



Lo stato dell'Arte

Una fotografia del settore Art & Finance
ai tempi del COVID-19



MAKING AN
IMPACT THAT
MATTERS
since 1845

Indice



Prefazione	3
1. Dove eravamo rimasti...	4
2. Il mercato dei beni da collezione nel primo semestre 2020	8
Affrontare la crisi: le scelte strategiche di Sotheby's, Christie's e Phillips	9
Il dinamismo del collezionismo asiatico	11
Correlazione positiva tra crisi del mercato e utilizzo delle garanzie	11
Outlook secondo semestre 2020	12
3. I risultati della prima edizione della Deloitte Art&Finance Pulse Survey	14
Introduzione	14
Metodologia e ambiti di analisi del questionario	15
Gli effetti del COVID-19 sui consumi culturali e sull'acquisto di opere d'arte	16
Parola agli operatori di settore	21
Figure e competenze professionali per il mercato dell'arte di domani	24
Conclusioni e possibili outlook per il futuro	26
Riferimenti e note	28

Prefazione



Negli ultimi mesi **lo scoppio della pandemia COVID-19 ha determinato cambiamenti radicali** nella nostra società e in tutti i settori dell'economia. Anche **il mondo dell'arte, della cultura e dei beni da collezione** ha subito gli effetti negativi della crisi. In questo contesto di grande incertezza, caratterizzato da una crisi socio-economica senza precedenti che si protrae tutt'oggi a causa della recrudescenza dei contagi, **i dati quantitativi relativi al mercato dell'arte, sono più che mai insufficienti a dare atto del "sentiment" degli stakeholder del settore.**

Per questo, Deloitte ha coinvolto gli Stakeholder del settore Arte e Finanza in una Pulse Survey, lanciata alla fine di agosto. L'obiettivo è stato quello di approfondire le percezioni relative **al contesto attuale di fruizione del patrimonio culturale, all'efficacia delle esperienze virtuali** di acquisto e fruizione dell'arte nel periodo del lockdown, nonché **alle principali aspettative per il futuro.** Sono inoltre state poste **domande specifiche** volte a indagare gli impatti attuali e attesi del COVID-19 sul mercato dell'arte e l'efficacia delle piattaforme digitali nell'incontrare la domanda di collezionisti e investitori. Infine, la Pulse Survey ha voluto approfondire, anche con il contributo di esponenti del mondo accademico, la necessità di nuove competenze e nuove figure professionali per **guardare allo sviluppo e al futuro del settore.**

Al fine di meglio contestualizzare i risultati della Pulse Survey, l'analisi delle risposte è preceduta nel **Capitolo 1** da una sintesi delle principali evidenze emerse nel corso del **webinar Deloitte**

Art&Finance dello scorso 3 giugno, che ha coinvolto operatori, professionisti ed esperti del settore, chiamati ad esprimere la propria opinione sugli impatti attesi della pandemia sul mercato dell'arte e più in generale sul mondo della cultura artistica, dati e riflessioni che abbiamo voluto verificare nella Pulse Survey.

Il **Capitolo 2** illustra invece, in anteprima esclusiva, **una sintesi dei trend che hanno caratterizzato il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel primo semestre 2020**, con particolare focus sugli impatti della pandemia e sui cali di fatturato registrati dalle case d'asta rispetto al primo semestre 2019, al fine di presentare una panoramica sui dati oggettivi di sintesi di questo periodo di grande crisi. Infine, il **Capitolo 3** è dedicato ad approfondire gli esiti della Pulse Survey, dopo aver preliminarmente presentato la metodologia adottata e il campione d'analisi. Sono infine state tratte alcune **conclusioni generali**, nonostante l'attuale situazione globale e il rinvigorirsi dell'emergenza pandemica continuino a rendere complesso effettuare previsioni significative.

Prosegue così il percorso intrapreso da Deloitte, che si pone come obiettivo quello di accrescere la disponibilità di strumenti informativi aggiornati, in grado di offrire una periodica panoramica sulle **principali tendenze quali-quantitative in atto nel mondo dell'arte e dei beni da collezione.**

Auguro a tutti una buona lettura.

Ernesto Lanzillo



Dove eravamo rimasti...

Redatto prima che la pandemia stravolgesse in poche settimane il nostro mondo, inclusi i settori dell'arte e della cultura, e relativo ai trend del 2019, il report **Il mercato dell'arte e dei beni da collezione** di Deloitte è stato presentato lo scorso 3 giugno 2020, nel corso di un **webinar che ha visto una nutrita partecipazione da parte di tutti gli stakeholder del mercato dell'arte, quali collezionisti, rappresentanti di gallerie, case d'asta, musei pubblici e privati, operatori ed esperti di settore e, non ultimo, il mondo del Wealth management.**

L'evento digitale ha sostituito l'evento fisico originariamente previsto alla fine di febbraio, quando la pandemia ha fatto la sua apparizione nel nostro Paese e, di conseguenza, determinato la sospensione dell'evento. Dopo aver osservato con attenzione le prime reazioni del mondo del mercato dell'arte e della cultura in genere, abbiamo ritenuto che le evidenze emerse dalla nostra analisi, seppur riferite a quella che a tutti gli effetti appariva già come un'altra era, costituissero un valido punto di partenza per stimolare un dibattito su aspettative, sfide e opportunità che già iniziavano a delinearsi nell'ambito del mondo del mercato dell'arte stesso.

Si è così creata l'occasione per **raccogliere intorno a un tavolo virtuale massimi professionisti ed esperti del settore, chiamati ad esprimere la propria opinione sugli impatti attesi della pandemia** sul mercato dell'arte e più in generale sul mondo della cultura artistica.

A rappresentare il mondo delle case d'asta erano presenti **Cristiano De Lorenzo**, Direttore di Christie's Italia, e **Maurizio Piumatti**, General Manager della casa d'aste italiana Wannenes; per le gallerie abbiamo avuto al tavolo **Antonio Addamiano**, Delegato ANGAMC (Associazione Nazionale Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea) Lombardia. Abbiamo avuto al nostro tavolo inoltre **Arturo Galansino**, Direttore Generale della Fondazione Palazzo Strozzi di Firenze, **Pierluigi Sacco**, Professore di Economia della Cultura presso l'Università IULM, **Elena Croci**, Docente di Comunicazione e Marketing Culturale presso l'Accademia di Brera e non ultimo **Ugo Nespolo**, non solo in qualità di artista di fama internazionale, ma anche di attento osservatore delle dinamiche e delle caratteristiche di questo affascinante, ma complesso universo.

Innovazione, digitalizzazione, sostenibilità e cambio di paradigma sono stati i punti chiave del dibattito, che ha consentito di approfondire quali siano stati i primi evidenti effetti della pandemia sui diversi segmenti del mercato dell'arte e del mondo della cultura. Tra i principali esiti della tavola rotonda, è emerso che, nonostante le complessità del contesto, il mondo dell'arte ha saputo reagire con grande tenacia alla crisi pandemica, **implementando o rafforzando strategie digitali** che hanno contribuito a tenere alta l'attenzione del pubblico anche nel periodo del lockdown, favorendo il suo continuo coinvolgimento e il mantenimento dei preesistenti network relazionali.

Alcuni pregiudizi connessi all'utilizzo dei mezzi tecnologici, anche da parte dei meno giovani, sono stati sfatati e la pandemia ha rappresentato l'occasione per **accelerare un processo di digitalizzazione già in atto da tempo**, che ha interessato – anche grazie al lockdown – la quasi totalità delle realtà del settore. D'altro canto, è tuttavia stato **evidenziato come l'arte abbia sempre bisogno di essere vissuta e come non sia quindi possibile prescindere dalla componente fisica dell'esperienza artistica**, che deve però essere ripensata in un'ottica di maggiore sostenibilità.

La pandemia ha così innescato processi di **ripensamento del sistema dell'arte e del mondo della cultura**. Una delle principali leve per la ripartenza del settore, soprattutto per artisti, gallerie e istituzioni culturali, è stata unanimemente individuata in una maggiore **collaborazione**: la creazione di reti a livello locale e nazionale potrebbe infatti avere un effetto volano sull'intero territorio, generando nuova attrattività sia per le correnti artistiche locali emergenti, sia per le istituzioni culturali più consolidate.

Della necessità di fare rete ha parlato primariamente il **Maestro Ugo Nespolo**, che oltre ad aver generosamente messo a disposizione la riproduzione di alcune opere d'arte per la realizzazione del report, ha dedicato il proprio intervento all'approfondimento delle conseguenze della pandemia sugli artisti, soprattutto emergenti, e sul rapporto tra arte ed economia. Il Maestro ha sottolineato la necessità per il sistema dell'arte di

includere sempre più la cosiddetta "outsider art" nei propri circuiti, costituendo questa la "linfa vitale" dell'intero settore. Inoltre, il Maestro ha evidenziato che da sempre **l'economia gioca un ruolo chiave nel mercato dell'arte, che non può tuttavia essere ridotto ad un freddo sistema finanziario**: chi acquista arte, non cerca soltanto un oggetto, ma "cerca anche qualcosa in più". È convinzione quindi dell'artista che ci sia la possibilità che, in un futuro non lontano, si crei un mercato più ampio e consistente per opere che costano poco e per gli artisti agli inizi della propria carriera.

In seguito, si è cercato di indagare quali siano le possibili strategie che il sistema dell'arte dovrebbe implementare per riprendersi dalla crisi generata dalla pandemia, con l'aiuto di diversi esperti e professionisti del settore. **Pierluigi Sacco**, Professore di Economia della Cultura presso l'Università IULM, ha evidenziato come **le sfide poste dalla**

Io penso che ci sarà un grosso mercato per le opere che costano poco, per i giovani, per le persone che si affacciano a questo mondo. Però ci vuole l'entusiasmo di chi crede nell'arte. Chi guarda le opere d'arte, chi cerca le opere d'arte, non guarda soltanto al loro valore, ma cerca anche qualcosa di più.

Ugo Nespolo

pandemia possano rappresentare uno stimolo per pensare a un vero e proprio cambio di paradigma e a nuove modalità di proposta da parte degli operatori di settore. Il Prof. Sacco è allo stesso tempo convinto che questa situazione debba portare anche gli artisti stessi a ripensare al proprio lavoro e alle modalità con cui questo sarà fruito in futuro.

Innovazione e digitalizzazione sono emersi come elementi chiave nei discorsi degli operatori del settore, partendo da **Antonio Addamiano**, Delegato ANGAMC (Associazione Nazionale Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea) Lombardia. Secondo Addamiano, le piattaforme digitali e le fiere trasferitesi online sono state di grande aiuto alle gallerie d'arte per cercare di supportare il significativo crollo dei fatturati vissuto dal settore. Nonostante questo, nelle ultime settimane di lockdown l'offerta su canali virtuali ha quasi raggiunto il livello di saturazione, vedendo ridotta la propria efficacia. Addamiano ha inoltre evidenziato come **il contatto fisico sia un elemento essenziale per il gallerista**, che ha il compito di "trasmettere la passione che ha per i propri artisti" e anche per questo la pandemia ha fortemente penalizzato il settore delle gallerie d'arte, costituito prevalentemente da piccole-medie realtà. Tuttavia, la pandemia ha avuto un risvolto in qualche modo positivo, favorendo l'avvio di una riflessione sull'evidenza che "l'eccesso, in questi anni, di finanza, fiere, ritmi, ha un po' penalizzato la tradizionale figura del gallerista".

