

# Rapporti

## Wealth management

## Mercato dell'arte, più acquirenti e la scelta vira sulle "promesse"

**PAOLA JADELUCA**

Tre i riferimenti degli investitori: provenienza dell'opera, qualità, voglia di novità. Nel 2018 quest'ultima ha guidato gli affari che si sono diretti su autori poco conosciuti ma con potenzialità e il trend traina la gestione dei patrimoni

«Il 2018 verrà ricordato come l'anno nel quale ci sono stati meno acquisti di opere d'arte di media qualità, anche se firmati da "grandi nomi" a favore di lavori di autori spesso inediti per il mercato internazionale, ma considerati di grandi potenzialità»: Pietro Ripa, private banker di **Fi-deuram**, che ha contribuito

all'Art&Finance Report di Deloitte, parla di uno dei tre pilastri sui quali si reggono gli investimenti e gli acquisti in arte: la provenienza del bene, la qualità e la voglia di novità, proprio quella che ha caratterizzato l'andamento del settore nell'ultimo anno. I primi due sono scontati. Considerati i fondamentali di un'opera che possa valere la pena di comprare.

### NOVITÀ

La voglia di novità, invece, richiede coraggio, la capacità di avventurarsi su nuovi fronti, la curiosità di scoprire autori poco noti. Un processo che, in definitiva, non si può affrontare da soli. L'ultimo Art&Finance Report di Deloitte, rileva una ulteriore crescita degli acquirenti investitori e non solo di acquirenti collezionisti. E il ruolo del wealth management, ovvero la gestione dei patrimoni più ricchi, sta diventando strategico, e si pone a metà strada tra gli operatori del settore e i musei pubblici e privati.

Piacere o investimento? Il di-



battuto si basa su di un dilemma che è solo apparente. Per un motivo molto semplice: compra arte chi ha denaro e il piacere della cosa bella, da mostrare ad amici e conoscenti e da gustare e rimirare in famiglia, ha comunque un solido aggancio anche sul valore intrinseco. Chi compra un quadro, una scultura, una fotografia d'autore o un bozzetto firmato può contare sul fatto che non si tratta mai di soldi buttati via o, peggio, a rischio.

Il mercato dell'arte cresce, trainato dalla Contemporary Art. La grande spinta è arrivata proprio dagli Hnwi, high net worth individual, i Paperoni del mondo. In particolare i ricconi americani che, sull'onda della ripresa economica, hanno ricominciato a mettere mani al portafoglio. In secondo luogo, a trainare aste e vendite nel mondo ci hanno pensato i cinesi. Sempre più ricchi, sempre più colti, mandano i figli a studiare all'estero e, quando questi tornano, portano con sé non solo la cultura accademica,

ma anche un nuovo gusto per le cose belle in stile occidentale.

Meno insistente si fa invece il dibattito, a un livello più intellettuale, sulla contaminazione che la parte commerciale genera sul valore intrinseco della singola opera. Difficile, oggi, distinguere tra un artista apprezzato e le sue quotazioni di mercato. Spesso sono proprio le fiere, le gallerie a lanciare e rendere famosi gli artisti emergenti. E per questa via a farli conoscere.

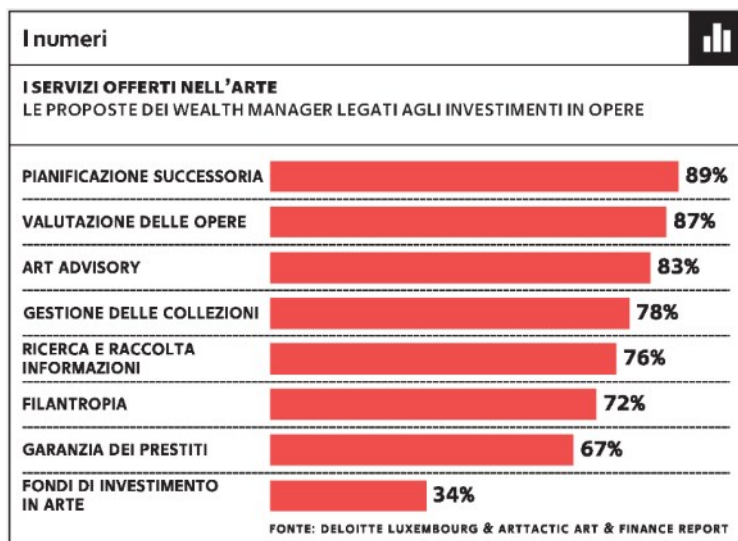
Non a caso l'arte rientra tra i cosiddetti "passion investment", investimenti che si fanno per passione. E l'evoluzione del mercato dell'arte ha portato a coniare il termine di "dividendo del piacere". In questo scenario valore emozionale, valore sociale, bene di lusso, diversificazione di portafoglio e rendimento risultano strettamente intrecciati tra di loro nelle motivazioni che spingono i wealth manager a comprare arte per conto dei propri clienti.

Oggi il 64% dei wealth manager dichiara di offrire servizi dedi-

cati all'arte. Di questi, in particolare, l'87% (+18% rispetto al 2016) afferma di offrire servizi di valutazione delle opere d'arte; l'83% (+4% rispetto al 2016) servizi di art advisor; il 78% (+19% rispetto al 2016) servizi legati alla gestione delle collezioni d'arte.

Il 44% degli intervistati ritiene inoltre che nei prossimi 12 mesi aumenteranno il focus e le risorse dedicate alla gestione patrimoniale dei beni artistici, questo è il dato più alto in assoluto dal lancio della prima survey di Deloitte sull'arte, nel 2011, ed è supportato dal trend in crescita dei prodotti e dei servizi legati al mondo dell'arte. L'asta record del Salvatore Mundi di Leonardo da Vinci nel 2017, l'opera autodistrutta di Banksy nel 2018 nel corso della evening sale di Sotheby's a Londra hanno dato grande visibilità al mondo dell'arte. Contribuendo alla nascita di una nuova classe di appassionati investitori, pieni di voglia di esplorare anche correnti inedite e lontane, come l'arte africana o cinese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il personaggio



**Liu Bolin**

l'artista cinese è famoso per i suoi camuflage, tanto che Moncler lo ha usato per una pubblicità