conseguenti lockdown, infatti, da un lato hanno tolto alle Classic Car l'importantissimo aspetto di fruibilità sociale degli eventi ad esse legati, oltre alla più generale limitazione della mobilità, dall'altro hanno enfatizzato la componente di investimento rifugio a fronte dell'incertezza che si viene a creare negli investimenti tradizionali nei momenti di discontinuità.

La presente sezione è **sviluppata da ADEMY (Automotive Data Evaluation Market Yield, Società inglese specializzata in ricerche in servizi di advisory ed analisi di mercato delle Classic Car)** ed è una sintesi dell'ADEMY report pubblicato ad ottobre 2020, che intende orientare collezionisti, investitori ed operatori del settore, fornendo una visione chiara ed oggettiva dell'andamento dei vari segmenti orizzontali del mercato ed ancora individuando tendenze di singoli Modelli e Serie. In particolare, il report annuale che analizza sia gli aspetti storici e tendenziali del mercato delle auto da collezione, in questa edizione ha verificato anche **l'impatto del Covid sull'andamento delle transazioni d'asta tutto il mondo registrate fino al 30 settembre 2020.**



Contesto globale

La definizione di "Mercato delle Classic Car" dovrebbe essere estesa a "Classic Vehicles and Collectibles", perché il giro d'affari delle aste include tutti gli oggetti associati al collezionismo veicolare, come Moto, Automobilia, Insegne, Libri, auto a pedali. Limitando il perimetro d'analisi alle Youngtimer ed Instant Classic, si stima che il numero di auto collezionabili esistenti nel mondo sia tra gli 11 ed i 13 milioni di esemplari, per un valore complessivo compreso tra €120 e €200 Mld. Nel 2019 sono stati movimentati tra i €18 ed i €20 Mld, mentre la stima per tutto il 2020 potrebbe sfiorare i €14-15 Mld.

Le vendite all'asta, le uniche tracciabili, rappresentano solo il 9-10% in valore del mercato, non includendo le vendite private e quelle dei commercianti. Il valore medio delle auto proposte in asta è ben più elevato rispetto al valore medio del parco esistente, che si attesta intorno ai €15.000, ed è da sottolineare che la permanenza media di un'auto in collezione risulta compresa tra 8 e 10 anni¹⁰⁸.

ADEMY Classic Car Indexes

ADEMY Classic Car Index

Volume-Quantity
AVI - AQI

ATLI

Top Lot Index

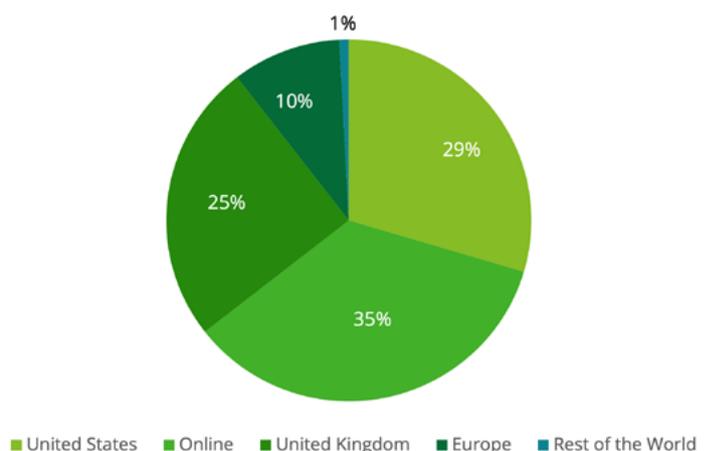
AMCI

Mid Cap Index

ASCI

Small Cap Index

Nr. of cars sold 3Q 2020



Dal mese di marzo 2020, soprattutto negli USA, **le case d'asta hanno bruscamente convertito i tradizionali appuntamenti in presenza in aste online**, dando inizio ad un fenomeno, guidato principalmente da Barret-Jackson, Mecum e Bring a Trailer, destinato a proseguire anche dopo la fine della pandemia. L'efficace virtualizzazione del processo di presentazione e vendita di un veicolo, standardizzando e dettagliando con foto, video e documenti le auto proposte, ha raggiunto un grado di affidabilità e precisione sufficiente a consentire l'acquisto di un mezzo dinamico come l'auto, anche da remoto.

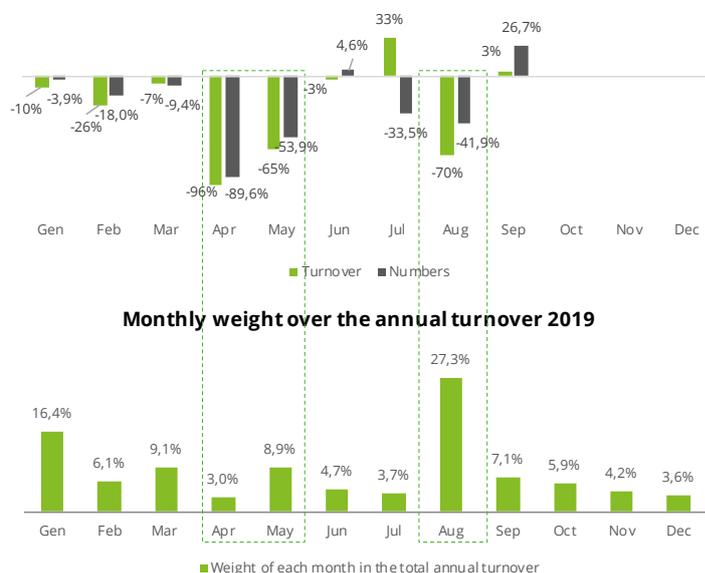
È possibile individuare **due principali tipologie di aste online**: la prima, quella proposta dalle case d'asta più tradizionali, quali RM, Bonhams o Artcurial, che pur virtualizzando l'incanto, hanno continuato a riunire le vetture in un sito, con i medesimi costi logistici, oggi non sostenibili a causa della diminuzione della domanda e della conseguente riduzione dei prezzi e delle commissioni; la seconda, quella delle **aste originariamente virtuali**, che hanno migliorato le strategie di vendita e sono riuscite ad attrarre maggiore attenzione da parte dei collezionisti. Ne è prova la acquisizione di BaT (Bring a Trailer), la più importante piattaforma di aste online fondata nel 2007 da Randy Nonnenberg and Gentry Underwood, da parte di Hearst Autos.

Volumi ed andamento del mercato

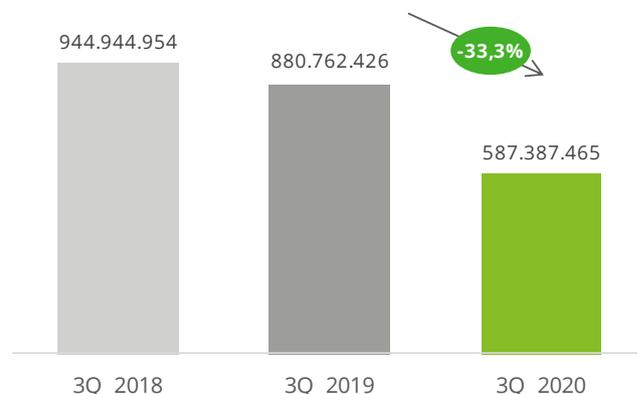
Lo shock della **pandemia ha avuto un forte impatto sul mercato delle auto da collezione**, che nei primi 9 mesi del 2020 ha registrato un fatturato complessivo di €587,0 Mln, in calo del -33,3% rispetto agli €880,0 Mln dello stesso periodo del 2019. Si è ridotto del -25,7% anche il numero di auto vendute nello stesso periodo, passato da 9.212 nel 2019 a 6.840.

Mentre il primo trimestre è assimilabile a quello del 2019, in Q2 e Q3 vi è stata una vera e propria sospensione delle vendite ad eccezione di quelle concluse online. In particolare, il segmento Top Lot mostra la maggiore riduzione sia del fatturato (-48%) che del numero di auto vendute (-39%). Il Mid Cap è il segmento più resistente delle tre fasce, pur perdendo quasi un quarto dei suoi valori. Il segmento Small Cap diminuisce del -23% delle auto vendute e del -31% del fatturato.

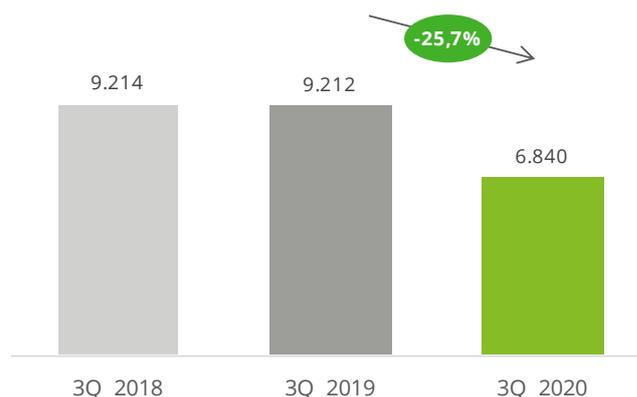
YoY variations of monthly turnover (Jan.-Sep. 2020)



Turnover 3Q 2020 vs 3Q 2019 (M€)



Number of cars sold 3Q 2020 vs 3Q 2019 (M€)



Nel mese di giugno vi è stata una ripresa delle vendite tradizionali, ma con una evidente sofferenza nel mese di agosto, quello più importante dell'anno, con soli 69 M€ in luogo dei 233 M€ del 2019. Per contenere le perdite dovute ai costi fissi, è stato rialzato il valore minimo dei lotti, ma le case hanno anche constatato che i Top Lot, in virtuale non si vendono ancora.

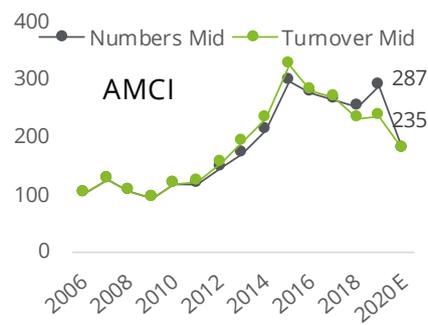
L'analisi dell'andamento dei lotti invenduti dimostra che quelli fino a 30.000€ diventano definitivamente oggetto delle pure aste online, i Top Lot tornano all'intermediazione dei broker, mentre i lotti tra i €50.000 ed i €300.000 rappresentano, pur con una lieve diminuzione dei prezzi il range di valore, di gradimento dei collezionisti che hanno dovuto adattarsi ad acquistare senza poter vedere o provare l'auto.



Small Cap Index Numbers vs Turnover (2006=100)



Mid Cap Index Numbers vs Turnover (2006=100)



Top Lot Index Numbers vs Turnover (2006=100)

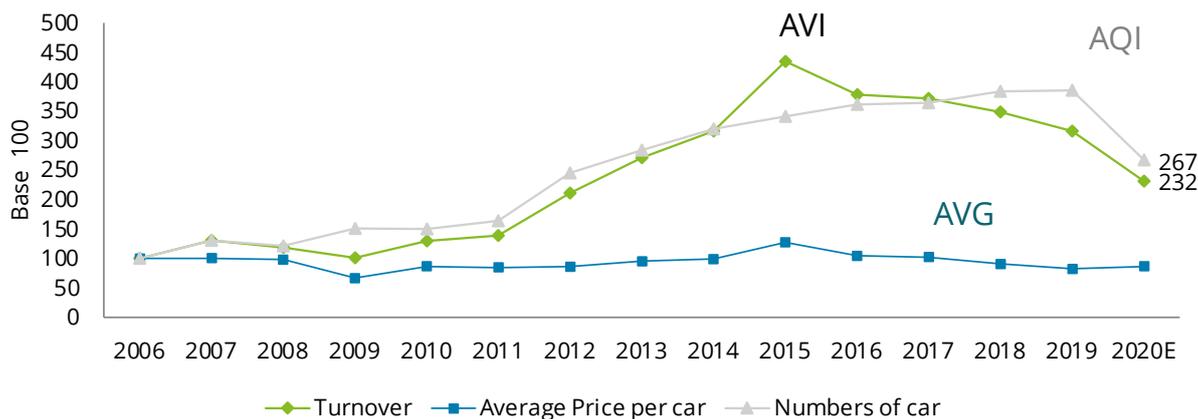


Indici del Mercato 2006 - 2020

Il mercato degli ultimi anni ha continuato ad assestarsi, dal picco del 2015 culminato con l'asta Milleruote proprio a Milano, che ha visto le quotazioni, che erano salite maggiormente, ritornare ai valori del 2012.

Tale andamento si evince chiaramente dagli indici Ademy, dove AVI Ademy Volume Index, relativo a turnover totale ritornerà a 232 punti per la fine 2020, ed AQI Ademy Quantity Index, relativo al numero di auto vendute, si assesterà sui 267 punti. I grafici relativi alla classifica del range di prezzo confermano lo sviluppo degli indici.

ADEMY Classic Car Index ACCI - Volume (AVI) & Quantitv (AOI)



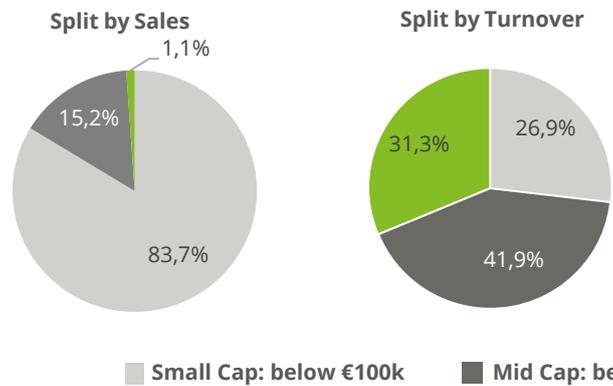
Var (%) between Price Ranges – 1H 2020 vs 1H 2019



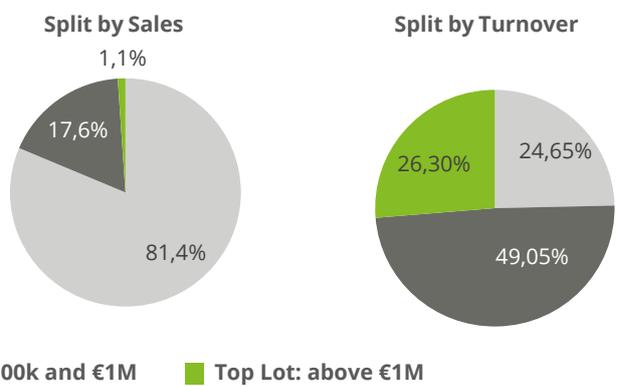
Trend of Price Indexes 2006-2019 2006=100



Cars Sold by Price Segment 2019



Cars Sold by Price Segment 3Q2020

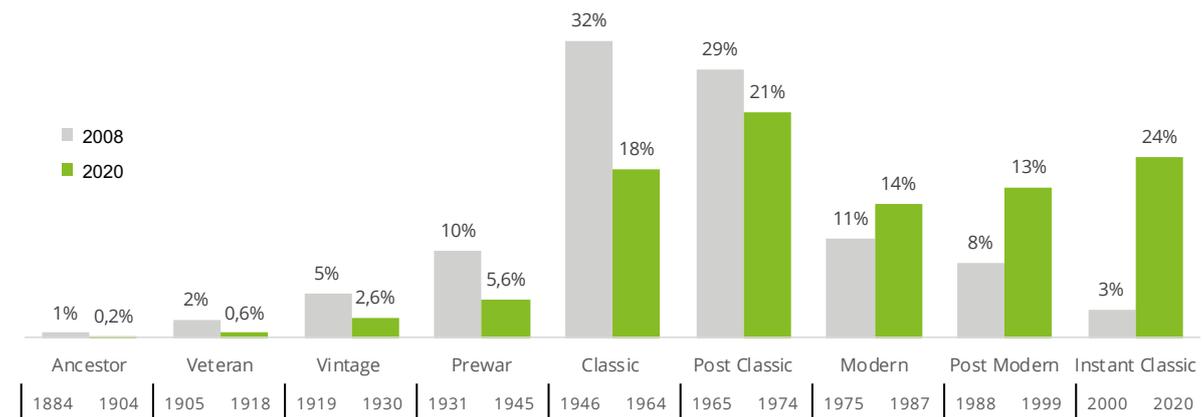


Segmentazione per anno di costruzione

Come più volte sottolineato, la scelta delle auto per periodo di costruzione è guidata dall'età media dei collezionisti che le acquistano. E poiché la fascia di età media degli acquirenti è tra i 40 ed i 55 anni, e la passione per una determinata marca o modello si forma tra gli 8 ed i 12 anni di età, il periodo di costruzione corrispondente alla fasce dei compratori che si affacciano al mercato va dal 1973 al 1992.

Tale fenomeno spiega lo spostamento delle vendite da tradizionale segmento delle Classic e Post Classic preferito dei collezionisti più anziani verso quelli delle Modern e Post Modern, a i quali si aggiunge il fenomeno delle Instant Classic che è più orizzontale rispetto alle fasce di età.

Classic Car market segmentation by period



Le prime dieci 2010 -2020

Non tutte le auto più recenti hanno beneficiato dello stesso aumento di prezzo: le Instant Classic (costruite dopo il 2000) con il 10,38% delle vetture offerte ha generato un fatturato pari al 15,36% del mercato. Al contrario, le Modern (1975-1999), con il doppio delle vetture offerte (20,73%) hanno generato il 16,71% del fatturato, valore paragonabile a quello delle Instant Classic. Tuttavia questi dati possono anche essere interpretati diversamente: le hypercar lanciate negli ultimi anni (Bugatti Chiron, Ferrari LaFerrari), progettate per essere collezionate e proposte a prezzi

medi molto alti, costituiscono un mercato a sé, ma si rivolgono ai collezionisti più giovani che le collezionano assieme alle Classiche. È quindi evidente che una percentuale crescente della domanda è generalmente orientata verso auto più recenti, convenzionalmente chiamate Youngtimers, e la gamma più alta sono quelle contemporanee che rientrano nella definizione di Instant Classic. Il cambiamento nella scelta del periodo riguarda tuttavia i segmenti Small e Mid Cap, piuttosto che quello dei Top Lot, come evidenziato dalle dieci auto vendute più costose, che nel 2020 riconfermano la logica culturale e storica nelle scelte di collezionisti e investitori di altissimo livello.

Top 10 LOTS by price: 2008 vs 2020

Rank	Make & Model	Description	Year	Chassis	Price in €
1	Ferrari 250 GT California	Short Wheel Base	1961	2377GT	7.040.000
2	Bugatti 57 SC Atalante	Low Chassis S with Factory Supercharger	1937	57511	5.372.690
3	Ferrari 250 LM	Austrian GP winner	1964	5845	4.510.000
4	Jaguar E-2A	Prototype Ex-Dan Gurney/Walt Hansgen, Sir Jack Brabham, Bruce McLaren	1960	E2A	3.329.815
5	Talbot-Lago T150 CSS	Ex-Pagnibon, restoration Project	1939	90120	3.255.924
6	Mc Laren F1	Never raced – delivery miles	1997	65	3.162.500
7	Ferrari 250 GT SWB	Steel car exported in US	1961	3087GT	3.059.449
8	Ferrari 250 LM	Ex-Oddone/ Taramazzo Targa Florio, 1000Km Monza	1965	6173	2.818.550
9	Jaguar D Type	The first factory production D-Type	1955	XKD509	2.767.682
10	Ferrari 250 Tour de France	Berlinetta Scaglietti alloy,	1959	1385GT	2.750.000

Rank	Make & Model	Description	Year	Chassis	Price in €
1	Bugatti 59 Sports	The Ultimate Bugatti Grand Prix. Campaigned as a Works Grand Prix Car During the 1934-1935	1934	57248	10.448.000
2	Bugatti 57S Atalante	Original Chassis, Bodywork, Engine, and Period-Installed Supercharger	1937	57502	8.719.050
3	Bugatti 55 Supersport	Originally delivered to Rothshild	1932	55220	6.021.541
4	Bugatti 55 Supersport	1932 Ex-Le Comte Guy Bouriat/Louis Chiron at Le Mans 24 hours	1931	55221	4.600.000
5	Bugatti 35C GP	Works Entry in the 1928 Targa Florio	1961	4871	4.328.000
6	Ferrari 550 GT1	Prodrive -2004 FIA GT Championship	2001	108418	3.730.000
7	Lamborghini Miura P400 SV speciale	Ultimate Development, 1 of 150	1971	4878	3.559.000
8	Aston Martin DB3S	1957 Australian Land Speed Record - 1 of 20	1955	102	3.312.000
9	SHELBY GT350R	Prototype - Ken Miles	1965	SFM5R002	3.256.530
10	Ford Mustang	driven by Steve McQueen in the 1968 in Bullit movie	1968		3.163.430



1934 Bugatti Type 59 Sports



1932 Bugatti 55 Supersport Roadster



1928 Bugatti 35 C

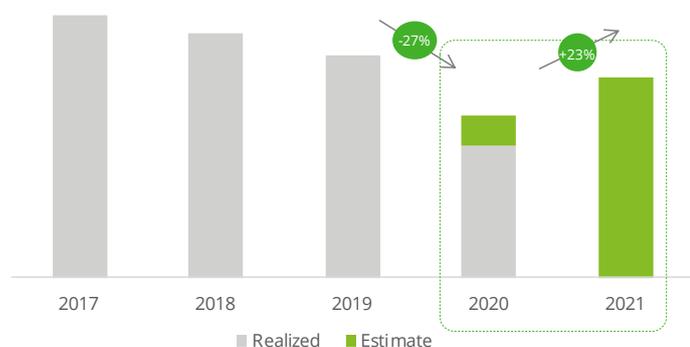
Aspettative per il 2021

Se negli ultimi dieci anni il quadro complessivo indicava un costante aumento della domanda per qualsiasi auto costruita dal 1975 in poi, relegando i modelli costruiti prima del 1974 ad una costante diminuzione, occorre domandarsi come mai le 5 auto più costose vendute nel 2020 sono delle anteguerra.

Le auto da collezione sono un bene la cui motivazione di acquisto è bilanciata tra la passione e l'investimento, con uno spostamento della proporzione maggiore in funzione del valore dell'auto. È prevedibile che anche i primi due trimestri del 2021 renderanno difficile l'organizzazione di eventi sociali premianti la passione dei collezionisti. Gli organizzatori, che dipendono a loro volta dagli sponsor, che in cascata seguono l'andamento dell'economia, stanno rinviando ogni azione alla fine del 2021 se non al 2022.

La socialità sportiva e culturale degli eventi è la linfa vitale del mercato delle Classic Car. Ma i collezionisti guidati dalla necessità di investire probabilmente approfitteranno della flessione dei prezzi per allargare la loro collezione sulla fascia media (Mid Cap) a maggiore potenziale di rivalutazione. Ma anche gli appassionati avranno più tempo disponibile per fare i loro acquisti (Small Cap) online, perché l'acquisto è visto emozionalmente come un gesto di libertà ed una promessa di ritornare al più presto all'aria aperta.

Estimated trend of Turnover (€ Millions)



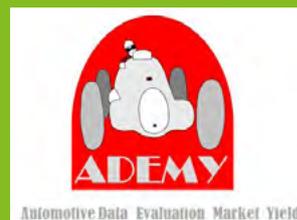
Estimated trend of Numbers of Cars Sold



FOCUS

ADEMY

ADEMY, acronimo di Automotive Data Evaluation Market Yield, è una società con sede a Londra che integra un network di esperti del mercato delle Auto Classiche in Europa ed in USA.



Il mercato delle Classic Cars, che include anche le Instant Classic, è complesso ed è un fenomeno globale che da molti anni costituisce un importante segmento negli assets alternativi.

Con oltre 40 anni di competenze specifiche e grazie ad una rete globale di specialisti ed esperti di marche e modelli, unitamente ad un Data Base proprietario in cloud di 150.000 transazioni d'asta in costante aggiornamento da oltre 15 anni, e con dettaglio fino al numero di telaio.

ADEMY è il partner ideale per chi intende: investire o disinvestire in questo mercato, conoscerne le dinamiche economiche in tempo reale, avere certezza di originalità e di valore di una collezione, gestirne la successione, o più semplicemente certificarla digitalmente in Block Chain.



Liu Bolin, Supermarket Pyongyang, 2018.
Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Conclusioni e possibili outlook per il futuro

In un anno in cui tutto il mondo si è trovato costretto a fare fronte alle **inedite sfide poste dallo scoppio di una pandemia** che ha messo in discussione il nostro vivere quotidiano e **messo in pausa la realtà come la conoscevamo**, anche il settore dell'arte e della cultura ha dovuto trovare nuove modalità per proseguire con le proprie attività e mantenere vivi i pre-esistenti network relazionali.

Il mondo degli artisti, delle gallerie, dei musei, delle fiere e delle aste, fondato e costruito sulla presenza fisica si è **scoperto di colpo vulnerabile**, a causa della sua storica scarsa propensione all'innovazione e al cambiamento. Questa resistenza all'innovazione aveva portato al consolidamento di **"prassi" peculiari, uniche e talvolta obsolete, se comparate con le dinamiche di molti altri mercati dell'economia globale**, che la pandemia ha messo in discussione.

Gli operatori del settore si sono tuttavia dimostrati reattivi, destreggiandosi tra **incertezza e flessibilità, le due costanti**, indissolubilmente legate reciprocamente, di un mercato dell'arte 2020 che ha necessariamente incrementato la propria **propensione al "rischio", all'innovazione e alla sperimentazione per sopravvivere**.

Ulteriore impegno è tuttavia richiesto agli operatori del settore per far sì che nel 2021 le piattaforme online siano più "user friendly" a beneficio di tutti gli interessati al mondo dei beni da collezione.

Questo soprattutto perché **sembra ancora lontano il ritorno alla normalità anche per il 2021**, come ben dimostrato dal secondo anno di stravolgimento dell'usuale calendario fieristico, impattato dalla terza ondata della pandemia e dalle campagne vaccinali ancora in realizzazione: dopo un primo spostamento a maggio, Tefaf Maastricht ha annunciato il rinvio a settembre; Art Basel Hong Kong è stata spostata da marzo a maggio, mentre Art Basel di Basilea da giugno a settembre; Frieze LA da febbraio a luglio, ed è plausibile credere che qualche fiera finirà per essere cancellata, stravolgendo anche per quest'anno quello che era un ben dettagliato calendario d'eventi, nell'era pre-Covid.

Nonostante sia plausibile attendersi, per il futuro, un graduale ritorno all'esperienza fisica, in un mondo che non può basarsi soltanto sull'esperienza virtuale, **permarrà una nuova percezione dei canali digitali**, che continueranno a rappresentare **efficaci punti di contatto tra operatori, collezionisti, appassionati e semplici curiosi**.

Si assisterà con molta probabilità ad un **consolidamento e un utilizzo continuativo di strumenti digitali ed innovativi, e, in particolare, del format dell'asta "ibrida"**, soprattutto nel caso in cui i collezionisti avranno la possibilità di vedere l'opera d'arte dal vivo. Questo periodo di forzata gestione da remoto delle relazioni di compravendita ha infatti reso chiaro come il momento dell'asta possa essere in qualche modo sostituito dalla presenza e dall'aggiudicazione via streaming, con **influenza contenuta sul livello dei prezzi laddove i collezionisti possono accedere all'esposizione pre-asta**. Questo vale soprattutto per specifiche correnti artistiche, come l'arte italiana, che difficilmente risulta fruibile in tutte le sue **qualità esperienziali** da una semplice visione a schermo.

È inoltre possibile attendersi un ulteriore ampliamento del bacino d'interessati all'arte e ai Passion Assets, grazie alla **pervasività degli strumenti digitali, che rende di fatto secondaria la location dove si svolge l'asta e prevalente la qualità dell'opera o del bene proposto, che può essere trasportato in tutto il mondo**.



Liu Bolin, GIAMMARCO AU 1168, 2015. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Queste dinamiche ben si evincono anche dagli **esiti delle prime aste del 2021, che possono dare qualche sommaria indicazione di quanto possiamo attenderci nel corso dell'anno appena iniziato**. In primo luogo, si evince come anche quello che fino al 2019 era un consolidato e standardizzato calendario di aste a cui i collezionisti erano soliti prendere parte viaggiando da una parte all'altra del globo continua ad essere stravolto dagli effetti della pandemia, con influenza sui trend di confronto tra un anno e l'altro.

In secondo luogo, si assiste ad un **numero più alto di aste online rispetto al periodo pre-Covid, soprattutto per quei beni che non necessitano di essere visionati** prima dell'acquisto o per quelli che si sono rivelati particolarmente adatti alle piattaforme digitali, come nel caso di alcune tipologie di arte contemporanea emergente o della fotografia, oltre che dei Passion Assets. Nonostante questo, è bene sottolineare come continuano a registrare le performance migliori le aste in presenza o "ibride", mentre molte di quelle virtuali danno ancora esiti in chiaroscuro.

Il digitale non sta variando soltanto le modalità d'offerta dei beni da collezione, ma anche la tipologia di lotti offerti.

Sebbene, infatti, molti collezionisti continuino a preferire medium più "tradizionali" quali pittura e scultura, una fetta di mercato è oggi orientata all'acquisto di **Digital Art**.

Nonostante i media digitali per la produzione delle opere non siano una novità, **il 2020 e l'inizio del 2021 hanno determinato una rivoluzione nelle possibilità di compravendita di opere di arte digitale. Grazie all'introduzione dei Nft, acronimo di "Not Fungible Token"** (già approfonditi nel paragrafo "2020: l'anno del mercato dell'arte online" del presente report), che si basano sulla tecnologia blockchain, è oggi possibile assegnare un valore alle opere d'arte digitali, rendendo **obsoleto il problema legato alla facilità di duplicazione**. I collezionisti oggi possono quindi acquistare Digital o Crypto Art ricevendo, contestualmente al file con l'opera, anche informazioni quali dimensioni, tiratura, data di creazione e storia di eventuali passaggi proprietari, a garanzia del suo valore¹⁰⁹.