"Ci troviamo di fronte un nuovo ciclo di innovazione molto interessante, che presenta di certo elementi preoccupanti e fragilità a cui bisognerà provare a porre rimedio, ma che apre anche una frontiera di cambiamento da seguire con assoluta attenzione."

Pierluigi Sacco

L'eccesso, in questi anni, di finanza, fiere, ritmi, ha un po' penalizzato la tradizionale figura del gallerista"

Antonio Addamiano



Ugo Nespolo, Silver flight (2004) | Acrilici su legno, diametro 150cm

Per questo, è possibile che l'emergenza possa favorire in futuro lo sviluppo di modelli di business maggiormente sostenibili in un'ottica di lungo periodo.

Anche **nell'ambito delle case d'asta** la pandemia ha innescato processi di autoanalisi, come affermato da **Cristiano De Lorenzo**, Direttore di Christie's Italia. In questo specifico segmento di mercato, negli ultimi anni, le piattaforme online hanno conosciuto un notevole sviluppo e sono oggi utilizzate da gran parte dei collezionisti, anche a prescindere dalla loro età.

Anche nell'ambito delle case d'asta la pandemia ha innescato processi di autoanalisi, come affermato da **Cristiano De Lorenzo, Direttore Generale di Christie's Italia**. In questo specifico segmento di mercato, negli ultimi anni, le piattaforme online hanno conosciuto un notevole sviluppo e sono oggi utilizzate da gran parte dei collezionisti, a prescindere dalla loro età. Nel mercato internazionale degli incanti, quindi, il futuro può essere orientato a **un ulteriore rafforzamento delle strategie digitali**, volto a sfruttare al meglio le sue potenzialità anche una volta conclusasi l'emergenza sanitaria.

Resta tuttavia indiscutibile che "le opere d'arte vanno viste dal vivo" e che gli acquirenti siano condizionati, in fase d'acquisto, proprio dalla visione diretta dei dettagli e dalla percezione delle qualità intrinseche ed estetiche di un'opera d'arte, che possono essere colte attraverso uno schermo solo in modo parziale. Per questo, oltre alle complicità organizzative generate dalle misure di contenimento e dalla necessità di riprogrammare i calendari delle vendite, una delle maggiori difficoltà per le case d'asta è stata riscontrata nella vendita di beni o opere d'arte dai valori più elevati, per cui si rende maggiormente necessaria l'esperienza dal vivo. Nonostante le complessità,

"Ci siamo resi conto che già la maggior parte dei nostri compratori e venditori hanno usato moltissimo le piattaforme online: si sono registrati alle aste dal vivo, hanno lasciato offerte scritte tramite il sito internet e hanno partecipato alle aste dal vivo semplicemente cliccando sul loro mouse per rilanciare."
Cristiano De Lorenzo

comunque, le case d'asta hanno retto al colpo sferrato dalla pandemia e sono riuscite a tenere alta l'attenzione dei collezionisti: "I collezionisti non si sono fermati e continuano a cercare opere straordinarie. In assenza di mostre, fiere, viaggi per seguire le aste internazionali la vita è ben più noiosa e alcuni rischiano persino una "crisi di astinenza"", conclude ironicamente De Lorenzo.

Dello stesso avviso è **Maurizio Piumatti**, General Manager della casa d'aste italiana Wannenes, che negli ultimi anni ha concentrato le proprie strategie anche sullo sviluppo delle piattaforme online. L'emergenza COVID-19 non ha infatti modificato il modello di business della casa d'aste, ma accelerato un processo già in corso.

"È indubbio che l'accelerazione imposta dall'emergenza sanitaria verso la digitalizzazione ci obbliga a ripensare il modello di presentazione delle vendite. Aste abitualmente aperte sia alla partecipazione in sala sia a quella online, si trasformeranno con tutta probabilità in aste totalmente virtuali, a porte chiuse."

Maurizio Piumatti



“Non essendo più possibile fruire della libertà fisica, la nostra resilienza ci ha fatti orientare verso la ricerca della libertà mentale e quindi verso arte e cultura, uno spazio mentale, emozionale, un luogo intangibile e soggettivo della bellezza, un luogo dove le barriere formalmente si cancellano.”

Elena Croci

“Firenze si trova davanti ad una sfida, e dovrà pensare forse ad una nuova strategia anche per il futuro, in grado di convogliare il turismo non concentrandolo soltanto nel centro storico, ma anche nei tantissimi altri luoghi di grande interesse che si possono trovare nei suoi dintorni.”

Arturo Galansino

La riflessione finale è comunque ottimista: molti collezionisti abituati prevalentemente alla modalità di valutazione e acquisto de visu, sono passati al digitale e per questo **le aspettative per il futuro del mercato restano positive.**

Un ripensamento si rende necessario anche nelle **città d'arte, come Firenze**, divenuta una “città fantasma” nel periodo del lockdown, di cui abbiamo trattato con **Arturo Galansino**, Direttore Generale della Fondazione Palazzo Strozzi di Firenze. Nonostante il buon esito della riapertura della Fondazione, con una mostra dedicata a Tomás Saraceno, noto artista contemporaneo, la città si è infatti trasformata in modo radicale rispetto al periodo precedente all'emergenza sanitaria.

Anche per le istituzioni museali, il digitale assume un ruolo sempre più centrale, sia per l'offerta di servizi fisici come la bigliettazione o l'audioguida, sia per mantenere le relazioni con il pubblico. Nonostante ciò, tuttavia, **l'esperienza fisica resta fondamentale anche per queste realtà.** Per il futuro risulta sempre più necessario adottare pratiche maggiormente sostenibili, “cercando inoltre di fare rete e creare **collaborazioni anche capillari**, soprattutto a livello territoriale, in modo da generare una nuova attrattività per le nostre città, che siano d'arte oppure no”, prosegue Galansino. L'obiettivo può essere lo **sviluppo di un turismo di maggiore qualità, più “intelligente, sostenibile e duraturo”.**

Un messaggio trasversalmente espresso da tutti i partecipanti alla tavola rotonda è che, durante il lockdown, l'arte si è dimostrata in grado non solo di consolidare ma di generare ex novo un grande e costante interesse da parte una fetta sempre più ampia della società, per diverse ragioni. **Elena Croci**, Docente di Comunicazione e Marketing Culturale presso l'Accademia di Brera, ha così concluso la tavola rotonda parlando del **grande pubblico, che “consuma la cultura come mezzo per il proprio benessere”**, evidenziando come la pandemia abbia messo in risalto la “necessaria ricerca della bellezza” insita nell'essere umano. **L'arte e la cultura, nel periodo del lockdown, sono divenuti il massimo simbolo della libertà**, rappresentando in molti casi **un aiuto e una zona di comfort.**

La tecnologia si è rivelata di fondamentale importanza per poter fruire di arte e di cultura, e potrà esserlo sempre più anche in futuro. Oggi, dopo essere tornati a sperimentare le cose dal vero, che siano un'opera d'arte, un panorama, o una scultura in una piazza, ci rendiamo conto di “quanto l'umano ha bisogno, con più consapevolezza, di bellezza”.

In conclusione, risulta **essenziale ora comprendere quali siano i cambiamenti da implementare nel breve periodo per favorire lo sviluppo di strategie efficaci** in un'ottica di lungo periodo, al fine di rendere più sostenibile e duratura la gestione delle molteplici realtà che operano nel settore artistico-culturale. Soltanto così sarà possibile favorire non solo il ritorno ai livelli pre-COVID-19, bensì a un ulteriore sviluppo di queste realtà, in un momento storico di grande incertezza socio-economica, in cui tuttavia **arte e cultura continuano a rappresentare porti sicuri per milioni di persone.**



Il mercato dei beni da collezione nel primo semestre 2020

L'anno 2019 si è contraddistinto nel mercato dell'arte per una ridotta disponibilità di opere top quality e per la crescente e contestuale cautela dei collezionisti nelle fasi d'acquisto, entrambi questi fattori hanno determinato un calo del fatturato complessivo nel mercato delle aste. Il **primo semestre 2020**¹, segnato dallo scoppio della pandemia COVID-19, ha determinato **radicali cambiamenti nel mondo dell'arte e dei beni da collezione** e ha accentuato, in termini assoluti, le dinamiche in atto. Dopo una partenza lenta, sulla scia di un 2019 non particolarmente brillante, le maggiori case d'asta sono state costrette a cancellare o posticipare i principali appuntamenti in calendario dal mese di marzo in poi a causa dell'emergenza sanitaria. Nel primo semestre il numero di **aste live dedicate al comparto della pittura che hanno superato il milione di dollari** da Christie's, Sotheby's e Phillips, secondo il nostro campione d'analisi, si è ridotto del 64,9% rispetto allo stesso periodo del 2019, con un conseguente e deciso **crollo del fatturato complessivo (72,1%)**. Le case d'asta sono soltanto parzialmente riuscite a sopperire a tale situazione ricorrendo alle **aste online**, che guardando alle sole Christie's e Sotheby's hanno conosciuto un netto incremento in termini di **numero di vendite** dal primo semestre 2019 (270,0%). Queste aste non hanno potuto sostituire (in termini di offerta) le tradizionali aste in presenza fisica, costituendo tuttavia un'occasione per la **compravendita di beni da collezione con valori**



Ugo Nespolo, Clintoniano (1993) | Acrilici e foglia oro su legno, 180x56x3cm

contenuti: il prezzo medio dei lotti delle aste online del primo semestre 2020 è infatti rimasto al di sotto dei \$13.000². Grazie alla volontà dei collezionisti di mantenere viva la propria passione, seppur in remoto, il **fatturato medio** delle aste online proposte da Christie's e Sotheby's nel primo semestre del 2020 ha registrato una **crescita di oltre il 48,2%** sullo stesso periodo del 2019. Dopo il primo mese di lockdown **ai più tradizionali cataloghi di vini, multipli e stampe con valori di poco superiori ai \$50.000, si sono aggiunti anche lotti presentati con stime molto più elevate, che hanno talvolta superato le 7 cifre.**

Sono mancati tuttavia, e almeno fino al mese giugno, lotti di valore consistente in grado di spingere gli acquirenti a fare offerte elevate, quale conseguenza della contrazione del numero di venditori propensi a cedere sul mercato oggetti di

migliore caratura e data la impossibilità di prendere parte all'asta in prima persona o almeno di fruire direttamente dell'opera d'arte prima dell'acquisto. È stato soprattutto dal mese di giugno, invece, che le case d'asta internazionali hanno cominciato a raccogliere i primi frutti delle riorganizzazioni rese necessarie per fronteggiare la crisi generata dalla pandemia. Le nuove **aste in formato "ibrido"**, ossia metà live e metà in streaming, si sono da subito affermate come nuovo possibile strumento chiave per mantenere vivo il mercato anche nel secondo semestre di questo anno così particolare, **consentendo alle principali case d'asta di tirare un respiro di sollievo.** Nonostante sia lecito attendersi che tale format risulterà essenziale per tenere vivo il mercato anche nei prossimi mesi, è difficile immaginare che il mercato possa tornare ai livelli pre-COVID-19 nel breve periodo.

