

Il mercato dell'arte e
dei beni da collezione

Report 2023





Indice

- 04| Prefazione
- 06| Il mercato dell'arte e dei beni da collezione
- 70| Fuori dall'Hype: evoluzione e nuove prospettive del mercato NFT
- 76| La Riforma del Terzo Settore: implicazioni per le organizzazioni che operano nel settore culturale
- 86| PNRR e cultura: lo stato dell'arte
- 92| Gli impatti del climate change sul patrimonio culturale
- 96| Interviste agli operatori del settore



Prefazione

A cura di Ernesto Lanzillo

Ricorderemo il 2022 come un anno per molti versi straordinario nella storia del mercato dell'arte, caratterizzato da record ed eventi che sembravano quasi allontanare il settore dalle complesse dinamiche sociali, politiche ed economiche che hanno interessato il panorama internazionale. Un'apparenza che deve tuttavia essere ancora confermata, poiché **le ultime aste dell'anno e i primi mesi del 2023 si chiudono con risultati in chiaroscuro, mentre ulteriori elementi di complessità**, tra cui il crollo di alcune banche internazionali, **rendono ancora più complesso fare previsioni per il breve e medio termine**. Una eventuale reticenza a vendere da parte dei collezionisti in possesso di opere *Outstanding*, in attesa di tempi più propizi, potrebbe scatenare nel breve "l'effetto valanga", già noto in questo mercato.

Complessivamente, nel 2022, il perfezionamento delle **strategie ibride e digitali ed il rafforzamento della presenza geografica**, con l'abolizione delle restrizioni che avevano gravato sui maggiori e consolidati mercati occidentali nel 2021, hanno favorito il raggiungimento di risultati record: **il fatturato delle aste oggetto di analisi¹, live e virtuali, ha conosciuto una crescita del +12,0% rispetto al 2021**. Tra gli elementi caratterizzanti dell'anno, i sensazionali risultati di alcune **single owner collection**, che hanno garantito la disponibilità sul mercato di opere di qualità museale, attraendo l'interesse di buyer ed appassionati di tutto il mondo.

Cresce la **presenza di Millennial e giovani acquirenti**, che si affacciano sempre più al mercato dei beni da collezione, portando nuove esigenze, nuove abitudini d'acquisto e, al contempo, costituendo **nuovo potenziale target da fidelizzare**, incentivando le case d'asta a **consolidare la propria presenza internazionale, sia aprendo nuove sedi, sia stringendo innovative collaborazioni**. Continua a crescere anche l'interesse per i **Passion Assets (borse, sneaker, orologi e vini)**, meno impegnativi da un punto di vista economico e più funzionali in tema di rappresentatività sociale.

Il tutto in un anno di continua evoluzione, anche rispetto a trend che, al termine del 2021 sembravano essere destinati a consolidarsi nel breve periodo. In primis, **l'ascesa degli NFT nel mondo dell'arte, fenomeno che ha conosciuto un brusco arresto** a causa delle dinamiche intercorse durante l'anno nel mondo delle criptovalute, nonostante questo non abbia determinato un freno allo **sviluppo di nuove tecnologie che potranno invece essere di grande supporto per l'intero settore**. Prosegue inoltre il **rafforzamento dell'attenzione nei confronti della sostenibilità sociale e della corporate social responsibility**, in un contesto di grande sviluppo normativo e di crescente consapevolezza da parte dei consumatori e dei privati, sempre più orientati a scegliere realtà "responsabili" nel proprio operato. Una **responsabilità che può essere dimostrata anche attraverso azioni a favore della cultura**, perché arte e cultura significano inclusione e crescita, scolpiti nei Sustainable Development Goals dell'Agenda2030 delle Nazioni Unite, a cui governi e istituzioni nazionali e locali devono tendere per il progresso dell'umanità.