Liu Bolin, Liu Bolin per Annie Leibovitz, Islanda n°2, Moncler Collezione Autunno-Inverno, 2017. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Punto d'arrivo di questo processo è stato il record registrato per *Everydays -The First 5000 Days*, opera realizzata da Beeple, all'anagrafe Mike Winkelmann, venduta da Christie's in un'asta dedicata svoltasi dal 25 febbraio all'11 marzo. Con i suoi **\$69,3 Mln¹⁰**, **Beeple è diventato il terzo artista vivente più caro al mondo**. Si è trattato della **prima vendita all'incanto di un Not Fungible Token** realizzata da una grande casa d'aste, evento che crea un potenziale precedente nel futuro sviluppo del mercato dell'arte digitale. Anche nel contesto nazionale si stanno affermando esponenti della Crypto Art, come nel caso di DotPigeon, artista già presente in note collezioni e attivo nell'utilizzo di NFT.

Continua inoltre a confermarsi **l'interesse di nuovi acquirenti per il mondo dei luxury goods**, in grado di attrarre **l'interesse di vecchi e nuovi collezionisti provenienti da tutto il mondo, con particolare riferimento ai giovani e agli UHNWI asiatici**.

Guardando infatti alle performance di mercato a livello geografico, spicca la **potenza del mercato asiatico, il primo ad essersi ripreso dalla crisi pandemica**, che per il presente e per il breve termine rappresenta uno dei possibili punti di traino di un settore che nel 2020 ha vissuto nel complesso un forte rallentamento. Anche per questo, le case d'asta occidentali hanno avviato inedite collaborazioni con le top major asiatiche.

Christie's nel mese di maggio 2020 ha annunciato una collaborazione con **China Guardian Auctions¹¹**, oltre ad aver avviato una **partnership con l'Asian Cultural Council** per la vendita con scopi di beneficenza di tre importanti opere d'arte contemporanea cinese, lo scorso 10 luglio¹²; **Phillips ha invece annunciato la propria collaborazione con l'altra casa d'aste leader del continente asiatico, Poly Auction¹³**, con cui ha presentato le aste di successo di 20th Century & Contemporary Art ad Hong Kong degli ultimi mesi del 2020, nell'intento di ampliare il proprio mercato internazionale e la propria offerta a collezionisti e appassionati.

Infine, un altro risvolto positivo della pausa determinata dallo scoppio della pandemia, è stata la possibilità di **ripensare il sistema dell'arte** in termini di sostenibilità ambientale, implementando opportune strategie atte a **contribuire nella lotta al cambiamento climatico**, oltre che in termini di sostenibilità economica, favorendo la **collaborazione**, utile al **superamento della crisi da parte delle realtà minori**, nonché in chiave sociale, con la **diffusione di messaggi a favore della diversità e dell'inclusione**, tematiche sempre più rilevanti anche alla luce della grave crisi sociale generata dalla pandemia.

Si rileva anche una **costante attenzione dei collezionisti agli impatti e agli aspetti sociali dei propri acquisti** e del proprio collezionare. Sebbene la pandemia possa rallentare momentaneamente questo trend, è infatti plausibile attendersi che

molti collezionisti continuino a sostenere esponenti locali dell'arte contemporanea emergente, a cercare investimenti con risvolti positivi sulla società e ad aprire musei privati o spazi espositivi per favorire l'accesso alla cultura alle comunità in cui vivono.

Ora **non resta che assistere all'evoluzione del mercato in relazione all'efficacia del piano di contrasto alla pandemia e alla diffusione dei vaccini a livello internazionale**. Soltanto quando si sarà tornati ad una vera "normalità" sarà possibile esaminare nel complesso gli impatti della pandemia su un settore che, **in un anno, ha vissuto le trasformazioni che sarebbero intercorse in tempi ben più lunghi**.

Per il quarto anno, l'obiettivo di questo report è stato di contribuire, per la parte di competenza, nel processo di informazione sul mercato dei collectibles, fornendo agli interessati strumenti decisionali utili ad orientarsi nelle scelte d'acquisto.



Liu Bolin, In Front of the Red Flag, 2006. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

2.

Interviste agli
operatori ed
esperti del
settore

Intervista a **Mariolina Bassetti,** Chairman Post-War & Contemporary Art, Continental Europe and Chairman, Christie's Italy



Mercato dell'arte internazionale 2020: un commento di sintesi?

Un anno disastroso sotto tutti i punti di vista, senza soffermarsi solo sull'aspetto economico ma anche e soprattutto riferendoci a quello umano e sociale. Per il mercato dell'arte è stato tuttavia un anno eccezionale. Considerando che siamo stati sostanzialmente fermi per tre mesi per colpa dell'inizio della pandemia e del lockdown, in attesa della rielaborazione dei dati in modo che potessimo prendere le nostre misure, Christie's ha registrato soltanto circa il 25% di decremento rispetto all'anno passato e le aste in generale sono andate bene, con percentuali di vendita intorno al 90-95%. Tutto sommato il mio è quindi un giudizio positivo. Ho visto una grande adattabilità e flessibilità, un adeguamento alle nuove condizioni che ha richiesto uno sforzo enorme da parte del team, ma ritengo che la prova sia

stata ampiamente superata. I compratori reagiscono molto bene, anche perché si tratta di un periodo di grande liquidità, per cui molti nuovi imprenditori, benestanti in generale e collezionisti in particolare, sono alla ricerca di beni alternativi in cui investire. Quindi devo dire che al contrario di alcuni settori, quello dell'arte è andato molto bene.

Centrale è stata la digitalizzazione, pianificata nel tempo e per tempo, ma anticipata dall'evoluzione dei fatti. Basta infatti considerare che la prima asta online di Christie's è avvenuta già nel 2011, con la famosa asta dedicata alla collezione di Liz Taylor, in parte proposta virtualmente. Da quel momento, ogni anno ha visto un miglioramento, un incremento, e con la pandemia abbiamo notevolmente accelerato i tempi. Credo che in 3 mesi sia successo quello che probabilmente sarebbe successo in 5 anni: abbiamo dovuto velocizzare tutto, con nuovi investimenti, nuove strategie, digitali e anche non digitali, perché comunque le aste live ci sono ancora ma si svolgono in maniera completamente diversa almeno per ora. Abbiamo dovuto adeguarci settimanalmente alle normative di ogni singolo paese, che si modificavano e si rinnovavano continuamente e noi con loro, adeguando le nostre aste. L'ultima asta di Milano, per esempio, è stata organizzata nel periodo in cui la situazione della pandemia italiana è precipitata, rendendo impossibile aprire le porte al pubblico. Ormai era però tardi per fare un'asta online, quindi abbiamo immediatamente preparato un'asta che fosse un'alternativa all'asta live, con un banditore del vivo ma con soli partecipanti al telefono col nostro team o tramite Christie's online, in diretta.

Quanto è stata colpita la domanda di arte italiana a livello internazionale dal mero propagarsi della epidemia, rispetto a un trend di contrazione che si era già palesato negli ultimi anni e che ha determinato un rinnovamento della proposta negli artisti su cui puntare?

Credo che il 2020 sia un anno difficile da giudicare per l'arte italiana. Al contrario di altre tipologie di arte, soprattutto contemporanea, l'arte italiana ha bisogno di una visione, di visibilità e di approfondimento, è molto difficile comprare opere d'arte italiana online senza averle viste. Laddove è stato possibile esporre le opere, la risposta è stata immediata, mentre dove non è stato possibile mostrare le opere o non è stato possibile per i compratori venirle a vedere, i risultati ne hanno risentito. Su questo hanno influito anche le elezioni americane, perché molti americani non sono venuti in Italia, e loro solitamente comprano molta arte italiana. È quindi difficile dare un giudizio definitivo, perché guardando freddamente i risultati sembrerebbe esservi stato un momento di riflessione, ma andando ad analizzarli meglio si trovano motivazioni per tutto.

L'asta di Londra, la prima ad unire arte e design, per esempio, non ha avuto una risposta immediatamente positiva. L'esposizione è avvenuta a Londra nel momento in cui in Europa ci si rendeva conto che ci sarebbe stata la seconda ondata, elemento che ha influito sulla psicologia dei possibili acquirenti, fortemente demotivati. Londra è stata chiusa a tutti i paesi esterni e per recarvisi era obbligatoria la quarantena, quindi di fatto è stata un'esposizione in cui solo gli inglesi potevano vedere le opere. Parallelamente, gli americani erano totalmente impegnati (soprattutto i collezionisti) nella campagna elettorale. Inoltre, mentre per l'arte contemporanea è possibile utilizzare canali di vendita prettamente virtuali, l'arte italiana ha risentito moltissimo di questa mancanza di possibilità di visionare le opere. Infatti l'asta di Milano è andata molto meglio, con il 66% di acquirenti italiani, perché almeno a Milano è stato possibile visitare l'esposizione, che per altro ha registrato un'affluenza importante, nonostante fosse su appuntamento. Sui risultati può aver influito anche la data dell'asta, organizzata il 4 novembre, che era il giorno prima del secondo lockdown italiano e il giorno delle elezioni americane.

In sintesi è difficile fare un'analisi di quale sia lo stato dell'arte italiana, perché ci sono stati troppi elementi che hanno influito sui risultati e analizzandoli nel dettaglio si tratta più di un trend in linea a quello precedente che un momento di riflessione, salvo casi completamente fuori trend come quello di Alighiero Boetti, che ha avuto performance eccezionali sia a Londra che a Milano.

Quanto l'evoluzione della complessa vicenda Brexit ha inciso, da un lato, sulla disponibilità di proposta e, dall'altro, sull'appeal delle opere di arte Italiana a Londra?

Ritengo che sia presto poter fare un commento sulla Brexit, perché in realtà quest'anno non abbiamo vissuto la Brexit, se non in prospettiva. La Brexit è iniziata adesso e ne vedremo le conseguenze solo dopo le aste di febbraio e marzo a Londra.

In termini di aspettative, sono dell'opinione che i primi due anni potrebbero essere di adattamento e forse di flessione, attribuibile tuttavia più al non voler vendere a Londra che al non voler comprare, comportando una minore disponibilità di opere. Un venditore, se non è particolarmente nella necessità di vendere, tenderà probabilmente a rimandare, per vedere cosa succederà con le prime aste post-Brexit. Ci sarà una prima resistenza, un periodo di adattamento ma poi tutto tornerà come prima. Nel frattempo è possibile che Parigi possa prendere più piede come già d'altronde è successo negli ultimi anni, in cui Parigi sta dando grandi sorprese. È anche possibile attendersi aste più piccole per il 2021 e parzialmente per il 2022, e che probabilmente una parte di opere verrà spostata nelle sedi di Milano, Amsterdam e Parigi, ma io credo che il mercato alla fine del processo resterà invariato.

Facendo una fotografia attuale, quali le differenze più significative tra il mercato italiano, quello europeo e quello internazionale? È corretto dire che la digitalizzazione stia livellando le differenze di appeal e size dei mercati?

Credo che ancora esista una differenza, soprattutto per quanto riguarda l'arte italiana: si preferisce vedere le opere dal vivo e con le aste online non sempre è prevista un'esposizione. Ancora quindi non si può parlare di livellamento, perché se gli italiani hanno più facilità di vedere le opere in Italia, non vale lo stesso per le opere in Inghilterra, e sono soprattutto gli italiani a voler vedere le opere. Finché non si tornerà ad una situazione normale non potremo veramente capire quanto le aste abbiano livellato il mercato, anche perché esiste un problema di base, specifico della normativa italiana, per cui il mercato è ancora attento alla vendita fuori frontiera. Sappiamo ormai che esportare dall'Italia comporta una serie di difficoltà connesse a richieste, notifiche e tempistiche che rendono più appetibile un'opera all'estero. Questo credo che sia un ostacolo insormontabile per il livellamento tra Milano e Londra.

Anche da una prospettiva internazionale valgono le stesse considerazioni. Tutto ciò che non è contemporaneo stretto, che per l'appunto è più adatto ad una promozione digitale, al momento risente dell'impossibilità di vedere l'opera, anche perché spesso quelle italiane sono opere legate all'immagine, sono opere intellettuali, che piacciono ad un pubblico over 40 abituato a comprare in un certo modo. L'asta online predilige invece tutto ciò che piace di più ai giovani, che sono più abituati a comprare senza vedere. Ne farei più un problema generazionale che di geografia.

Lo scoppio della pandemia ha generato grandi riorganizzazioni e ripensamenti nel settore delle aste e delle fiere. Quali tra queste trasformazioni ritiene che siano state le più efficaci nel mondo delle aste? Quanti questi cambiamenti di necessità ritiene che diventeranno prassi anche nel futuro?

Io credo che non si tornerà più al pre-Covid. Il mondo è ormai cambiato, abbiamo fatto un passo in avanti irreversibile e credo che molte delle tecnologie che abbiamo utilizzato rimarranno anche nel futuro. In primis l'asta online, una modalità d'approccio che è il presente, ma anche il futuro, ma anche le aste ibride, che sono la vera innovazione dell'anno. Queste aste in collegamento tra Hong Kong, Parigi, Londra e New York, vale a dire le più importanti sedi mondiali a livello di risultati, consequenziali a seconda del fuso orario con quattro diversi auctioneer, credo siano un formato che rimarrà, con ulteriori miglioramenti, come sempre accade con tutto ciò che è nuovo. Oggi hanno principalmente lo scopo di sostituire il pubblico, consentendo di evitare assembramenti e assistere

all'asta comodamente da casa, fare offerte in collegamento al telefono o tramite il web. L'importante sarà riuscire a vedere l'opera. Avendo visto l'opera, la partecipazione all'asta può essere tranquillamente da casa, uno "spettacolo" da seguire per sé stesso, anche molto apprezzato dai clienti.

Ritiene che la digitalizzazione potrebbe mitigare i possibili impatti negativi di Brexit sul mercato dell'arte italiana?

Onestamente non credo che la digitalizzazione possa mitigare i possibili impatti di Brexit, poiché per le aste online è comunque necessario che l'opera si trovi nel paese in cui l'asta online è organizzata. Abbiamo per esempio organizzato un'asta a fine gennaio intitolata "Mapping Modern and Contemporary Art", che prevedeva una mappatura degli artisti italiani per regione e artisti stranieri che hanno lavorato in Italia, e le opere erano a Milano, con possibilità di vederle.

Credo che la svolta e il punto di arrivo dell'attuale processo di digitalizzazione possa essere il format dell'asta online, andata per altro molto bene, ma con esposizione, perché ritengo importante la possibilità di vedere l'opera, nonostante riconosca che gli strumenti digitali di cui siamo in possesso siano estremamente raffinati, per cui per esempio l'opera si può proiettare sul muro, vedere a 360°. Però non credo che la Brexit possa essere sollevata dalla digitalizzazione, perché le problematiche legate alla Brexit sono più relative al trasporto.

Pensando alla recente Thinking Italian Art and Design, qual è stata la ratio per l'unione di arte e design? Quale la provenienza geografica degli acquirenti? E quale l'efficacia degli strumenti online per il pre, durante e post vendita?

È difficile esaminare analiticamente Thinking Italian Londra. L'idea di unire arte e design è un'idea dettata dalla forte unione di questi due settori, che si sovrappongono e si incrociano continuamente, scatenando l'interesse del collezionista raffinato che non compra l'arte e il design italiano per investimento, ma per giorire. Cosa più del mobile, piuttosto che del vetro, che si tengono in casa, sono elementi che devono sposarsi con l'arte che abbiamo sul muro? Arte italiana e design italiano confluiscono spontaneamente nello stesso canale, per non parlare del fatto che la prima Italian Sale che ho organizzato nel 2001 prendeva spunto proprio da Italian Metamorphosis, l'esposizione organizzata da Germano Celant a New York che vedeva sovrapporsi tutti i settori delle arti visive del Ventesimo Secolo, ma non solo: pubblicità, design, musica, arte, una visione globale che è la vera visione di Thinking Italian.

Con Thinking Italian noi vogliamo portare il pensiero, la filosofia, l'estetica italiana sul mercato internazionale. Quindi unire arte e design e arte è stato un punto di arrivo naturale. Inoltre negli ultimi anni sono stati inseriti nelle esposizioni di Londra alcuni esemplari del catalogo di design, perché insieme erano un'esplosione estetica che rendeva l'esposizione splendida, due settori che si davano lustro reciprocamente.

In termini di provenienza geografica degli acquirenti di Londra, abbiamo avuto circa il 40% di italiani, il 6% dal Belgio, dalla Francia e il 17% dall'Inghilterra. Gli USA, che in genere partecipano moltissimo, hanno rappresentato solo l'11% e a mio avviso questo è attribuibile ad una mancanza di attenzione dell'americano, concentrato come mai sulla campagna elettorale. Lo stesso si è visto nell'asta di Milano del 4 novembre, data delle elezioni americane: gli acquirenti statunitensi hanno rappresentato solo il 4%, rendendo evidente come sia stata proprio l'America la grande assenza per l'arte italiana di questa stagione, perché c'erano assoluti capolavori che sarebbero naturalmente acquistati da collezionisti americani.

Relativamente infine all'efficacia degli strumenti online, il collezionista di arte italiana non ama comprare online, o meglio vuole vedere l'opera, nonostante i grandi strumenti del catalogo digitale. Il grande problema, infatti, non è stato lo strumento digitale, ma il fatto che entrambe queste aste hanno coinciso con un blocco totale della possibilità di vedere l'esposizione se si proveniva da paesi esterni. I cataloghi cartacei sono comunque destinati a sparire e gli strumenti del catalogo digitale sono già molto avanzati, ma mancano l'impatto della visione dal vivo e la fruibilità delle qualità esperienziali dell'opera, che per l'arte italiana e per il design, secondo me, sono fondamentali. Spesso l'impatto fisico è diverso dall'impatto digitale, forse anche per una mentalità un po' tradizionalista, ma credo che ci vorrà del tempo prima che ci sia una vera assuefazione a queste nuove modalità. Del resto speriamo di poter ricominciare a viaggiare, che significa tornare a vedere le opere.

E qual è invece stata la provenienza degli acquirenti per Thinking Italian Milan? Ritiene ci siano particolari differenze circa l'efficacia delle piattaforme online, tra mercato italiano e mercato straniero?

In Thinking Italian Milan la maggior parte degli acquirenti sono stati italiani (66% italiani era numero che non si vedeva da tanto tempo), altri provenivano da Inghilterra, Svizzera, Montecarlo e qualcuno dalla Francia. Ci sono state altre piccole presenze, come l'Australia per l'1%, ma non possiamo parlare di grandi numeri. In generale credo che il collezionista straniero sia più abituato all'online, tendenzialmente più moderno, mentre il collezionista italiano è ancora molto legato ad una serie di consuetudini e abitudini che creano il momento dell'acquisto, di cui la visione dell'opera è una parte estremamente importante.

Quali sono le prospettive per il 2021, quando si prevede di poter tornare ai livelli pre-Covid e quali, in particolare, le possibili scelte strategiche vincenti?

Credo che ci vorrà del tempo per la ripresa, ma quel tempo che darei all'economia generale, più che all'arte. Discorso diverso è quello dei grandi capolavori, che sono sempre acquistabili, perché le grandi ricchezze ci sono sempre e anche i grandi nomi italiani continuano a riscuotere successo, come Boetti che ha avuto un anno eccezionale. In termini strategici, sarà importante continuare a fare aste con alte percentuali di venduto e dimostrare che il mercato è stabile, perché essendoci un grande effetto psicologico non possiamo rischiare di minare i risultati con un facile commento relativo ad una crisi.

La crisi non si materializzerà come paventato, occorrerà dimostrarlo con alte percentuali di venduto e la fiducia verrà ripresa naturalmente. Se si faranno aste piccole, con opere di qualità ben stimate, il 2021 non avrà grandi picchi come gli anni passati, ma sarà un anno ben proporzionato. In linea generale comunque, come in tutti i periodi di crisi, il problema è l'approvvigionamento: trovare buone opere, opere di qualità da inserire nelle aste, perché una volta che abbiamo le opere di qualità poi è tutto più facile, la vendita non è mai problematica se ci sono valore e qualità.

Qualche considerazione conclusiva?

Aggiungerei che nel 2020 c'è stato naturalmente un grande aumento di aste online e un dato estremamente interessante è che le aste online portano una grande percentuale di nuovi compratori. Si tratta di un nuovo mondo che si affaccia al mondo delle aste: nuovi compratori, o compratori di altre categorie che si affacciano e si intrecciano con i compratori di Post-War o di arte impressionista, ma che provengono dal mondo del lusso, degli orologi, dei gioielli o il contrario.

Questo è un dato estremamente importante: tutta una nuova categoria di acquirenti su cui puntare, che è il futuro. Inoltre tantissimi sono i giovani che trovano nel digitale il loro mondo. Per dare qualche numero, basta pensare che sono stati registrati 1,6 miliardi di visitatori sul nostro sito e il 41% di nuovi compratori, numeri estremamente importanti che rappresentano una grandissima evoluzione e sicuramente evidenziano come questi siano canali da sfruttare per il prossimo futuro.

Intervista a Cristiano De Lorenzo, Managing Director di Christie's Italia



collezionisti impattando la raccolta e quindi l'offerta. Risultato: meno aste nel mondo, con meno lotti e di minor valore. L'interesse è rimasto stabile però e le percentuali di venduto parlano chiaro. Del resto il nostro è un settore molto particolare, nel quale non si può contare su una filiera produttiva. Non sapendo mai in anticipo quante e quali collezioni arriveranno sul mercato, c'è una certa "imprevedibilità" che rende il nostro lavoro complesso ma anche molto stimolante e sfidante.

Lo scoppio della pandemia ha generato grandi riorganizzazioni e ripensamenti nel settore. Quali tra queste trasformazioni ritiene che siano le più efficaci?

Indubbiamente la chiusura forzata ha spinto il settore a "un esame di coscienza", faticoso ma, a posteriori, straordinariamente interessante. Ci siamo concentrati sulle trattative private e sulle vendite online. E il nostro sforzo è stato premiato dai collezionisti, se si pensa che proprio grazie al canale digitale nel 2020 il 36% dei clienti che hanno acquistato nelle nostre vendite a livello globale era costituito da nuovi clienti. Infatti la piattaforma online ci consente di raggiungere un numero eccezionale di collezionisti e appassionati. La facilità e l'immediatezza delle aste online attrae inoltre un pubblico più giovane che ha grande familiarità con tutto quello che è digitale.

Quanto ritiene che le piattaforme online siano una necessità e quanto una scelta strategica valevole nel tempo? Quali sono i vantaggi e quale criticità di queste piattaforme?

Il canale digitale è ormai imprescindibile per qualsiasi tipo di business e certamente non si tornerà indietro. È evidente che continueremo ad offrire aste dal vivo, soprattutto per le collezioni più importanti e per le opere di maggior rarità e valore. Per chi, come me, fa questo lavoro già da qualche anno, la nostalgia per aste live è forte. L'asta online è perfettamente efficace, potrei persino dire che funziona meglio di un'asta live. A me però manca l'energia della sala. La sua spettacolarità. D'altro canto l'online presenta straordinari vantaggi: la diffusione, la durata (i lotti sono acquistabili nel corso di circa due settimane), le possibilità di marketing. Nel 2020 le vendite online di Christie's sono cresciute del 262% per un totale di \$311 milioni. Il futuro è digitale.

Mercato dell'arte 2020: quali sono le previsioni per la chiusura dell'anno?

Malgrado la tragedia collettiva e le molte difficoltà oggettive dovute alle drastiche restrizioni a tutti fin troppo note, per il mondo delle aste il 2020 è stato un anno di grande innovazione grazie all'accelerazione digitale. A livello globale Christie's ha totalizzato \$4,4 miliardi, in decrescita del 25% rispetto al 2019, principalmente a causa della notevole riduzione del numero di aste dal vivo oltre che dell'impatto che la pandemia ha avuto sulla raccolta delle opere. La domanda invece è rimasta forte, come dimostrato dalle elevate percentuali di venduto in tutte le nostre aste, con una media dell'81% di lotti aggiudicati su scala globale.

Le cause del generalizzato calo del settore sono attribuibili soltanto al Covid o si tratta di una situazione di prosecuzione rispetto ad un 2019 già non brillante per il mercato?

Sono realmente convinto che la contrazione dei fatturati del mercato dell'arte sia dovuta al Covid. La maggior parte delle vendite all'asta e delle fiere d'arte previste per la prima metà dell'anno sono state cancellate o riprogrammate, a volte – come nel caso delle nostre vendite di Milano – a dopo l'estate. Nel primo semestre del 2020, le limitazioni ai viaggi e il clima di generale incertezza hanno reso quasi impossibili gli incontri fisici con i

Come soluzioni adottate nel 2020, è emersa l'opportunità di proporre aste "cross-category". Quanto queste aste saranno riproponibili nel nuovo modello di offerta?

È un'osservazione corretta. Questa tendenza è nata, ancora una volta, dal desiderio di rispondere alle esigenze dei collezionisti per migliorare la loro esperienza e semplificare il processo di scelta e di acquisto. Già da alcuni anni infatti, Christie's ha stabilito di accorpate alcune categorie in ciò che in gergo si chiama marquee week ossia una settimana "tematica" di aste. Ad esempio le nostre Classic Week di Londra e New York presentano nel corso di pochi giorni consecutivi aste di varie categorie tradizionali (dipinti antichi, arte del XIX secolo, mobili d'epoca etc.), consentendo a un collezionista appassionato d'arte "classica" di trovare tutte le sue opere preferite nello stesso luogo e allo stesso tempo. Più di recente abbiamo fuso il dipartimento di arte impressionista e moderna con quello di arte del Dopoguerra e contemporanea. È stata una scelta naturale, dovuta al fatto che ormai i compratori internazionali non si limitano più a uno o più decenni, ma collezionano con un approccio più eclettico. Ecco dunque la nascita del 20th & 21st Centuries Department annunciata lo scorso giugno, proprio nei giorni in cui l'esposizione della nostra innovativa asta ibrida ONE: a Global Sale of the 20th Century Art apriva i battenti in contemporanea a Hong Kong, Parigi, Londra e New York.

Ci può fare una breve panoramica sugli effetti dello scoppio e dell'evoluzione della pandemia sulla domanda dei beni da collezione, nonché sull'offerta, parlando quindi della disponibilità dei collezionisti alla vendita?

Come anticipato, la domanda rimane forte, sebbene più selettiva, e l'offerta piuttosto debole. Anche quando il mondo intero si è chiuso in casa per i necessari lockdown, Christie's ha continuato a ricevere richieste da migliaia di collezionisti. Ne ha beneficiato il dipartimento Private Sales che nel 2020 ha totalizzato circa \$1,3 miliardi, cifra record per questo canale pari ad una crescita del 57% rispetto al 2019. Questi dati incoraggianti, hanno contribuito a rafforzare la fiducia dei potenziali venditori e il 2021 è iniziato in modo promettente.

Quali sono i settori (siano pittura o altri segmenti) che hanno resistito maggiormente agli effetti della pandemia? E quale profilo hanno e da dove vengono i collezionisti più attivi?

Sia l'arte che i beni di lusso (gioielli, orologi, vini e borse firmate), continuano ad attrarre la nostra clientela internazionale. Parlando di provenienza geografica dei compratori, nel 2020 il 34% della spesa globale nelle aste di Christie's è avvenuto in Asia, mentre l'America e l'EMEA hanno contribuito ciascuna al 33%.

Guardando al mercato italiano, esistono particolari differenze rispetto ai trend del mercato internazionale?

Dopo la Cina, l'Italia è stato il primo paese duramente colpito dalla pandemia e questo fattore è pesato anche sul mercato dell'arte. Ad esempio la nostra asta di arte del '900, Thinking Italian Milan è stata rimandata da aprile a novembre ma, senza perder tempo, abbiamo lanciato le aste online anche nel nostro paese, a luglio, con una vendita dedicata ad una selezione di fantastici pezzi design proveniente dalla nota galleria milanese Nilufar. Quello italiano è un mercato relativamente piccolo ma possiamo vantare una grande tradizione di collezionismo ancora fiorente ed eclettico. Inoltre i compratori italiani sono attivi anche nelle aste straniere per moltissime categorie.

Spostando l'attenzione, quali sono gli effetti attuali e futuri della Brexit sulla geografia del settore? E quale il ruolo del Continente Asiatico, che più celermente si è ripreso dal colpo inferto dalla pandemia?

Gli effetti di Brexit potranno essere pienamente valutati solo sul medio termine. Al momento presenta qualche fastidio per i collezionisti europei con aumenti dei costi di esportazione e importazione. A livello dei capolavori questi costi aggiuntivi non costituiscono un problema ma certamente sono più disagiati per opere o collezioni di valore medio. Fortunatamente Christie's può contare su una rete di sale d'asta in tutto il mondo che ci consente di studiare strategie di vendita adatte alle esigenze di tutti i collezionisti.

Quali sono le prospettive per il 2021, quando si prevede di poter tornare ai livelli pre-Covid e quali, in particolare, le possibili scelte strategiche vincenti?

Il 2021 è partito bene con vendite di grande successo, sia online che live. A Milano ad esempio abbiamo già offerto due aste online (una di arte del XX secolo e un'altra di gioielli e orologi) tra gennaio e febbraio, mentre le vendite di arte impressionista e surrealista a Parigi e Londra e alcune collezioni private a New York hanno ottenuto ottimi risultati. Ritengo ci siano le basi per continuare su questa strada anche in ragione del fatto che importanti raccolte e numerosi capolavori torneranno sul mercato nei prossimi mesi. Senza paura di suonare un po' retorico, mi sento di affermare che, se l'arte non può difenderci dalla pandemia, rimane una delle più valide medicine per lo spirito e per l'intelletto.