Affrontare la crisi: le scelte strategiche di Sotheby's, Christie's e Phillips

Guardando alle singole performance, **Sotheby's** risulta la casa d'aste che si è dimostrata maggiormente in grado di sopportare la crisi, grazie alla forte presenza digitale costruita negli ultimi anni. La casa d'aste ha annunciato³ di avere raggiunto nei primi 7 mesi dell'anno un volume di fatturato pari a \$2,5 Mld, grazie ad oltre 250 aste che hanno registrato un tasso medio di venduto dell'80%. Ha inoltre reso noto che il 30% di bidder e acquirenti non aveva precedentemente intrattenuto rapporti di compravendita con Sotheby's ed è inoltre stata registrata in queste aste una forte presenza di bidder under 40 (30%). Il risultato è segnale forte di come le vendite online possano contribuire ad ampliare lo spettro dei possibili interessati al mondo dei beni da collezione. Sotheby's è inoltre stata l'unica casa d'aste a trasferire online le aste diurne di arte moderna e contemporanea previste per il mese di maggio. Nonostante i **risultati ottenuti** in queste aste siano **da record nel panorama delle aste online-only** (rispettivamente \$13,7 Mln e \$9,9 Mln), come comunicato dalla casa d'aste stessa, si tratta di **cifre nemmeno paragonabili ai ricavi delle stesse vendite live del 2019** (\$105,8 Mln e \$44,7 Mln).

Diversa invece la strategia di **Christie's**, che secondo le nostre analisi, condotte sui dati pubblicati dalla major, ha organizzato appuntamenti online che risultano essere un terzo rispetto a quelli organizzati da Sotheby's nei mesi di aprile e maggio, conoscendo così un **calo dei fatturati superiore rispetto**

a quello registrato dalle altre due major. Nonostante il calo nei fatturati, Christie's osserva che **l'interesse dei collezionisti si è dimostrato stabile per tutto il periodo di chiusura delle sale d'asta**, grazie all'organizzazione di interessanti vendite a tema con la proposta di lotti variegati, sia in termini di qualità che in termini di prezzo. La casa d'aste ha tuttavia utilizzato il periodo della pandemia soprattutto per rivedere alcune dinamiche strategiche consolidate nel tempo ma forse non del tutto flessibili per affrontare il nuovo contesto sociale. È stata rivista l'organizzazione dei Dipartimenti, al fine di ottenere un'ottimizzazione dei costi. Tra le scelte strategiche più rilevanti, la casa d'aste riporta **la fusione dei dipartimenti di Impressionist & Modern Art e di Post-War & Contemporary Art,**

in un unico dipartimento 20th and 21st Centuries, volta a migliorare (almeno negli obiettivi) l'offerta di aste live, digitali e di vendite private relative all'arte moderna, impressionista e contemporanea⁴. Christie's ha inoltre avviato importanti collaborazioni in Asia, come meglio approfondito nel paragrafo che segue, e si è **caratterizzata nel periodo del lockdown per diverse iniziative e aste a sostegno della lotta contro il COVID-19**, anche attraverso la valorizzazione di artisti emergenti che avrebbero probabilmente faticato a trovare una domanda specifica per i propri lavori. Tra queste iniziative, è possibile menzionare la partnership⁵ con amfAR, (The Foundation for AIDS Research), avviata con l'obiettivo di raccogliere fondi per la ricerca contro COVID-19 attraverso la vendita di opere d'arte⁶.



Ugo Nespolo, *La terra ansante* (2016) | Acrilici su legno, diametro 150cm

Sulla stessa scia di Christie's, **anche le analisi condotte su quanto pubblicato da Phillips mostrano una riduzione nel numero degli incanti** e la posticipazione delle aste diurne e serali di arte impressionista-moderna e contemporanea di maggio. Phillips si è tuttavia dimostrata **maggiormente in grado di affrontare la crisi**, attirando soprattutto bidder e collezionisti giovani, grazie ad una strategia dinamica che da qualche anno si focalizza sull'online di qualità, **soprattutto per l'arte contemporanea e per il design**. È stata proprio Phillips a proporre una delle prime aste online cross-category ("Refresh-Reload"⁷, svoltasi a maggio e "trasmessa" da Hong Kong), seguita dalle molte altre aste dai cataloghi "misti", con lotti appartenenti a diversi dipartimenti, che da giugno hanno dominato il calendario degli incanti. Phillips ha inoltre avviato importanti collaborazioni che potrebbero aprire nuovi orizzonti di mercato, sia nel digitale, sia nel continente asiatico, che sempre più si conferma mercato chiave dei trend del settore dei beni da collezione. La prima di queste, in particolare, vede **Phillips entrare in partnership con Articker**, azienda leader nel settore digitale, con l'obiettivo di utilizzare i dati disponibili per incrementare il proprio business, effettuare ricerche e avere una maggiore conoscenza sui principali trend del mercato⁸ che si svilupperanno nel mercato virtuale.

Le aste "miste" per tipologia di lotti proposti hanno aperto la strada alle cosiddette **aste "ibride", caratterizzate da un innovativo format di realizzazione che prevede il banditore live in una specifica location e la vendita in diretta streaming dalle altre sedi della casa d'aste collegate**. La prima a debuttare è stata **Sotheby's il 29 giugno**, con un'asta presieduta in remoto da Londra dal banditore Oliver Banker e trasmessa simultaneamente



Ugo Nespolo, *One by one* (2015) | Acrilici su legno modellato, 124x74x11 cm

non soltanto da Londra, ma anche da Hong Kong e New York. Suddivisa in 3 parti, **l'asta ha totalizzato \$363,2 Mln, guidata da un trittico di Francis Bacon venduto per \$84,6 Mln**, il terzo prezzo più alto pagato per l'artista in un'asta. L'asta ha solo parzialmente incontrato le aspettative, ma il risultato complessivo e i prezzi d'aggiudicazione raggiunti dalle opere di maggior valore hanno comprovato la resilienza della fascia alta del mercato, confermando l'orientamento costante verso qualità e provenienza da parte dei collezionisti, sempre attenti al passato proprietario dell'opera.

L'asta ibrida di Phillips del 2 luglio, dedicata all'arte contemporanea, ha invece registrato il tutto venduto⁹, con top lot a firma femminile: *Noël*, opera del 1962 di Joan Mitchell, ha superato i \$11 Mln, dimostrando il costante **interesse dei collezionisti per le opere di artista donna**. Christie's ha infine proposto lo scorso 10 luglio "ONE", un evento a "staffetta" suddiviso in quattro sessioni consecutive in diretta da Hong Kong, Parigi, Londra e New York. Nonostante il **totale di \$451,8 Mln**¹⁰, i risultati non sono riusciti a raggiungere **nemmeno**

la metà dei ricavi generati dalle evening sales di arte contemporanea, impressionista e moderna di New York e Londra del mese di maggio 2019 (che avevano totalizzato oltre \$938 Mln). È bene tuttavia riportare che, sulla base dei risultati pubblicati da Christie's, molti lotti hanno incontrato l'interesse dei collezionisti, tra cui il top lot della serie "nudi" di Roy Lichtenstein, offerto per la prima volta in asta e venduto a \$46,2 Mln. L'asta si è quindi dimostrata nel complesso un buon esperimento commerciale e sebbene circa metà delle opere fossero protette da garanzie, molte di esse sono riuscite a superare le stime prestabilite, incentivando la competizione e i rilanci degli offerenti, tramite le diverse piattaforme.

I tre eventi non sono riusciti tuttavia a far recuperare alle major i mancati ricavi dei principali appuntamenti serali di maggio e giugno, ma il risultato complessivo e gli importanti prezzi di aggiudicazione raggiunti sono stati una **dimostrazione di quanto il mercato dei beni da collezione possa resistere anche ai peggiori periodi di crisi**.

Il dinamismo del collezionismo asiatico

La pandemia e l'accelerazione forzata nel processo di digitalizzazione che già aveva interessato le case d'asta negli ultimi anni hanno messo in luce ancora una volta come **il mercato dell'arte e dei beni da collezione sia oggi un mercato sempre più internazionale e senza confini**. I bidder si dimostrano attivi sulle piattaforme virtuali per acquisti di lotti provenienti da tutti i continenti e alcuni Paesi, tra cui l'Italia, sono penalizzati proprio dalla legislazione e da normative troppo limitanti nei confronti dell'esportazione.

Il continente asiatico nel periodo del lockdown si è affermato come leader per attività e dinamismo dei collezionisti, che nonostante il rallentamento provocato dalla pandemia non hanno smesso di dedicarsi alla ricerca e all'acquisto di cosiddetti Passion Assets. Questo è dimostrato sia dalla forte presenza di collezionisti asiatici nelle vendite, come nel caso di Sotheby's che ha registrato il 20% di

nuovi bidder e collezionisti proprio dal mercato asiatico, sia dalla scelta delle principali major Occidentali di avviare innovative collaborazioni con alcune istituzioni e case d'asta leader nel continente asiatico, con l'obiettivo di aprire nuovi orizzonti di mercato. In tal senso, va menzionata **Christie's, che nel mese di maggio ha annunciato una collaborazione con China Guardian Auctions¹¹**. Sempre Christie's ha inoltre 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 presenterà le aste di 20th Century & Contemporary Art ad Hong Kong del mese di novembre 2020, per ampliare il proprio mercato internazionale e la propria offerta a collezionisti e appassionati.

Correlazione positiva tra crisi del mercato e utilizzo delle garanzie

Il fil rouge delle aste nei periodi più critici degli ultimi anni è stato l'elevato utilizzo delle garanzie, da sempre largamente usate dalle case d'asta, da un lato quale strumento volto a rassicurare i collezionisti e incentivarli a vendere le proprie opere, dall'altro al fine di aumentare la disponibilità di lotti pregiati sul mercato. A partire dal 2017 si era assistito tuttavia ad una progressiva diminuzione nell'utilizzo di questo strumento, che è invece tornato in auge e in modo consistente nei mesi scorsi. Le incertezze generate a livello socio-economico da COVID-19 e la ridotta propensione dei collezionisti a cedere sul mercato opere che potrebbero generare margini più positivi in altri momenti storici, hanno infatti spinto le case d'asta a **tornare a usare le garanzie, che nelle aste serali ibride di giugno e luglio hanno coperto quasi la metà dei lotti in vendita**, per un totale di stima minima pari a \$413,7 Mln e un risultato finale di \$482,7 Mln (prezzo di martello)¹⁴. Di queste il 71,8% erano di parte terza¹⁵, confermando come le garanzie possano attrarre soprattutto **investitori interessati alla speculazione sulle opere d'arte e con un approccio di rischio puro**.



Ugo Nespolo, Ex Libris Teoria dei colori (1993) | Acrilici su legno modellato, 140x106x10cm

Outlook secondo semestre 2020

L'attuale contesto economico e sociale internazionale e la recrudescenza dei contagi di queste ultime settimane determinano l'impossibilità di definire una programmazione commerciale attuabile e volta a recuperare il gap accumulato, in termini di fatturato, nei primi sei mesi. Mai come in questi tempi così incerti sarà fondamentale per la ripresa perseverare nell'adattarsi ai continui e repentini mutamenti di contesto, e nel **cercare di comprendere quali siano gli strumenti e le strategie più adeguate a stimolare la domanda nel mondo rivoluzionato dalla presenza del COVID**. Sarà dunque prima o poi necessario andare oltre all'utilizzo delle garanzie e **proseguire nell'implementazione di innovative e varieghe collaborazioni**, che possano salvaguardare un mercato ancora troppo incerto e compensare, in molti casi, l'assenza dell'aspetto emozionale dato dalla presenza fisica. Tra i maggiori trend in atto, si segnala la **forte crescita delle private sales**, che garantiscono un elevato livello di confidenzialità e di personalizzazione, elementi chiave per un momento storico caratterizzato per molte persone da un improvviso bisogno di liquidità. Permangono inoltre vive alcune tendenze nate nel periodo del primo lockdown, tra cui in particolare la **proposta di aste "cross-category"**, che consentono alle case d'asta di rispondere ai bisogni di un più ampio spettro di clientela ottimizzando così i costi. **Si sono poi rafforzati**, anche a causa di recenti avvenimenti che hanno scatenato

disordini di ordine sociale, alcuni trend che avevano già caratterizzato il mercato del 2019, tra cui la **crescita dell'interesse nei confronti di artiste donne e di artisti di colore**, che sono sempre più ricercati anche da parte dei musei e delle principali istituzioni culturali a livello internazionale. Un esempio è il caso dell'Everson Museum di New York, che ha messo all'asta da Christie's un **prestigioso dipinto di Jackson Pollock, Red Composition (1946)**, stimato tra \$12 e \$18 milioni, i cui ricavi serviranno a finanziare acquisizioni di opere di artiste donne, di colore e di altre categorie poco rappresentate nelle collezioni¹⁶.