Ed in questo macro-scenario di sviluppo, supportato dagli assi del PNRR, si va poi a incardinare in Italia la riforma degli Enti del Terzo Settore che vede la cultura e l'arte come attività che possono caratterizzare l'operatività di Enti iscritti al registro del terzo settore, con benefici fiscali per l'Ente che le ha ad oggetto e per i donors. Saranno anche qui necessarie nuove competenze negli enti, per rispondere alle nuove esigenze normative di governance e trasparenza e capacità di comunicare e misurare l'impegno dell'ente e l'impatto della sua attività, dal lato dei consulenti dei donors, nuove attitudini ad individuare il ritorno dell'investimento filantropico per considerarlo come una nuova asset class di portafoglio di investimento.

Le prossime pagine si propongono quindi l'obiettivo di fornire una panoramica sulle numerose dinamiche che hanno caratterizzato il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel 2022, e più in generale il mondo della cultura, nell'ambito del complesso contesto economico e politico internazionale.

Il primo capitolo, **"Il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel 2022", a cura di Pietro Ripa e Roberta Ghilardi**, presenta i risultati che hanno connotato il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel corso dell'anno, fornendo in primis un'overview sui principali trend emersi, tra cui anche quelli relativi al mercato online; per poi indagare i risultati del mercato della pittura nelle diverse aree geografiche internazionali, con suddivisione per comparto (Old Masters, Pre War e Post War) e il mercato dei Passion Assets, ossia vino, gioielli e orologi, fotografie, oggetti d'antiquariato e design, che catalizzano crescente interesse da parte di un numero sempre più vasto di collezionisti.

A seguito di questa **Sezione viene presentata anche un'analisi approfondita sul segmento delle Classic Cars, a cura di Ademy - Automotive Data Evaluation Market Yield**, e una **Sezione dedicata al mondo della numismatica, a cura di Riccardo Motta, Roberta Ghilardi e Matteo Schivo**. L'ultima Sezione, infine, presenta conclusioni generali sul mercato del 2022 e propone alcuni possibili outlook per il futuro, seppur il perdurare dell'incertezza geopolitica e finanziaria internazionale renda ancora complesso effettuare previsioni significative.

Seguono i capitoli dedicati ad approfondire gli attuali trend di maggiore rilevanza per il settore culturale: il primo, **"Fuori dall'Hype: evoluzione e nuove prospettive del mercato NFT", a cura di Marco Mione e Francesco Cirica**, intende indagare quali siano le dinamiche in corso nel mercato degli NFT e cosa possiamo attenderci, viste le dinamiche negative intercorse nel 2022. Il **terzo capitolo, curato da Ivetta Macellari**, fornisce invece una panoramica dettagliata di quali siano le implicazioni della **Riforma del Terzo Settore** per le organizzazioni che operano nel settore culturale, con dettagli relativi ai regimi fiscali e normativi. **L'Osservatorio PNRR di Deloitte ha invece curato il Capitolo 4, "PNRR e cultura: lo stato dell'arte"**, che si propone l'obiettivo di approfondire quali siano gli obiettivi definiti dal governo italiano e quale lo stato d'attuazione per l'investimento degli oltre 6,7 miliardi di euro previsti dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza per il rafforzamento del comparto cultura. Segue un **approfondimento, curato da Roberta Ghilardi, sugli impatti del climate change sul patrimonio culturale** e sulle principali iniziative internazionali implementate per far fronte ad una crisi climatica che mette a rischio il pianeta e tutta la sua storia. Chiude il report il capitolo dedicato alle **interviste agli operatori ed esperti del settore** che, grazie alla loro testimonianza, hanno contribuito a comprendere ed approfondire le sfide, le strategie adottate e il percepito riguardo al futuro del settore e in particolare all'ambito specifico in cui operano. Si ringraziano anche i numerosi autori degli specifici approfondimenti contenuti nelle sopracitate sezioni.

Nella sempre più forte convinzione che arte, bellezza e cultura siano in grado di contribuire in modo importante allo sviluppo sostenibile e al benessere della collettività, ci auguriamo che il nostro lavoro possa fornire stimoli per fare luce su un settore intrinsecamente complesso e di difficile standardizzazione.

Auguro a tutti una buona lettura.