Intervista a Guido Wannenes, Amministratore Delegato di Wannenes Art Auction



perché molte aste si sono tenute a porte chiuse, senza la presenza del pubblico in sala. Il nostro bilancio è quindi positivo e credo che probabilmente questa situazione abbia veicolato maggiore attenzione verso i nostri cataloghi da parte dei clienti, che hanno infatti manifestato un interesse più diffuso su tutti i settori.

Le cause del generalizzato calo del settore sono attribuibili soltanto al Covid o si tratta di una situazione di prosecuzione rispetto ad un 2019 già non brillante per il mercato?

Non credo che il calo del settore sia un freno soltanto attribuibile al Covid, in quanto credo ci siano sempre anni migliori e anni peggiori, e ciò dipende dalla proposta. A sua volta, la proposta non è migliore o peggiore a seconda dell'abilità dei singoli operatori, ma perché ci sono anni in cui si rendono disponibili sul mercato collezioni o beni importanti e anni in cui questo non accade. Si tratta di una caratteristica imprescindibile del mercato, fisiologica. Sono quindi dell'opinione che una parte rilevante della contrazione sia attribuibile al fatto che ci sono state opere meno interessanti sul mercato, in termini di caratteristiche proprie, di coerenza con le tendenze attuali e con le richieste del mercato; o perché, pur essendo in linea con il gusto del momento, l'opera è stata proposta ad un prezzo non interessante, magari troppo elevato. La mia chiave di lettura è quindi che dove si è registrata una contrazione, sia probabilmente attribuibile ad un momento di presentazione di opere o non troppo attraenti o magari con prezzi non particolarmente interessanti per il mercato.

Quanto ritiene che le piattaforme online siano una necessità e quanto una scelta strategica valevole nel tempo? Quali sono i vantaggi e quale criticità di queste piattaforme?

Credo che il mercato dell'arte avrà bisogno di tornare ad una dimensione anche fisica della visione delle opere e del rapporto tra cliente, collezionista, organizzazione e opera. Credo anche, tuttavia, che il "passaggio" tecnologico avvenuto quest'anno non sia destinato a venire meno, una volta superata l'emergenza epidemiologica. È stata registrata una grande accelerazione, in un anno è successo quello che ritengo che normalmente sarebbe

Mercato dell'arte 2020: un commento di sintesi?

Il nostro commento di sintesi è che siamo molto soddisfatti di questo 2020, un anno che per noi si chiude con un fatturato in linea con quello del 2019. Questo a fronte di due aggiudicazioni molto importanti registrate nel 2019, un paio di orecchini da 3 milioni e un Magritte da 1,6 milioni. Solitamente con queste aggiudicazioni è plausibile prevedere una contrazione di fatturato nell'anno successivo, cosa che non è avvenuta e quindi, seguendo questa chiave di lettura, il fatturato in pratica è cresciuto. Scendendo maggiormente nel dettaglio, il fatturato italiano è cresciuto di circa il 10-12%, mentre è stata registrata una piccola contrazione nel fatturato delle aste in partnership con Art Contact a Monaco, proprio come conseguenza delle aggiudicazioni del 2019 che nel 2020 non si sono replicate.

In generale, l'emergenza epidemiologica ci ha trovati preparati e ha permesso anzi di far sì che i clienti si rendessero improvvisamente conto e prendessero confidenza con una serie di strumenti tecnologici già disponibili da tempo, ma ancora solo limitatamente utilizzati. Abbiamo così visto un grosso incremento delle aggiudicazioni online, sia per le aste web-only, quindi gestite direttamente da software, sia per le aste tradizionali, in cui tuttavia la partecipazione si è maggiormente concentrata sul web, anche

successo in 4-6 anni e credo che ormai questo modo virtuale di partecipare al mercato sarà sempre più utilizzato. Mi aspetto che una percentuale minima di clientela, direi circa il 30%, tornerà alle modalità e ai canoni più tradizionali, ma il restante 70% continuerà ad utilizzare in maniera piena le piattaforme web, come ha fatto nel 2020. È comunque evidente che, soprattutto per la visione delle opere, e questo vale soprattutto per le fiere ma anche per le esposizioni delle aste, la presenza dal vivo rimanga più emozionale, più rassicurante, o anche solo più divertente, perché comunque è collegata anche al viaggiare, al vedere l'opera, al gustarsela. Il momento della vendita, tuttavia, credo che potrà essere portato avanti in maniera virtuale, rendendo le sale diradate nella presenza, se non per le aste evento.

Guardando ai vantaggi degli strumenti virtuali, citerei senza dubbio il vantaggio dell'immediatezza e quello della velocità tra la fine del lavoro di predisposizione di un catalogo e la fruizione da parte dei collezionisti. La stampa ha infatti dei tempi tecnici che per quanto possano essere compressi, non sono paragonabili a quelli della pubblicazione di un catalogo su un sito, in un'app o su una piattaforma tecnologica. Altri vantaggi sono la contrazione dei costi e la sicurezza/certezza che il cliente finale riceva il prodotto, certezza precedentemente affidata ai corrieri, ma non sempre soddisfatta per svariate ragioni. Rispetto alle criticità, ritengo che nel corso degli anni i cataloghi delle case d'asta abbiano rappresentato importanti fonti d'archivio per studio e approfondimento, ma d'ora in poi sarà sempre più ridotto il numero di cataloghi che verranno stampati. Rimarranno sicuramente i cataloghi cartacei per le aste-evento e per le vendite più importanti, ma in natura molto più limitata e questo per molti versi è un peccato, venendo meno il fascino dei vecchi cataloghi, talvolta divenuti veri libri di studio.

Ci può fare una breve panoramica sugli effetti in Italia e nel mondo dello scoppio e dell'evoluzione della pandemia sulla domanda dei beni da collezione, nonché sull'offerta, parlando quindi della disponibilità di collezionisti alla vendita?

Nel 2020 non ho assistito ad una particolare spinta alla vendita da parte dei collezionisti, credo che gli effetti di quest'anno si vedranno eventualmente nel 2021. Come sempre accade, è difficile che con la tempesta in atto ci siano effetti immediati, sono sempre un po' differiti nel tempo. Se c'è un anno in cui si potrà analizzare quanto il Covid abbia inciso nell'aumento della voglia di vendere di certi collezionisti è il 2021 e non il 2020. Per quanto riguarda la nostra azienda, in particolare, abbiamo lavorato su proprietà che erano già finalizzate alla vendita nella mente di collezionista, non abbiamo fatto altro che collocare beni in vendita con un iter normale, svincolato dall'effetto Covid.

D'altra parte, l'effetto Covid è stato positivo dal lato degli acquisti: credo che uno dei motivi che ci ha fatto registrare questo incremento di interesse e di vendite sia stato proprio il fatto che molte risorse economiche non sono state disperse in altri segmenti (penso per esempio ai viaggi, alla vita quotidiana, ad una serie di attività che non si possono più fare). Quindi, non potendo più "guardare fuori", tutte le persone hanno iniziato a "guardare dentro", nella propria casa, decidendo magari di fare degli investimenti, o degli abbellimenti, facendo acquisti. L'altro elemento è che sono cresciuti moltissimo gli acquirenti stranieri, che continuano a crescere ad ogni asta. Questo è sicuramente merito del web, che permette davvero di raggiungere tutti, ma è merito anche del fatto che queste risorse non sono state bloccate solo per i collezionisti italiani, ma per tutto il mondo, portando molte persone a spendere in voci diverse da quelle in cui spendeva abitualmente, voci tra cui l'acquisto di opere d'arte o più in generale di beni del lusso. Non solo le opere d'arte sono andate bene, infatti, poiché anche il nostro segmento lusso (come gioielli, orologi, vini) ha fatto registrare risultati importanti e incoraggianti.

È comunque possibile che la pandemia abbia portato alcuni potenziali venditori ad attendere tempi migliori, e questo è il motivo principale della contrazione registrata dal settore. Io non credo che la contrazione sia figlia di un mercato che non vuole comprare, io credo che la contrazione sia figlia del fatto che non sono finite sul mercato proposte tanto interessanti da invogliare il mercato a comprare. Nel nostro particolare, non abbiamo registrato questo trend, anche grazie ad un team molto bravo di professionisti che sono stati in grado di rassicurare i clienti e dimostrare con i risultati registrati il nostro trend positivo, essendo stato un anno di crescita continua, aggiudicazioni importanti e record price. La contrazione è quindi sostanzialmente riconducibile a questo, poiché tutt'oggi i collezionisti sono ancora felici di comprare, in un contesto di mercato comunque più selettivo e meno onnivoro rispetto al passato.

Quali sono i settori (siano pittura o altri segmenti) che hanno resistito maggiormente agli effetti della pandemia? E quale profilo hanno e da dove vengono i collezionisti più attivi?

Per la nostra realtà, i settori di punta sono stati i dipinti antichi, il design e i gioielli, e ci si attende che anche per il 2021 questi reparti manterranno questo trend. È inoltre plausibile attendersi una crescita del segmento lusso, quindi orologi, vini e anche auto, e parallelamente un maggiore orientamento a prediligere investimenti più solidi, parlando in termini generali, come potrebbe essere un investimento sugli Old Masters, e magari una minore attenzione per acquisti più speculativi, come quelli nell'arte contemporanea. Si parla tuttavia di trend relativi al 2021, che dipenderanno da una serie di fattori, ad oggi non del tutto prevedibili.

Guardando alla provenienza dei collezionisti, è possibile affermare che il collezionismo sarà sempre più internazionale: oggi lavoriamo davvero con tutti i 5 continenti, in più di 50 nazioni diverse. Quella che molti vedono come crisi, oggi, può essere un'opportunità: oggi si può essere in Italia, ma giocando con tutto il mondo. I limiti tra Italia ed estero sono solo legislativi, perché sappiamo che, nonostante molti progressi siano stati fatti con l'inserimento delle soglie di valore, il sistema burocratico è ancora molto complesso, elemento di rallentamento nel potenziale del mercato nostrano. Però sempre di più il mercato dell'arte sarà globale: per esempio, abbiamo clienti da Nuova Zelanda e Brasile, e questa è un'opportunità straordinaria che è figlia di questi tempi, del digitale, del web, di un mondo che ti permette davvero di essere interconnesso con tutti in un click. Io credo sia una cosa straordinaria e inedita, un lato positivo che molti non vedono.

Guardando al mercato italiano, ritiene che esistano particolari differenze rispetto ai trend del mercato internazionale?

Io credo che il mercato internazionale sia il miglior mercato possibile per i grandi capolavori, che sono un numero ridottissimo di opere. In generale, credo che un certo tipo di opere non solo medio-basse ma anche medio-alte, si venda meglio in Italia che non nel mercato internazionale.

Ritiene che l'attuale situazione possa dare il via a processi di consolidamento sul mercato domestico?

Il consolidamento dei player italiani in termini di crescita e sviluppo è un trend a cui si è assistito negli ultimi anni indipendentemente dall'emergenza sanitaria. Il consolidamento, invece, in termini di numero di player sarebbe auspicabile, nonostante la possibilità che si realizzi dipenderà molto da quanto tutti tanto lungimiranti e attenti da capire che uniti è meglio che non divisi. Ma questo è un problema un po' più ampio dell'Italia, che difficilmente riesce a fare sistema, e a fare squadra. Io la vedo comunque come una scelta auspicabile perché se due o tre realtà italiane primarie si unissero tra loro, sicuramente riuscirebbero a dare vita ad un'azienda maggiormente in grado di guardare al mondo da una prospettiva diversa.

Spostando l'attenzione dal Covid, quali sono gli effetti attuali e potenziali di Brexit sulla geografia del mercato dell'arte internazionale e in particolare su quello italiano?

Brexit è una storia ancora da scrivere. Sono dell'opinione che Londra rimarrà un centro importante del mercato dell'arte, nonostante ritengo si possa assistere ad un iniziale momento di stallo, anche figlio della poca chiarezza sulle nuove regole che tutti gli operatori, i collezionisti e in generale il mondo dell'arte dovrà rispettare. Quanto ad eventuali riflessi negativi sull'arte italiana, non credo siano legati alla Brexit.

Il problema dell'arte italiana, apprezzata in tutto il mondo, è la difficoltà di circolazione delle sue opere. Questo dipende da un sistema di tutela che, seppur abbia fatto dei passi avanti e seppur debba esserci per salvaguardare in modo congruo il nostro immenso patrimonio, potrebbe arrivare ancora ad una migliore definizione, distinguendo tra cosa sia il patrimonio essenziale per il Paese e cosa invece sia il patrimonio artistico che potrebbe essere valorizzato all'estero, rappresentando l'Italia nei musei del mondo. Quella che per noi talvolta è un'opera media, di cui tuttavia si vieta l'esportazione per interesse culturale, potrebbe essere un'opera rilevante per un museo estero, Mi chiedo quindi se non sia meglio che quel quadro venga esposto in un museo piuttosto che nella casa di un collezionista privato.

Quali sono punti di forza e di debolezza dei tre comparti della pittura (quindi Old Masters, arte moderna e arte contemporanea) in un momento storico come questo?

Premettendo che si tratta di dinamiche ormai sedimentate e non figlie del momento, posso dire che i punti di forza dei dipinti antichi sono la maggiore stabilità sui prezzi, nonostante la minore e più graduale performance delle opere rispetto all'arte moderna o contemporanea, in grado di fare grandi salti nel giro di sei mesi. L'elemento sfavorevole ovviamente è la maggiore volatilità che può avere l'arte contemporanea e in misura più contenuta l'arte moderna, che ormai è soggetta ad un fenomeno molto radicato di storicizzazione, per cui i prezzi cominciano ad essere molto più stabili.

Nell'arte contemporanea esiste ancora una forte volatilità nelle quotazioni. Al netto di tutta questa lettura in chiave finanziaria, secondo me, alla base di tutto dovrebbe esserci l'opera e la passione per l'opera, se no il rischio è che si guardi solo l'aspetto economico di un'opera, perdendo il resto del valore.

E quali invece i punti di forza e di debolezza degli altri beni da collezione, quali gioielli, vini, beni antichi e classic cars?

Il segmento lusso ha una platea molto più ampia dell'arte: mentre di solito c'è il collezionista di arte moderna o di arte antica, entrambe le categorie acquistano vini, gioielli e lusso in generale. Quindi sicuramente l'elemento lusso è molto più trasversale e in questo senso riesce a rivolgersi davvero ad una platea molto più ampia e più ampia anche nel senso globale nel termine, perché un gioiello può essere apprezzato in tutto il mondo, come il vino o come l'auto, mentre magari l'arte tradizionale e i settori più tradizionali di una casa d'aste sono settori che necessitano di maggiore approfondimento, consapevolezza, e anche di scelta intellettuale, emotiva e passionale per l'oggetto.

Si rilevano differenze tra il collezionismo italiano e il collezionismo straniero? E, in particolare, l'arte italiana oggi è appannaggio del mercato domestico o è sempre più seguita anche dal mercato internazionale?

L'arte italiana è apprezzata ovunque, non soltanto dal collezionista privato ma anche da parte di musei ed istituzioni, che comunque continuano a comprare arte italiana. Un esempio è il Cimabue venduto in Francia che poi lo stato Francese ha deciso di opzionare e tenere per le proprie collezioni. L'arte italiana piaceva, piace e continuerà a piacere perché l'Italia è l'arte: a mio parere, chiunque voglia fare una collezione, che sia un privato, un museo, una fondazione, non può prescindere dall'arte italiana.

Quanto ai collezionisti italiani, negli ultimi anni abbiamo assistito ad un processo di internazionalizzazione del collezionismo, si è andati a cercare un po' le stesse cose in tutto il mondo e quindi si è andato un po' a cercare la "sovra-collezione", ovvero l'oggetto che possa piacere a tutte le latitudini. È stata sicuramente un'ottima scelta perché ha permesso al mercato di crescere, di diventare più fine, meno onnivoro, più selettivo, più consapevole. Talvolta si ha l'impressione che si rischi un provincialismo alla rovescia: magari davanti ad un vero capolavoro, ma di un artista minore troviamo minore attenzione, mentre bisognerebbe valorizzare l'opera in quanto capolavoro e non in quanto di un artista primario o secondario.

Quando un'opera è di eccezionale qualità e conservazione, e di provenienza importante, dovrebbe sicuramente avere una valorizzazione conseguente. La vera differenza tra collezionismo italiano e internazionale, è che il collezionismo internazionale annovera tra le proprie file molti più soggetti, trattandosi quindi di un collezionismo molto più ampio. Ritengo tuttavia che in Italia ci sia mercato più ristretto, ma di collezionisti straordinari; tanto è vero che spesso si assiste ad aggiudicazioni rilevanti nel mercato internazionale, in cui il bidder e talvolta l'under bidder sono italiani.

Quindi nonostante poi l'aggiudicazione sia categorizzata come internazionale, si tratta in realtà di una aggiudicazione italiana. Io credo che ci sia un numero rilevante e soprattutto qualitativamente elevatissimo di collezionisti domestici che esprimono la loro opinione qualificata a livello internazionale. Dopodiché, il mondo è molto più vasto dell'Italia per banale fattore numerico e quindi è chiaro che poi i volumi del mercato internazionale sono maggiori.

Quali sono le prospettive per il 2021, quando si prevede di poter tornare ai livelli pre-Covid e quali, in particolare, le possibili scelte strategiche vincenti?

Il 2021 sarà ancora un anno di transizione. Ritengo che i primi miglioramenti si possano vedere solo a partire dall'autunno e poi dal 2022, ma su questo c'è un grande punto interrogativo, cioè quali saranno nel concreto gli esiti della campagna vaccinale, che potrebbe avere risultanze molto diverse, tra cui anche la possibilità che acceleri una forma di entusiasmo che si riflette in tutto il mondo, su tutti i mercati e quindi anche su quello dell'arte.

Quanto alle strategie, la nostra è perseguire una sempre maggiore internazionalizzazione, guardando sempre più all'estero. L'abbiamo fatto dal 2017 allargandoci al Principato di Monaco e puntiamo di continuare a farlo anche per tutto il 2021 con uno sguardo sempre più attento alle opportunità di ampliamento in altre nazioni. Per quanto riguarda il mercato più in generale, credo che l'obiettivo degli operatori sia sempre il medesimo: riuscire a cogliere le migliori occasioni, le migliori cose che la parte venditrice del collezionismo e farle incontrare con i migliori acquirenti.

Intervista a Rossella Novarini, Direttore Generale de Il Ponte Casa d'Aste



Quanto ritiene che le piattaforme online siano una necessità e quanto una scelta strategica valevole nel tempo?

Credo fortemente che l'ampliamento dell'offerta sui canali online sia una strategia "necessaria" per essere competitivi e ampliare sempre più il bacino di clienti. L'inizio del 2020 è per noi coinciso con il lancio della piattaforma IlPonteLive ed è proseguito con l'inserimento nel team della comunicazione di un esperto in digital marketing, tutto questo ancor prima che la pandemia prendesse il sopravvento. È un percorso che non può essere invertito e che al contrario si consoliderà.

Quali sono i vantaggi e quali le criticità di queste piattaforme?

Le piattaforme online hanno modificato i tempi della battitura rallentando la gestione dei rilanci, ma di contro hanno contribuito ad ampliare il parco dei concorrenti e di conseguenza ravvivare la competizione, permettendo la partecipazione ad un pubblico diversificato e distribuito ad ogni latitudine. La bellezza di questo lavoro però risiede anche nella possibilità di entrare in contatto diretto con le persone e con l'emozione e l'adrenalina che si respirano durante una battitura, per questo abbiamo pensato ad una mediazione tra tradizione e innovazione mantenendo la battitura in tempo reale - dal vivo in diretta streaming - e allargando la partecipazione ai telefoni. In questo modo l'impatto emozionale e sensoriale rimane vivido e attivo.

Ci può fare una breve panoramica sugli effetti in Italia e nel mondo dello scoppio e dell'evoluzione della pandemia sulla domanda dei beni da collezione, nonché sull'offerta, parlando quindi della disponibilità di collezionisti alla vendita?

Nell'anno appena trascorso il tema dello spazio privato e personale è sicuramente tornato ad essere centrale sotto diversi punti di vista: sociale, culturale, economico e politico. Tutti noi, indistintamente, ci siamo trovati a ri-vivere quotidianamente il nostro ambiente domestico. Molte persone hanno avuto modo di guardarsi intorno, tra le mura domestiche - pensiamo a tutti coloro

Mercato dell'arte 2020: un commento di sintesi

Un anno costellato da innumerevoli sfide e allo stesso tempo pieno di opportunità per rinnovare modalità di lavoro consolidate e scommettere su nuove strategie evolutive. È stato l'anno di accelerazione dei processi di digitalizzazione del business, dell'online trasversale, del mercato dell'arte davvero globalizzato.

Le cause del generalizzato calo del settore sono attribuibili soltanto al Covid o si tratta di una situazione di prosecuzione rispetto ad un 2019 già non brillante per il mercato?

Nel 2019 la nostra azienda ha chiuso l'anno con un record di fatturato pari a € 32,3 milioni con un incremento del 5% rispetto al 2018, per cui non abbiamo rilevato una "minore brillantezza" né un calo del settore. L'emergenza sanitaria si è interposta ma senza interrompere tuttavia la richiesta del mercato dell'arte che non è mai venuta meno. La chiusura e il blocco di numerosi canali di vendita di opere d'arte, a livello nazionale ed internazionale (mostre, vernissage, saloni ecc...) ha fatto confluire sulle aste una fetta importante della domanda e dell'offerta.

che hanno improvvisato un ufficio per lo smart working - vivendo maggiormente i tanti oggetti e arredi di casa. Per chi colleziona o possiede delle opere d'arte, si è presentata un'insolita occasione per stare a contatto con le proprie "wunderkammer": riconsiderare oggetti e opere, sfruttare siti online per approfondire, valutare, vendere o acquistare. Noi abbiamo cercato di canalizzare queste esigenze, implementando una serie di servizi che facessero sentire le persone seguite, consigliate e coinvolte in un percorso di approfondimento e riconsiderazione delle raccolte e delle proprietà personali.

Quali sono i settori (siano pittura o altri segmenti) che hanno resistito maggiormente agli effetti della pandemia? Quale profilo hanno e da dove vengono i collezionisti più attivi?

Hanno mantenuto solidità e dimostrano di continuare a reggere i Gioielli, l'Arte Moderna e Contemporanea ed il Design. Abbiamo inoltre registrato due record dipartimentali - nel settore Filatelico (oltre € 800.000 fatturati nella sola asta di luglio 2020) e Libri e Manoscritti (oltre € 1 milione di battuto totale) nonché significativa ripresa dell'Antico (oltre € 3 milioni di fatturato annuale).

Buona anche la ripresa dell'Arte Orientale che ha limitato la sua proposta a una sola asta nel 2° semestre con riscontri molto positivi, così come ottima l'affermazione per il settore Dipinti e Sculture del XIX e XX secolo. La profilazione dei clienti, e la loro provenienza, dipendono dal settore: l'età media va dai 55 ai 64 anni, ma quando si tratta di opere e beni del Novecento la media si abbassa ad un pubblico tra i 35 e 44 anni. Spesso si tratta di professionisti provenienti dal mondo finanziario e imprenditoriale, ma nel caso dei bibliofili troviamo anche molti avvocati, medici, architetti e ingegneri.

Guardando al mercato italiano, ritiene che esistano particolari differenze rispetto ai trend del mercato internazionale? Ritiene che l'attuale situazione possa dare il via a processi di consolidamento sul mercato domestico, in termini di numero di operatori?

In Italia, il mercato dell'arte ha un potenziale enorme, ma è da sempre fortemente penalizzato nella sua espansione dalle cavillosità legislative e burocratiche insite nel nostro sistema. Le normative sulla libera circolazione delle opere ci ostacolano molto rispetto ad altri Stati europei con patrimoni simili al nostro i quali, pur mantenendo soglie temporali, di valore e di qualità, non limitano il libero scambio. L'Italia è sede di straordinarie collezioni e di appassionati d'arte, ma i presupposti per avere un consolidato mercato domestico dipenderanno dalla possibilità di aprirci ulteriormente verso l'esterno, al pubblico straniero.

Spostando l'attenzione dal Covid, quali sono gli effetti attuali e potenziali di Brexit sulla geografia del mercato dell'arte internazionale e in particolare su quello italiano?

La Gran Bretagna, grazie alle sue favorevoli condizioni fiscali, è sempre stata considerata "porta d'ingresso privilegiata" nella circolazione di opere d'arte e meta per i collezionisti di tutto il mondo. Con la Brexit la sua scelta di isolamento con inevitabili modifiche al sistema fiscale e alla burocrazia nell'ambito dell'importazione ed esportazione dei beni, il ripristino delle dogane e delle tasse andranno sicuramente a incidere sul mercato di scambio.

Questo potrebbe costituire un'ottima opportunità di intercettare tutti quei compratori che vedevano nella GB l'ideale liberale e la condizione perfetta di compravendita. L'impatto favorevole sul mercato italiano, qualora non venissero attuate decisive virate a livello burocratico, potrebbe tuttavia essere vanificato ancora una volta dalle incertezze di esportazione e dalle trafale burocratiche.

Quali sono punti di forza e di debolezza dei tre comparti della pittura (quindi Old Masters, arte moderna e arte contemporanea) in un momento storico come questo?

Dal punto di vista strettamente commerciale i settori citati - a cui nel caso della nostra azienda va aggiunto quello specificatamente dedicato a Dipinti e Sculture del XIX e XX secolo - hanno variabili connesse al loro stesso mercato e alla tipologia dei clienti. L'opera moderna attrae le nuove generazioni e i grandi investitori. Da sempre essa è andata a braccetto con finanza, borse, investimenti. Mentre la produzione del pieno '800 e andando a ritroso, ha i suoi collezionisti tra i cultori della storia dell'arte e le generazioni più tradizionaliste e "attempate". Nel primo caso, la debolezza può derivare dalle eventuali oscillazioni dell'economia, come è già successo peraltro nel corso degli anni recenti ('90 e 2000), nel secondo dal ricambio generazionale.

Ma c'è un punto debole che contraddistingue tutte: i vincoli di esportazione che, se da una parte riguardano le opere a 70 anni dalla data di creazione, dall'altra rappresenta un ostacolo generalizzato perché di fatto neppure un'opera moderna bypassa il vaglio del Ministero. Un ostacolo che sembrerebbe potersi superare (il condizionale è d'obbligo) con la recente introduzione della "soglia di valore", ma che di fatto condiziona in Italia i grandi scambi e le aggiudicazioni record che si vedono in Inghilterra, in Francia, a New York, e che qui non si registrano.

E quali invece i punti di forza e di debolezza degli altri beni da collezione, quali fotografia, gioielli, vini, beni antichi e classic cars?

Sono settori molto molto differenti tra loro. I Gioielli sono e rimangono una certezza dal punto di vista dell'investimento. Con un fatturato di oltre 3 milioni di euro nella sola asta di novembre e un incremento del 300% nella richiesta di condition report, è stato capace di posizionarsi nuovamente tra i leader nazionali. La Fotografia per quanto ci siano buoni riscontri in termini di partecipazione alle aste, in Italia è una forma d'arte che deve ancora essere capita nell'ottica dell'investimento solido e a lungo termine. Vini e Automobila sono stati inaugurati proprio nel 2020 perché crediamo in questo filone collezionistico, ma ancora dobbiamo verificare che tipo di impatto ci sia stato sul loro pubblico durante e dopo la pandemia. Vintage è un settore che affascina, eppure fatica a decollare perché l'accessorio o l'abito non sono ancora visti e vissuti come una forma di arte, mentre lo sono a tutti gli effetti.

Si rilevano differenze tra il collezionismo italiano e il collezionismo straniero? E, in particolare, l'arte italiana oggi è appannaggio del mercato domestico o è sempre più seguita anche dal mercato internazionale?

In primo luogo in Italia il mondo delle aste è stato per diversi anni frainteso e associato a un contesto fallimentare. Questo fattore ha sicuramente penalizzato lo sviluppo di un florido collezionismo locale: parliamo di diversi appassionati che si affidavano più volentieri al commerciante (che è stato fin dagli albori il principale acquirente delle aste) piuttosto che entrare personalmente e direttamente nel mondo delle aste percepito "per pochi eletti".

Nel nord Europa, non solo le case d'asta vantano una storia più radicalizzata e secolare (esistono dal 1700) ma il pubblico, che ha sempre comprato e venduto per mezzo delle aste, è ampio, eterogeneo e ben disposto all'acquisto anche quando non dispone di somme ingenti. L'arte italiana non è solo motivo d'orgoglio nazionale, ma è sicuramente molto amata e seguita all'estero e tanti sono i clienti che, se ci fosse maggiore fluidità di scambio, investirebbero volentieri e stabilmente sul nostro mercato.

Quali sono le prospettive per il 2021, quando si prevede di poter tornare ai livelli pre-Covid e quali, in particolare, le possibili scelte strategiche vincenti?

Le prospettive per il 2021 sono positive. L'anno è stato inaugurato, come di consuetudine, con un ricco calendario d'aste che coinvolge tutti i dipartimenti e presenta importanti conferimenti. Il segnale che vogliamo dare è di continuità e grande qualità dei beni inseriti a catalogo, focalizzandoci su un'offerta capillarizzata sulle tante domande dei mercati. È impossibile prevedere quando torneremo ai livelli pre-Covid e personalmente preferisco parlare di una rivoluzione post-Covid.

Non amo guardare indietro con nostalgia, preferisco guardare avanti con ottimismo. Siamo sicuri che quello che abbiamo lasciato sia meglio di ciò che ci aspetta? Io credo che quanto accaduto sia una spinta e uno stimolo a migliorare rispetto a ieri. In concreto dovremo dimostrare la nostra capacità di navigare a vista, speranzosi che presto si possa tornare a una stabilità (sanitaria, sociale e politico - finanziaria) che ci permetta di guardare con maggior chiarezza all'orizzonte. Le nostre strategie puntano all'utilizzo di tutti quegli strumenti digitali che ci permetteranno di intercettare le esigenze dei clienti e garantire loro un servizio sempre più efficiente ed efficace.

