

# AFFARI D'ARTE

*Opere dalle quotazioni a sei zeri, aste in fermento, nuove iniziative e figure manageriali: il mercato artistico contemporaneo gode di ottima salute e guarda a Oriente*

Davide Mura

**I**MPARA L'ARTE e mettila da parte: il detto potrebbe essere applicato alla lettera nel campo del collezionismo. Occorre infatti documentarsi, conoscere opere e artisti, così come le ultime tendenze, frequentando magari i grandi appuntamenti come la Biennale d'Arte, appena inaugurata a Venezia, e le fiere di settore. Con uno sguardo al giro d'affari, dato che le quotazioni, soprattutto nell'arte moderna e contemporanea, possono essere da shock. Ma come si definisce il valore di un'opera? La domanda è complessa, poiché il valore oggettivo non dipende tanto dalla sua bellezza o dal fatto di essere stata prodotta con una particolare abilità manuale, a differenza di altri beni di lusso, ma paradossalmente a quanto l'acquirente è disposto a sborsare. Orientarsi dunque in un mondo in cui le regole che lo governano seguono criteri soggettivi può essere snervante.

La seconda domanda che occorre porsi è: conviene investire in arte? La risposta in questo caso è affermativa, ma bisogna tenere presenti alcuni aspetti: l'andamento del mercato artistico non dipende dalla



Borsa, l'arte però può essere vista come forma alternativa di investimento per diversificare un portfolio. L'investimento in arte non è liquido, non produce reddito e i prezzi sono volatili. Come se non

bastasse, il mercato dell'arte non si basa su regole precise e vanno considerate le spese legate al possesso di un'opera, come quelle per l'assicurazione, la conservazione o il trasporto. Oltre alla competenza, al

tempo e alla passione, gli esperti consigliano di acquistare solo ciò che piace, dopo aver fatto più ricerche possibili, tenendo sempre comunque a mente le parole di Oscar Wilde: "tutta l'arte è completamente inutile".



### Milioni all'incanto

I soldi in gioco, in ogni caso, sono parecchi. «Se osserviamo gli ultimi dati disponibili, possiamo notare che nel 2014 il totale generato dalla vendita di arte all'asta che, secondo le stime di Artnet, si aggira intorno ai 16,1 miliardi di dollari, è aumentato per il terzo anno consecutivo con una crescita del 12,1% rispetto al 2013 e di ben 156,4% dalla contrazione del mercato del 2009» spiega Chiara Zampetti, autrice di una *Guida al mercato dell'arte moderna e contemporanea* per i tipi di Skira. «L'aumento è dovuto a un innalzarsi dei prezzi più che al volume di opere passate in asta, basti pensare alla recente notizia della vendita del dipinto di Paul Gauguin *Nafea faa ipoipo (When will you marry?)*, passato di mano in trattativa privata a un collezionista del Qatar, per 300 milioni di dollari, il prezzo più alto mai pagato per un'opera d'arte. Anche gli artisti viventi oggi realizzano cifre a sei zeri, per esempio il 10 febbraio scorso da Sotheby's a Londra *Abstraktes Bild*, un dipinto del 1986 dell'artista tedesco Gerhard Richter è stato venduto per oltre 30 milioni di sterline», evidenzia Zampetti.



## Nuovi strumenti per investire nell'arte

L'idea di investire in un'opera d'arte può creare non pochi dilemmi. È possibile ricorrere agli **art fund**, investitori istituzionali che acquistano opere

di diverso tipo distribuendo il rischio o concentrandolo in un settore specifico del mercato (per esempio l'arte contemporanea dopo il 1985). Una volta che la collezione è stata messa insieme e terminato il periodo di investimento, le opere d'arte vengono reinserite nel mercato attraverso un processo di vendita che avviene con tempi e modi precedentemente stabiliti. I profitti vengono distribuiti tra gli investitori. Un **art exchange** segue i meccanismi della Borsa e permette a un investitore di comprare e vendere le azioni in cui è stata suddivisa un'opera d'arte o un pacchetto composto da più opere: si tratta di una piattaforma dove è possibile il trading delle azioni e in cambio c'è il ricavo delle commissioni. Quando il proprietario decide di consegnare un'opera a un art exchange per venderla il lavoro viene valutato da esperti, la stima approvata e il valore totale diviso in azioni. Molte **banche**, come diversi istituti di credito elvetici, propongono inoltre ai loro clienti forme di investimento alternativo proprio in opere d'arte. Viene suggerito l'acquisto di opere da tenere nei caveau della banca o in quote. La banca le compra e le "piazza" ai correntisti che sono proprietari totali o parziali.