Ernesto Lanzillo



Il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel 2022

A cura di Pietro Ripa e
Roberta Ghilardi



Overview

Fireworks and opacity: fuochi d'artificio e risultati record per il mercato dell'arte nel 2022, ma l'ombra della recessione bussava alla porta

Il 2022 entrerà a pieno titolo tra gli anni migliori per l'arte e i beni da collezione, che hanno registrato un ulteriore ampliamento di orizzonti, sia in termini di buyers, sia in termini di tipologia di lotti offerti. Si è così dato seguito ad un 2021 già in forte ripresa, con operatori in grado di beneficiare degli sforzi dispiegati per reagire alla crisi innescata dalla pandemia.

È proseguito il **consolidamento delle strategie e delle piattaforme digitali** implementate nell'ultimo biennio, senza tuttavia che si smettessero di sperimentare nuove soluzioni tecnologiche per accontentare una domanda sempre più dinamica e complessa, e che si continuasse allo stesso tempo a **stringere inedite partnership**, con l'obiettivo di raggiungere nuovi potenziali target.

Uno sforzo sostenuto dai maggiori player del mercato secondario, volto sia a rafforzare le "strategie di vendita ibrida", sia ad ampliare i mercati di sbocco, consolidando la presenza in quelli più maturi e creando nuovi hub di vendita e/o collaborazioni nei mercati a più alto tasso di crescita economica (soprattutto asiatici e medio-orientali).

Sono dunque due i macro-trend che si confermano e consolidano anche nel 2022.

Da un lato, la **commistione tra virtuale e presenza nelle aste, la così detta "asta ibrida", resta ormai il format prediletto**, poiché consente di sfruttare al meglio il potenziale del web. I collezionisti possono così vedere ed esaminare fisicamente i lotti in vendita nelle esposizioni pre-asta, ma partecipare comunque in streaming al momento delle offerte (seppur le aste si tengano in più parti del mondo) e vedere in diretta il risultato raggiunto, respirando, per quanto possibile, il clima di tensione e di "gara" che si respira solitamente nelle sale d'asta. Le major puntano così a **garantire ad un numero senza precedenti di potenziali bidder di partecipare alle vendite**, che talvolta diventano veri e propri show televisivi seguiti da milioni di persone in tutto il mondo.



Dall'altro lato, la possibilità di intercettare i cambiamenti sociali in atto nei grandi Paesi asiatici, spinge i maggiori player internazionali a consolidare la loro presenza, in modo diretto o mediato da partnership con dealer locali. Se il 2021 era stato un anno di grande successo per il mercato di Hong Kong, che aveva di fatto trainato la ripresa del settore grazie al dinamismo dei collezionisti asiatici, **nel 2022, le principali aste di Hong Kong hanno visto un (temporaneo) raffreddamento nelle performance** rispetto all'anno precedente, anche a seguito delle pesanti limitazioni alla mobilità imposte dal governo cinese. Altre città asiatiche hanno tuttavia iniziato ad emergere come **possibili centri nevralgici alternativi: Singapore, Shanghai e Seoul** vivono un momento di forte crescita, grazie soprattutto alla presenza di giovani collezionisti ricchi, curiosi di esplorare più settori di beni da collezione e piuttosto propensi al rischio.

Complessivamente, nel 2022, il perfezionamento delle **strategie ibride e digitali ed il rafforzamento della presenza geografica**, con l'abolizione delle restrizioni che avevano gravato sui maggiori e consolidati mercati occidentali nel 2021, hanno quindi favorito il raggiungimento di risultati record.

I risultati finali appaiono davvero sorprendenti: con riferimento al solo mercato delle aste oggetto di analisi², svoltesi sia in digitale che in presenza, **il fatturato complessivo ha conosciuto una crescita del +12,0% rispetto al 2021**. La ripresa del settore è stata guidata ancora dalla pittura, che ha registrato un incremento pari al +20,8% sul 2021, nonostante il diffuso interesse per il comparto degli altri beni da collezione (i così detti *Passion Assets*), in aumento del +11,5% sul 2021.