Intervista a Italo Carli, Head of ARTE Generali Italia



Ha tenuto maggiormente il mondo dei privati, che hanno continuato a far evolvere le proprie collezioni e tener vivo il mercato, seppur in dimensioni ridotte rispetto agli scorsi anni, anche per mancanza di grandi eventi come TEFAF o come Art Basel, che rappresentano un momento di transazione molto importante, riflettendosi quindi anche sul mercato delle assicurazioni. Guardando invece alle fiere, le coperture assicurative sono prevalentemente di competenza di singoli galleristi o operatori, quindi i volumi del mercato assicurativo per questo settore sono inferiori a quello per mostre temporanee ed istituzioni, che restano la voce più rilevante in termini di impatti della pandemia.

Com'è andato il lancio di un'iniziativa (ARTE Generali), in un anno complesso come il 2020?

ARTE Generali è stata lanciata ufficialmente in Italia nel novembre 2019, sebbene naturalmente le attività di preparazione sono state avviate molto prima. Abbiamo dovuto fin da subito pensare a come arrivare al mercato in modo digitale, fattore che ha determinato di certo una serie di complessità. Le possibilità di comunicare erano limitate al solo mondo virtuale, in un mercato che tuttavia è fortemente influenzato dalla relazione personale, in cui non basta fare brand awareness per emergere.

Inoltre il prodotto è legato a una proposta commerciale veicolata tramite intermediari, che hanno difficoltà anche ad incontrare i clienti, e risulta spesso complesso acquisire nuovi clienti da remoto. D'altro lato, tuttavia, il 2020 ci ha dato un'opportunità, accelerando il processo digitale (tool, approccio e comunicazione). Nonostante le difficoltà, il progetto ha coinvolto in Italia decine e centinaia di persone, tutte da remoto, facendo sì che quest'esperienza possa diventare un punto caratteristico della nostra offerta, una best practice di riferimento.

La performance del mercato assicurativo per il mondo dell'arte e dei collectibles nel 2020: un commento di sintesi?

Il mercato delle coperture assicurative ha vissuto la contrazione più rilevante degli ultimi anni a causa della cancellazione, a partire da febbraio-marzo 2020, di gran parte delle mostre temporanee, che rappresentano un importante settore di raccolta per il mercato assicurativo. Restando sempre in ambito istituzionale, le coperture per i musei sono sostanzialmente rimaste invariate, trattandosi di organizzazioni assicurate per rischi statici. La crisi, tuttavia, sta avendo un forte impatto sui musei e sulle istituzioni, che si riverbera anche sul mercato assicurativo, che non ha potuto ulteriormente crescere, nonostante la contrazione non sia forte come quella registrata per il mondo delle mostre. Il patrimonio museale è infatti permanente e continua a necessitare di una copertura per rischi quali furti, potenziali incendi o danni, nonostante possano essere minori le probabilità di alcuni sinistri, per via della ridotta presenza di visitatori.

Facendo una fotografia attuale, quali le differenze più significative tra il mercato assicurativo italiano, quello europeo e quello internazionale?

Nel mercato assicurativo i comportamenti dei clienti sono molto simili, c'è più somiglianza che differenza. Credo che a fare la differenza siano alcuni aspetti più oggettivi e una diversa cultura assicurativa. L'Italia è infatti riconosciuta come uno dei Paesi con il più grande patrimonio artistico al mondo, ma da un punto di vista di mercato assicurativo è poco sviluppata. All'estero c'è molta più consapevolezza dell'assicurazione e il ruolo dello Stato è diverso, per cui per esempio molti musei sono assicurati, quindi fanno anche mercato.

Normalmente i musei italiani statali non sono assicurati. Esistono musei di competenza di autorità locali che sono assicurati, ma con polizze incendio o furto normali, poiché manca una vera e propria consapevolezza. Se questo si moltiplica per un patrimonio artistico e museale vasto e diffuso come quello italiano, è evidente che esiste un mercato potenziale da esplorare molto più grande di quello reale. Questo accade inevitabilmente anche nel privato, spesso per coperture non adatte alle esigenze dei collezionisti.

Quali sono gli oggetti maggiormente assicurati, da parte dei collezionisti odierni? Si è assistito, negli ultimi anni, ad una qualche evoluzione nella domanda di prodotti assicurativi? Esistono difficoltà specifiche nella valutazione delle opere?

Il tema è sempre valutare se i beni sono assicurati correttamente oppure no. Gli immobili sono normalmente assicurati; per quanto riguarda gli oggetti, le collezioni contemporanee sono più frequentemente assicurate rispetto a quelle di arte antica. Le ragioni sono sia oggettive, sia psicologiche. La collezione contemporanea è normalmente di creazione più recente e quindi si ha una consapevolezza più diretta del valore economico delle opere che la compongono, poiché sono state acquistate in asta o in galleria, entrando nell'asset patrimoniale del collezionista con un set di informazioni molto più vasto rispetto a quello di una collezione magari ereditata, che esiste da tempo e di cui non si ha consapevolezza dell'acquisizione.

Le difficoltà nella valutazione costituiscono una possibile causa di questa differenza tra arte antica e contemporanea?

Direi di no, non esistono grosse differenze per la valutazione delle opere, ferme restando alcune difficoltà connesse alla valutazione di opere particolari, come potrebbe essere un Caravaggio. Ovviamente se c'è una transazione immediata non c'è il tema di valutazione, ma questo vale sia che si tratti di un'opera del Seicento sia che sia contemporanea. La valutazione è comunque un momento fondamentale per l'assicurazione, perché l'assicuratore non assicura l'integrità dell'opera, ma il suo valore economico, che va quindi correttamente determinato per non sotto-proteggere né sovra-proteggere il bene.

Guardando al digitale, ci può fare una panoramica di come il mondo delle assicurazioni per arte e collectibles si sia mosso negli ultimi anni? Quanto il Covid-19 ha accelerato il processo di digitalizzazione dell'arte? A quali piattaforme è maggiormente interessata una compagnia di assicurazioni?

È difficile fare una valutazione perché oggi il mondo delle assicurazioni per l'arte è molto indietro dal punto di vista dell'innovazione tecnologica. ARTE Generali nasce "digitale" e non conosco altre realtà come che stiano puntando in questo modo sul digitale, essendo un mondo ancora basato su strumenti più tradizionali, come tutto il mercato dell'arte, di cui l'assicurazione è solo una parte. Oggi esistono sistemi di catalogazione più moderni, che iniziano ad essere maggiormente utilizzati, sia dai musei, sia per molte collezioni corporate, ma c'è più disponibilità di tools che capacità di riempirli: manca un'offerta strutturata che consenta di trasformare le schede ancora cartacee in digitale. Manca la capacità di legare la digitalizzazione delle opere, ossia la loro fotografia, alla documentazione dell'opera, come certificato di autenticità e condition report, elementi da esaminare per determinare il valore di un'opera. Si parla molto di blockchain, ma la blockchain certifica solo il digitale. Esistono oggi alcune soluzioni interessanti che possono consentire di avere una "carta d'identità digitale", con le "impronte digitali" dell'opera, combinando in modo inequivocabile, univoco e indissolubile la documentazione con l'oggetto.

Tuttavia, un'evoluzione che credo possa influire sul mercato in modo importante, è il supporto dell'intelligenza artificiale, che potrà coadiuvare (e non sostituire) gli esperti che oggi solitamente eseguono le valutazioni. L'esperto oggi esamina l'opera, consulta database come Artnet e Artprice, fa le sue verifiche sugli andamenti di mercato grazie al proprio network e determina il valore del bene. La parte di ricerca potrebbe essere invece ampiamente supportata dall'IA, ma non sostituita, perché parliamo comunque di un mondo in cui la parte emotiva e illogica è la parte più importante.

In linea generale comunque credo che per avere successo sia necessario avere una vera strategia digitale, che va oltre ai click su Facebook, al sito web o ai post su LinkedIn, perché deve definire un modo di posizionarsi dell'azienda più ampio. Ad esempio ARTE Generali ha, fin dalla sua nascita, una strategia intrinsecamente digitale che rappresenta il suo patrimonio di conoscenza e competenza, il suo "brand". Ad ogni modo, si tratta di una sfida importante che va affrontata dalle aziende che lavorano in un mercato di nicchia come questo, con la difficoltà-opportunità di mantenere le relazioni anche a distanza.

Su quali mercati puntate, anche in termini geografici?

Siamo concentrati sul mondo dei privati, nella volontà di offrire copertura sia per le collezioni, sia per gli immobili, quindi non solo il "contenuto" ma anche il "contenitore", tipicamente con clienti HNWI che sono il nostro segmento di riferimento. L'obiettivo non è soltanto assicurare, ma anche e soprattutto assicurare nella maniera più corretta, dando soluzioni adeguate e personalizzate ai clienti, in qualità di loro "partner di vita".

Stiamo poi lavorando ad un'offerta istituzionale per musei, fondazioni e corporate collection, in un contesto italiano in cui spesso è difficile distinguere quale sia il patrimonio aziendale e quello privato, con collezioni spesso distribuite tra ufficio, casa ed enti come le fondazioni. Anche in questo caso vogliamo offrire un'offerta completa, non solo in grado di coprire la collezione ma anche il "contenitore", cosa particolarmente importante in Italia, dove molti immobili sono anche ricchi di affreschi. Abbiamo infine la capacità di coprire le mostre ed esposizioni, anche se in questo momento si tratta ovviamente di un mercato in stasi.

Relativamente all'area geografica di riferimento, ARTE Generali è un'iniziativa europea nata in Germania, presente in questo momento anche in Italia, Francia ed Emirati Arabi Uniti. L'idea è espandersi in altri Paesi nel corso del 2021, in Europa e magari anche oltre i confini europei nel futuro.

Il mondo delle corporate collection è oggi in grande fermento. Cosa fate per attrarre nuovi clienti e come condividete con loro l'opportunità di assicurare e valorizzare le collezioni?

Siamo convinti che i servizi siano il punto chiave del nuovo modo di fare assicurazione, per cui pensiamo di sviluppare una soluzione che sia analoga a quella per i privati: integrare un prodotto assicurativo corretto, della migliore qualità, con un insieme di servizi di consulenza e assistenza garantiti da una vasta rete di partner. Nel pacchetto di offerta corporate, la voce Protezione include piani di Risk Assessment, poco interessanti per il privato, ma fondamentali per un'azienda, dove spesso le collezioni sono anche iscritte a bilancio. Proponiamo inoltre servizi di disaster recovery, catalogazione, valutazione, valutazione a fair value. Non parliamo quindi solo di "coprire": la copertura assicurativa è solo un tassello di un mondo molto più vasto.

Il Covid ha comportato o comporterà una aggregazione tra i vari player assicurativi di mercato?

Si tratta di una prospettiva difficile, per il mondo fine art. È un mercato ristretto, in cui le barriere all'ingresso sono legate alle skills degli individui, e in cui è difficile evitare la nascita di un nuovo competitor. Direi che si tratta più di un tema di gestione, di innovazione ed evoluzione: a fronte di pochi premi si prendono grandi rischi, ma non significa che un player grosso vinca per definizione.

Quali sono le prospettive per il 2021? quando prevedete di tornare ai livelli pre-Covid e quali, in particolare, potrebbero essere le possibili strategie vincenti?

Nessuno può fare previsioni certe, ma ci si attende un graduale ritorno alla normalità dal secondo semestre. Cercheremo di rendere operative le nostre innovazioni tecnologiche e continuare a seguire l'evoluzione del mercato. Guardando alle possibili scelte strategiche, in termini di prodotto potrebbe essere interessante sviluppare il mercato assicurativo dell'automobile storica o di lusso; mentre in termini di posizionamento, ci concentreremo a sviluppare in Italia il supporto consulenziale attraverso le partnership, per mettere la qualità dei servizi all'interno e all'intorno della nostra offerta.

L'assicurazione è un collante di un percorso più ampio di consapevolezza della gestione della collezione e per questo stiamo selezionando i migliori partner per i clienti che sceglieranno la nostra polizza, che prevede un servizio di concierge completo. Ritengo sia un punto distintivo dell'offerta, offrire un servizio completo, "chiavi in mano", da fruire anche tramite App, strumento che sta evolvendo per garantire il servizio migliore al cliente.

Intervista ad Alessandro Guerrini, Amministratore Delegato Art Defender e Art Defender Insurance



Al contrario hanno dimostrato una notevole resilienza quei servizi - come ad esempio la consulenza - che si rivolgono al mondo del collezionismo privato e che, per loro natura, hanno potuto contare sulla tecnologia delle piattaforme web per la trasmissione di dati, informazioni e immagini. Art Defender, ad esempio, nel 2020 ha registrato un incremento esponenziale delle richieste di consulenza da parte di HNWI, con particolare riferimento a quelle provenienti dagli operatori del wealth management e della consulenza patrimoniale. Ancora una volta è emerso come, nei momenti di incertezza congiunturale, le passioni collezionistiche assumano una rilevanza anche come forma di diversificazione degli investimenti e come "riserve di valore".

2020: quale bilancio è possibile fare per il mercato dei servizi per l'arte?

La pandemia, come è naturale pensare, ha avuto un impatto anche sul mercato dei servizi per l'arte, ma è opportuno fare dei distinguo in relazione ai diversi comparti che lo compongono e alle diverse tipologie di target. A soffrire maggiormente sono stati senz'altro i comparti più "operativi", come ad esempio quello della logistica fine art, per effetto delle limitazioni connesse ai due lockdown. La cancellazione degli eventi espositivi - a livello istituzionale - e delle mostre in galleria e delle fiere - a livello di mercato - ha determinato una marcata sofferenza di tutti i player attivi in questo comparto. Per le medesime ragioni, anche il mercato assicurativo ha visto fortemente ridimensionata la raccolta dei premi derivanti da mostre, fiere ed eventi d'arte temporanei.

Q quale correlazione esiste fra l'andamento del mercato e la domanda di servizi per l'arte?

La correlazione fra i due ambiti è estremamente marcata: la domanda di servizi prospera quando il mercato dell'arte attraversa fasi espansive. Quando le opere d'arte passano di mano, nasce l'esigenza di stimarne il valore, di verificarne lo stato di conservazione, di trasferirle da un luogo a un altro, di assicurarle e così via... Allo stesso modo, come per il mercato dell'arte, anche per il mercato dei servizi, quello del passaggio generazionale o della pianificazione successoria è un momento chiave in cui sorgono esigenze connesse alla gestione dei patrimoni artistici. Sono queste infatti le situazioni in cui - più frequentemente - i nostri esperti sono chiamati a "mettere ordine" per valutare la consistenza patrimoniale delle raccolte, per verificarne le caratteristiche, per dividerle fra più eredi o, semplicemente, per "accompagnarle" verso un processo di dismissione.

Come è cambiato il mercato di riferimento delle società che si occupano di servizi per l'arte? C'è stata una evoluzione della domanda?

Il mercato è profondamente mutato negli ultimi anni. Da un punto di vista dell'offerta, si sono affacciati sul mercato nuovi operatori - in tutti i comparti che lo compongono - e ciò ha determinato un incremento della competitività e un diffuso miglioramento qualitativo dei servizi. Dalla prospettiva opposta, ovvero quella della domanda, è riscontrabile una maggiore consapevolezza e una maggiore sensibilità dei clienti verso gli aspetti qualitativi. I collezionisti sono infatti sempre più selettivi e attenti agli standard di servizio offerti dai provider di cui si avvalgono. Questa situazione ha generato una sostanziale polarizzazione degli operatori: da un lato i (pochi) player di eccellenza in grado di far percepire il valore della propria offerta, dall'altro i player che riescono a rimanere sul mercato solo abbattendo i prezzi, a detrimento della qualità e della sicurezza dei propri servizi.

Fra i vari ambiti in evoluzione, c'è quello delle assicurazioni fine art: come è cambiato il settore?

La nostra prospettiva è quella degli intermediari assicurativi: abbiamo una unità assicurativa (Art Defender Insurance) che gestisce uno dei più significativi portafogli di clienti fine art del mercato italiano e non può non evidenziare un profondo cambiamento del settore. Dal punto di vista dell'offerta, si sono affacciate sul mercato nuove compagnie con un forte focus sull'arte e sui beni da collezione. Quello dell'arte, infatti, è un comparto interessante per la natura dei beni assicurati - caratterizzati da valori economici consistenti - e per il profilo di chi li detiene - soggetti fortemente patrimonializzati - in target non solo per la loro passione collezionistica, ma anche per i loro interessi professionali o imprenditoriali.

Dal punto di vista della domanda, il mercato delle polizze fine art è in crescita, sebbene ci sia in Italia ancora una bassa propensione dei collezionisti privati ad assicurare i propri beni d'arte. Studi di settore stimano che il 60-70% del mercato italiano sia ancora "scoperto" e che quello nostrano sia, per potenziale inespresso, uno dei primi mercati al mondo. Il motivo di tale situazione? Una scarsa "cultura" assicurativa e un'errata percezione dei rischi: la maggior parte dei collezionisti ritengono di doversi assicurare per tutelarsi dai furti, sebbene il rischio legato a questo fenomeno sia enormemente più ridotto rispetto ad altri rischi - meno percepiti, ma assai più frequenti - quali i danni accidentali o i sinistri legati ai fenomeni atmosferici.

I servizi per la conservazione di opere e collezioni d'arte continuano a rappresentare un'esigenza del mercato? O, in un mercato sempre più fluido e globalizzato, la conservazione "statica" dei beni ha perso il suo presupposto fondante?

Per Art Defender l'attività di conservazione è - e continuerà ad essere - assolutamente preminente: l'espansione dell'Azienda - oggi presente in tutte le grandi città italiane con caveau di oltre 12.000 mq di superficie complessiva - ne è la dimostrazione. Ad essere mutate sono le esigenze dei clienti: se all'inizio della nostra attività, i caveau erano utilizzati come storage statici, oggi - al contrario - le nostre sedi sono dei veri e propri hub in cui gli utenti gestiscono in modo dinamico e continuativo i propri beni, chiedendoci di organizzare private viewing o shooting fotografici, di realizzare condition report, di pianificare trasporti a livello internazionale e di "aprire" i propri spazi ad interlocutori terzi, che siano studiosi, potenziali acquirenti o altri operatori del settore.

Questa nuova funzione del caveau è connessa anche alla diffusione di una nuova categoria di utenti: gli investitori, ovvero quei soggetti che acquistano arte con dichiarati propositi di diversificazione o speculazione e che non sentono pertanto la necessità di "godersi" le opere nella propria dimora, o nel proprio ambiente di lavoro. All'evoluzione del mercato, abbiamo risposto sviluppando servizi ad hoc, come il deposito doganale, un luogo in cui le opere d'arte, le auto d'epoca e i gioielli provenienti da paesi extra-europei possono essere ricoverati - a tempo indeterminato - in regime di sospensione dell'IVA all'importazione.

Riteniamo che tale servizio abbia un margine di crescita molto interessante: il recepimento della V Direttiva della Comunità Europea, in materia di antiriciclaggio, tra l'altro, ha imposto ai porti franchi verifiche e adempimenti molto rigorosi, riaccendendo l'interesse verso altri strumenti - come per l'appunto i depositi doganali - in grado di garantire gli stessi benefici di carattere fiscale, pur in un contesto di massima trasparenza.

Gli operatori del mercato dell'arte, sollecitati dagli effetti della pandemia hanno accelerato il proprio processo di digitalizzazione. Tale fenomeno è riscontrabile anche fra i provider di servizi?

Quello dell'arte è tradizionalmente un settore abbastanza resistente all'innovazione e ai processi di digitalizzazione. I lockdown hanno imposto agli operatori del settore una riflessione che in tanti casi è sfociata in esperienze e iniziative "digital" positive, destinate a diventare strutturali. Altre hanno mostrato fin da subito i propri limiti e probabilmente scompariranno insieme al Coronavirus. Nella mia personale percezione, anche l'interesse per i temi legati all'applicazione della blockchain al mondo dell'arte è stato al centro dell'attenzione per diversi mesi ma ha perso, con il passare del tempo, il suo appeal.

Un fenomeno che rilevo è rappresentato dalla dispersione delle energie e delle risorse in tante start-up, e altrettanti progetti imprenditoriali, che si rivolgono a un mercato sostanzialmente "di nicchia" che non è in grado - proprio per i piccoli numeri su cui si basa - di alimentare tutte queste iniziative. In Art Defender lo shock pandemico ha portato alla nascita di The Vault, un'innovazione di processo, sviluppata in collaborazione con ArtShell. The Vault è il primo caveau digitale al mondo, un contenitore virtuale - che risponde ai più alti livelli di data protection - in cui conservare le opere della propria collezione e tutto il corredo informativo ad esse relative. I clienti che si avvalgono di questo nuovo "tool" hanno la possibilità di vedere "da remoto" le proprie opere custodite nei caveau "fisici", di contestualizzarle in un ambiente iperrealistico che ricrea proprio quegli spazi e al tempo stesso di attivare tutti i nostri servizi "con un click", o con una chat dedicata con cui interagire in tempo reale con il nostro staff.

Quali sono le sfide future riguardanti la gestione delle corporate collection? Come i provider di servizi si relazionano con queste realtà?

Le corporate collection sono per noi fondamentali. Art Defender nel corso del 2020 ha progettato e sviluppato la valutazione del patrimonio artistico di due fra i maggiori istituti bancari nazionali, ponendosi come loro provider di servizi per l'art collection management. Nel corso di tali attività sono emersi due spunti che rappresentano, a nostro avviso, le sfide che le aziende dovranno affrontare, in un futuro prossimo, per la gestione dei propri patrimoni artistici.

La prima è rappresentata dalla mediazione delle istanze provenienti dalle funzioni aziendali preposte alla gestione di tali asset, con quelle provenienti dalle funzioni preposte alla gestione finanziaria e alla redazione del bilancio: spesso le esigenze connesse alla tutela e alla gestione dei beni d'arte, in un'ottica storico-artistica, non coincidono con le esigenze di chi deve gestire e rendicontare, in un'ottica finanziaria, i medesimi beni. Riteniamo che sia fondamentale innescare processi virtuosi e innovativi che alla valutazione patrimoniale affianchino criteri e metriche di carattere finanziario. La seconda sfida è rappresentata, invece, dall'implementazione di procedure di risk management applicate alle corporate collection, una prassi ancora poco diffusa ma che - a maggior ragione in realtà aziendali molto complesse e strutturate - non può più essere ignorata o rimandata.

Intervista a Riccardo Motta, Collezionista ed esperto numismatico



Il primo, coniato tra il 177 e il 192 D.C. a Roma, presenta al dritto un bellissimo ritratto e busto di Commodo che impugna una lancia in posa da eroe. Al rovescio è l'imperatore che tiene in mano una Vittoria alata su una quadriga nell'atto di celebrare un trionfo militare.



Medaglione dell'Imperatore Commodo

Ci descrive la sua collezione e in particolare i pezzi più preziosi che ne fanno parte?

Collezione, da circa 25 anni, monete dell'Impero Romano, monete italiane di grande modulo d'argento dei secoli 16mo e 17mo e monete inglesi dal Re Guglielmo I, detto "il Conquistatore", alla Regina Vittoria, coerentemente con i miei interessi storici. Mio obiettivo è quello di possedere un ritratto per ciascun imperatore romano (per molti di loro le monete sono l'unica fonte iconografica) e sovrano inglese del più bello stile e grado di conservazione possibili. Collezione poi monete italiane che abbiano anche un elevatissimo livello di rarità, con l'obiettivo in futuro di donarle a musei italiani che conservano le principali collezioni del passato (in particolare quella importantissima del Re Vittorio Emanuele III) dove non sono presenti.

Due monete che amo particolarmente sono un imponente medaglione di bronzo - "moneta" in questo caso del peso di due sesterzi donata dagli imperatori agli alti gradi dell'esercito e della burocrazia imperiale - dell'Imperatore Commodo, figlio e successore dell'Imperatore "filosofo" Marco Aurelio ed il ducato d'argento cosiddetto "ossidionale" di Papa Clemente VII. I

Il ducato di Clemente VII era stato coniato nel 1527 in Castel Sant'Angelo per pagare il riscatto per liberare il papa e la città dai lanzichenecchi di Carlo V durante il Sacco di Roma. Al dritto sono lo stemma dei Medici, alla cui famiglia apparteneva il papa, sormontato da triregno con fasce e chiavi decussate; al rovescio sono i ritratti affrontati, in bellissimo stile rinascimentale, dei Santi Paolo e Pietro.



Ducato d'argento di Papa Clemente VII

La rarità è dovuta al fatto che, tornati nei loro paesi d'origine, protestanti, i lanzicheneccchi non avrebbe potuto spendere monete con la scritta "Alma Roma" ("Amata Roma") e i simboli della Chiesa Romana: pertanto queste erano state fuse per poi riutilizzare l'argento. Dietro queste monete sono la straordinaria civiltà di Roma antica e la storia bimillenaria della Chiesa. I messaggi (in assenza dei media) propagandistici e politici di sovrani e papi. Due grandi incisori (quello del ducato potrebbe essere Benvenuto Cellini, in quel periodo capo della zecca pontificia). Ci sono, insomma, la nostra storia e cultura!

Quali sono i trend del mercato numismatico?

Il mercato numismatico, in particolare per le monete classiche (romane e greche), americane e inglesi, negli ultimi 10 anni ha avuto un "boom" senza precedenti. I prezzi per monete rare e in ottimo stato di conservazione sono raddoppiati ed in alcuni casi triplicati, raggiungendo talvolta realizzazioni record. Nello scorso mese di ottobre, un rarissimo esemplare di aureo romano coniato da Marco Giunio Bruto, per commemorare l'assassinio di Giulio Cesare, è stato venduto ad un'asta inglese per 2,7 milioni di sterline, esclusi i diritti d'asta.

Anche per le monete meno rare o di media qualità, il mercato, stabile fino a qualche anno fa, si è mosso al rialzo. Complice la pandemia – con conseguente maggior tempo avuto a disposizione dai collezionisti per via del "lockdown" in tutto il mondo - e l'incertezza economica che ha portato molti a considerare le monete come un bene rifugio, anche questa classe di monete è scambiata ora a valori in ascesa. Tutto fa pensare che questo trend possa continuare per l'anno in corso.

Quali sono le caratteristiche di questo mercato e le sue peculiarità?

Il mercato del collezionismo numismatico presenta alcune caratteristiche peculiari. In particolare, tra queste, le monete antiche sono qualificate in diversi paesi quali beni archeologici: ciò richiede una particolare attenzione da parte dei collezionisti per quanto riguarda il loro acquisto: le stesse dovrebbero essere acquistate solo presso le principali aste internazionali o da dealer iscritti ad associazioni di categoria che prevedono al loro interno regole di trasparenza.

La presenza del c.d. "pedigree", ovvero la provenienza da importanti collezioni del passato, dà ulteriore valore commerciale – e collezionistico – proprio per la dimostrazione di una provenienza lecita. Parliamo di un 25%-30% di plusvalore delle monete per provenienze illustri. Inoltre, come per quadri, sculture e libri, anche per le monete coniate da più di 70 anni valgono le regole della notifica in particolari casi. Per questo motivo le aste più importanti si tengono in paesi con regimi "liberali" per quanto riguarda la circolazione di beni artistici: Inghilterra, Svizzera e Stati Uniti.

La struttura del mercato numismatico sta cambiando. La pandemia ha accelerato il trend delle aste e delle vendite online. A rendere il mercato sempre più trasparente, e quindi liquido, sono i sempre più numerosi siti che mettono in rete archivi con informazioni su numerosissimi passaggi in asta. Si stanno poi sempre più affermando sistemi di misurazione dei gradi di conservazione delle monete e relative società di "grading", particolarmente negli Stati Uniti. Il valore di una moneta può anche variare, a parità di tipologia, di decine di volte a seconda del suo stato di conservazione ed "eye appeal".

La numismatica, da sempre definita l'"hobby dei re" per il notevole numero di sovrani e papi che sono stati avidi collezionisti di monete, sta sempre più diventando un hobby diffuso anche nei cosiddetti paesi emergenti. Per una fantastica avventura nella storia dell'Uomo!



Liu Bolin, Future, 2015. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

3.

Lo stato dell'arte ai tempi del Covid-19 Seconda edizione

A cura di Barbara Tagliaferri

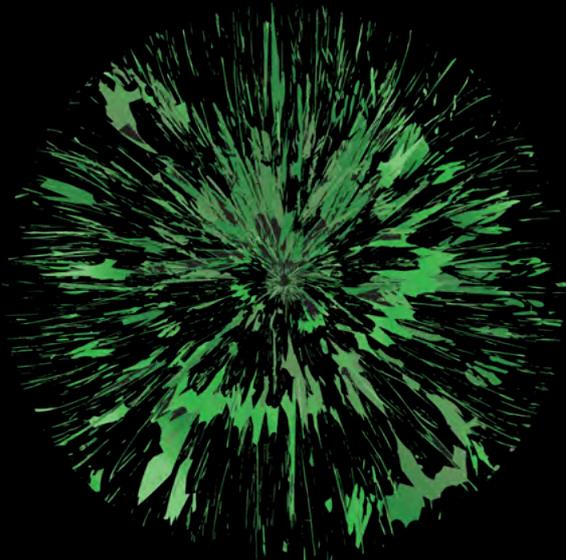
Metodologia e ambiti di analisi del questionario

La seconda survey "Lo stato dell'arte ai tempi del Covid-19", realizzata da Deloitte Private Italia, è stata condotta tra l'**11 e il 29 gennaio 2021 e ha interessato i principali stakeholder appartenenti al mondo artistico-culturale**, ovvero musei pubblici e privati, case d'asta, gallerie d'arte, collezionisti, dealer e art advisor, fruitori e appassionati, artisti e società di consulenza e servizi che operano sia in ambito legale e fiscale sia in applicazioni tecnologiche per l'arte in Italia.