Anche per il comparto dei Passion Assets si rilevano trend simili a quanto finora affermato. Sono stati registrati, per esempio, **diversi record per le vendite di gioielli online**, tra cui per esempio un diamante colorato da 28,86 carati stimato tra 1 e 2 milioni di dollari, che lo scorso 30 giugno ha raggiunto la valutazione record di \$2,1 Mln dopo continui rilanci da parte di 31 bidder di tutto il mondo¹⁷. Sono inoltre state proposte inedite aste online, come la prima asta online-only di design proposta da Christie's Italia, tenutasi dall'8 al 29 luglio con il titolo "Nilufar [100] Design Selections", in cui sono stati proposti 100 prestigiosi lotti di design, anche per celebrare il 50esimo anniversario dalla prima asta tenutasi in Italia da Christie's e il 40esimo anniversario della Galleria Nilufar¹⁸.

Mai come in questi tempi così incerti sarà fondamentale per la ripresa perseverare nell'adattarsi ai continui e repentini mutamenti di contesto, e nel cercare di comprendere quali siano gli strumenti e le strategie più adeguate a stimolare la domanda nel mondo rivoluzionato dalla presenza del COVID



Ugo Nespolo, Ancora Grottesque (2017) | Acrilici su legno, 30

Guardando ai calendari delle aste autunnali, si assiste ad una revisione dei soliti calendari d'asta internazionali. Le principali case d'asta hanno infatti rafforzato la propria proposta online ed è possibile prevedere un continuo **"dominio" e rafforzamento delle aste miste (per tipologia di lotti offerti) e ibride (per format)**, con prevalenza di aste orientate a un mercato sempre più globale, anche grazie alla presentazione di lotti "condivisa" tra diverse piazze internazionali. È il caso, per esempio, di Christie's, che ha scelto di proporre quest'anno una serie di vendite "sincronizzate" tra Londra e Parigi, con cataloghi dedicati all'arte sia del XX Secolo, sia del XXI Secolo. Le aste e le relative esposizioni erano state pensate per unire le comunità di collezionisti di

queste due importanti città, nei periodi a cavallo tra la Frieze Week londinese e la settimana di FIAC a Parigi¹⁹, con la proposta di notevoli collezioni private. Il ciclo di aste ha previsto anche per il 22 ottobre, l'asta *Thinking Italian Art and Design*, che a seguito del cambio strategico di Sotheby's (che ha svolto l'ultima vendita d'arte italiana nel 2017) è rimasta **l'unica asta internazionale dedicata ad artisti e designer che hanno fatto la storia dell'Italia nel XX Secolo**. Si rileva inoltre un continuo interesse per le correnti artistiche contemporanee dei Paesi Emergenti, tra cui in particolare i Paesi di Sud America ed Africa, nonché per categorie sempre più variegata di oggetti, anche appartenenti a personaggi famosi. Sotheby's, per esempio, ha tenuto lo

scorso 15 settembre la propria **asta inaugurale dedicata all'hip-hop**, con oggetti appartenuti ad alcuni degli esponenti più noti di questa corrente culturale, i cui ricavi sono stati destinati parzialmente a scopi benefici.

La mancanza delle fiere d'arte, occasione che riunisce i collezionisti in specifiche location in periodi predefiniti dell'anno, potrebbe avere un impatto negativo sui calendari autunnali e invernali. L'interesse dei collezionisti nelle proposte online e nei format ibridi, tuttavia, si conferma stabile e fa sperare in **una progressiva ripresa del mercato** per i prossimi mesi, nonostante **l'instabilità del contesto socio-economico globale renda complesso effettuare previsioni significative**.



0x150cm



I risultati della prima edizione della Deloitte Art&Finance Pulse Survey

Introduzione

Come già noto, la crisi sanitaria, economica e sociale provocata dalla diffusione su scala internazionale della pandemia ha colpito duramente anche **il mondo dell'arte, della cultura e dei beni da collezione**, che ha saputo tuttavia **dimostrare la propria resilienza**. Come constatato anche nel corso del webinar Deloitte Art&Finance, tenutosi lo scorso 3 giugno e i cui esiti principali sono stati presentati nel primo capitolo del presente Report, gli operatori del settore hanno infatti saputo rispondere all'emergenza, implementando **nuove e diversificate strategie** volte a mantenere viva la propria offerta e le relazioni con il pubblico. Molte di queste strategie si sono focalizzate sulle piattaforme online e per questo è possibile affermare che la pandemia abbia innescato **un'accelerazione nel processo di digitalizzazione** che già aveva interessato molteplici organizzazioni attive in quest'ambito negli ultimi anni, ma anche **l'ideazione di nuove e spesso inedite collaborazioni**. Permane tuttavia un clima di forte incertezza, amplificato dal prolungarsi dell'emergenza pandemica, che impedisce un ritorno ai livelli precedenti al COVID-19 di questo settore, per cui **l'esperienza fisica risulta di fondamentale rilevanza**.

Con l'intento di comprendere quali siano i principali trend in atto nel settore artistico-culturale e più specificamente nel mercato dell'arte, nonché delineare quali siano i possibili driver strategici e le aspettative per il futuro, Deloitte ha lanciato **la prima edizione della "Deloitte Art&Finance – Pulse Survey"**. L'indagine si è rivolta al panel di circa 1.000 stakeholder di Deloitte Private Art&Finance in Italia, composto da artisti, collezionisti, operatori ed esperti del settore, nonché esponenti del mondo accademico ma anche appassionati d'arte. La ricerca presso tali stakeholder ha consentito di approfondire le percezioni e opinioni di chi si interessa di beni da collezione.

Prosegue così il percorso intrapreso da Deloitte, volto ad accrescere la disponibilità di strumenti informativi aggiornati e di analisi sulle principali tendenze in atto nel campo dell'arte e dei beni da collezione.

Seguono a questa introduzione, dopo una preliminare presentazione della metodologia adottata e degli ambiti d'analisi, **i risultati della Deloitte Art&Finance Pulse Survey**, suddivisi in tre sezioni, che riassumono le risposte alle domande poste a tre diverse categorie di stakeholder.

Il primo paragrafo esamina le risposte fornite da tutti i partecipanti alla Pulse Survey, a cui è stato chiesto di esprimere la propria opinione in relazione ai **principali aspetti dell'esperienza di acquisto e fruizione dell'arte e dei beni da collezione nel periodo del lockdown**, nonché alle aspettative sul futuro. Il secondo sposta invece l'attenzione sulle domande rivolte agli operatori del settore, relative **agli impatti del COVID-19 sui volumi del mercato e all'efficacia delle piattaforme digitali** dal lato dell'offerta di beni da collezione. Il terzo paragrafo presenta infine gli esiti delle risposte fornite da operatori del settore e da un campione di esponenti del mondo accademico e universitario, che hanno espresso la propria **percezione in relazione alle competenze e figure professionali necessarie allo sviluppo del settore**.

In chiusura del Capitolo, sono state tratte alcune conclusioni generali, nonostante l'attuale situazione globale e il riarsi dell'emergenza pandemica, continuino a rendere **complesso effettuare previsioni significative**.

Metodologia e ambiti di analisi del questionario

La prima Art&Finance Pulse Survey online, proposta da Deloitte Private Italia ai propri stakeholder appartenenti al mondo artistico-culturale, è composta da **circa 20 quesiti a risposta chiusa suddivisi in tre principali sezioni**, con l'obiettivo di approfondire i principali trend in atto nel settore artistico culturale, travolto dagli effetti della crisi pandemica.

Le prime domande, destinate a tutti i partecipanti alla Pulse Survey, sono state volte a effettuare una preliminare profilazione dei rispondenti e si è focalizzata sui **principali aspetti dell'esperienza di acquisto e fruizione dell'arte e dei beni da collezione nel periodo del lockdown**, con particolare riferimento all'impatto del COVID-19 sulle abitudini di consumo di beni artistico-culturali, all'efficacia degli strumenti online per la fruizione dell'arte e per l'acquisto di beni da collezione e all'individuazione di possibili leve per il ritorno ai livelli pre-COVID-19 del settore. **La seconda sezione è invece stata riservata a specialisti e operatori del settore**, tra cui artisti, dealer, galleristi, rappresentanti di case d'asta e istituzioni museali, e ha approfondito **gli impatti del COVID-19 (attuali o 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. **Una specifica sezione del questionario** è infine stata proposta, oltre che ad operatori e specialisti del settore, **anche ad accademici e professori universitari**, al fine di comprendere quale sia lo "stato dell'arte" in relazione alle competenze e alle figure professionali disponibili sul mercato, nonché a quelle che sono oggi necessarie per la ripresa e gli ulteriori sviluppi del settore artistico-culturale.



Ugo Nespolo, *Il lampo* (2018) | Acrilici su legno, 100x140cm

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

La **pandemia ha avuto un impatto fortemente negativo sul settore artistico-culturale** nel suo complesso, a partire proprio dalla **riduzione** (inizialmente forzata) **dell'affluenza** di visitatori nei principali luoghi di fruizione dell'arte e della cultura e **dall'impossibilità di prendere parte fisicamente ad aste, fiere e visite in galleria**. Questo è valso in particolar modo nel periodo del lockdown, ma non solo.

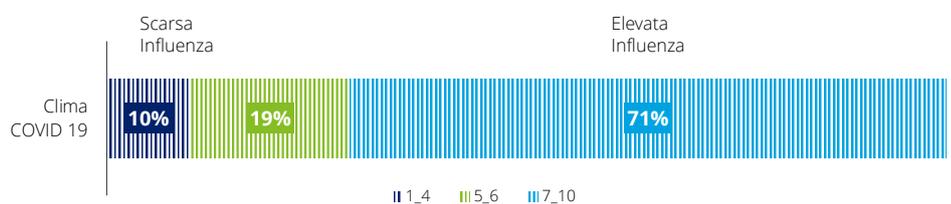
A tal proposito, Deloitte ha chiesto ai propri stakeholder quanto abbia influito, e influisca, finché possibile influisca, il clima COVID-19 sui consumi culturali anche a seguito della riapertura dei principali luoghi della cultura. Una quota preponderante di rispondenti afferma che **la crisi pandemica continua ad avere elevata influenza sulle abitudini di fruizione dell'arte (71%)**, mentre solo il 10% sostiene che i propri consumi culturali siano scarsamente influenzati dal clima COVID-19.