Ci sono tuttavia **alcuni elementi non ricorrenti che impattano sulla performance eccezionale del 2022**. Inoltre, molte dinamiche sociali ed economiche in atto sembrano, almeno al momento, solo aver sfiorato il mercato dell'arte, per cui **si consiglia una lettura del dato aggregato meno enfatica e più cautelativa**.

Tra gli elementi non ricorrenti, bisogna ricomprendere i sensazionali risultati delle diverse **single owner collection battute nel 2022**, tra cui spicca di certo quella di Paul G. Allen (\$1,6 miliardi), insieme a quelle di Anne H. Bass e dei coniugi Ammann battute da Christie's; nonché quelle dei coniugi Macklowe³ e di David M. Solinger (Sotheby's). Queste collezioni da sole hanno totalizzato oltre 2,6 miliardi di dollari, grazie all'offerta di capolavori prevalentemente appartenenti al comparto "Pre war".

Il dato "restated", ovvero **depurato della componente non ricorrente costituita da queste vendite dedicate a collezioni private** che hanno generato almeno 100 milioni di fatturato nel 2022⁴ e delle tre vendite di collezioni private con almeno i 100 milioni del 2021⁵, comporterebbe infatti addirittura un **leggero decremento del fatturato, pari ad un -0,5% sul 2021**.



Prima di esaminare il secondo elemento di criticità (gli effetti del conflitto bellico e l'esplosione della inflazione a livello internazionale sui mercati dell'economia finanziaria e reale), conviene soffermarci sulle maggiori evidenze di un anno che rimane comunque storico per il mercato dell'arte.

Le case d'asta, anche nel 2022 hanno continuato ad ampliare la propria offerta, sia in termini di tipologia di beni, sia in termini di tipologia d'attività.

L'arte figurativa rimane la tipologia artistica più richiesta, con particolare riferimento a molti artisti surrealisti, oggetto di numerose mostre a livello internazionale, nonostante **molti collezionisti si siano dimostrati ben ricettivi nei confronti dell'arte astratta e della scultura.**

Questo a discapito delle opere d'arte della fine del Ventesimo Secolo, per cui si era registrata una forte impennata nel 2021: dopo un periodo di continua ascesa, infatti, **l'arte della seconda parte del Ventesimo Secolo ha ceduto lo scettro ad artisti più storicizzati, dalle quotazioni più stabili, soprattutto nel secondo semestre dell'anno**. Questo è dipeso molto anche dalla disponibilità di lotti di qualità, nonostante non siano mancati **risultati sensazionali per artisti under 40**, tra cui in particolare artiste donne, street artist e artisti africani. Questi hanno infatti conosciuto un vero e proprio boom negli ultimi due anni, raggiungendo e talvolta superando le quotazioni (anche milionarie) di autori storicizzati, nonostante i "curricula" meno qualificati. Emerge inoltre l'interesse per giovani talenti ultra-contemporanei, millennial che si caratterizzano per pittura figurativa, molto colorata e "instagrammabile". Hanno quotazioni in rapida ascesa, seppur ancora lontane dai "big" del contemporaneo.

A livello internazionale, la domanda è trainata dai nuovi acquirenti, che sono anche sempre più giovani: Christie's ha registrato il 35% di nuovi buyer, di cui il 34% Millennials (in crescita rispetto al 31% del 2021); Sotheby's raggiunge il

40% di nuovi offerenti, con forte presenza di under 40 e una sorprendente crescita di acquirenti under 20; per Phillips i nuovi acquirenti hanno invece rappresentato il 47% del totale clienti, di cui quasi un terzo della generazione dei Millennial. La **crecente presenza di Millennial e giovani acquirenti**, che si affacciano sempre più al mercato dei beni da collezione, porta, come già visto, nuove esigenze, nuove abitudini d'acquisto e, al contempo, un **nuovo potenziale target da fidelizzare**.

Le principali major occidentali hanno inoltre continuato a **consolidare la propria presenza internazionale, sia aprendo nuove sedi, sia stringendo innovative collaborazioni**.