Il questionario somministrato è composto da circa **20 domande a risposta chiusa** e suddiviso in **due principali sezioni**, con l'obiettivo di approfondire i principali trend in atto nel settore artistico-culturale, travolto dagli effetti della crisi pandemica, attraverso i risultati delle esperienze vissute e le previsioni per il futuro espresse dai principali attori del mercato.

I risultati emersi sono stati messi **a confronto con la prima edizione dell'indagine**, condotta nel settembre 2020, per analizzare in modo tempestivo, e coerente con l'instabilità del contesto attuale, i mutamenti in atto. In particolare, oggetto di approfondimento sono stati l'impatto della seconda ondata pandemica e della scoperta del vaccino sulle previsioni degli intervistati.

Le domande della prima sezione sono state indirizzate a tutti i partecipanti alla survey, mentre la seconda sezione è invece stata riservata a specialisti e operatori del settore.



L'ecosistema del settore artistico-culturale

Le domande della prima sezione sono state indirizzate a tutti i partecipanti alla survey e si sono focalizzate sui principali aspetti dell'esperienza di acquisto e fruizione dell'arte e dei beni da collezione nell'ultima parte del 2020, periodo in cui si è assistito all'aggravarsi della pandemia e alla conseguente reazione degli operatori del settore in termini di iniziative digitali e strategie per mantenere vivi i pre-esistenti network relazionali. La nostra indagine si è concentrata sull'impatto del Covid-19 sulle **abitudini di consumo di beni artistico-culturali**, sull'efficacia degli strumenti online per la fruizione dell'arte e per l'**acquisto di beni da collezione** e sull'individuazione di possibili leve per il ritorno ai livelli pre-Covid-19 del settore.

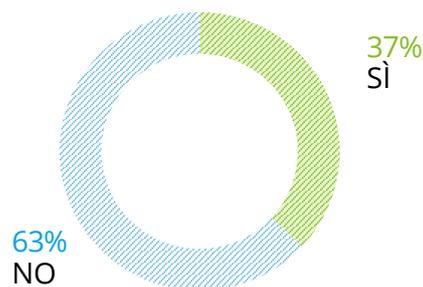
Gli effetti del Covid-19 sui consumi culturali e sull'acquisto di opere d'arte

Com'è noto, la pandemia ha avuto un impatto fortemente negativo sul settore artistico-culturale nel suo complesso, a partire proprio dalla riduzione dell'affluenza di visitatori (contingentata o vietata a momenti alterni e in Regioni diverse) nei principali luoghi di fruizione dell'arte e della cultura e dall'impossibilità di prendere parte fisicamente ad aste, fiere e visite in galleria.

La fruizione dell'arte da parte degli intervistati è stata ancor più condizionata dalla pandemia nel corso della seconda ondata rispetto a quanto registrato e accaduto fino a settembre, con una crescita del 10% della quota di rispondenti secondo cui l'influenza della pandemia è stata molto elevata sulle abitudini di frequentazione di luoghi dedicati a iniziative artistico-culturali (oltre 8 rispondenti su 10).

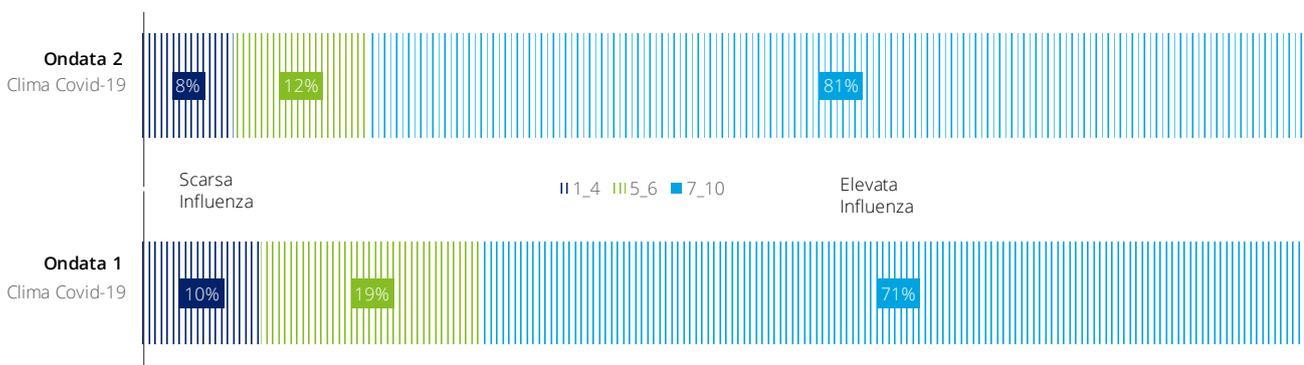
A conferma di quanto sopra, solo poco più di 6 intervistati su 10 hanno continuato a godere in prima persona dei luoghi della cultura ancora aperti al pubblico. Questo a significare che, anche quando l'accesso a questi luoghi è stato possibile, il pubblico si è sentito comunque in parte disincentivato a partecipare dal vivo a mostre presso musei, gallerie e altri luoghi espositivi.

Durante la seconda ondata pandemica ha continuato a fruire dei luoghi della cultura?

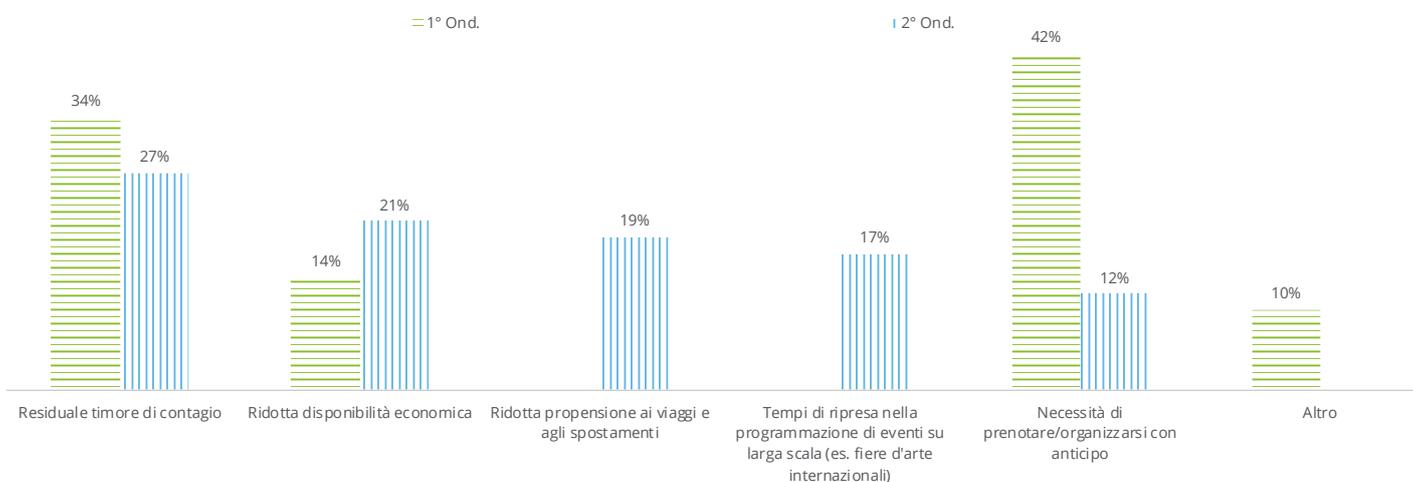


Tra i fattori che hanno scoraggiato la frequentazione di questi luoghi vi è sicuramente il timore residuale di essere contagiati, che comunque diminuisce rispetto all'ondata precedente.

Quanto ha influito la pandemia sulla fruizione dell'arte?

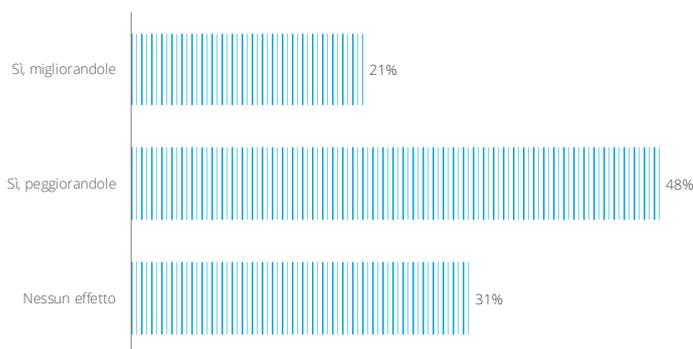


L'aspetto che influisce maggiormente sulle abitudini collettive



Tuttavia, un dato interessante è un calo drastico della necessità di prenotare in anticipo, aspetto che probabilmente è entrato nelle abitudini della maggior parte dei visitatori e non viene più percepito come un limite insormontabile. Inoltre, aumenta la motivazione legata alla ridotta disponibilità economica, che passa dal 14% al 21%, ed emergono nuovi parametri, quali la ridotta propensione a viaggi e spostamenti e la convinzione che i luoghi d'arte non riprenderanno le loro attività nel breve periodo.

La seconda ondata pandemica, rispetto alla prima, ha determinato una differente percezione delle prospettive di fruizione dell'arte?



Di nuovo in linea con il pessimismo dimostrato nelle risposte alle domande precedenti, il percepito di quasi la metà degli intervistati nei confronti delle prospettive di fruizione dell'arte è peggiorato rispetto alla prima survey. Il 31% afferma che non è cambiato nulla e solo il 21% dei rispondenti ha dichiarato che le prospettive per la fruizione dell'arte sono migliori di prima.

Questo risultato costituisce una prima evidenza di come **il settore artistico-culturale stia ancora faticando a riprendersi dalla forte crisi** che lo ha colpito a causa della pandemia, crisi ben delineata dalle principali statistiche nazionali e internazionali pubblicate nel periodo della prima ondata pandemica. **Con riferimento all'Italia, l'ISTAT¹** ha pubblicato nel mese di maggio una prima analisi degli effetti della pandemia sui luoghi pubblici della cultura del nostro Paese², che nel 2019 avevano accolto quasi 55 milioni di persone, con un incasso di quasi 243 milioni di euro.

Sempre ISTAT riporta che l'emergenza sanitaria e il relativo lockdown abbiano causato, tra marzo e maggio 2020, **una mancata affluenza di quasi 19 milioni di visitatori e un mancato incasso di circa 78 milioni di euro**. Erano stati 17 milioni i visitatori registrati nello stesso periodo del 2019, che avevano generato introiti lordi per 69 milioni di euro.

I dati consuntivi del 2020 dell'Ufficio statistico del Ministero per i Beni culturali ben esemplificano le complessità che il settore dell'arte e della cultura ha vissuto anche nei mesi successivi (e continua a vivere) a causa del protrarsi dell'emergenza pandemica. Con una **perdita media del 75% dei visitatori**, i musei statali hanno registrato **60 milioni di euro di ricavi, con una differenza di oltre 180 milioni di euro** rispetto ai 243 milioni del 2019³.

Uno scenario non rassicurante emerge anche dalle analisi statistiche prodotte da ICOM (International Council of Museums) e UNESCO. Già nel report di ICOM rilasciato a maggio⁴ si evidenziava il grave **impatto che la pandemia ha avuto sulle professioni museali**, tra cui in particolare i liberi professionisti e gli individui con contratto a termine.

Lo stesso report forniva pessimistiche previsioni per il futuro, sia in merito all'eventuale **necessità di riduzione dello staff in futuro**, sia per l'elevata percentuale di musei (12,8%) che manifestano **timore di non poter riaprire**.

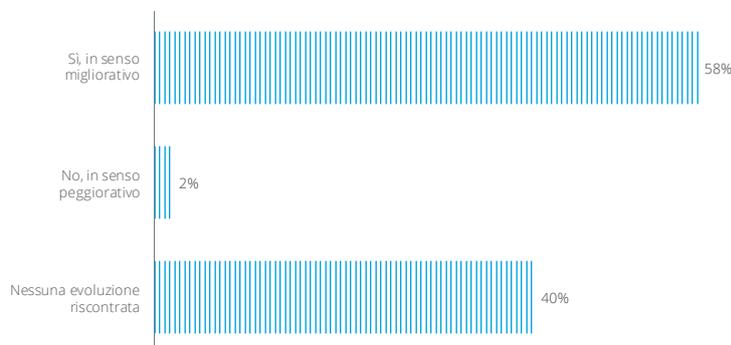
Nel **report di follow-up, rilasciato da ICOM nel mese di novembre 2020⁵**, la situazione si rivela in leggero miglioramento, seppur molto diversificata, in relazione alla velocità con cui le diverse regioni del mondo sono state colpite dalla seconda ondata di pandemia. Il 30,9% dei musei intervistati nello studio afferma che sarà necessario ridimensionare il personale dipendente, mentre scende al **6,1% la percentuale di musei che teme di non poter riaprire in futuro**, dato soltanto parzialmente positivo, se si considera che oltre il 50% dei musei rispondenti ha anche affermato che dovrà operare con orari d'apertura ridotti.

Nel suo report del mese di maggio, UNESCO⁶ confermava che il settore si era dimostrato in grado di reagire parzialmente alla crisi grazie al digitale, richiamando tuttavia **la necessità di consistenti interventi pubblici e privati per il sostegno** ai luoghi della cultura e ai lavoratori del settore.

Oltre ai musei, anche le gallerie d'arte hanno subito un forte impatto negativo, come meglio illustrato nei paragrafi seguenti, anche a causa della cancellazione dei principali appuntamenti fieristici internazionali, che da sempre rappresentano un'insostituibile occasione per la creazione e il rafforzamento dei network relazionali tra operatori, collezionisti e appassionati di settore.

Ciò che è migliorato rispetto alla prima ondata pandemica, è stata sicuramente la digitalizzazione del settore artistico-culturale, che aveva registrato un notevole impulso già nel corso del primo lockdown. Se 4 intervistati su 10 ritengono che la situazione digitale non abbia subito alcuna evoluzione, la percentuale maggiore dei rispondenti (6 su 10) è convinta invece del contrario ovvero che abbia subito un'evoluzione in senso migliorativo.

Ritiene che la digitalizzazione del settore artistico-culturale abbia subito delle evoluzioni tra la prima e la seconda ondata pandemica in termini di nuovi strumenti online e soluzioni digitali?



Liu Bolin, *Nine-Dragon Screen*, Pechino, 2010.
Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

L'efficacia degli strumenti online

È sotto gli occhi di tutti quanto la proposta di iniziative virtuali sia esplosa sin dall'inizio della pandemia. Digitalizzazioni di collezioni e di interi musei, visite virtuali, webinar che hanno visto la presenza di artisti ed esperti di settore, newsletter, presidio dei canali social, interazione con il pubblico attraverso microsondaggi o anche challenge online e giochi per i più piccoli: questi sono solo alcuni degli esempi di quanto il mondo della cultura non abbia affatto lesinato nella proposta online.

La crisi pandemica ha svolto un ruolo determinante nell'accelerazione dei processi di digitalizzazione soprattutto per i musei, la realtà forse più refrattaria a queste dinamiche e che sconta oggi il maggiore "divario digitale" rispetto alle altre organizzazioni del settore.

Secondo il censimento ISTAT del 2018 soltanto "un museo a titolarità statale su dieci (11,5%) dispone di un catalogo scientifico digitale delle proprie collezioni; di questi, soltanto il 20,8% ha digitalizzato tutto il materiale e soltanto il 6,1% ha reso accessibile il catalogo online."⁷ Percentuali più rassicuranti riguardano la presenza digitale: il 43,7% dei Musei ha un sito web dedicato e il 65,9% possiede un account sui più importanti social media.

Se per gallerie e aste sicuramente lo sfruttamento delle piattaforme e degli strumenti digitali non è una novità, d'altro canto si è reso di certo necessario implementare, cambiare o rafforzare le strategie in atto per far fronte alla diminuzione o all'assenza di occasioni dal vivo.

Sono così state potenziate le **online viewing room** e creati nuovi **spazi di approfondimento online**. **Le gallerie hanno potuto inoltre sfruttare spazi garantiti da svariate fiere d'arte, proposte per quest'anno soltanto in veste virtuale.**

Non si è trattato solo di ampliare l'offerta e la visibilità online, ma soprattutto di adeguare linguaggi e modalità per mantenere vivi il dialogo e la relazione con il pubblico. Quello che sino al febbraio 2020 era un canale secondario si è trovato a essere il canale quasi esclusivo di incontro con i propri clienti e il proprio pubblico.

È comunque indubbio che tale crisi abbia favorito la **presa di coscienza da parte di molte istituzioni e organizzazioni dell'importanza dell'innovazione, in un mondo sempre più globalizzato e digitalizzato**. Ma strategie, canali, nuove modalità di comunicazione si sono rivelati efficaci per affrontare il periodo tragico di cui proprio in questi giorni ricorre l'anniversario? Per rispondere a questa domanda l'indagine ha indagato l'efficacia dei canali online e degli strumenti digitali da un lato per la fruizione di arte, dall'altro per la compravendita.

Per quanto riguarda la fruizione dell'arte, rimane sostanzialmente invariata la percezione da parte degli intervistati sull'efficacia degli strumenti online. Cinque mesi fa alla domanda su quanto gli strumenti online fossero adeguati a sostituire la fruizione dell'arte dal vivo durante il primo lockdown il 28% dei rispondenti alla survey aveva attribuito elevata efficacia, il 31% ne aveva invece decretato la scarsa efficacia e la maggioranza dei rispondenti, il 41%, aveva attribuito una media efficacia a tali strumenti.



Liu Bolin, Arena, Verona, 2008. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Gli stessi esiti sono stati registrati nella seconda edizione dell'indagine, che ha visto addirittura ridursi da 28% a 25%

la quota dei rispondenti che hanno attribuito elevata efficacia agli strumenti online per la fruizione dell'arte. Questo perché, come vedremo anche più avanti, nonostante una buona offerta di proposte online, resta imprescindibile per appassionati e fruitori d'arte l'aspetto emozionale e sociale della presenza dal vivo.

Permane quindi indiscussa la volontà degli appassionati di prendere parte fisicamente a mostre ed esposizioni anche a un anno dall'inizio della pandemia,

nonostante le difficoltà ad essa connesse (tra cui timore di contagio, ridotta disponibilità economica, ridotta propensione a viaggi e spostamenti) abbiano influito negativamente sull'effettiva fruizione di arte e cultura nei momenti in cui le misure sanitarie lo hanno reso possibile.

A differenza di quanto rilevato in relazione alla fruizione d'arte, sono cresciute significativamente e in senso positivo le risposte relative all'efficacia degli **strumenti online nell'acquisto di opere d'arte: l'83% dei rispondenti ha attribuito media (46%) o elevata (37%) efficacia alle piattaforme virtuali** implementate o rafforzate da parte di case d'asta, gallerie e fiere d'arte, che hanno consentito al mercato di mantenersi vivo, pur se "a porte chiuse". Se **la quota di chi ha risposto che gli strumenti e le piattaforme online siano stati molto efficaci è diminuita di 10 punti percentuali**, quella di chi ha risposto che l'efficacia è stata media è sostanzialmente raddoppiata. La percentuale di chi ha decretato la scarsa efficacia dei canali e degli strumenti online è diminuita passando dal 29% al 17%. Questo risultato positivo è sicuramente dovuto alla sempre più mirata strategia messa in atto da parte degli operatori di settore per le attività di vendita di opere d'arte e beni da collezione.

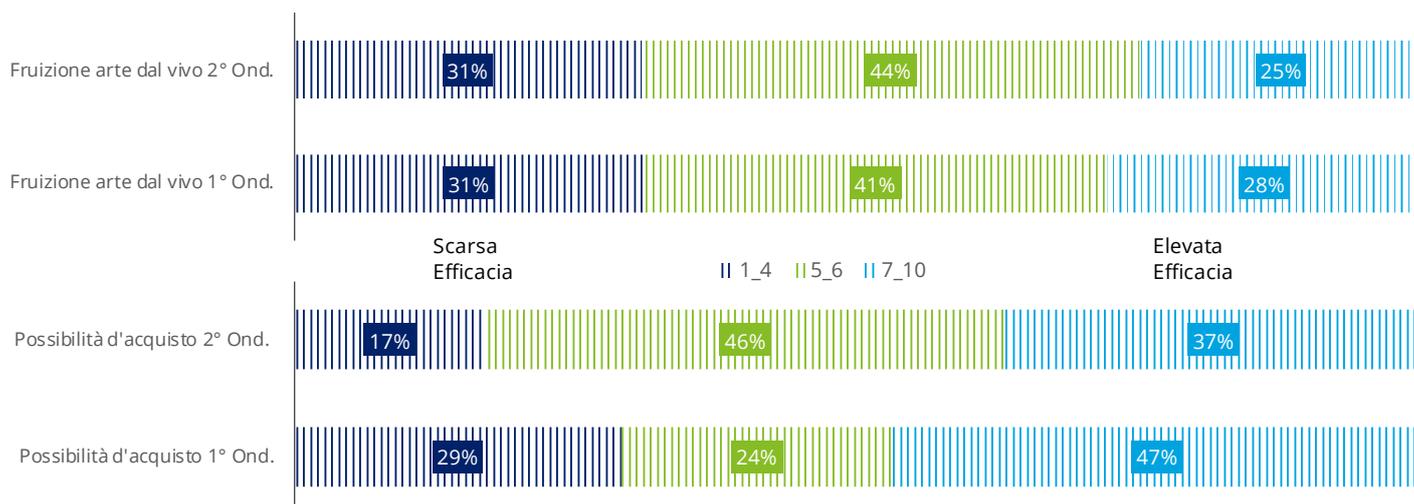
Questi dati confermano i key finding delle analisi condotte sui dati del mercato delle aste del secondo semestre a confronto con la prima parte del 2020. A partire dalla fine di giugno 2020, infatti, le principali case d'asta a livello internazionale hanno messo a disposizione dei collezionisti **nuove modalità per la partecipazione alle aste e l'acquisto di opere d'arte, rivelatesi di crescente efficacia e di possibile utilità anche per il futuro.**

Tra le principali e più importanti novità citiamo il **format dell'asta "ibrida"**, che prevede la presenza di un banditore in sala (con il supporto di altri Auction Specialist) e i bidder collegati da remoto. Questa nuova modalità d'esecuzione dell'asta ricrea, almeno parzialmente, il clima delle sale d'asta e consente all'acquirente di avere certezza immediata dell'acquisto. Al contrario, la durata delle aste "online-only" è di circa 2 settimane, periodo in cui i collezionisti devono tenere alta l'attenzione per aggiudicarsi il lotto d'interesse con opportuni rilanci.

Nelle aste ibride svoltesi nel secondo semestre 2020 sono stati registrati alcuni ottimi risultati, tra cui un lotto che ha superato i \$50,0 Mln⁸, *Triptych Inspired by the Oresteia of Aeschylus*, Francis Bacon del 1981 passato di mano per quasi \$84,6 Mln nel corso della prima asta ibrida proposta da Sotheby's, lo scorso 29 giugno, in live-streaming da New York.

Anche il **settore delle gallerie ha registrato una crescita nella quota di vendite realizzate su canali online**, ma questo è valso principalmente per le grandi gallerie internazionali. Le gallerie di minori dimensioni, infatti, nonostante abbiano realizzato alcune vendite da remoto, hanno incontrato maggiori difficoltà a trovare spazio sul mercato virtuale, trovatosi improvvisamente saturo d'offerta. Queste realtà hanno attraversato un periodo di grave crisi, che in molti casi si

Quanto gli strumenti online sono stati più efficaci nel sostituire la fruizione dell'arte dal vivo e le possibilità d'acquisto nel periodo di seconda ondata pandemica, rispetto alla prima?



protrae tutt'oggi, anche a causa della cancellazione delle fiere d'arte, della ridotta mobilità dei collezionisti e delle norme di distanziamento sociale. **La relazione personale e il contatto fisico restano infatti fondamentali nel mercato dell'arte primario**, in cui il ruolo del gallerista è l'elemento cardine della promozione e valorizzazione degli artisti.

È pur vero, tuttavia, che anche le gallerie di grandi dimensioni hanno riscontrato difficoltà a causa dell'emergenza pandemica e che molte hanno dovuto rivedere il proprio business model per restare aperte, come meglio approfondito nel paragrafo seguente.

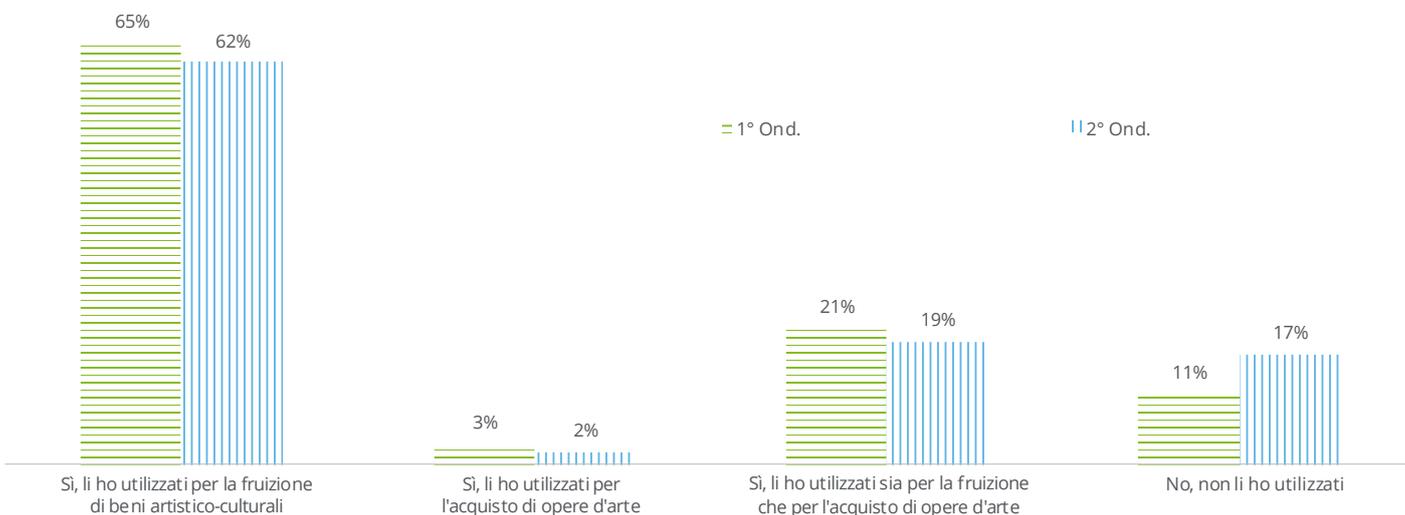
Con la finalità di mettere a confronto le risposte degli operatori di settore con quelle dei fruitori e dei collezionisti, l'indagine si è focalizzata sull'utilizzo degli strumenti online (es. viewing room, musei/fiere on-line) per la fruizione di beni artistico-culturali o per l'acquisto di opere d'arte.

Rispetto ai risultati registrati a settembre, i dati sono rimasti sostanzialmente invariati, seppur l'utilizzo di strumenti online si sia rivelato in leggera diminuzione. **Il 62% dei rispondenti**

(rispetto al 65% della survey precedente) ha utilizzato le piattaforme virtuali per la fruizione dell'arte, il 19% (rispetto al 21%) sia per la fruizione che per l'acquisto di opere d'arte e infine il 2% (rispetto al 3%) soltanto per l'acquisto di opere d'arte. Leggermente più significativa la risposta di chi ha dichiarato di non aver né fruito né comprato arte, che passa dall'11% al 17%. Questo dato riflette probabilmente la stanchezza degli utenti nei confronti di un panorama che nel corso dei mesi si è fatto saturo di iniziative e offerta virtuale di contenuti artistici. Ancora una volta i dati non mettono in discussione la netta preferenza nei confronti **dei servizi dal vivo nell'ambito del settore, sia presente sia futura.**

Solo il 4% dei rispondenti sostiene infatti che l'online sostituirà i servizi dal vivo per una quota superiore al 50%, percentuale dimezzata rispetto al periodo del primo lockdown. Aumentano invece coloro che ritengono che **l'online potrà sostituire tra il 25% e il 50% le proposte dal vivo**, probabilmente anche grazie ai miglioramenti implementati dagli operatori dopo i primi "esperimenti" d'offerta digitale.

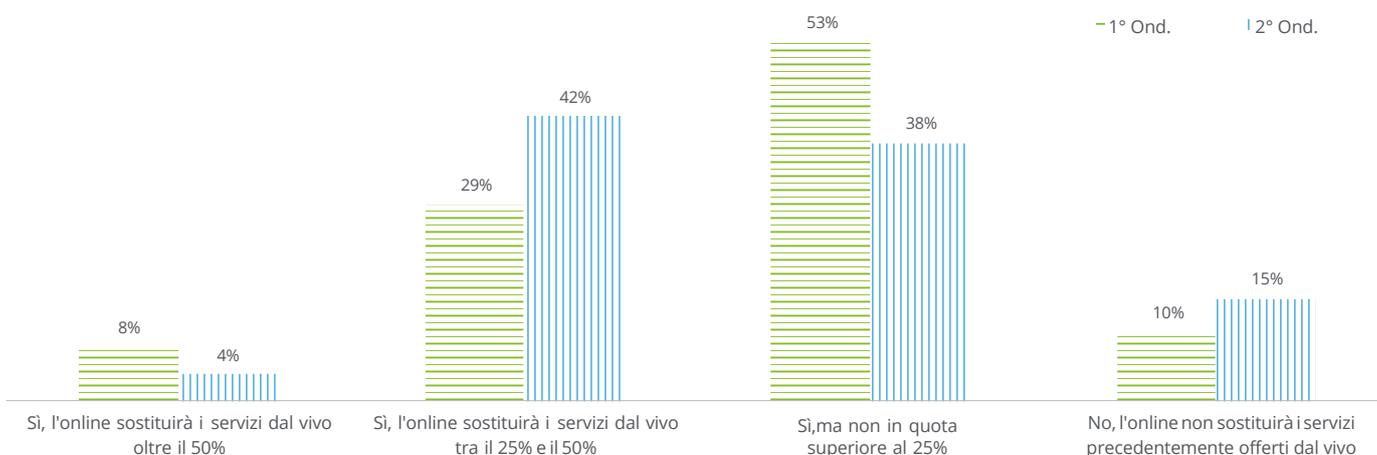
Ha utilizzato strumenti online (es. viewing room, musei/fiere on-line) per la fruizione di beni artistico-culturali o per l'acquisto di opere d'arte?