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'ISTAT²⁰**

ha pubblicato nel mese di maggio un'analisi degli effetti della pandemia sui luoghi pubblici della cultura del nostro Paese²¹, che nel 2019 avevano accolto quasi 55 milioni di persone, con un incasso di quasi 243 milioni di euro. Si stima 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. Uno scenario non rassicurante emerge anche dalle analisi statistiche prodotte da ICOM (International Council of Museums) e UNESCO, sempre nel mese di maggio 2020. Il report di ICOM²², in particolare, evidenzia come la crisi pandemica abbia avuto un **impatto fortemente negativo sui professionisti**

museali, tra cui in particolare i liberi professionisti e gli individui con contratto a termine. Alla data di pubblicazione del report maggio 2020, ICOM 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**. Una quota simile di musei che temevano l'impossibilità di riaprire è stata rilevata anche da UNESCO²³, che conferma che il settore si è 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

L'influenza del COVID-19 sulla fruizione dell'arte



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.

Si è quindi cercato di comprendere quali siano **le principali variabili che oggi influiscono negativamente sulle abitudini collettive di fruizione dell'arte**. Secondo i rispondenti, tra le principali cause prevalgono la **necessità di prenotare e organizzarsi con anticipo** (42%, con una percentuale particolarmente alta di risposte per collezionisti e professionisti del settore operanti nell'ambito legale e della logistica), il **timore di contagio** (34% dei rispondenti) e la ridotta disponibilità economica (14%).

Sono inoltre state segnalate dai rispondenti, tra le variabili che influiscono negativamente sulla fruizione dell'arte, anche **l'incertezza circa lo svolgimento di eventi e manifestazioni programmate e la difficoltà nel viaggiare**. Non da ultimo, alcuni rispondenti sottolineano che **un maggiore supporto delle istituzioni alla diffusione e valorizzazione dell'arte e l'organizzazione di proposte innovative** potrebbero fare da stimolo alla domanda di esperienze artistico-culturali.

Tra le principali variabili che oggi influiscono negativamente sulle abitudini collettive di fruizione dell'arte prevalgono la **necessità di prenotare e organizzarsi con anticipo (42% dei rispondenti)**, il **timore di contagio (34%)** e la **ridotta disponibilità economica (14%)**.

L'efficacia degli strumenti online

Dopo una prima overview sugli impatti del COVID-19 sul settore artistico-culturale, la Pulse Survey ha cercato di indagare quale sia stata **l'efficacia degli strumenti online durante il periodo del lockdown**. Si è assistito, infatti, a un incremento senza precedenti nel numero di proposte e iniziative virtuali, come confermato anche dal già citato report di ICOM²⁴, secondo cui la presenza su canali digitali dei musei è incrementata per oltre il 15% dei musei rispondenti, mentre le attività sui social media sono cresciute per oltre la metà degli stessi rispetto ai tempi pre-COVID-19. Anche **le gallerie** nel periodo del lockdown si sono dovute adattare al mondo digitale, promuovendo i propri artisti attraverso **online viewing room e pagine web dedicate**, sfruttando spesso anche gli spazi garantiti da svariate **fiere d'arte proposte per quest'anno soltanto in veste virtuale**. Molte gallerie hanno inoltre implementato strategie di comunicazione volte a mantenere vivi il dialogo e la relazione con il pubblico, rendendo disponibili contenuti artistico-culturali connessi agli artisti promossi dalla galleria stessa, sia attraverso newsletter periodiche, sia attraverso i propri canali social.

L'accelerazione della digitalizzazione del settore artistico culturale risulta di certo un elemento positivo, in particolar modo per **i musei, che scontano spesso un notevole "divario digitale"** rispetto alle altre organizzazioni attive nel settore (e in particolare rispetto a case d'asta, gallerie e fiere d'arte). 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."²⁵ E nonostante la presenza digitale abbia registrato percentuali più rassicuranti (il 43,7% ha un sito web dedicato e il 65,9% possiede un account sui più importanti social media), il progresso effettuato forzatamente a causa del COVID-19 potrebbe aver favorito la **presa di coscienza da parte di molte istituzioni e organizzazioni dell'importanza dell'innovazione in un mondo sempre più globalizzato e digitalizzato**.

Tuttavia, se da un lato il virtuale ha aiutato il settore artistico-culturale a mantenere vive le relazioni con i propri stakeholder, dall'altro **permane indiscussa la volontà degli appassionati di prendere parte fisicamente a mostre ed esposizioni**: soltanto il 28% dei rispondenti alla Pulse Survey ha attribuito un punteggio elevato all'efficacia degli **strumenti online** nel sostituire la fruizione dell'arte dal vivo, con **il 31% che ne ha invece confermato la scarsa efficacia**. Punteggi particolarmente bassi sono stati espressi da parte di collezionisti e appassionati d'arte e cultura.



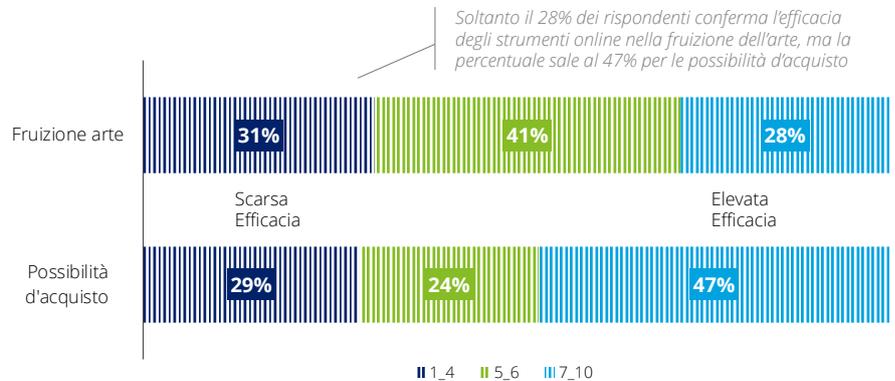
Ugo Nespolo, *Quei segni* (2018) | Acrilici su legno, 100x140cm

Maggiormente **positivi**, invece, i risultati relativi all'efficacia degli **strumenti online nell'acquisto di opere d'arte: quasi tre quarti dei rispondenti hanno attribuito media o elevata efficacia alle piattaforme virtuali** implementate o rafforzate da parte di case d'asta, gallerie e fiere d'arte nel periodo del lockdown, che hanno consentito al mercato di mantenersi vivo pur se "a porte chiuse".

Questi dati confermano i key finding delle analisi condotte sui dati del mercato delle aste del primo semestre 2020. **Le aste online sono cresciute in termini quantitativi di oltre il 270%**²⁶ rispetto allo stesso periodo 2019, ma i loro fatturati rimangono ben al di sotto delle stesse proposte "live" degli anni scorsi. 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 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.

Guardando alla finalità d'uso degli strumenti online da parte dei rispondenti nel periodo del lockdown, emerge che **il 65% ha utilizzato le piattaforme virtuali per la fruizione dell'arte**, il 21%

L'efficacia degli strumenti online



sia per la fruizione che per l'acquisto di opere d'arte e infine il 3,5% soltanto per l'acquisto di opere d'arte. Nel complesso, quindi, **circa un rispondente su quattro ha utilizzato il digitale per acquistare opere d'arte** nel periodo del lockdown, ma questo non mette quindi in discussione la **prevalenza dei servizi dal vivo nell'ambito del settore, sia presente, sia futura**.

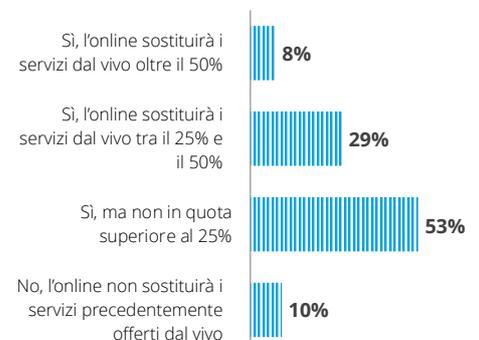
Deloitte ha infatti la percezione dei rispondenti in merito alla probabilità che le piattaforme online prendano il posto dei canali di vendita o dei servizi tradizionali del settore artistico-culturale. **Solo l'8%** dei rispondenti sostiene

che **l'online sostituirà i servizi dal vivo per una quota superiore al 50%**, mentre prevale la quota di coloro che sostengono che **i servizi online potrebbero sostituire parzialmente le proposte dal vivo, ma non in quota superiore al 25%**. I più orientati all'online sono appartenenti alla categoria dei collezionisti e delle figure professionali attive negli ambiti legali, fiscali e di logistica dell'arte. Tra chi dichiara che l'online sostituirà in tutto o in parte i servizi dal vivo, c'è la percezione che tale processo si verificherà nel breve periodo, ovvero nei **prossimi 12-24 mesi**.

L'utilizzo di strumenti online



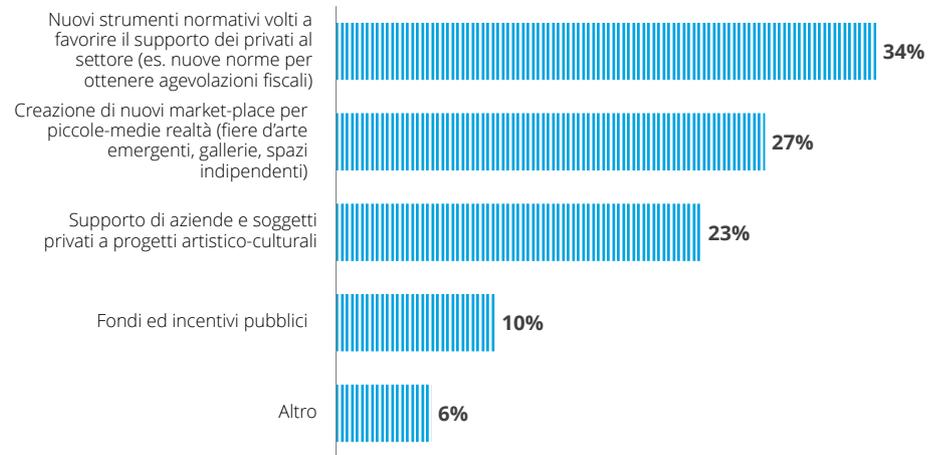
Servizi online vs servizi in presenza fisica



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. 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 (34% dei rispondenti). Ci troviamo infatti in un momento storico in cui i fondi pubblici mobilitati dai Governi, per quanto consistenti, risultano ancora scarsi per il sostegno 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 «interventi di manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici, per il sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura di appartenenza pubblica, delle fondazioni lirico-sinfoniche e dei teatri di tradizione, delle istituzioni concertistico-orchestrali, dei teatri nazionali, dei teatri di rilevante interesse culturale, dei festival, delle imprese e dei centri di produzione teatrale e di danza, nonché dei circuiti di distribuzione e per la realizzazione di nuove strutture, il restauro e il potenziamento di quelle esistenti di enti o istituzioni pubbliche che, senza scopo di lucro, svolgono esclusivamente attività nello spettacolo»²⁷. A seguito dell'emergenza COVID-19, il Decreto-Legge 19 maggio 2020, N. 34, ha esteso a **nuove categorie di soggetti finanziati dal**

La principale azione/iniziativa per un ritorno ai livelli pre-COVID-19



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, vale a dire anche ai: complessi strumentali, società concertistiche e corali, i circhi e gli spettacoli viaggianti.