Se è vero che New York rimane la capitale indiscussa del mercato dell'arte, è negli altri mercati "minori" o ancora parzialmente inesplorati, che assistiamo ad un notevole fermento. **Phillips ha annunciato la nomina di un direttore per la Sud Corea⁶ e la collaborazione con la casa d'aste cinese Yongle⁷**, con l'obiettivo di rafforzare la propria presenza in Asia, dopo la recente apertura della sede permanente ad Hong Kong, che nel corso del 2022 ha conosciuto un rafforzamento di organico⁸.

Phillips punta inoltre su Los Angeles, con l'apertura di uno spazio espositivo⁹ e l'avvio della collaborazione con la major di design Sight Unseen¹⁰. **Anche Christie's ha ulteriormente potenziato la propria struttura in Cina**, realizzando la prima asta "Shanghai to London", dedicata a capolavori del XX e XXI secolo, con risultati di grande successo¹¹. **Sotheby's, infine, ha annunciato nel dicembre 2022 l'apertura di nuovi spazi nel centro di Hong Kong¹²**, dopo aver tenuto con successo la prima asta di arte moderna e contemporanea a Shanghai, nel mese di agosto 2022¹³. La major ha inoltre lanciato un **digital arts forum in Saudi Arabia**, in collaborazione con la Commissione Visual Arts Commission del Ministero della cultura saudita¹⁴.

Nel vecchio continente, invece, Parigi continua a prendere forza, come già previsto nelle precedenti edizioni del Report. Cresce il numero delle gallerie internazionali che scelgono di aprire una sede parigina, la **nuova fiera Paris+ par Art Basel** (prima edizione francese di Art Basel) è stata un vero successo e i musei o fondazioni cittadine hanno confermato l'alta qualità dei programmi espositivi, attirando migliaia di persone da tutto il mondo nel corso dell'anno. Non da ultimo, l'**Italian Sale di Christie's, tra le più importanti vendite di arte italiana** da sempre proposta nella città di Londra, ha quest'anno avuto luogo nella capitale francese, sintomo di una ridefinizione dei poli d'attrazione in ambito continentale.

Oggetto del desiderio di molti nuovi collezionisti, giovani, arricchiti dallo scoppio della economia digitale e caratterizzati da un diverso gusto e interesse su elementi iconici, si confermano essere i Passion Assets (borse, sneaker, orologi e vini), meno impegnativi da un punto di vista economico e più funzionali in tema di rappresentatività sociale.



Salvo, 1985, Bosnia, olio su tavola, 80x30 cm



Tra i top lot dell'anno nel comparto dei Passion Assets, si segnala il **diamante Williamson Pink Star**, venduto a ottobre da Sotheby's Hong Kong per \$57,8 Mln, determinando il nuovo record nel settore diamanti per prezzo al carato¹⁵. **Phillips continua invece a brillare per il comparto orologi**, che ha registrato il tutto venduto per il secondo anno consecutivo. **Anche Christie's persegue il rafforzamento nel settore**, come dimostra la scelta di creare il nuovo dipartimento "Sneakers, Streetwear & Collectibles"¹⁶.

La scelta di investire **in nuovi segmenti d'attività, già paventata negli ultimi anni, proseguirà anche nel futuro**. Nel 2022, ad esempio, segnaliamo le più importanti soluzioni adottate dalle majors, tra cui l'avvio della **piattaforma Artist's Choice, lanciata da Sotheby's con l'obiettivo di offrire un nuovo strumento di vendita ad artisti e gallerie d'arte**¹⁷. O ancora, **Phillips**, che ha lanciato a gennaio 2022 una branch per servizi fiduciari¹⁸, e Christie's¹⁹, che ha lanciato **Christie's Ventures**, un fondo di investimenti che fornirà risorse finanziarie e supporto di esperti ad organizzazioni operanti nel settore tecnologico e Fintech, per l'elaborazione di soluzioni rilevanti nel mercato dell'arte.