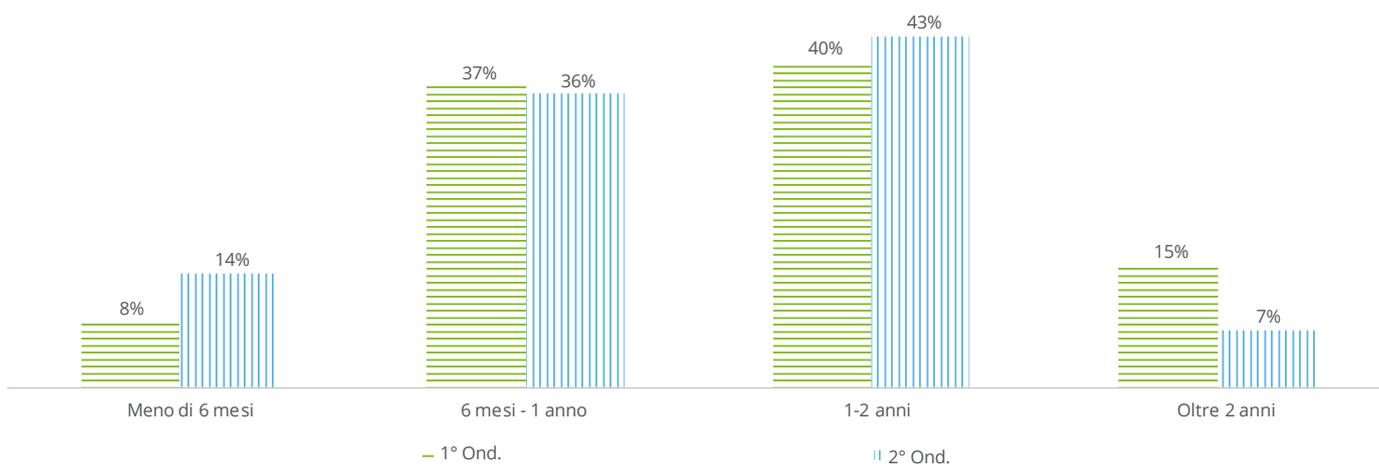
Nell'indagine condotta a settembre **dopo la prima ondata pandemica erano prevalsi coloro che ritenevano che l'online non avrebbe sostituito i servizi dal vivo in quota superiore al 25%**. Al contrario in questa edizione prevale la percezione che piattaforme digitali e strumenti online siano destinati a sostituire i servizi dal vivo per una fetta importante, compresa tra il 25 e il 50%.

Tra chi dichiara che l'online sostituirà in tutto o in parte i servizi dal vivo, resta sostanzialmente invariata la percezione che tale processo si verificherà nel breve periodo, ovvero **nei prossimi 12-24 mesi**. Aumenta la quota (dall'8% al 14%) di chi pensa che questo "switch" all'online avverrà in tempi molto stretti ovvero nei prossimi 6 mesi, plausibilmente anche grazie all'accelerazione vissuta dalle principali organizzazioni del settore in termini di proposta digitale.

In che percentuale ritiene che nel post-Covid la quota di servizi offerti su piattaforme online sostituirà i servizi offerti dal vivo?



Quando avverrà questo "switch" al digitale?



Aspettative per il futuro

L'ultima domanda della prima sezione era volta a comprendere quali siano le aspettative per un futuro che possa favorire la ripartenza e un ulteriore sviluppo del settore artistico-culturale.

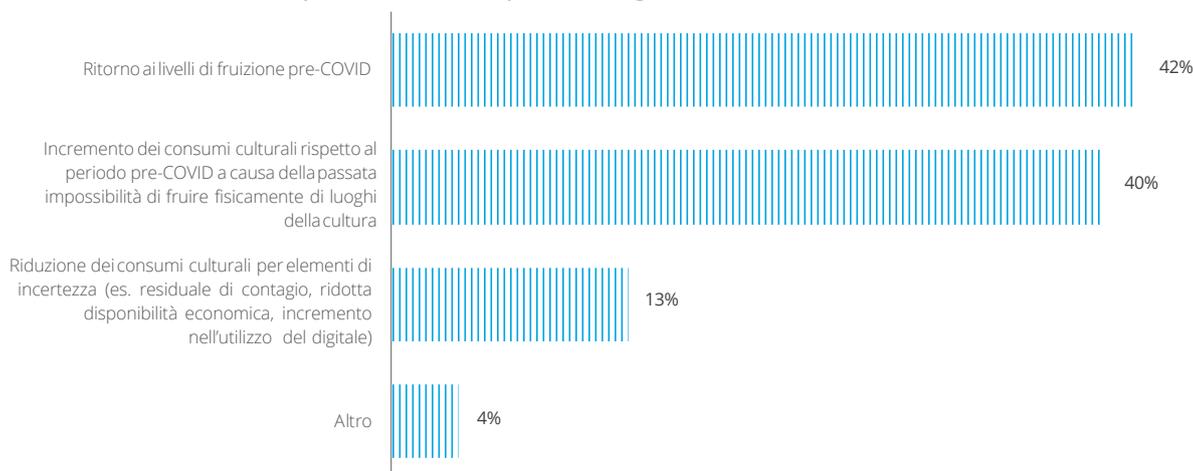
Ad aver cambiato significativamente il contesto di riferimento in questa edizione del nostro report, rispetto a quella precedente, è senza dubbio la scoperta e la prevista graduale disponibilità del vaccino contro il Coronavirus.

Grazie alla distribuzione del vaccino, la larga maggioranza degli intervistati ritiene che la fruizione d'arte e di beni culturali tornerà ai livelli pre-Covid-19 (42%) o che si verificherà un aumento dei cosiddetti "consumi culturali" (40%). Questo risultato comprova il bisogno diffuso tra operatori di settore e appassionati di tornare a godere degli spazi dedicati ad attività culturali, denotando quanto l'arte ancora una volta si confermi portatrice di bellezza e valori imprescindibili per il benessere degli uomini.

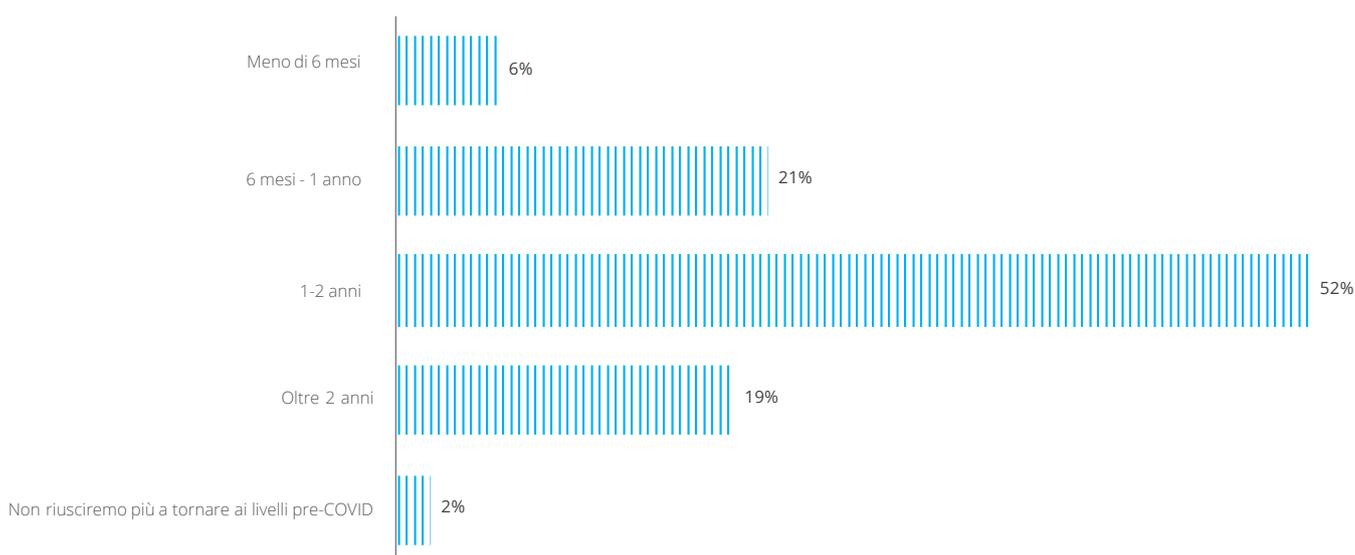
A dimostrare la centralità dei musei nella vita della comunità è stata la riapertura il 21 gennaio 2021 delle Gallerie degli Uffizi, avvenuta dopo 77 giorni di chiusura, che ha accolto 7.300 visitatori in sei giorni, nonostante l'impossibilità di far accedere pubblico da altre regioni. Se da un lato le previsioni sulla volontà delle persone a tornare alla fruizione dell'arte dal vivo sono molto positive, quelle sulle tempistiche sono più pessimiste. Più della metà dei rispondenti ritiene che ci vorranno 1-2 anni, il 19% che ci vorranno oltre 2 anni.

L'implementazione di **nuovi strumenti normativi volti a favorire il supporto dei privati al settore artistico-culturale**, come ad esempio le agevolazioni fiscali, è la variabile che secondo i rispondenti potrebbe dare maggiore impulso al settore (33% dei rispondenti, sostanzialmente in linea con i risultati dell'edizione precedente). Ci troviamo infatti in un momento storico in cui i fondi pubblici mobilitati dai Governi, per quanto consistenti, risultano ancora scarsi per il sostegno

Con la diffusione del vaccino, quale ritiene sarà la prima conseguenza sulle sue abitudini connesse alla fruizione dell'arte?



Con la diffusione del vaccino, quale arco di tempo ritiene sia necessario per tornare ai generali livelli pre-Covid in termini di collettiva fruizione di arte e cultura?



all'elevato numero di organizzazioni e di operatori attivi nel settore artistico-culturale in questo momento di crisi. Un esempio in questo senso potrebbe essere **l'estensione o il potenziamento dell'Art Bonus, credito d'imposta** nella misura del 65% delle erogazioni liberali effettuate in denaro da persone fisiche, enti non commerciali e soggetti titolari di reddito d'impresa per specifici interventi a supporto del settore⁹.

A seguito dell'emergenza Covid 19, il Decreto-Legge 19 maggio 2020, N. 34, ha esteso a **nuove categorie di soggetti finanziati dal Fondo Unico per lo Spettacolo (FUS)** la possibilità di ricevere un sostegno da privati attraverso erogazioni liberali che consentono ai mecenati di usufruire del credito di imposta Art Bonus: i complessi strumentali, le società concertistiche e corali, i circhi e gli spettacoli viaggianti (l'elenco specifico delle erogazioni per cui risulta applicabile il credito d'imposta è consultabile sul sito ufficiale dell'Art Bonus¹⁰). L'estensione ad altri ambiti del mondo artistico-culturale o la creazione di strumenti simili, tuttavia, potrebbe di certo contribuire alla ripartenza.

Negli ultimi mesi, un'altra **proposta in materia fiscale potenzialmente utile all'incentivazione della domanda di arte e cultura** ha acceso l'attenzione dei media e degli esperti di settore. Giovanna Melandri, Presidente della Fondazione MAXXI di Roma, ha proposto di **rendere le spese per**

l'accesso ai luoghi della cultura deducibili dalle tasse, al pari delle spese mediche¹¹. Questa visione va nella direzione di considerare sempre più la **cultura come "medicinale" per mente e intelletto** ed è stata ulteriormente discussa e approfondita da diversi operatori di settore in diverse occasioni, tra cui anche un dibattito promosso nel palinsesto di Parma Capitale Italiana della Cultura 2020+21, tenutosi lo scorso 18 gennaio 2021 dal titolo "La defiscalizzazione delle spese della cultura: scenario e proposte operative"¹².

Come anticipato nelle precedenti sezioni di questo report, il Recovery Fund rappresenterà un'ulteriore fonte di finanziamento per arte e cultura con fondi dedicati direttamente a sostegno delle iniziative o con supporti alla digitalizzazione dell'arte e della cultura. Con l'avvento del Governo Draghi e lo scorporo del Turismo dall'ex Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo (ora Ministero della Cultura, MiC) le intenzioni dichiarate sono di maggiore attenzione e investimenti nel mondo della cultura, ma è ancora presto per vedere le azioni concrete che verranno messe in atto.

Triplicano le persone che ritengono che la principale azione/ iniziativa che potrebbe accelerare il ritorno ai livelli pre-Covid per il mercato dell'arte e il più ampio settore artistico siano fondi e incentivi pubblici a dimostrare quanto il settore sia in sofferenza. Si riduce invece la quota di stakeholder intervistati



Liu Bolin, *Forbidden City*, 2010. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

che identificano la creazione di marketplace come azione utile per la ripresa. Tuttavia, **una possibile leva per la ripartenza può risiedere proprio nella creazione di nuove forme di collaborazione** per realtà piccole e medie, come elemento chiave per il futuro del mondo artistico-culturale in grado di favorire **l'ottimizzazione dei costi e l'ampliamento di pubblico a cui rivolgere la propria offerta**.

Quello a cui stiamo assistendo è il vacillare di un intero sistema e che quindi ha bisogno di una risposta di sistema. Anche in quest'ambito sono stati fatti grandi passi avanti, proprio nel tentativo di contrastare gli impatti negativi della pandemia, soprattutto nel settore delle gallerie d'arte. Guardando al contesto italiano, per esempio, è possibile menzionare la collaborazione di **17 tra le gallerie più attive e influenti di Milano, che hanno lanciato Milan Gallery Community**, progetto online avviato in **partnership con Artsy**, importante piattaforma online dedicata al mercato online di opere d'arte che ha scelto proprio l'Italia per inaugurare il lancio delle proprie Artsy Community. Per tutto il mese di luglio, le gallerie hanno promosso virtualmente i propri artisti presso il pubblico di circa 1,8 milioni di utenti di Artsy e milioni di collezionisti in tutto il mondo, che hanno avuto la possibilità di fare acquisti direttamente dalla piattaforma¹³.

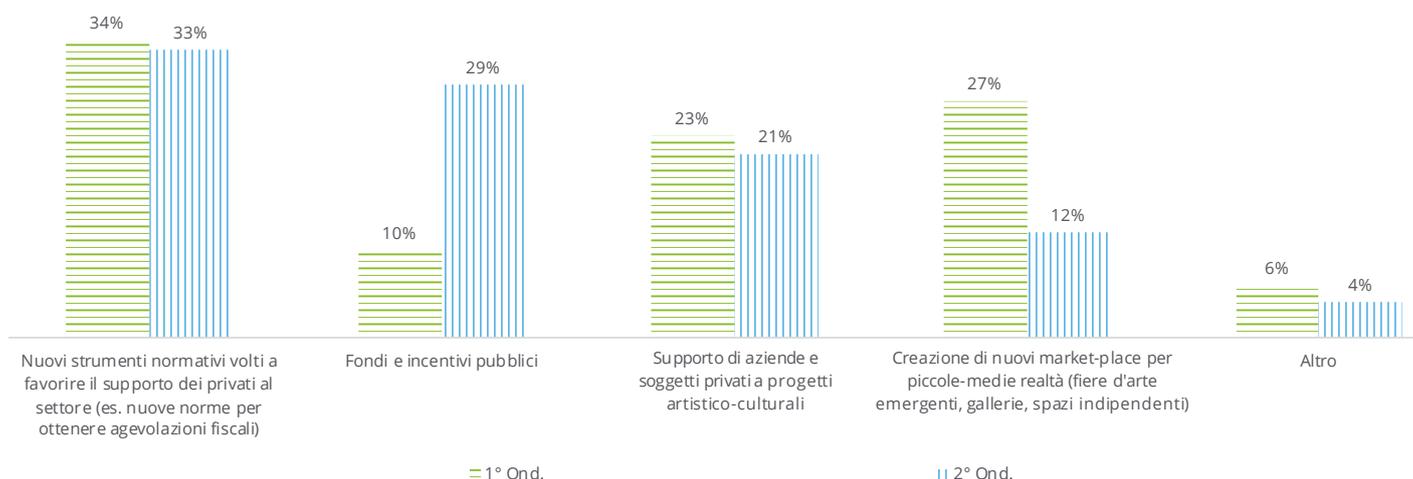
Un altro esempio è costituito da **Venice Galleries View**, un'iniziativa promossa da nove gallerie d'arte contemporanea di Venezia, accomunate dal desiderio di intraprendere un percorso comune e condiviso. Obiettivo di Venice Galleries View è quello di consolidare in primis a Venezia, ma anche in tutto il resto di Italia e a livello internazionale, la percezione di una rete attiva, solida e costantemente articolata di spazi espositivi privati, che arricchiscano l'offerta di musei e fondazioni, ravvivando Venezia e Mestre per l'intero anno, per affrontare le difficili sfide che il settore dovrà affrontare ancora per mesi.

Da una prospettiva internazionale è invece interessante l'esempio di oltre 40 gallerie internazionali che nel mese di novembre hanno annunciato la propria collaborazione per il lancio di una nuova piattaforma di vendita dedicata all'arte del Sud del mondo. Dal 23 febbraio al 7 marzo 2021, "SOUTH SOUTH VEZA", una vera e propria asta di opere di mercato primario, è stata promossa con l'intento di contenere gli effetti della pandemia sulla cancellazione delle fiere, che nel periodo pre-Covid rappresentavano circa il 70% delle entrate per la maggior parte delle gallerie del Sud del mondo. All'evento si sono affiancate le Online Viewing Room di oltre 50 gallerie¹⁴.

Un altro particolare esempio di collaborazione tra gallerie, nonché di supporto tra organizzazioni strutturalmente diverse, è rappresentato dall'**apertura della piattaforma online di David Zwirner** (una delle più note e influenti gallerie del mercato dell'arte internazionale) a **gallerie minori di Bruxelles e Parigi**, che hanno così avuto la possibilità di offrire le proprie opere ad un pubblico ben più ampio di quello che avrebbero potuto raggiungere con le loro sole forze. In aggiunta, è bene sottolineare che non tutte le gallerie di piccole o medie dimensioni avrebbero avuto la capacità economica o l'infrastruttura tecnologica per lo sviluppo di una propria offerta online, elemento fondamentale per la sopravvivenza di quasi tutte le organizzazioni nel periodo del primo lockdown¹⁵.

Infine, il **Decreto Legge Semplificazioni approvato dall'Aula della Camera agli inizi di settembre apre la strada a nuove forme di partenariato**, che il MiC potrà attivare "con enti e organismi pubblici e con soggetti privati, dirette a consentire il recupero, il restauro, la manutenzione programmata, la gestione, l'apertura alla pubblica fruizione e la valorizzazione di beni culturali immobili, attraverso procedure semplificate di individuazione del partner privato". La norma mira ad assicurare la fruizione del patrimonio culturale della nazione e favorire altresì la ricerca scientifica applicata alla tutela."¹⁶

Allo stato attuale qual è la principale azione o iniziativa che potrebbe accelerare il ritorno ai livelli pre-Covid per il mercato dell'arte e il più ampio settore artistico?



La parola agli operatori di settore

Questa sezione del questionario è stata riservata a specialisti e operatori del settore, ovvero art dealer e art advisor, gallerie d'arte, case d'asta, fiere d'arte, private banker e istituti finanziari, istituzioni museali, artisti o altri professionisti quali avvocati specializzati, per approfondire gli **impatti della pandemia, attuali e attesi, sui volumi delle transazioni rispetto al 2019**, nonché le percezioni connesse all'**efficacia delle piattaforme digitali** nell'offerta di servizi e le possibili aspettative per il futuro.

L'appeal dell'asset arte e i valori relativi alle performance del mercato

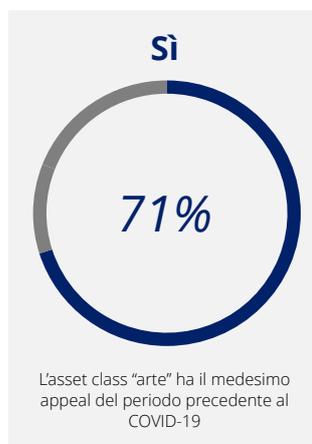
La preponderanza degli intervistati (71%), seppur in diminuzione rispetto alla percentuale registrata dopo la prima ondata pandemica (81%), ha anzitutto confermato che **l'arte, in quanto asset class, non ha perso appeal** rispetto al periodo precedente all'avvento della pandemia, nonostante il forte impatto generato dalla crisi sulla compravendita di opere d'arte. Tale crisi ha infatti causato una riduzione senza precedenti dei fatturati dei principali operatori del settore, che sono riusciti solo parzialmente a rimediare alle perdite proponendo vendite online.

Come meglio approfondito nella prima parte del presente report, **la riduzione dei volumi d'affari rispetto al 2019, guardando sia alle aste online che alle aste in fisico comprese nel campione di ricerca, si è così assestata complessivamente al -34,1% a/a per il settore della pittura e al -22,5% a/a per il comparto degli altri beni da collezione (i così detti Passion Assets)**. Tra le principali cause, si trova la **scarsa disponibilità di lotti top quality**, a conferma dell'atteggiamento dei collezionisti (lato offerta) a non vendere le proprie opere di maggior valore in momenti di elevata incertezza sociale ed economica. Gli stessi beni potrebbero infatti conoscere marginalità maggiori e più sostenibili in fasi di mercato meno stressate.

Un impatto sostanziale sul livello del fatturato è anche stato generato dall'impossibilità, per molti collezionisti di recarsi presso le esposizioni pre-asta e prendere visione delle opere a catalogo. Questo vale in particolar modo per correnti e periodi artistici, tra cui anche l'arte italiana del XX Secolo, le cui opere hanno una forte componente emozionale, che determina spesso la scelta d'acquisto. Per beni quali la fotografia, l'arte contemporanea emergente o molti Passion Assets invece l'acquisto in digitale senza la visione del lotto risulta maggiormente possibile.

Guardando invece al mondo dei dealer, secondo il recente report rilasciato da Art Basel in collaborazione con UBS¹⁷, il **calo delle vendite nel 2020 è stato complessivamente del 20%** rispetto al 2019, per un valore che si stima essere pari a \$29,3 Mld. Secondo una survey condotta alla fine del 2020, riporta sempre il report, i dealer hanno registrato un calo medio del 23% rispetto al 2019, con picchi al rialzo per dealer con un turnover superiore ai \$10 Mln. Questo dato è in linea ad alcune strategie implementate dalle principali gallerie internazionali per contrastare il calo di fatturato attraverso azioni di contenimento dei costi, come la **riduzione del proprio staff** o il ridimensionamento degli spazi espositivi.

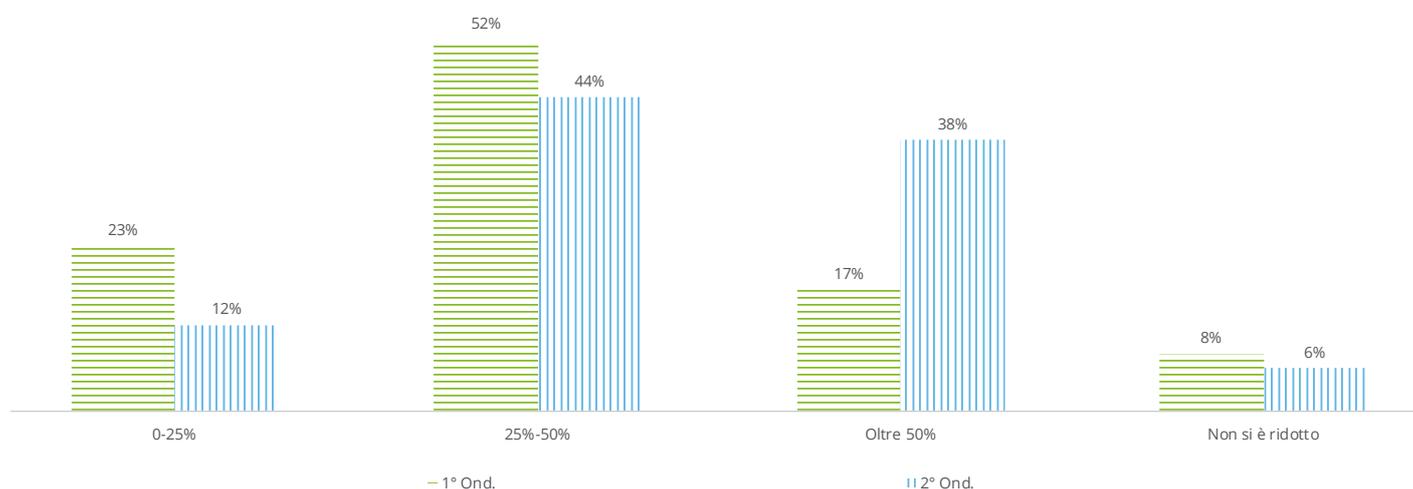
La Pace Gallery, per esempio, nota galleria internazionale con diverse sedi a livello internazionale tra cui New York, Londra, Hong Kong e Ginevra, ha ridotto il proprio personale di 40 unità (su oltre 200 lavoratori)¹⁸. Marian Goodman, invece, anch'essa tra le più note gallerie di arte contemporanea al mondo, ha annunciato la chiusura del proprio spazio londinese, citando la crisi sanitaria e la questione Brexit. Nonostante permarranno gli spazi di New York e Parigi, la galleria punta ad operare in città con un'iniziativa intitolata "Marian Goodman Projects", che consisterà nell'organizzazione di mostre e progetti artistici in diversi spazi di Londra, nonché in altre città nel futuro¹⁹.



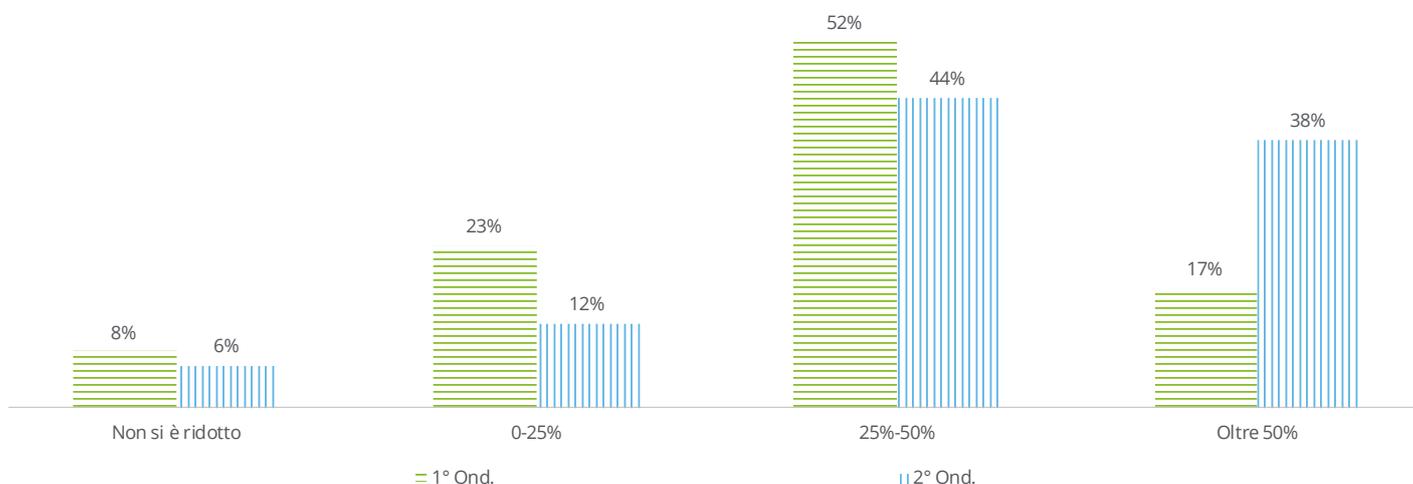
Coerentemente con quanto detto finora, gli stakeholder coinvolti da Deloitte nella survey a gennaio hanno confermato **un generale calo nei volumi d'affari, ma rispetto a quanto dichiarato nel settembre scorso i risultati sono decisamente peggiorati**. Sono raddoppiati coloro che dichiarano di aver visto ridotto di oltre il 50% il proprio volume di affari rispetto al 2019 (da 17% a 38%), mentre rimane la percentuale più cospicua quella dei rispondenti che ha dichiarato una riduzione del business tra il 25% e il 50%.

Questo trend si riflette anche nei dati relativi al valore della singola transazione. Se a settembre non si era **rilevata una particolare riduzione nel valore della singola transazione** in quanto per circa la metà dei rispondenti tale riduzione si attestava entro il 25%, mentre risultava invariato per il 21% degli operatori, ora la situazione sembra essere più negativa. In effetti, una buona quota di chi dichiarava che il valore medio della singola transazione non fosse cambiato o che si fosse ridotto di meno del 25% si è spostata sui valori più negativi. Oggi solo il 12% dei rispondenti dichiara che il valore della singola transazione sia rimasto invariato.