Si tratta quindi di un'agevolazione riservata a chi, indipendentemente dalla sua natura o forma giuridica, effettua erogazioni liberali in denaro per il sostegno della cultura²⁸, quale **sostegno del mecenatismo a favore del patrimonio culturale**. Attualmente il Bonus è riservato alle erogazioni liberali effettuate a specifiche tipologie di istituzioni, di soggetti o di interventi di tutela e valorizzazione (l'elenco specifico delle erogazioni per cui risulta applicabile il credito d'imposta è consultabile sul sito ufficiale dell'Art Bonus²⁹), ma l'estensione ad altri ambiti del mondo artistico-culturale o la creazione di strumenti simili è auspicabile e potrebbe di certo contribuire alla ripartenza. Tale osservazione è contenuta anche nel parere favorevole votato dalla commissione Cultura del Senato al Decreto Legge Agosto³⁰ e si riscontra

anche tra le esigenze espresse dall'Associazione Nazionale Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea (ANGAMC), che ha richiesto - tra l'altro - di ampliare la portata dell'Art Bonus e di introdurre la possibilità di portare in ammortamento il 65% del costo sostenuto per l'acquisto di opere d'arte da parte di soggetti passivi d'IVA; soluzione che potrebbe fungere da leva per la ripartenza del settore delle gallerie, messo a dura prova dalla crisi³¹.



Ugo Nespolo, *Money time* (1996) | Acrilici su legno, diametro 190cm

Altra possibile leva per la ripartenza può essere la creazione di nuovi market-place per realtà piccole e medie, come sostenuto dal 27% dei rispondenti, che confermano come la **collaborazione e la sinergia tra diverse organizzazioni risultino elementi chiave** per il futuro del mondo artistico-culturale. La collaborazione, soprattutto tra enti di piccole-medie dimensioni, può favorire **l'ottimizzazione dei costi e l'ampliamento di pubblico a cui rivolgere la propria offerta**.

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 piattaforma³².

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 ed 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 lockdown³³.

Infine, il **Decreto Legge Semplificazioni approvato dall'Aula della Camera agli inizi di settembre apre la strada a nuove forme di partenariato**, che il MiBACT 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 tutela³⁴.

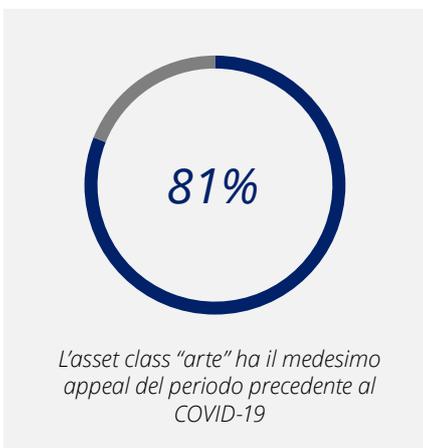


Ugo Nespolo, *Happy days* (2016) | Acrilici su legno, 150x150cm

Parola agli operatori di settore

La seconda sezione della Pulse Survey, riservata ai professionisti del settore³⁵ si concentra sulla volontà di indagare se l'arte abbia perso appeal a causa della crisi pandemica. **La preponderanza dei rispondenti (81%) ha confermato che l'arte 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. La 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.

L'appeal dell'arte



Guardando ai dati attualmente disponibili, per quanto riguarda le **case d'asta, il calo dei fatturati è stato mediamente del 60% nel primo semestre 2020**, includendo anche le aste online. Tra le principali cause, si trovano la tradizionale scarsa propensione a proporre lotti a stima alta nelle vendite online e l'incertezza economica, che porta molti collezionisti a prestare massima cautela, sia nell'acquisto che nella vendita di opere d'arte. Nonostante ci sia stato un

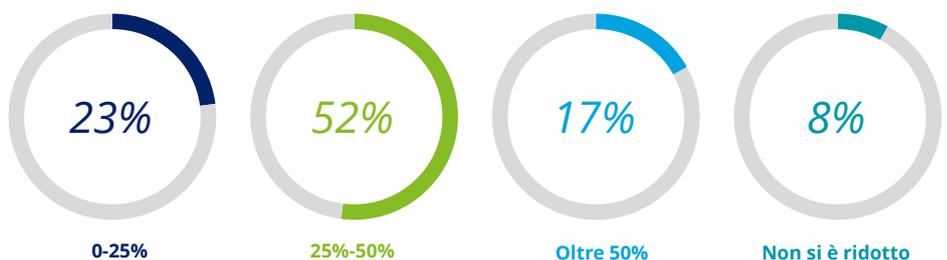
incremento nei prezzi medi dei cataloghi virtuali, anche a causa del fatto che il digitale è divenuta per un certo periodo l'unica alternativa disponibile, il prezzo medio del lotto proposto in aste virtuali per il primo semestre 2020 è rimasto al di sotto della soglia dei \$13.000, considerando tutte le tipologie di beni da collezione³⁶. **Per le gallerie d'arte, secondo un recente report rilasciato da Art Basel in collaborazione con UBS³⁷, il calo delle vendite nei primi sei mesi dell'anno è stato mediamente del 36%** rispetto allo stesso periodo del 2019, con picchi al ribasso per le gallerie minori. Anche le gallerie più importanti si sono per questo ritrovate costrette a **ridurre il proprio staff** e, nel caso di gallerie multinazionali, tale riduzione ha colpito anche decine di dipendenti. Un esempio in tal senso è la Pace Gallery, che ha ridotto il

proprio personale di 40 unità (su oltre 200 lavoratori)³⁸.

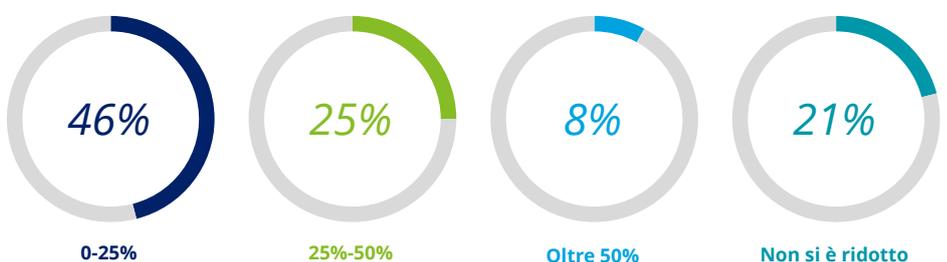
Coerentemente a quanto detto finora, gli stakeholder coinvolti da Deloitte nella Pulse Survey hanno confermato un generale calo nei volumi d'affari dei primi mesi del 2020, con il **52% degli operatori intervistati che ha registrato un calo tra il 25% e il 50%** (prevalentemente dealer e gallerie d'arte). Preoccupante anche la quota di quasi 1 rispondente su 5 che ha registrato un calo superiore al 50% rispetto al 2019.

Di contro, **non si rileva una particolare riduzione nel valore della singola transazione**, rimasto invariato per il 21% degli operatori e variato in quota minore (tra 0% e 25%) per quasi la metà dei rispondenti (46%).

Il volume delle transazioni



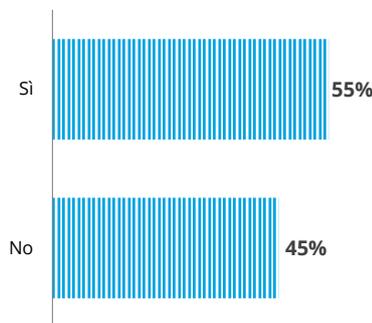
Il valore medio delle transazioni



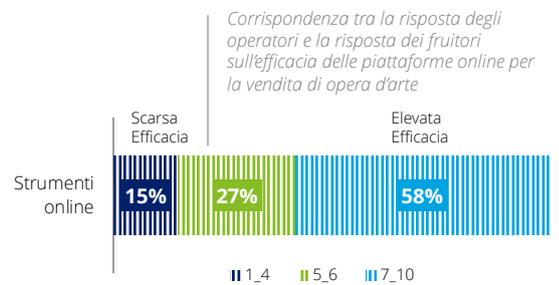
Gli strumenti online

Come già illustrato nel corso dei paragrafi precedenti, l'online è diventato un canale fondamentale per mantenere vivo il mercato nel periodo del lockdown e questo è confermato anche dagli operatori di settore coinvolti nella Pulse Survey: **oltre la metà dei rispondenti appartenenti a questa categoria (55%) ricorre a piattaforme/canali di vendita online.**

Il ricorso a piattaforme/canali di vendita online



L'efficacia degli strumenti online nell'offerta di servizi durante il lockdown



Lockdown come catalizzatore per l'online



È interessante inoltre rilevare una **corrispondenza tra le risposte fornite dagli utenti delle piattaforme di vendita digitali**, sia coloro che comprano che coloro che vendono opere d'arte. In linea con il 47% dei rispondenti che hanno affermato di aver trovato efficaci le piattaforme online per l'acquisto di opere d'arte, **il 58% degli operatori ha infatti confermato che gli strumenti online sono risultati efficaci per sopperire all'impossibilità di offrire servizi dal vivo.** È tuttavia da osservare che circa 1 rispondente su 7 ne abbia decretato la scarsa efficacia, rimarcando l'esistenza di una quota di stakeholder strenuamente a sostegno del rapporto di persona.

Per 3 intervistati su 5 è stato proprio il lockdown a fare da catalizzatore per l'implementazione di un canale di vendita online, confermando ancora una volta come la pandemia possa avere avuto il risvolto positivo di accelerare il processo di digitalizzazione di un settore ancora poco avanzato in quest'ottica.

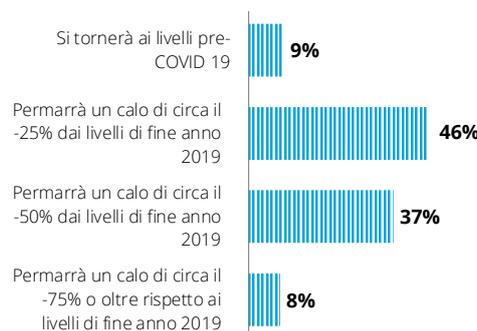
Aspettative per il futuro

Guardando al fatturato e ai possibili dati di chiusura di mercato di questo anno molto complesso per tutti i sistemi socio-economici internazionali, **la Pulse Survey ha riportato un sentiment per il futuro non roseo.** Nonostante le organizzazioni si siano ormai abituate a nuovi standard lavorativi e abbiano adattato le proprie attività con l'implementazione di nuove modalità di comunicazione, vendita e interazione con il pubblico e l'adozione dello smart working, infatti, **la quasi totalità dei rispondenti (91%) afferma di attendersi una contrazione pari o superiore al 25% rispetto a fine 2019.** In particolare, il 46% dei rispondenti prevede che il fatturato di fine 2020 conoscerà una contrazione di circa il 25%

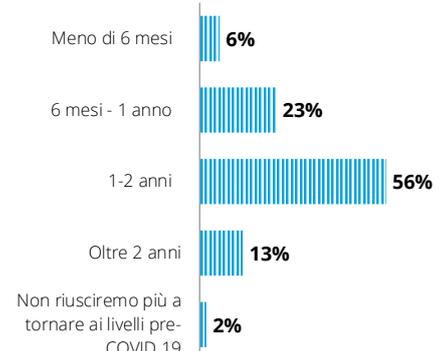
rispetto a quanto registrato nel 2019, il 37% prevede una riduzione pari al 50% del fatturato e **l'8% stima addirittura perdite superiori al 75%.**

Riguardo alle tempistiche per il ritorno del mercato ai livelli pre-COVID-19, più della metà dei rispondenti (56%) ritiene siano necessari 1-2 anni. Un residuale 2% dichiara invece che le performance di mercato non torneranno più ai livelli antecedenti al COVID-19. 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.**

Stime per il fatturato 2020 vs fatturato 2019



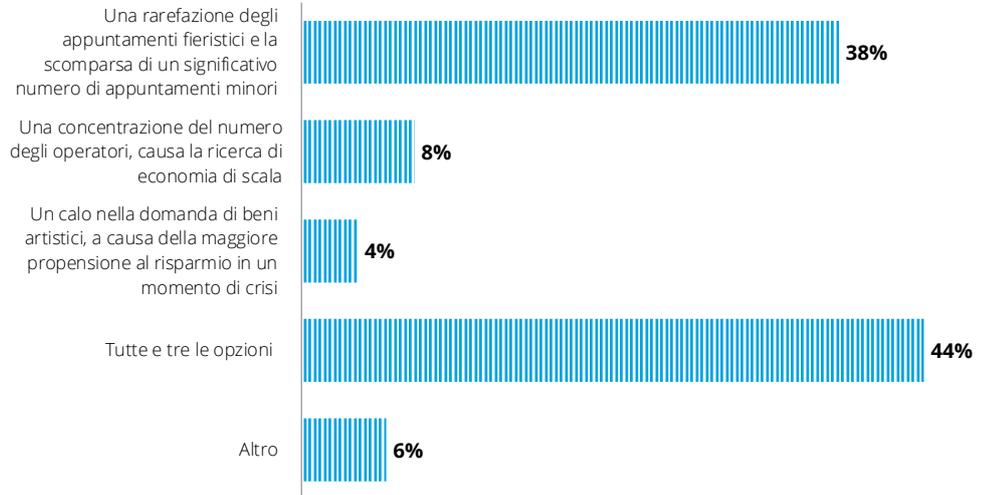
Tempistiche per il ritorno ai livelli pre-COVID-19



Quando non saranno più necessarie le 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.