Che fine hanno fatto, invece, gli NFT²⁰ che avevano dominato il palco delle novità nel 2021? Dopo la consacrazione in asta avvenuta con la vendita di "Everydays: the First 5000 Days" di Beeple (Christie's, marzo 2021) per \$69,3 Mln, gli NFT si sono diffusi ad alta velocità, interessando ogni aspetto del sistema dell'arte. Al pari dell'indebolimento delle criptovalute, collassate nel 2022 in coincidenza alla stretta delle politiche monetarie, anche **gli NFT hanno conosciuto una battuta d'arresto nel 2022**, aprendo ad una possibile fase di normalizzazione di una tendenza che ha affascinato molti *new comer*. Nonostante diverse aste abbiano avuto ad oggetto beni digitali, non è chiaro quale possa essere il loro futuro, visti anche i trend negativi che hanno colpito il mondo crypto, dove i **token hanno perso circa 1.300 miliardi di dollari di market cap solo nel 2022**.

Il crack di numerose criptovalute (su tutte Terra-Luna e Ftx), l'indebolimento della valuta regina (Bitcoin in contrazione di circa il 60% nel 2022) e il boom di furti di crypto asset, hanno in molti casi polverizzato la fiducia e l'interesse di molti investitori, soprattutto retail, sul settore specifico e su tutti quelli collegati e di sua derivazione, quali appunto la crypto-art.

Le **fiere d'arte**, invece, sono riprese a pieno regime nel secondo semestre 2021 con un fittissimo calendario di appuntamenti. **Nel 2022 sono così riconfermate i centri nevralgici del mercato**, visitate da migliaia di persone, essendo state rimosse le restrizioni che avevano impedito a molti di viaggiare a livello globale. Le fiere hanno costituito soltanto una parte, per molti meno rilevante, degli importanti appuntamenti artistici

annuali: **sono andate in scena contemporaneamente, in via eccezionale, la Biennale Arte di Venezia, Documenta a Kassel (Germania), e Manifesta a Prishtina (Kosovo)**.

Si è confermata infine nel corso dell'anno anche la crescente attenzione del **sistema dell'arte nei confronti della sostenibilità, con numerose iniziative e strategie in materia ambientale e di corporate social responsibility**. Rimane inoltre indiscusso l'impegno delle major nella realizzazione di aste di beneficenza, al fine di contribuire all'attività di organizzazioni noprofit attive sia su tematiche ambientali, che sociali, con particolare riferimento per il 2022 al **supporto all'Ucraina**.

E proprio il tema della guerra e delle sue principali conseguenze, tra cui, su tutte, la **dinamica inflattiva** fuori controllo, ci aiuta a definire il perimetro di analisi dell'elemento di maggiore criticità, che rimane anche nel 2023, in termini generali sulle economie internazionali e in particolare sul sistema arte.

Non dobbiamo infatti dimenticare che quanto finora esposto è avvenuto a fronte di un contesto economico e sociale fortemente incerto e in continua evoluzione, come conseguenza del conflitto russo-ucraino, della crisi energetica e di una diffusa instabilità politica. **Esiste ancora una piccola élite internazionale dotata di grande disponibilità liquida**, che ha già trainato gli acquisti del 2021; tuttavia, esiste anche il **rischio che molti di questi UHNWI per l'immediato futuro possa scegliere un approccio più attendista**, considerando, ad esempio, che **le 500 persone più ricche del mondo hanno perso nell'ultimo anno \$1,4 trilioni**²¹.

Questi elementi, uniti allo spettro della recessione, hanno già iniziato ad affiorare nelle ultime aste del 2022, i cui risultati si sono fortemente raffreddati, come anche il clima nelle fiere d'arte di chiusura dell'anno. Si assiste dunque al rischio che si stia replicando quanto già successo in passati periodi di crisi economica globale, come quella del biennio 2008-2009, quando il mondo dell'arte aveva inizialmente resistito allo scoppio della bolla speculativa che ha messo in ginocchio le principali borse mondiali, per poi registrare un clamoroso tonfo a partire dal 2010.

Il mercato dell'arte, da allora, è cresciuto per volumi e per tipologia di acquirenti, riducendo le possibilità di selvagge speculazioni *tout court*. Tuttavia, qualsiasi mercato è fatto prevalentemente dal clima di fiducia dei suoi attori per il futuro e la **disponibilità di opere di qualità sarà la prima cartina di tornasole per le performance del mercato dei prossimi mesi**.