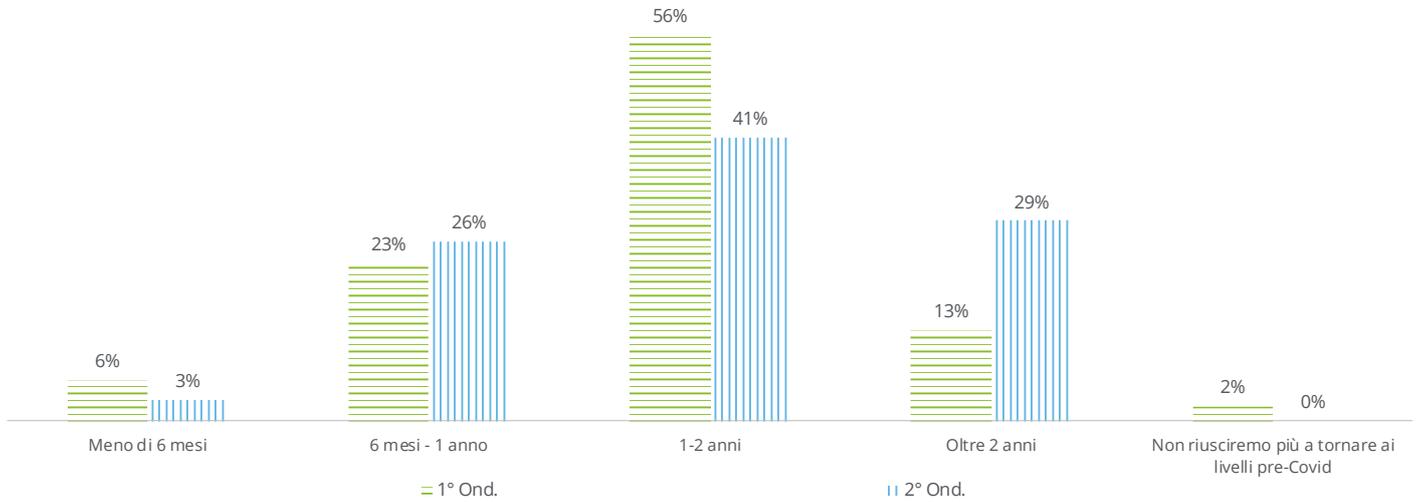
Nella sua esperienza, di quanto si è ridotto ad oggi il volume delle transazioni rispetto al 2019?



Nella sua esperienza, di quanto si è ridotto ad oggi il valore medio della singola transazione rispetto al 2019?



Quale arco di tempo ritiene sia necessario per tornare ai livelli pre-Covid in termini di performance del mercato, data la situazione attuale?



Il risultato più sorprendente è quello relativo alle tempistiche stimate per il ritorno a livelli pre-covid. **Nonostante rispetto alla prima indagine realizzata sia intervenuto un fattore dirompente come la scoperta del vaccino e l'inizio della campagna vaccinale, chi ritiene che ci vorranno più di 2 anni è più che raddoppiato**, mentre la quota di operatori più ottimisti che stimano un ritorno a livelli pre-Covid entro i prossimi 2 anni diminuisce.

Gli strumenti online

Tra coloro che hanno utilizzato i canali digitali, la maggioranza degli operatori ritiene che essi siano molto efficaci **per sopperire all'impossibilità di offrire servizi dal vivo (62%)**, mentre il 23% ritiene l'efficacia di medio livello. La quota di coloro, strenuamente a sostegno del rapporto di persona, che ne ha decretato la scarsa efficacia non è tuttavia irrilevante, si tratta infatti del 15%.



Liu Bolin, Telephone booth, 2019. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Quale arco di tempo ritiene sia necessario per tornare ai livelli pre-Covid in termini di performance del mercato, data la situazione attuale?



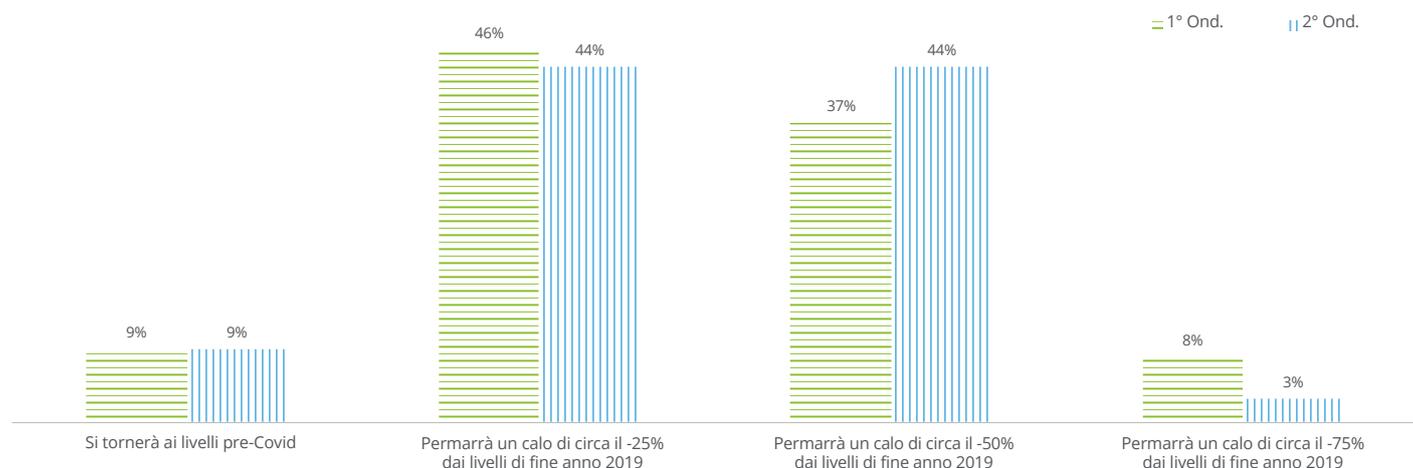
Il sentiment degli operatori per il futuro

Guardando al fatturato e ai possibili dati di chiusura di mercato di questo anno molto complesso per tutti i sistemi socio-economici internazionali, **la survey ha riportato un sentiment per il futuro non roseo**. Nonostante le organizzazioni si siano ormai abituate a nuovi standard e nuove modalità di lavoro come smart working, e abbiano adattato le proprie attività grazie all'implementazione di nuove modalità di comunicazione, vendita e interazione con il pubblico, **la quasi totalità dei rispondenti (91%) afferma di attendersi una contrazione pari o superiore al 25% del fatturato, con conseguenze per tutto il 2021**. In particolare, il 44% dei rispondenti prevede che il fatturato di fine 2020 conoscerà una contrazione di circa un quarto rispetto a quanto registrato nel 2019, il 44% prevede una riduzione pari alla metà del fatturato, mentre il **3% stima addirittura perdite superiori al 75%**.

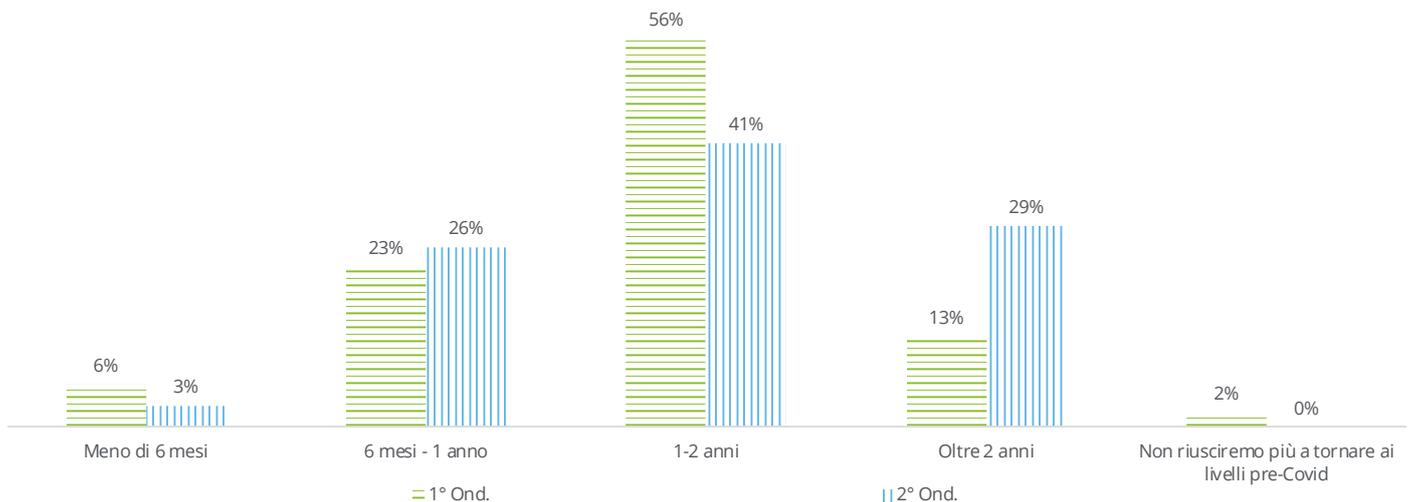
Riguardo alle tempistiche per il ritorno del mercato ai livelli pre-Covid 19, il 41% dei rispondenti ritiene siano necessari almeno 1-2 anni. Un residuale 3% dichiara invece che le performance di mercato torneranno ai livelli antecedenti al Covid-19 entro quest'estate. In linea di massima, è plausibile attendersi una sostenuta **normalizzazione della situazione soltanto quando verrà trovato un vaccino o una cura efficace per contrastare il virus a livello internazionale**.

Quando non saranno più necessarie stringenti misure di distanziamento sociale, infatti, il settore potrà riprendere con la propria offerta di servizi e attività culturali in persona, favorendo un più rapido ritorno a livelli soddisfacenti di fatturato.

Quanto si aspetta che nel 2021 si contrarrà il volume delle transazioni rispetto al 2019?



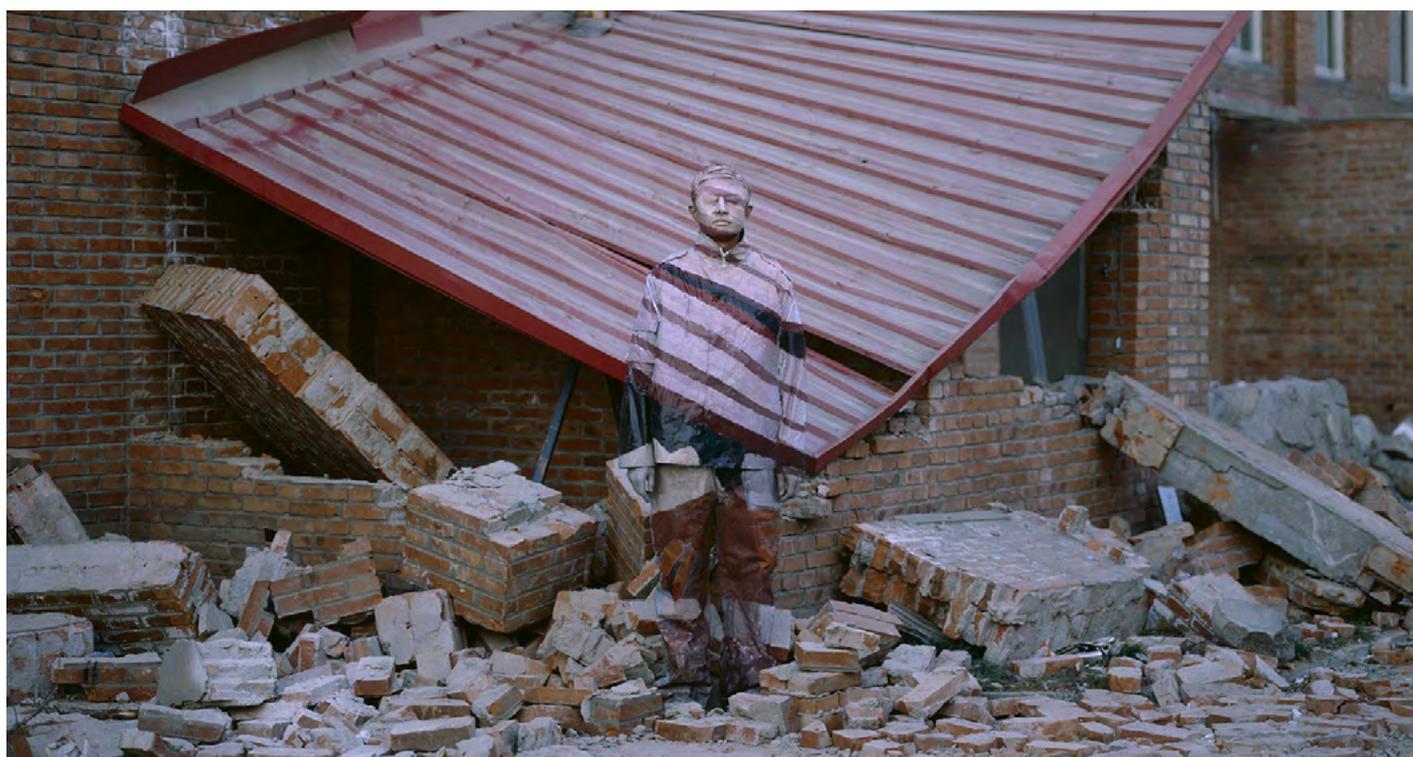
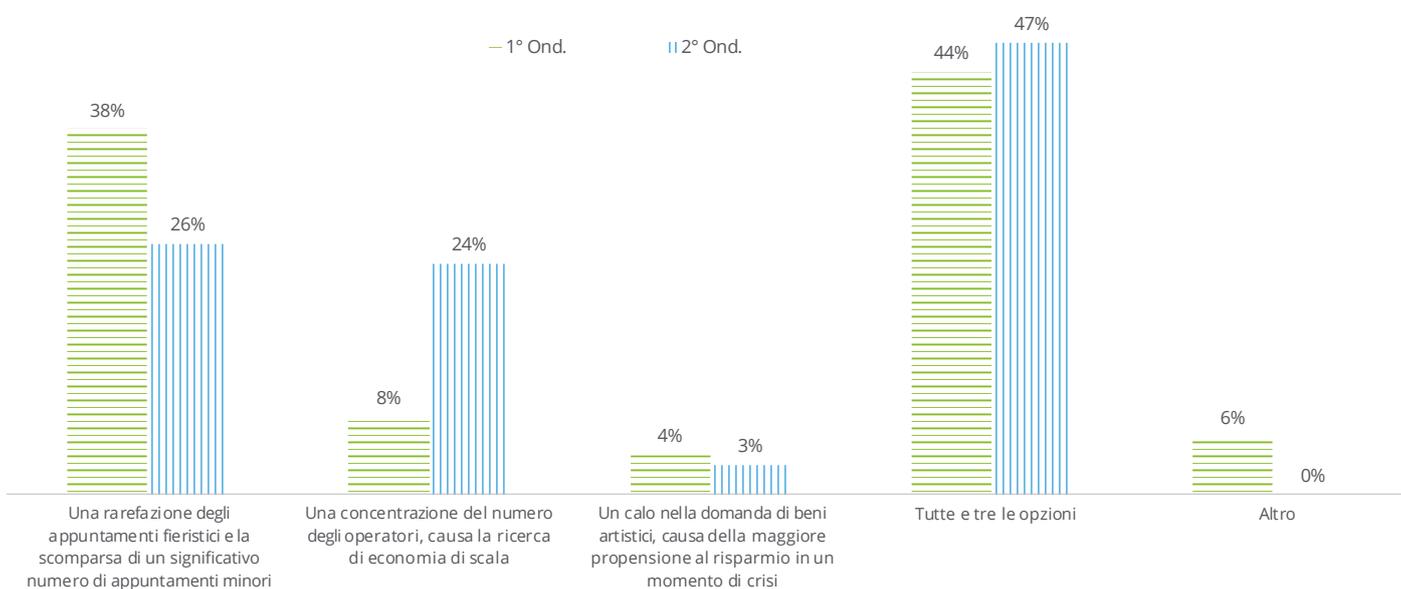
Quali ritiene siano le tempistiche per il recupero delle performance pre-Covid-19?



Nell'opinione degli operatori di settore intervistati, **l'impatto principale che la pandemia Covid-19 avrà sul sistema del mercato dell'arte nel breve periodo (1-2 anni)** riguarderà la rarefazione degli appuntamenti fieristici e la scomparsa di appuntamenti minori. Questo è un effetto molto plausibile data la crisi vissuta dal settore delle fiere d'arte, che negli ultimi anni aveva visto la nascita di centinaia di appuntamenti molto specializzati, spesso proposti come eventi satellite di fiere più affermate, quali ArtBasel o Frieze.

Triplica il numero di chi si attende che la pandemia genererà una **concentrazione degli operatori per la ricerca di economie di scala (24%, rispetto a 8% della survey precedente)**, mentre un restante 3% prevede un **calo nella domanda di beni artistici, a causa della maggiore propensione al risparmio in un momento di crisi**. Ad ogni modo quasi la metà dei rispondenti (47%) sostiene valide tutte e tre le opzioni.

Quale ritiene possa essere il maggiore impatto che la pandemia avrà sul mercato dell'arte?



Liu Bolin, *Suojia Village*, Pechino, 2006. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Conclusioni

La crisi economica e sociale internazionale ha messo a dura prova sia gli operatori del settore artistico sia i collezionisti, gli esperti o i semplici appassionati d'arte, abituati a fare parte di un mondo fondato sull'esperienza "in presenza". Un mondo già tradizionalmente resistente al cambiamento, se comparato con le dinamiche di molti altri mercati dell'economia globale, si è scoperto di colpo molto vulnerabile.

D'altro canto la crisi che ha così duramente colpito il settore artistico-culturale ha altresì incoraggiato, anche attraverso l'impegno di tutti gli operatori del settore nel trovare canali alternativi, l'instaurarsi di una relazione più meditata e complessa con il pubblico.

Il trasferirsi in rete ha costituito sicuramente una forma di sopravvivenza, ma ciò che si è verificato è destinato a incidere parecchio sulle dinamiche future, in cui auspicabilmente online e offline coesisteranno, arricchendosi a vicenda.

In questo contesto va ricordato che anche le figure che si prestano a entrare in questo mondo, le nuove generazioni, debbano portare con sé non solo competenze artistico-culturali, ma anche gestionali, economiche, digitali, ecc. come evidenziato nel capitolo finale della prima edizione della survey condotta da Deloitte Private e presentata agli inizi di novembre 2020.

Il mondo dell'arte, che fino agli inizi del 2020 si basava su un fittissimo calendario di appuntamenti che spingevano collezionisti e appassionati di tutto il mondo a viaggiare da una parte all'altra del globo per prendere parte a fiere, mostre e aste di caratura internazionale, nel fin troppo frenetico desiderio di "esserci", è stato messo completamente in pausa dalla pandemia, che ha, inevitabilmente, rimesso tutto in discussione. Anche da questo ulteriore elemento di riflessione possono nascere sistemi più sostenibili, efficaci e collaborativi in un mondo in larga parte costituito da realtà medio-piccole.

In un contesto in cui le speranze e l'ottimismo si sono troppo spesso scontrate con lo sconforto, come emerge anche dal nostro report, diventa indispensabile ripensare a nuove modalità per operare nel settore artistico-culturale con successo. Ripensare e innovare sono le parole d'ordine a cui attenersi attraverso una continua ricerca di innovazione che non va intesa solo dal punto di vista tecnologico, seppur fondamentale, ma soprattutto di modelli, di sistema, di collaborazione e di sostenibilità.



Liu Bolin, Civilian and Policeman n°2, 2006. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Riferimenti

AGENCE FRANCE-PRESSE, "David Zwirner defies expectations with \$8 million online sale of Jeff Koons sculpture", 22 giugno 2020, <https://www.thejakartapost.com/life/2020/06/22/david-zwirner-defies-expectations-with-8-million-online-sale-of-jeff-koons-sculpture.html>.

ArtBasel & UBS, The Art Market Report 2020, 2020.

ArtBasel & UBS, The Impact of COVID-19 on the Gallery Sector, 2020.

ArtBasel & UBS, "The Art Market Report 2021, 2021." Art Basel, Art Basel Cancels Upcoming Hong Kong Show, 6 febbraio 2020, <https://www.artbasel.com/stories/art-basel-cancels-upcoming-hong-kong-show>.

Art Basel, Press Release, marzo 2020, <https://www.artbasel.com/stories/art-basel-online-viewing-rooms-press-statement>.

Artefiera, Comunicato stampa, gennaio 2020, http://www.artefiera.it/media/artefiera/pressrelease/2020/AF_2020_cartella_stampa_ITA_CS_Chiusura_AF.pdf.

Artissima, Comunicato di chiusura, novembre 2019, https://s3.amazonaws.com/artissima/wp-content/uploads/2019/11/03194652/CS_Artissima-2019_comunicato-di-chiusura.pdf.

Artnet News, "Hauser and Wirth Opens Up Its Website to Host an Indie Art Fair That Had to Cancel Its Basel Edition", 16 giugno 2020, <https://news.artnet.com/market/hauser-wirth-opens-website-to-host-an-indie-fair-basel-1887159>.

ArtPrice, "« No Man's Land »", ottobre 2020, <https://it.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2020/no-mans-land/>.

ArtReview, "Black Lives Matter Tops 2020 Edition of ArtReview's Annual Power 100", 2 dicembre 2020, <https://artreview.com/black-lives-matter-tops-2020-edition-of-artreviews-annual-power-100/>.

AXA Art, Collecting in the Digital age, International Collectors Survey, 2014.

Beltrami, C., "Ma è poi così "scandalosa" la XXXII Biennale di Venezia?", 2013, https://www.academia.edu/5491536/Ma_%C3%A8_poi_cos%C3%AC_scandalosa_la_XXXII_Biennale_di_Venezia.

Blockchain, su www.blockchain.com.

Brady, A., "La cronaca del 2020: un percorso a ostacoli con gli occhi bendati" in Il Giornale dell'Arte, gennaio 2021, <https://www.ilgiornaledellarte.com/articoli/la-cronaca-del-2020-un-percorso-a-ostacoli-con-gli-occhi-bendati/134944.html>.

Burns, C., Halperin, J., "Female Artists Represent Just 2 Percent of the Market. Here's Why—and How That Can Change" in ArtnetNews, 19 settembre 2019, <https://news.artnet.com/womens-place-in-the-art-world/female-artists-represent-just-2-percent-market-heres-can-change-1654954>.

Capgemini, World Wealth Report 2019, 2019.

Cascone, S., "Maurizio Cattelan Is Taping Bananas to a Wall at Art Basel Miami Beach and Selling Them for \$120,000 Each" in Artnet News, 4 dicembre 2019, <https://news.artnet.com/market/maurizio-cattelan-banana-art-basel-miami-beach-1722516>.

Cascone, S., "Two Baltimore Museum Trustees Resign and Donors Rescind \$50 Million in Gifts as the Institution Prepares to Sell Off Blue-Chip Art" in ArtnetNews, 26 ottobre 2020, <https://news.artnet.com/art-world/baltimore-donors-rescind-50-million-gifts-1918139>.

Chow, V., "What Hong Kong's protests mean for the city's art market: an upsurge in creativity amid economic woes" in South China Morning Post, 2 novembre 2019, <https://www.scmp.com/comment/opinion/article/3035691/what-hong-kongs-protests-mean-citys-art-market-upsurge-creativity>.

Christie's website, Christie's Press Centre, 7 maggio 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9620&lid=1>.

Christie's Press Centre, 23 giugno 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9690&lid=1>.

Christie's, The Sir Geoffrey Boycott Collection, 16 novembre 2020, https://onlineonly.christies.com/s/sir-geoffrey-boycott-collection/overview/1867?sc_lang=en.

Christie's Press Centre, "CHRISTIE'S LUXURY MARKET REPORT 2020", 18 dicembre 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9916&lid=1>.

Christie's, "CHRISTIE'S PRELIMINARY RESULTS FOR 2020", Christie's Press Centre, 18 dicembre 2020, https://www.christies.com/presscenter/pdf/9913/REL_Christie's%202020%20Preliminary%20Results_9913_1.pdf.

Christie's, Press Centre, marzo 2021, <https://www.christies.com/features/Monumental-collage-by-Beeple-is-first-purely-digital-artwork-NFT-to-come-to-auction-11510-7.aspx>.

Il mercato dell'arte e dei beni da collezione

Speciale "Lo stato dell'arte ai tempi del Covid-19"

Comune di Milano, "Cultura. I talenti delle donne, palinsesto culturale cittadino 2020", 20 gennaio 2020, <https://www.comune.milano.it/-/cultura.-i-talenti-delle-donne-palinsesto-culturale-cittadino-2020>.

Correggia, E., "Così l'arte scoprì la Blockchain", in MilanoFinanza, 24 novembre 2018.

Deloitte Luxembourg & ArtTactic, Deloitte Art&Finance Report 2019, 2019.

Frieze Los Angeles, Press Release, febbraio 2020, <https://www.frieze.com/article/bringing-la-and-art-world-together-their-best-frieze-los-angeles-2020>.

Gallery Climate Coalition website: <https://galleryclimatecoalition.org/>.

Hiscox & ArtTactic, Hiscox Online Art Trade Report 2019, 2019.

Hiscox & ArtTactic, Hiscox Online Art Trade Report 2020 - Part One: The Online Art Trade, 2020.

Hiscox & ArtTactic, Hiscox Online Art Trade Report 2020 - Part Two: Buyers Behaviour, 2020.

Kazakina, K., "Two Major Collections to Pump \$1 Billion in 2020 Art Auctions" in Bloomberg, 28 gennaio 2020, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-28/death-divorce-poised-to-pump-1-billion-into-2020-art-auctions>.

Kazakina, K., "Dealers Call on Art Basel to Cancel Hong Kong Show Over Virus Fears", in Bloomberg, 30 gennaio 2020, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-30/dealers-call-on-art-basel-to-cancel-hong-kong-show-on-virus-fear>.

Kenney, N., "Baltimore Museum of Art will sell important paintings by Warhol, Still and Marden" in The Art Newspaper, 3 ottobre 2020, <https://www.theartnewspaper.com/news/baltimore-museum-of-art-plans-to-sell-paintings-by-warhol-still-and-marden>.

Kinsella, E., "A New York Museum Is Selling Its Only Jackson Pollock Painting at Christie's to Fund Acquisitions of Work by Women and Artists of Color" in ArtnetNews, 3 settembre 2020, <https://news.artnet.com/market/christies-will-sell-trophy-jackson-pollock-painting-october-evening-sale-1905985>.

Kinsella, E., "Veteran Art Dealer Marian Goodman Will Close Her London Gallery, Citing Brexit and the Global Health Crisis" in ArtNet News, 22 ottobre 2020, <https://news.artnet.com/market/marian-goodman-closes-london-gallery-1917517>.

Knight Frank, The Wealth Report – 2021.

Lichene, R., "Blockchain; NFT, cosa sono, come si creano e come stanno cambiando il mercato dell'arte" in Corriere della Sera – Tecnologia, 12 marzo 2021.

Maggi, N., "Brexit e mercato dell'arte: breve vademecum per operatori e collezionisti" in Collezione da Tiffany, 21 gennaio 2021, <https://www.collezionedatiffany.com/brexit-arte-2021/>.

Marchesoni, M.A., "Anno a due velocità per Christie's, Sotheby's, Phillips" in ArtEconomy24, 29 dicembre 2020, <https://www.ilsole24ore.com/art/anno-due-velocita-christie-s-sotheby-s-phillips-ADiGSZAB>.

Marchesoni, M. A., "Artsy sceglie l'Italia per lanciare le Artsy Community" in ArtEconomy24, 7 luglio 2020, https://www.ilsole24ore.com/art/artsy-sceglie-l-italia-lanciare-artsy-community-ADhuzuc?refresh_ce=1.

Massi, M., Piancatelli, C., e Ghilardi, R., "Preserving Memory Through Branding: Museums Brands as Vectors for Advocacy, Promotion and Public Programming" in P. Ngulube (a cura di), Handbook of Research on Advocacy, Promotion, and Public Programming for Memory Institutions, IGI Global, 2019.

Migan, D., "Art Dealers Are Notorious for Obscuring Prices. But as the Market Shifts Online, Many Are Finally Embracing Price Transparency" in ArtnetNews, 19 ottobre 2020, <https://news.artnet.com/market/price-transparency-art-market-1915145>.

Parlamento Europeo, Consiglio dell'Unione Europea, Regolamento (UE) 2019/880 relativo all'introduzione e all'importazione di beni cultPhillips Press Centre, 19 agosto 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-and-poly-auction-announce-an-unprecedented-collaboration->.

Phillips website, Phillips Press Centre, 19 agosto 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-and-poly-auction-announce-an-unprecedented-collaboration->.

Phillips website, Phillips Press Centre, "Phillips Achieves Highest Total in Company History for 20th Century and Contemporary Art Evening and Day Sales, At \$162.4 Million", Phillips Press Centre, 9 dicembre 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-achieves-highest-total-in-company-history-for-20th-century-and-contemporary-art-evening-and-day-sales-at-1624-million>.

Phillips Press Centre, "RACING PULSE, Phillips' Flagship New York Watch Auction, Realizes \$27.6 Million, Concluding a Record-Setting Year", 12 dicembre 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-racing-pulse-auction-realizes-276-million-concluding-a-recordsetting-year>.

Pirrelli, M., "Foto di gruppo del collezionismo italiano" in ArtEconomy24, 11 gennaio 2021, <https://www.ilsole24ore.com/art/foto-gruppo-collezionismo-italiano-ADyB0qCB>.

Pownall, Rachel A.J., TEFAF Art Market Report 2017, 2017.

Rea, N., "David Zwirner Is Opening Up Its Online Viewing Room to 12 Galleries in Brussels and Paris in Its Latest Effort to Boost Smaller Dealers" in Artnet News, 12 maggio 2020, <https://news.artnet.com/market/david-zwirner-platform-paris-brussels-1858023>.

Ripa, P., "Art Banking: la crescita del mercato dell'arte e i suoi effetti sull'industria finanziaria" in *Economia e diritto del terziario*, Fascicolo 1/2017 - Il mercato dell'arte: cambiamenti strutturali e problematiche emergenti, Milano, FrancoAngeli, 2017.