Con l'aumento dei prezzi dell'arte sono cresciute infine le richieste per ottenere **finanziamenti con le opere d'arte in garanzia**. Un prestito può essere richiesto sia quando non si vuole vendere l'opera, ma si ha bisogno di capitale da riutilizzare per acquistarne altre, per altri tipi di investimento o per far fronte a bisogni personali; sia quando si desidera vendere, ma si abbia bisogno di ricevere la somma in anticipo, senza attendere il momento dell'asta o di aver trovato un compratore.

### Nuovi business e manager

Collezioni di miliardari a parte, il settore offre opportunità di business interessanti. Cresce ad esempio il bisogno di servizi di sostegno al mercato dell'arte, come quello di società di consulenza, assicurazioni specializzate, società che offrono servizi finanziari legati all'arte, come prestiti con l'arte a garanzia. Ci sono nuove possibilità anche nello sviluppo di percorsi formativi per operatori in questo settore, basti pensare che le business school hanno da tempo ampliato la loro offerta in questo ambito. In parallelo, cre-

scono nuove opportunità per ruoli professionali non più solo tipici del settore pubblico: il manager d'arte, una figura impegnata nella gestione di progetti artistici a livello globale, in grado di identificare contenuti innovativi, strutturare un'articolata programmazione di eventi, pianificare e sviluppare le attività di raccolta fondi e gestione delle risorse. Occorre avere in sostanza un approccio multidisciplinare. Quando si pensa di creare un'azienda per fare mostre d'arte, si tende a concentrarsi sull'elemento arte, ma questo è solo l'inizio, perché per fare busi-

ness serve molto di più, dalla logistica al commerciale. Secondo Silvia Pugi, cofondatrice di Artelling, che organizza mostre internazionali ed eventi di sponsorizzazioni artistiche (molto spesso oggi sono le aziende i nuovi mecenati, con un forte ritorno in termini di immagine), «il lavoro parte dal capire che tipo di esposizione è più adatta per un determinato contesto: a quel punto inizia il lavoro commerciale per trovare committenti e sponsor, poi si passa alla costruzione della mostra, mettendo insieme opere prestate da musei e privati. Molto importante è l'allestimento, dove capita spesso di fare un lavoro di scenografie quasi teatrali e contenuti multimediali, e la logistica, perché lavoriamo soprattutto all'estero. Poi c'è il merchandising e infine la comunicazione e la promozione della mostra in loco, dove si lavora sempre con agenzie di advertising locali. Ma tutto questo è possibile solo se e quando troviamo sponsor e clienti. Il consiglio che posso dare a chi vuole creare un'azienda di mostre d'arte ed eventi culturali? Di avere nel team dei bravi commerciali».

### Vendere l'arte ai cinesi

Le piazze asiatiche sono sempre più un punto di riferimento. Ecco allora che puntare prima di tutto alla Cina oggi non solo è possibile ma doveroso per chi intende cogliere le opportunità offerte da un mercato potenzialmente sterminato. Anche il valore delle opere di

# ARTE E DINTORNI: OPINIONI A CONFRONTO

## Occorrono più manager competenti



Il mercato dell'arte in Italia è un po' sottotono, le prospettive di carriera sono piuttosto limitate e poco attraenti per le giovani generazioni, notoriamente escluse da un progetto politico che punti a creare opportunità per loro.

L'arte, che è anche comunicazione, ha bisogno di comunicatori competenti. Il contributo dei manager in questo senso è fondamentale ma questi dovrebbero essere più appassionati e avere una maggiore intelligenza e cultura rispetto a quello che si vede in giro. Finiamola poi con il luogo comune del patrimonio artistico italiano come risorsa chiave: cent'anni fa l'Italia possedeva il più grande patrimonio artistico del mondo civile, ma se il mondo civile lo ha gradualmente arricchito, il nostro Paese non ha fatto investimenti in tal senso.