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. Non manca tuttavia chi si attende che il lockdown genererà una **concentrazione degli operatori per la ricerca di economie di scala (8% dei rispondenti)** e un **calo nella domanda di beni artistici, a causa della maggiore propensione al risparmio in un momento di crisi (4%)**. Quasi la metà dei rispondenti (44%) sostiene valide tutte e tre le opzioni.

L'impatto della pandemia sul mercato dell'arte nel breve periodo



Quando non saranno più necessarie le misure di distanziamento sociale, 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.



Ugo Nespolo, Gail (1981) | Acrilici su legno, 140x100cm

Figure e competenze professionali per il mercato dell'arte di domani

L'ultima sezione della Pulse Survey, riservata a operatori e specialisti del settore, ma anche a esponenti del mondo accademico e professori universitari, è stata pensata per approfondire quali siano le percezioni in merito alle competenze e figure professionali necessarie per superare questa forte crisi, anche al fine di comprendere se la percezione è che tali competenze e figure professionali esistano o meno. **La quasi totalità dei rispondenti (94%) conferma che al fine di accelerare la ripresa siano necessarie nuove competenze professionali. Il 56% dei rispondenti afferma inoltre che sono necessarie nuove figure professionali.**

È plausibile ritenere che tali competenze siano da sviluppare nell'ambito di corsi formativi specializzati, in grado di fornire contemporaneamente conoscenze afferenti a diverse aree e ambiti disciplinari. In merito a quest'aspetto, in Italia sono recentemente nati diversi corsi di Laurea o Master specificamente dedicati allo sviluppo di competenze ibride specifiche. Tra questi, anche il **Master di I livello in Gestione Innovativa dell'Arte** che si svolgerà a partire dal maggio 2021 presso il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'**Università di Pavia, in collaborazione con Deloitte Private**. L'obiettivo di questo Master è quello di formare figure professionali che, tra gli altri aspetti, sappiano riconoscere e valutare le opere d'arte e di design; possiedano nozioni giuridico-economiche sul diritto d'autore,

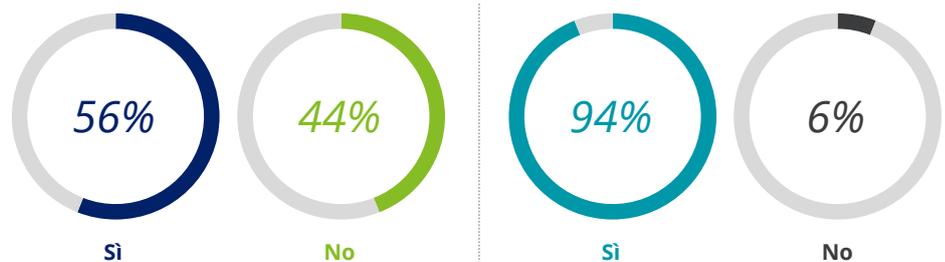
sull'acquisto delle opere d'arte e sulla gestione consapevole di una collezione d'arte; possiedano conoscenze sulla fiscalità afferente le opere d'arte in Italia e all'estero; e maturino anche capacità relazionali e di mediazione che permettano di pianificare strategie e stimolino la capacità del "problem solving"³⁹.

Tra le competenze maggiormente utili, nell'opinione dei rispondenti, stanno quelle manageriali (42%) e tecnologiche (40%), che se presenti possono favorire anche in periodo di crisi lo sviluppo

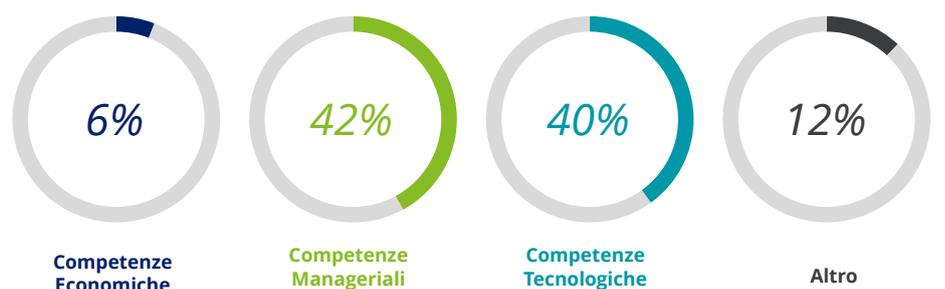
di strategie adeguate a tenere vivo il mercato. Sono infatti **sempre più necessarie figure ibride per una corretta gestione di organizzazioni attive nel mondo artistico-culturale**, le cui specificità sono difficilmente riconducibili ad altri settori dell'economia e del mondo accademico.

Soltanto poco più della metà del campione, tuttavia, afferma che tali figure "ibride" fossero già presenti prima dell'avvento del COVID-19, mentre per il 22% tali figure non sono ancora presenti ma lo saranno a breve termine.

La necessità di nuove figure e competenze professionali per la ripresa



Il valore medio delle transazioni





Conclusioni e possibili outlook per il futuro

Si sta per chiudere un anno inedito per il mondo dell'arte e della cultura, duramente colpito dalla pandemia, al pari di molti altri settori dell'economia a livello globale. Il riacutizzarsi dell'emergenza sanitaria e il rapido evolversi della crisi socio-economica da essa derivante, rendono **complesso effettuare previsioni significative**. Altre variabili del contesto socio-economico internazionale, prima tra tutte l'elezione del nuovo presidente degli Stati Uniti, le tensioni nelle economie più mature e la crescita dell'economia cinese, rispetto a qualunque altra economia internazionale, ampliano ulteriormente lo spettro delle possibili incognite che gravano sul livello dei consumi, e soprattutto nel settore del lusso, nel quale l'arte può essere inclusa.

Nonostante i risultati della Pulse Survey confermino che **l'asset class "arte" ha lo stesso appeal** del periodo precedente allo scoppio dell'emergenza pandemica, lo dichiara l'81% dei rispondenti, secondo la Pulse Survey da noi condotta, **è difficile intravedere un'effettiva ripresa nel breve periodo, in assenza di un vaccino o di una cura efficace per il virus**, che possa riportare alla partecipazione fisica ai momenti più importanti di vendita, con il coinvolgimento diretto dei principali collezionisti.

In primo luogo, infatti, **la componente fisica dell'esperienza di fruizione dell'arte**, ivi inclusa la partecipazione a mostre, fiere e aste di settore, **si è confermata fondamentale e spesso imprescindibile**. Le **piattaforme digitali sono state di importanza**

chiave per mantenere vivo il settore nella prima ondata di pandemia, ma sono soltanto parzialmente in grado di sopperire all'impossibilità di prendere parte fisicamente agli eventi dedicati all'arte e ai beni da collezione. Soltanto il **28% dei rispondenti** alla Pulse Survey, infatti, ha attribuito un **punteggio elevato all'efficacia degli strumenti online nel sostituire la fruizione dell'arte dal vivo**, con il 31% che ne ha invece confermato la scarsa efficacia. Vista la necessità di prorogare le misure restrittive al movimento ed all'assembramento, è quindi plausibile attendersi che la situazione di crisi del mercato dell'arte, soprattutto per il settore delle gallerie, delle fiere e degli enti espositivi, determinerà ulteriori impatti negativi nei prossimi mesi.

Guardando al **mercato delle aste, l'online si è confermato efficace prevalentemente per la compravendita di lotti di basso valore**, mentre risulta ancora limitante nella vendita di lotti di valore medio-alto, la cui aggiudicazione in eventi dal vivo emerge come esigenza da parte di molti collezionisti. Il format "ibrido", che prevede un banditore in sala, Auction Specialists collegati da altre sedi internazionali della casa d'aste, e i collezionisti connessi in streaming, rende infatti difficile, nella maggior parte dei casi, scatenare la competizione che si registra solitamente nelle sale d'asta per le vendite più importanti. Sono stati registrati di recente alcuni risultati importanti, ma si segnala il **crescente ricorso alle garanzie sulle opere d'arte**, indice del fatto che le case d'asta hanno

necessità di assicurare i collezionisti nella compravendita di opere. Inoltre, si assiste alla sempre più **ampia proposta di aste cross-comparto**, con l'inclusione nel medesimo catalogo di opere di periodi e segmenti diversi, per ottimizzare l'offerta di beni da collezione, concentrando in poche aste i beni solitamente distribuiti in diversi appuntamenti.

Nonostante questo, le case d'asta si dicono soddisfatte dei risultati raggiunti dalle ultime aste, e questa apparente "contraddizione" è confermata anche dai risultati della Pulse Survey. **Circa la metà dei rispondenti si dice soddisfatto delle piattaforme online sia per l'acquisto (47%), sia per la vendita (58%) di opere d'arte**, con la restante metà che decreta invece di scarsa efficacia tali canali di compravendita.



Ugo Nespolo, *Divina proporzione* (2016) | Acrilici su legno, 150x150x5cm



Il secondo aspetto che emerge con forza dall'analisi delle risposte alla Pulse survey è **l'impatto negativo che la pandemia ha generato sui consumi culturali anche dopo la riapertura dei luoghi dell'arte e della cultura**. Una quota preponderante di rispondenti, il 71%, afferma infatti che la crisi pandemica continui ad avere elevata influenza sulle abitudini di fruizione dell'arte e tra le motivazioni prevalgono la **necessità di prenotare e organizzarsi con anticipo** (42% dei rispondenti), il **timore di contagio** (34%) e la ridotta disponibilità economica (14%). Questo spinge a rimarcare la necessità di individuare strategie che possano stimolare, agevolare e assicurare i possibili visitatori, ma anche favorire economie di scala tra gli operatori del settore.

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 (34% dei rispondenti). Ci troviamo infatti in un momento storico in cui i fondi pubblici mobilitati a favore di arte e cultura, per quanto consistenti, non riescono ancora a raggiungere e sostenere l'elevato numero di organizzazioni e di operatori attivi nel settore artistico-culturale in questo momento di crisi. Tali fondi sarebbero fondamentali non soltanto per mitigare l'impatto delle perdite registrate nei mesi scorsi, ma anche e soprattutto per consentire ai beneficiari di innovare la propria offerta anche in termini tecnologici.