Ripa, P., "Art Advisory: la crescita del mercato dell'arte e i suoi effetti sull'industria finanziaria", in *Economia e diritto dell'arte*, Skira editore, 2014.

Ripa, P., "L'art advisory nel private banking", in *Economia dell'arte: proteggere, gestire e valorizzare le opere d'arte*, Egea, 2017.

Ripa, P., e Ghilardi, R., *Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2018*, Deloitte, Italia 2018.

Ripa, P., e Ghilardi, R., "Le strategie di branding nel mondo della cultura e nel mercato dell'arte. Musei case d'asta e gallerie", in *Art & Law*, 2/2018, 2018.

Ripa, P., Ghilardi, R., *Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2018*, Deloitte, Italia 2018.

Ripa, P., Ghilardi, R., Maggi, N., *Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2019*, Deloitte, 2019.

Ripa, P., Ghilardi, R., Maggi, N., *Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2020*, Deloitte, 2020.

Robertson, I., *New Art New Market*, Lund Humphries, 2018.

Roccella, E., "The Spirit of the Rose: un diamante da record" in *Exibart*, 18 novembre 2020, <https://www.exibart.com/mercato/the-spirit-of-the-rose-un-diamante-da-record/>.

Rubino, M., "La nuova era degli artisti digitali: Christie's debutta nel mercato della crypto art" in *Forbes Cultura*, <https://forbes.it/2021/02/24/la-nuova-era-degli-artisti-digitali-christies-debutta-nel-mercato-della-crypto-art/>.

Sotheby's website, Sotheby's Press Centre, "A Transformative Year for the Watch Auction Market", 21 dicembre 2020, <https://www.sothebys.com/en/press/a-transformative-year-for-the-watch-auction-market>.

Sotheby's, *The One | MJ's Air Jordan 1s*, 17 maggio 2020, <https://www.sothebys.com/en/buy/auction/2020/the-one-mjs-air-jordan-1s/michael-jordans-game-worn-1985-player-sample-air>.

Sotheby's, "Sotheby's Adapts and Innovates in a Year of Unprecedented Change And Delivers Industry Leading Sales Totals", Sotheby's Press Centre, 18 dicembre 2020, <https://www.sothebys.com/en/press/sothebys-adapts-and-innovates-in-a-year-of-unprecedented-change-and-delivers-industry-leading-sales-totals?locale=en>.

TEFAF, "Tefaf Shortens Fair Due to Increased Concerns Related to the Coronavirus", marzo 2020, <https://cdn.filepicker.io/api/file/4SNIEYX0QPif5ZyLve12?&fit=max>.

TEFAF, "TEFAF Thanks Exhibitors For Participation Inshortened Tefaf Maastricht 2020", marzo 2020, <https://cdn.filepicker.io/api/file/2iDgOVfvQDGH14lz6izs?&fit=max>.

The Armory Show, Press Release, marzo 2020, https://www.thearmoryshow.com/content/4-press/2-press-releases/tas2020_end-of-fair_march-10-2020.pdf.

The Value, "A Rare Classical Chinese Handscroll 'Ten Views of Lingbi Rock' Fetches in Excess of RMB 500m After Its Auction Debut 31 Years Ago", 19 ottobre 2020, <https://en.thevalue.com/articles/poly-auction-ten-views-lingbi-stone-handscroll-ming-dynasty-record>.

Zorloni, A., *L' economia dell'arte contemporanea. Mercati strategie e star system*, FrancoAngeli, Milano, 2016.

Zorloni, A., *Art Wealth Management: Managing Private Art Collections*, Springer, 2016.

Zorloni, A., (a cura di), *Musei privati. La passione per l'arte contemporanea nelle collezioni di famiglia e d'impresa*, Egea, Milano, 2019.

Zorloni, A., e Ghilardi, R., "L'arte in azienda: dai programmi artistici alle nuove forme di mecenatismo", in A. Zorloni (a cura di), *Musei privati. La passione per l'arte contemporanea nelle collezioni di famiglia e d'impresa*, Egea, Milano, 2019.

Zorloni A., Ghilardi R., (2018) "L'immagine di Milano nel mercato dell'arte contemporanea. Criticità e opportunità", in S. Moretti (a cura di), *Raccontare Milano. Arte, architettura, media e mercato*, Silvana Editoriale, Milano.

Note | Capitolo 1

1. Con riferimento alle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la sezione Metodologia.
2. Per un approfondimento si veda anche: Ripa, P., "Art Advisory: la crescita del mercato dell'arte e i suoi effetti sull'industria finanziaria", in *Economia e diritto dell'arte*, Skira editore, 2014; Ripa, P., "L'art advisory nel private banking", in *Economia dell'arte: proteggere, gestire e valorizzare le opere d'arte*, Egea, 2017.
3. Per un approfondimento sulle garanzie nel mercato dell'arte si veda il focus proposto nella sezione "Il mercato della pittura nelle diverse piazze internazionali".
4. Christie's Press Centre, 7 maggio 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9620&lid=1>.
5. Christie's Press Centre, 23 giugno 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9690&lid=1>.
6. Phillips Press Centre, 19 agosto 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-and-poly-auction-announce-an-unprecedented-collaboration->.
7. Christie's, "CHRISTIE'S PRELIMINARY RESULTS FOR 2020", Christie's Press Centre, 18 dicembre 2020, https://www.christies.com/presscenter/pdf/9913/REL_Christie's%202020%20Preliminary%20Results_9913_1.pdf.
8. Sotheby's, "Sotheby's Adapts and Innovates in a Year of Unprecedented Change And Delivers Industry Leading Sales Totals", Sotheby's Press Centre, 18 dicembre 2020, <https://www.sothebys.com/en/press/sothebys-adapts-and-innovates-in-a-year-of-unprecedented-change-and-delivers-industry-leading-sales-totals?locale=en>.
9. Per approfondimenti: Gallery Climate Coalition website: <https://galleryclimatecoalition.org/>.
10. Sotheby's, "Sotheby's Adapts and Innovates in a Year of Unprecedented Change And Delivers Industry Leading Sales Totals", Sotheby's Press Centre, 18 dicembre 2020, <https://www.sothebys.com/en/press/sothebys-adapts-and-innovates-in-a-year-of-unprecedented-change-and-delivers-industry-leading-sales-totals?locale=en>.
11. Christie's, "CHRISTIE'S PRELIMINARY RESULTS FOR 2020", Christie's Press Centre, 18 dicembre 2020, https://www.christies.com/presscenter/pdf/9913/REL_Christie's%202020%20Preliminary%20Results_9913_1.pdf.
12. Marchesoni, M.A., "Anno a due velocità per Christie's, Sotheby's, Phillips" in *ArtEconomy24*, 29 dicembre 2020, <https://www.ilsole24ore.com/art/anno-due-velocita-christie-s-sotheby-s-phillips-ADiGSZAB>.
13. Sotheby's, *The One | MJ's Air Jordan 1s*, 17 maggio 2020, <https://www.sothebys.com/en/buy/auction/2020/the-one-mjs-air-jordan-1s/michael-jordans-game-worn-1985-player-sample-air>.
14. Christie's, *The Sir Geoffrey Boycott Collection*, 16 novembre 2020, https://onlineonly.christies.com/s/sir-geoffrey-boycott-collection/overview/1867?sc_lang=en.
15. ArtReview, "Black Lives Matter Tops 2020 Edition of ArtReview's Annual Power 100", 2 dicembre 2020, <https://artreview.com/black-lives-matter-tops-2020-edition-of-artreviews-annual-power-100/>.
16. Kenney, N., "Baltimore Museum of Art will sell important paintings by Warhol, Still and Marden" in *The Art Newspaper*, 3 ottobre 2020, <https://www.theartnewspaper.com/news/baltimore-museum-of-art-plans-to-sell-paintings-by-warhol-still-and-marden>.
17. Cascone, S., "Two Baltimore Museum Trustees Resign and Donors Rescind \$50 Million in Gifts as the Institution Prepares to Sell Off Blue-Chip Art" in *ArtnetNews*, 26 ottobre 2020, <https://news.artnet.com/art-world/baltimore-donors-rescind-50-million-gifts-1918139>.
18. Kinsella, E., "A New York Museum Is Selling Its Only Jackson Pollock Painting at Christie's to Fund Acquisitions of Work by Women and Artists of Color" in *ArtnetNews*, 3 settembre 2020, <https://news.artnet.com/market/christies-will-sell-trophy-jackson-pollock-painting-october-evening-sale-1905985>.
19. Comune di Milano, "Cultura. I talenti delle donne, palinsesto culturale cittadino 2020", 20 gennaio 2020, <https://www.comune.milano.it/-/cultura.-i-talent-delle-donne-palinsesto-culturale-cittadino-2020>.
20. ArtPrice, "« No Man's Land »", ottobre 2020, <https://it.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2020/no-mans-land/>.
21. Migan, D., "Art Dealers Are Notorious for Obscuring Prices. But as the Market Shifts Online, Many Are Finally Embracing Price Transparency" in *ArtnetNews*, 19 ottobre 2020, <https://news.artnet.com/market/price-transparency-art-market-1915145>.
22. Per l'intera intervista a Cristiano De Lorenzo, si veda la sezione "Interviste".
23. Hiscox & ArtTactic, *Hiscox Online Art Trade Report 2020 - Part One: The Online Art Trade*, 2020.
24. Hiscox & ArtTactic, *Hiscox Online Art Trade Report 2020 - Part One: The Online Art Trade*, 2020.

25. Marchesoni, M. A., "Artsy sceglie l'Italia per lanciare le Artsy Community" in ArtEconomy24, 7 luglio 2020, https://www.ilsole24ore.com/art/artsy-sceglie-l-italia-lanciare-artsy-community-ADhuzuc?refresh_ce=1.
26. Rea, N., "David Zwirner Is Opening Up Its Online Viewing Room to 12 Galleries in Brussels and Paris in Its Latest Effort to Boost Smaller Dealers" in ArtNet News, 12 maggio 2020, <https://news.artnet.com/market/david-zwirner-platform-paris-brussels-1858023>.
27. ArtNet News, "Hauser and Wirth Opens Up Its Website to Host an Indie Art Fair That Had to Cancel Its Basel Edition", 16 giugno 2020, <https://news.artnet.com/market/hauser-wirth-opens-website-to-host-an-indie-fair-basel-1887159>.
28. Kinsella, E., "Veteran Art Dealer Marian Goodman Will Close Her London Gallery, Citing Brexit and the Global Health Crisis" in ArtNet News, 22 ottobre 2020, <https://news.artnet.com/market/marian-goodman-closes-london-gallery-1917517>.
29. Hiscox & ArtTactic, Hiscox Online Art Trade Report 2020 - Part Two: Buyers Behaviour, 2020.
30. Hiscox & ArtTactic, Hiscox Online Art Trade Report 2020 - Part Two: Buyers Behaviour, 2020.
31. Per un approfondimento sulla Blockchain nel mercato dell'arte si veda il focus proposto al termine della sezione.
32. Blockchain, su www.blockchain.com.
33. Rubino, M., "La nuova era degli artisti digitali: Christie's debutta nel mercato della crypto art" in Forbes Cultura, 24 febbraio 2021, <https://forbes.it/2021/02/24/la-nuova-era-degli-artisti-digitali-christies-debutta-nel-mercato-della-crypto-art/>.
34. Per l'intera intervista a Mariolina Bassetti, si veda la sezione "Interviste".
35. Pirrelli, M., "Foto di gruppo del collezionismo italiano" in ArtEconomy24, 11 gennaio 2021, <https://www.ilsole24ore.com/art/foto-gruppo-collezionismo-italiano-ADyB0qCB>.
36. Pownall, Rachel A.J., TEFAF Art Market Report 2017, 2017.
37. Art Basel, Art Basel Cancels Upcoming Hong Kong Show, 6 febbraio 2020, <https://www.artbasel.com/stories/art-basel-cancels-upcoming-hong-kong-show>.
38. Frieze Los Angeles, Press Release, febbraio 2020, <https://www.frieze.com/article/bringing-la-and-art-world-together-their-best-frieze-los-angeles-2020>.
39. The Armory Show, Press Release, marzo 2020, https://www.thearmoryshow.com/content/4-press/2-press-releases/tas2020_end-of-fair_march-10-2020.pdf.
40. TEFAF, "Tefaf Shortens Fair Due to Increased Concerns Related to the Coronavirus", marzo 2020, <https://cdn.filepicker.io/api/file/4SNIEYX0QPIF5ZyLVe12?&fit=max>.
41. TEFAF, "TEFAF Thanks Exhibitors For Participation Inshortened Tefaf Maastricht 2020", marzo 2020, <https://cdn.filepicker.io/api/file/2iDgOVfVQDGH14lz6izs?&fit=max>.
42. Brady, A., "La cronaca del 2020: un percorso a ostacoli con gli occhi bendati" in Il Giornale dell'Arte, gennaio 2021, <https://www.ilgiornaledellarte.com/articoli/la-cronaca-del-2020-un-percorso-a-ostacoli-con-gli-occhi-bendati/134944.html>.
43. Art Basel, Press Release, marzo 2020, <https://www.artbasel.com/stories/art-basel-online-viewing-rooms-press-statement>.
44. AGENCE FRANCE-PRESSE, "David Zwirner defies expectations with \$8 million online sale of Jeff Koons sculpture", 22 giugno 2020, <https://www.thejakartapost.com/life/2020/06/22/david-zwirner-defies-expectations-with-8-million-online-sale-of-jeff-koons-sculpture.html>.
45. Artefiera, Comunicato stampa, gennaio 2020, http://www.artefiera.it/media/artefiera/pressrelease/2020/AF_2020_cartella_stampa_ITA/CS_Chiusura_AF.pdf.
46. Per un approfondimento si veda anche: Zorloni A., Ghilardi R., (2018) "L'immagine di Milano nel mercato dell'arte contemporanea. Criticità e opportunità", in S. Moretti (a cura di), Raccontare Milano. Arte, architettura, media e mercato, Silvana Editoriale, Milano.
47. Artissima, Comunicato di chiusura, novembre 2019, https://s3.amazonaws.com/artissima/wp-content/uploads/2019/11/03194652/CS_Artissima-2019_comunicato-di-chiusura.pdf.
48. Sotheby's, "Sotheby's Adapts and Innovates in a Year of Unprecedented Change And Delivers Industry Leading Sales Totals", Sotheby's Press Centre, 18 dicembre 2020, <https://www.sothebys.com/en/press/sothebys-adapts-and-innovates-in-a-year-of-unprecedented-change-and-delivers-industry-leading-sales-totals?locale=en>.
49. Christie's, "CHRISTIE'S PRELIMINARY RESULTS FOR 2020", Christie's Press Centre, 18 dicembre 2020, https://www.christies.com/presscenter/pdf/9913/REL_Christie's%202020%20Preliminary%20Results_9913_1.pdf.
50. Christie's specifica che sono considerati millennials i bidder appartenenti alla fascia d'età 23-38 anni.
51. Phillips, "Phillips Achieves Highest Total in Company History for 20th Century and Contemporary Art Evening and Day Sales, At \$162.4 Million", Phillips Press Centre, 9 dicembre 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-achieves-highest-total-in-company-history-for-20th-century-and-contemporary-art-evening-and-day-sales-at-1624-million>.
52. The Value, "A Rare Classical Chinese Handscroll 'Ten Views of Lingbi Rock' Fetches in Excess of RMB 500m After Its Auction Debut 31 Years Ago", 19 ottobre 2020, <https://en.thevalue.com/articles/poly-auction-ten-views-lingbi-stone-handscroll-ming-dynasty-record>.

53. Con riferimento ai lotti venduti nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la sezione Metodologia. Nella statistica riportata non sono quindi compresi i lotti battuti dai player locali sulla piazza asiatica.
54. Lotti che hanno superato i \$2,0 Mln, con riferimento ai lotti venduti nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la sezione Metodologia.
55. Lotti che hanno superato i \$2,0 Mln, con riferimento ai lotti venduti nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la sezione Metodologia.
56. Con riferimento ai lotti venduti nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la sezione Metodologia. Nella statistica riportata non sono quindi compresi i lotti battuti dai player locali sulla piazza asiatica.
57. Per l'intera intervista a Alessandro Guerrini, si veda la sezione "Interviste".
58. Con riferimento ai lotti venduti nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la sezione Metodologia. Per un approfondimento sui top lot si veda la sezione "L'analisi dei top lot del 2020".
59. Nell'elaborazione del Global Painting Index vengono considerate le aste di pittura svoltesi in sala o in formato "ibrido" nelle principali piazze mondiali, selezionate secondo la sezione Metodologia.
60. Con riferimento ai lotti venduti nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la sezione Metodologia.
61. Campione rappresentato dalle maggiori aste di pittura (minimo \$1 Mln) e composto da 147 osservazioni.
62. Per un approfondimento sul branding nel mondo dell'arte si veda anche: Ripa, P., e Ghilardi, R., "Le strategie di branding nel mondo della cultura e nel mercato dell'arte. Musei case d'asta e gallerie", in *Art & Law*, 2/2018, 2018.
63. Per un approfondimento sull'arte in azienda si veda anche: Zorloni, A., e Ghilardi, R., "L'arte in azienda: dai programmi artistici alle nuove forme di mecenatismo", in A. Zorloni (a cura di), *Musei privati. La passione per l'arte contemporanea nelle collezioni di famiglia e d'impresa*, Egea, Milano, 2019.
64. Per l'intera intervista a Guido Wannenes, si veda la sezione "Interviste".
65. Dati calcolati sulla serie storica 2001-2020.
66. Nell'elaborazione del Global Painting USA Index vengono considerate le aste di pittura svoltesi a New York, selezionate secondo la sezione Metodologia.
67. Campione rappresentato dalle maggiori aste USA (minimo \$1 Mln) e composto da 54 osservazioni.
68. Ossia le vendite rientranti nel campione di ricerca.
69. Dati calcolati sulla serie storica 2001-2020.
70. Nell'elaborazione del Global Painting UK Index vengono considerate le aste di pittura svoltesi a Londra, selezionate secondo la sezione Metodologia.
71. Campione rappresentato dalle maggiori aste UK (minimo \$1 Mln) e composto da 42 osservazioni.
72. Maggi, N., "Brexit e mercato dell'arte: breve vademecum per operatori e collezionisti" in *Collezione da Tiffany*, 21 gennaio 2021, <https://www.collezionedatiffany.com/brexit-arte-2021/>.
73. Per l'intera intervista a Mariolina Bassetti, si veda la sezione "Interviste".
74. Dati calcolati sulla serie storica 2001-2020.
75. Nell'elaborazione del Global Painting Asia Index vengono considerate le aste di pittura svoltesi a Hong Kong, Pechino, Dubai, Mumbai e Shanghai, selezionate secondo la sezione Metodologia.
76. Campione rappresentato dalle maggiori aste asiatiche (minimo \$1 Mln) e composto da 32 osservazioni.
77. Dati calcolati sulla serie storica 2001-2020.
78. Nell'elaborazione del Global Painting UE Index vengono considerate tutte le aste dei 3 comparti analizzati (Post War, Pre War e Old Masters) e delle aste pluri comparto per il mercato della pittura svoltesi a Parigi, Ginevra, Milano, Amsterdam e le altre piazze europee.
79. Campione rappresentato dalle maggiori aste UE (minimo \$1 Mln) e composto da 19 osservazioni.
80. Con riferimento alle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la sezione Metodologia.
81. Nell'elaborazione del Post War Painting Index vengono considerate tutte le aste di arte del dopo-guerra e contemporanea svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la sezione Metodologia.
82. Campione rappresentato dalle maggiori aste di arte del dopoguerra e contemporanea (minimo \$1 Mln) e composto da 124 osservazioni.
83. Nell'elaborazione del Pre War Painting Index vengono considerate tutte le aste del comparto di arte impressionista e moderna svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la sezione Metodologia.

84. Campione rappresentato dalle maggiori aste di arte impressionista e moderna (minimo \$1 Mln) e composto da 50 osservazioni.
85. Nell'elaborazione dell'Old Masters Painting Index vengono considerate tutte le aste del comparto Old Masters svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la sezione Metodologia.
86. Campione rappresentato dalle maggiori aste Old Masters (minimo \$1 Mln) e composto da 27 osservazioni.
87. Nell'elaborazione del Global Passion Assets Index vengono considerate tutte le aste di gioielli e orologi, antichità, arredi e design, vini e fotografie svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la sezione Metodologia.
88. Campione rappresentato dalle maggiori aste di Passion Assets (minimo \$1 Mln) e composto da 275 osservazioni.
89. Sotheby's, The One | MJ's Air Jordan 1s, maggio 2020, <https://www.sothebys.com/en/digital-catalogues/the-one-mjs-air-jordan-1s>.
90. Knight Frank, The Wealth Report – 2021.
91. Nell'elaborazione del Wines & Spirits Index vengono considerate tutte le aste del comparto Vini e liquori svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la sezione Metodologia.
92. Campione rappresentato dalle maggiori aste di Vini e liquori (minimo \$ 1 Mln) e composto da 27 osservazioni.
93. Con riferimento alle aste incluse nel campione di ricerca secondo la sezione Metodologia.
94. Nell'elaborazione del Watches & Jewels Index vengono considerate tutte le aste del comparto orologi e gioielli svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la sezione Metodologia.
95. Campione rappresentato dalle maggiori aste di orologi e gioielli (minimo \$1 Mln) e composto da 35 osservazioni.
96. Sotheby's Press Centre, "A Transformative Year for the Watch Auction Market", 21 dicembre 2020, <https://www.sothebys.com/en/press/a-transformative-year-for-the-watch-auction-market>.
97. Christie's Press Centre, "CHRISTIE'S LUXURY MARKET REPORT 2020", 18 dicembre 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9916&lid=1>.
98. Phillips Press Centre, "RACING PULSE, Phillips' Flagship New York Watch Auction, Realizes \$27.6 Million, Concluding a Record-Setting Year", 12 dicembre 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-racing-pulse-auction-realizes-276-million-concluding-a-recordsetting-year>.
99. Roccella, E., "The Spirit of the Rose: un diamante da record" in Exibart, 18 novembre 2020, <https://www.exibart.com/mercato/the-spirit-of-the-rose-un-diamante-da-record/>.
100. Nell'elaborazione del Photographs Index vengono considerate tutte le aste del comparto fotografia svoltesi nelle principali piazze internazionali.
101. Campione rappresentato dalle maggiori aste di fotografia (minimo \$1 Mln) e composto da 6 osservazioni.
102. Nell'elaborazione dell'Antiquities Index vengono considerate tutte le aste del comparto Antichità svoltesi nelle principali location mondiali.
103. Campione rappresentato dalle maggiori aste di Antichità (minimo \$1 Mln) e composto da 140 osservazioni.
104. Cosenz, S., "I giovani collezionisti scoprono il design italiano" in ArtEconomy24, 14 ottobre 2018, <https://www.ilsole24ore.com/art/arteconomy/2018-10-14/i-giovani-collezionisti-scoprono-design-italiano--085346.shtml?uid=AE7x1wMG>.
105. Nell'elaborazione dell'Arredi & Design Index vengono considerate tutte le aste del comparto arredamento moderno e design svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la sezione Metodologia.
106. Campione rappresentato dalle maggiori aste di Arredi & Design (minimo \$1 Mln) e composto da 15 osservazioni.
107. Con riferimento alle aste incluse nel campione di ricerca secondo la sezione Metodologia.
108. Periodo calcolato in base al ritorno dell'auto con il medesimo numero di telaio in una asta in qualsiasi parte del mondo.
109. Rubino, M., "La nuova era degli artisti digitali: Christie's debutta nel mercato della crypto art" in Forbes Cultura, 24 febbraio 2021, <https://forbes.it/2021/02/24/la-nuova-era-degli-artisti-digitali-christies-debutta-nel-mercato-della-crypto-art/>.
110. Christie's, Press Centre, marzo 2021, <https://www.christies.com/features/Monumental-collage-by-Beeple-is-first-purely-digital-artwork-NFT-to-come-to-auction-11510-7.aspx>.
111. Christie's Press Centre, 7 maggio 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9620&lid=1>.
112. Christie's Press Centre, 23 giugno 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9690&lid=1>.
113. Phillips Press Centre, 19 agosto 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-and-poly-auction-announce-an-unprecedented-collaboration->.

Note | Capitolo 3

1. ISTAT, I musei statali al tempo del Covid, 21 maggio 2020, <https://www.istat.it/it/archivio/243286>.
2. "In base al censimento del 2018 il patrimonio culturale statale conta 460 tra musei, aree archeologiche e monumenti. Quattro su dieci sono musei e gallerie (42,2%). Più della metà delle strutture (53,3%) risulta localizzata in quattro regioni: Lazio, Campania, Toscana ed Emilia-Romagna. I primi 10 comuni per numero di musei e istituti similari statali sono Roma, Firenze, Napoli, Bacoli, Parma, Ravenna, Siena, Trieste, Venezia e Arezzo." Fonte: ISTAT, 2020.
3. Pirrelli, M., "Musei statali visitatori e introiti in picchiata" in ArtEconomy24, 11 febbraio 2021, <https://www.ilsole24ore.com/art/musei-statali-visitatori-e-introiti-picchiata-ADpvc9IB>.
4. ICOM, Museums, museum professionals and Covid-19, maggio 2020, <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-Covid-19.pdf>.
5. ICOM, Museums, museum professionals and Covid-19: follow-up survey, novembre 2020, https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/11/FINAL-EN_Follow-up-survey.pdf.
6. UNESCO, Museums Around the World - in the Face of Covid-19, maggio 2020, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>.
7. Fonte: ISTAT, 2020.
8. Per ulteriori approfondimenti si rimanda alla Sezione "Il mercato dell'arte e dei beni da collezione 2021" del presente report, paragrafo "La top 5 del 2020".
9. Ai sensi dell'art.1 del D.L. 31.5.2014, n. 83, "Disposizioni urgenti per la tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo", convertito con modificazioni in Legge n. 106 del 29/07/2014 e s.m.i.
10. <https://artbonus.gov.it/lista-interventi.html>
11. Melandri, G., "Rendiamo i biglietti per cinema, teatri e musei deducibili dalle tasse come i farmaci" in L'Espresso, 23 novembre 2020, <https://espresso.repubblica.it/visioni/2020/11/23/news/cultura-detrazione-tasse-giovanna-melandri-1.356332/>.
12. Sito web: <https://parma2020.it/event-detail/29200/m%3Cilto:delos@delosrp.it/>.
13. Marchesoni, M. A., "Artsy sceglie l'Italia per lanciare le Artsy Community" in ArtEconomy24, 7 luglio 2020, https://www.ilsole24ore.com/art/artsy-sceglie-l-italia-lanciare-artsy-community-ADhuzuc?refresh_ce=1.
14. Marchesoni, M., A., "SOUTH SOUTH: le gallerie del Sud del mondo si uniscono" in ArtEconomy24, 14 febbraio 2021, <https://www.ilsole24ore.com/art/south-south-gallerie-sud-mondo-si-uniscono-ADy9RqJB>.
15. Rea, N., "David Zwirner Is Opening Up Its Online Viewing Room to 12 Galleries in Brussels and Paris in Its Latest Effort to Boost Smaller Dealers" in ArtNet News, 12 maggio 2020, <https://news.artnet.com/market/david-zwirner-platform-paris-brussels-1858023>.
16. AgCult, "Il DL Semplificazioni è legge: via libera della Camera con 214 sì", 10 settembre 2020, https://agcult.it/a/24292/2020-09-10/il-dl-semplificazioni-e-legge-via-libera-della-camera-con-214-si?utm_source=&utm_medium=&utm_term=&utm_content=&utm_campaign=
17. McAndrew, C., The Art Market 2021, Art Basel & UBS, 2021.
18. Shnayerson, M., "How Pace Gallery Plans to Survive the Great Art World Collapse" in Wall Street Journal, 9 settembre 2020, <https://www.wsj.com/articles/how-pace-gallery-plans-to-survive-the-great-art-world-collapse-11599670862>.
19. Kinsella, E., "Veteran Art Dealer Marian Goodman Will Close Her London Gallery, Citing Brexit and the Global Health Crisis" in ArtNet News, 22 ottobre 2020, <https://news.artnet.com/market/marian-goodman-closes-london-gallery-1917517>.

Autori



Ernesto Lanzillo

Deloitte Italy Private Leader
elanzillo@deloitte.it



Barbara Tagliaferri

Deloitte Italy Art & Finance Coordinator
btagliaferri@deloitte.it



Pietro Ripa

Fideuram Private Banker
pripa@fideuram.it



Roberta Ghilardi

Deloitte Sustainability Senior Consultant
rghilardi@deloitte.it

Si ringrazia:

Mariolina Bassetti, Italo Carli, Cristiano De Lorenzo, Mario Filice, Giovanni Gasparini, Alessandro Guerrini, Angelica Maritan, Alessandra Marone, Riccardo Motta, Rossella Novarini, Moira Pianazzola, Matteo Schivo, Gianluigi Vignola, Guido Wannenes, Galleria Gaburro Boxart.



Liu Bolin, Blue Europe, 2015. Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.



Deloitte.

Private

La presente pubblicazione contiene informazioni di carattere generale, Deloitte Touche Tohmatsu Limited, le sue member firm e le entità a esse correlate (il "Network Deloitte") non intendono fornire attraverso questa pubblicazione consulenza o servizi professionali. Prima di prendere decisioni o adottare iniziative che possano incidere sui risultati aziendali, si consiglia di rivolgersi a un consulente per un parere professionale qualificato. Nessuna delle entità del network Deloitte è da ritenersi responsabile per eventuali perdite subite da chiunque utilizzi o faccia affidamento su questa pubblicazione.

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.