**Philippe Daverio**

*Critico d'arte*

## Un mercato senza confini

Il mercato dell'arte non ha risentito di una bolla speculativa, vive in una nicchia protetta. Chi investe in un'opera deve prima di tutto provare piacere personale e soddisfare il suo gusto estetico, anche se, in un arco di tempo medio-lungo, l'opera può senz'altro rivalutarsi e raddoppiare di valore. Fontana, Boetti, Burri, Castellani sono solo alcuni dei nomi degli artisti più quotati dell'arte moderna. Se volessimo tracciare un identikit dell'investitore in questo settore, dovremmo pensare a un profilo molto vario, con un'età non elevata, sui quarant'anni, imprenditore, manager, libero professionista.

Le case d'asta oggi guardano a un mercato sempre più globale, con manager in sede che possono provenire come nel mio caso da expertise specifiche, come quella dei libri antichi, ma dove cultura e competenze tecniche si devono affiancare a una visione del mercato globale: oggi non si ragiona più in un ambito nazionale.



**Filippo Lotti**

*Amministratore delegato Sotheby's Italia*

## Centro studi e collezionisti: un rapporto vincente



Il ruolo dei centri studi sarà sempre più cruciale. Approfondiamo gli artisti e le loro opere, ci occupiamo di didattica e di autenticazione. Per ogni opera noi tracciamo la sua storia, tanto che oggi il problema dei falsi è superato. Senza presunzione si può dire che i centri studi sono un punto di riferimento del mercato dell'arte. E siamo spesso i primi interlocutori dei collezionisti privati, che desiderano conoscere quanto hanno acquistato e che per noi rappresentano il tramite per accedere alle opere.

Il rapporto con i collezionisti è dunque stretto e basato sulla fidelizzazione: le opere che vanno ad alimentare le mostre spesso girano per il mondo anche per un paio d'anni. Il vantaggio economico in questa operazione è chiaro, perché provoca una loro ampia rivalutazione.

**Marzio Dall'Acqua**

*Specialista di Ligabue e consulente*

*del centro studi e archivio Antonio Ligabue*

**Il valore delle opere di artisti cinesi è decuplicato in dieci anni: oggi un dipinto di Zhang Xiaogang (foto a destra) ha quotazioni fino a 10 milioni di dollari**

artisti cinesi è decuplicato in dieci anni: oggi un dipinto di Zhang Xiaogang ha quotazioni fino a 10 milioni di dollari. Il mercato cinese è dominato dalle case d'aste, Sotheby's e Christie's in testa, mentre le gallerie d'arte hanno un peso inferiore rispetto ai mercati europeo e americano. I cinesi conoscono poco l'arte contemporanea straniera, ma ne sono consapevoli, così prima di comprare si informano online sull'artista, puntando su nomi noti, che hanno già fatto delle loro personali, o che magari hanno avuto delle collaborazioni con il mondo della moda. Per iniziare



a capire il mercato, un appuntamento importante è ShContemporary, Shanghai International Contemporary Art Exhibition, una fiera di arte contemporanea organizzata a Shanghai in partnership con BolognaFiere.

E se Shanghai e Pechino restano le principali piazze del mercato dell'arte, dove Shanghai è il centro economico e Pechino quello artistico, ci sono grandi potenzialità anche in altre città della Cina, come Guangzhou, Shenzhen, Dalian, Qingdao, Hangzhou o Chengdu, per fare alcuni esempi, dove i compratori di opere d'arte sono un po' ovunque e le opere sono scelte come status symbol o semplicemente come elementi di arredo.

#### Web e social network

La forte espansione del mercato dell'arte globale ha generato nuove opportunità non solo nel commercio inteso in modo tradizionale con le fiere, le gallerie e le aste, ma anche nel mercato dell'arte online. Le trattative e le relazioni d'affari in campo artistico oggi passano infatti sempre più dal web. Ecco allora che per una galleria è oggi impensabile non avere un sito dettagliato o un'app che permettano di visualizzare opere recenti e raggiungere collezionisti geograficamente distanti. Non è raro che un'opera venga venduta a centinaia di migliaia di dollari senza essere vista dal vivo. Trasparenza sui prezzi, sulle vendite e l'andamento del mercato e riservatezza sull'identità degli acquirenti sono altre caratteristiche apprezzate per chi acquista online. La promozione è naturalmente anche 2.0: da Facebook, passando per Twitter e soprattutto Instagram, le foto di opere e di eventi vengono condivise e taggate, arricchendosi di hashtag e commenti. E tra pagine, account e like si sviluppano contatti, relazioni e occasioni per aggiudicarsi opere o avviare nuovi progetti professionali. ■



*Senza titolo* (2001) di Maurizio Cattelan, venduta da Sotheby's New York per 7,9 milioni di dollari.