Altra possibile leva per la ripartenza può essere la creazione di nuovi market-place per realtà piccole e medie, come sostenuto dal 27% dei rispondenti, che confermano come la **collaborazione e la sinergia tra diverse organizzazioni risulti un elemento chiave** per il futuro del mondo artistico-culturale. Guardando in particolare al contesto

italiano, collaborazione e sinergia potrebbero inoltre favorire una valorizzazione più diffusa del patrimonio artistico-culturale su tutto il territorio nazionale, ricco di località poco note al grande pubblico che solitamente si riversa in poche e già note città d'arte.

Infine, la **quasi totalità dei rispondenti (94%) conferma che al fine di accelerare la ripresa siano necessarie nuove competenze professionali**. È plausibile ritenere che tali competenze siano da sviluppare nell'ambito di corsi formativi specializzati, in grado di fornire contemporaneamente conoscenze afferenti a diverse aree e ambiti disciplinari. Questo è il principale obiettivo, ad esempio, del **Master di I livello in Gestione Innovativa dell'Arte** che si svolge presso il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'**Università di Pavia, in collaborazione con Deloitte Private**, volto a formare figure professionali in grado di riconoscere e valutare le opere d'arte e di design, possedendo al contempo conoscenze giuridico-economiche sul diritto d'autore, sull'acquisto delle opere d'arte e sulla gestione consapevole di una collezione d'arte, ma anche competenze relazionali e di mediazione che permettano di pianificare strategie e stimolino la capacità del "problem solving"⁴⁰.

Le **aspettative non troppo rosee per il mondo dell'arte** nel breve periodo sono confermate dalle risposte dei rispondenti alla Pulse Survey. Il **91% dei partecipanti** afferma di attendersi per la fine del 2020 una **contrazione di fatturato pari o superiore al 25% rispetto a fine 2019**, mentre riguardo alle tempistiche per il **ritorno del mercato ai livelli pre-COVID-19**, più della metà dei rispondenti (56%) ritiene siano **necessari da uno a due anni**. Solo una quota non significativa del campione (2%) si mostra assolutamente pessimista, dichiarando

che le performance di mercato non torneranno mai più ai livelli antecedenti al COVID-19.

Nell'opinione degli operatori intervistati, inoltre, **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**. Questa è una conseguenza 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. Tale previsione sottintende la crescita delle difficoltà che realtà piccole e medie si troveranno ad affrontare, per il venire meno di preziose occasioni di networking. Non manca infine chi si attende che la pandemia genererà un calo nella domanda di beni artistici, a causa della maggiore propensione al risparmio in un momento di crisi, ma si tratta solo del 4%.

Tali aspettative saranno da valutare alla luce dell'andamento dell'ultimo trimestre del 2020, che saranno pesantemente colpiti dal riaccutizzarsi del contagio e dalla reazione con misure restrittive da parte del Governo. Il prossimo Report sul Mercato dell'Arte e dei Beni da Collezione, la cui uscita è prevista per la primavera 2021, illustrerà tali andamenti, nonché outlook più accurati sui possibili trend futuri, effettuati sulla base dei dati di chiusura dell'anno.

Riferimenti

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=.

AgCult, "Di Agosto, commissione Cultura Senato: Estendere Art bonus e tax credit", 10 settembre 2020, https://agcult.it/a/24266/2020-09-10/dl-agosto-commissione-cultura-senato-estendere-art-bonus-e-tax-credit?utm_source=&utm_medium=&utm_term=&utm_content=&utm_campaign=.

ArtBonus, <https://artbonus.gov.it/>.

Barillà, S. A., Il bilancio semestrale di Christie's, Sotheby's e Phillips segna -49%, in ArtEconomy24, 28 luglio 2020, <https://www.ilsole24ore.com/art/il-bilancio-semestrale-christie-s-sotheby-s-e-phillips-segna-49percento-ADhIWlg>.

Christie's Press Centre, 4 maggio 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9618&lid=1>.

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 Press Centre, 26 giugno 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9697&lid=1>.

Christie's Press Centre, 30 giugno 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9699&lid=1>.

Christie's Press Centre, 2 luglio 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9278&lid=1>.

Christie's Press Centre, 10 luglio 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9708&lid=1>.

Christie's Press Centre, 26 agosto 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9760&lid=1>.

ICOM, Museums, museum professionals and COVID-19, maggio 2020, <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf>.

ISTAT, I musei statali al tempo del COVID, 21 maggio 2020, <https://www.istat.it/it/archivio/243286>.

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 Artnet News, 3 settembre 2020, <https://news.artnet.com/market/christies-will-sell-trophy-jackson-pollock-painting-october-evening-sale-1905985>.

Maggi, N., "Emergenza Covid-19: il 45% delle gallerie d'arte italiane rischia di chiudere" in Collezione da Tiffany, 13 ottobre 2020, <https://www.collezioneditiffany.com/emergenza-covid-19-il-45-delle-gallerie-darte-italiane-rischia-di-chiudere/>.

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.

McAndrew, C., The Impact of COVID-19 on the Gallery Sector, Art Basel & UBS, 2020.

Phillips Press Centre, 5 maggio 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-asia-launches-its-first-ever-crosscategory-online-auction->.

Phillips Press Centre, 2 luglio 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-white-glove-evening-sale-of-20th-century-contemporary-art-realizes-41135750-million>.

Phillips Press Centre, 6 agosto 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-announces-exclusive-partnership-with-technology-firm-articker-set-to-transform-art-business-intelligence>.

Phillips Press Centre, 19 agosto 2020, <https://www.phillips.com/press/release/phillips-and-poly-auction-announce-an-unprecedented-collaboration->.

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 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., 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.

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.

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>.

Sotheby's Presse Centre, 3 agosto 2020, <https://www.sothebys.com/en/press/innovation-adaptation-drive-sothebys-year-to-date-sales-in-2020-to-2-5-billion>.

UNESCO, Museums Around the World - in the Face of Covid-19, maggio 2020, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>.

Zorloni, A., L' economia dell'arte contemporanea. Mercati strategie e star system, FrancoAngeli, Milano, 2016.

Note

1. Le analisi condotte per l'elaborazione del presente capitolo si basano sui dati resi pubblici dalle case d'asta analizzate (Christie's, Phillips, Sotheby's) sui relativi siti web ufficiali.
2. Il dato riguarda i lotti presentati in tutte le aste online-only di Christie's e Sotheby's del primo semestre 2020.
3. Sotheby's Presse Centre, 3 agosto 2020, <https://www.sothebys.com/en/press/innovation-adaptation-drive-sothebys-year-to-date-sales-in-2020-to-2-5-billion>.
4. Christie's Press Centre, 26 giugno 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9697&lid=1>.
5. Christie's Press Centre, 4 maggio 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9618&lid=1>.
6. Tra le altre iniziative è possibile menzionare la vendita di beneficenza organizzata dal 24 giugno al 16 luglio a favore degli artisti del Fonds Claude et France Lemand dell'Institut du Monde Arabe e le mostre online dei lavori creati nell'ambito del programma scolastico per bambini Studio in a School.
7. Phillips Press Centre, 5 maggio 2020, <https://www.phillips.com/press/release/philipps-asia-launches-its-first-ever-crosscategory-online-auction->.
8. Phillips Press Centre, 6 agosto 2020, <https://www.phillips.com/press/release/philipps-announces-exclusive-partnership-with-technology-firm-articker-set-to-transform-art-business-intelligence>.
9. Phillips Press Centre, 2 luglio 2020, <https://www.phillips.com/press/release/philipps-white-glove-evening-sale-of-20th-century-contemporary-art-realizes-41135750-million>.
10. Christie's Press Centre, 10 luglio 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9708&lid=1>.
11. Christie's Press Centre, 7 maggio 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9620&lid=1>.
12. Christie's Press Centre, 23 giugno 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9690&lid=1>.
13. Phillips Press Centre, 19 agosto 2020, <https://www.phillips.com/press/release/philipps-and-poly-auction-announce-an-unprecedented-collaboration->.
14. Barilà, S. A., "Il bilancio semestrale di Christie's, Sotheby's e Phillips segna -49%", in *ArtEconomy24*, 28 luglio 2020, <https://www.ilsole24ore.com/art/il-bilancio-semestrale-christie-s-sotheby-s-e-philipps-segna-49percento-ADhIWlg>.
15. Ibidem.
16. 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 *Artnet News*, 3 settembre 2020, <https://news.artnet.com/market/christies-will-sell-trophy-jackson-pollock-painting-october-evening-sale-1905985>.
17. Christie's Press Centre, 30 giugno 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9699&lid=1>.
18. Christie's Press Centre, 2 luglio 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9278&lid=1>.
19. Christie's Press Centre, 26 agosto 2020, <https://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=9760&lid=1>.
20. ISTAT, I musei statali al tempo del COVID, 21 maggio 2020, <https://www.istat.it/it/archivio/243286>.
21. "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.
22. ICOM, Museums, museum professionals and COVID-19, maggio 2020, <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf>.
23. UNESCO, Museums Around the World - in the Face of Covid-19, maggio 2020, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>.
24. ICOM, Museums, museum professionals and COVID-19, maggio 2020, <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf>.
25. Fonte: ISTAT, 2020.
26. Percentuale calcolata sul numero di aste online proposte da Christie's e Sotheby's dal 1 gennaio 2020 al 30 giugno 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019. Per un approfondimento si rimanda al Capitolo 2 del presente Report.
27. 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.
28. 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.
29. <https://artbonus.gov.it/lista-interventi.html>
30. AgCult, "DI Agosto, commissione Cultura Senato: Estendere Art bonus e tax credit", 10 settembre 2020, https://agcult.it/a/24266/2020-09-10/dl-agosto-commissione-cultura-senato-estendere-art-bonus-e-tax-credit?utm_source=&utm_medium=&utm_term=&utm_content=&utm_campaign=.
31. Maggi, N., "Emergenza Covid-19: il 45% delle gallerie d'arte italiane rischia di chiudere" in *Collezione da Tiffany*, 13 ottobre 2020, <https://www.collezionedatiffany.com/emergenza-covid-19-il-45-delle-gallerie-darte-italiane-rischia-di-chiudere/>.
32. 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.
33. 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>.
34. 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=.
35. Sono inclusi in questa categoria: 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.
36. Per maggiori approfondimenti si rimanda al Capitolo 2 del presente Report.
37. McAndrew, C., *The Impact of COVID-19 on the Gallery Sector*, Art Basel & UBS, 2020.
38. 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>.
39. Per maggiori informazioni visitare il sito <https://www.mastergestioneinnovativaarte.it/>.
40. Per maggiori informazioni visitare il sito <https://www.mastergestioneinnovativaarte.it/>.

Autori



Ernesto Lanzillo
Deloitte Private Leader
Deloitte Italy
elanzillo@deloitte.it



Barbara Tagliaferri
Art & Finance Coordinator
Deloitte Italy
btagliaferri@deloitte.it



Pietro Ripa
Private Banker
Fideuram
pripa@fideuram.it



Roberta Ghilardi
Sustainability
Deloitte Italy
rghilardi@deloitte.it

Si ringrazia:

Antonio Addamiano, Elena Croci, Cristiano De Lorenzo, Mario Filice, Arturo Galansino, Ugo Nespolo, Maurizio Piumatti, Pierluigi Sacco.

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.