Una eventuale reticenza a vendere da parte dei collezionisti in possesso di opere *outstanding*, in attesa di tempi più propizi, potrebbe scatenare nel breve "l'effetto valanga", già noto in questo mercato.



Il primo semestre del 2023 sarà quindi determinante per **comprendere se il raffreddamento registrato nelle ultime aste dell'anno sia campanello d'allarme di una imminente recessione, o se sia piuttosto il fisiologico assestamento di un periodo di forte spinta del settore.**

Le prossime pagine approfondiranno le dinamiche che hanno caratterizzato il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel 2022, anno record sotto molti punti di vista, nonostante il complesso contesto economico e politico internazionale.



Parola all'esperto

Perché le collezioni hanno tanto successo?

Mariolina Bassetti, Chairman Post-War & Contemporary Art Continental Europe, Chairman Italy²²

“Le collezioni hanno grande successo perché vengono legate alla storia del personaggio che le ha costruite, si può creare una narrativa sulla storia della collezione stessa, con grande ritorno in termini di marketing. I collezionisti, inoltre, amano acquistare oggetti appartenuti a personaggi noti, che hanno impresso il proprio gusto sugli oggetti stessi, confermandone la qualità. L'appartenenza ad un personaggio noto influisce sui risultati di vendita delle collezioni ma anche di singoli oggetti in cataloghi misti, nonché sull'attenzione del pubblico. La vendita della Collezione di Paul Allen ha registrato non soltanto il 100% di venduto, ma anche grandi risultati da un punto di vista mediatico, rappresentando un episodio di grande qualità culturale. Nel periodo dell'esposizione si registravano code davanti al Rockefeller Center, di persone non tanto interessate ad acquistare, ma quanto più a vedere opere di livello museale, aspettando ore per poter entrare.”



Focus

Un po' di chiarezza: aste ibride, arte digitale, NFT

Aste “online-only”: già diffuse a livello internazionale anche prima della pandemia, che ha tuttavia determinato un loro ulteriore sviluppo, queste aste si svolgono interamente in forma virtuale, tramite una piattaforma web (per le major lo stesso sito web) che diviene quindi sia il “luogo fisico” della compravendita, sia l'intermediario tra compratore e venditore. La finestra temporale in cui è possibile presentare la propria offerta online risulta variabile, con prevalenza delle due settimane.

Aste ibride: vendite che, nonostante lo svolgimento da remoto, intendono ricreare l'atmosfera della sala d'aste. Si differenziano dalle aste “online-only” in primis per le tempistiche, in quanto l'aggiudicazione è immediata e non esistono finestre temporali per presentare offerta; in secondo luogo, l'aggiudicazione è determinata dal banditore, che si trova connesso con altri Auction Specialists che contribuiscono alla realizzazione delle vendite; infine, la location d'asta torna ad essere la sala, nonostante vissuta in streaming dai collezionisti.

Arte digitale: forme d'arte che prevedono l'utilizzo di tecnologie digitali per la creazione dell'opera. Queste opere sottintendono la necessità di un supporto hardware (es. schermi, laptop, dispositivi mobili di varia natura) per l'esposizione e la fruizione dell'opera stessa.

NFT: acronimo di “Not Fungible Token”, gli NFT possono essere definiti come “una serie di informazioni digitali custodite all'interno di una blockchain che conferiscono al possessore un diritto di proprietà certo – e quindi certificabile – di un bene digitale”²³. Le opere creative digitali possono così guadagnare una propria “carta di identità”. L'oggetto digitale può essere infatti collegato ad un token prima della vendita tramite uno smart contract, che rende certificabile la sua autenticità.

Crypto art: tradotto in italiano “arte crittografica”, la crypto art si sostanzia in opere d'arte digitali o digitalizzate, memorizzate tramite blockchain e tendenzialmente vendute mediante certificati di autenticità digitale (NFT).



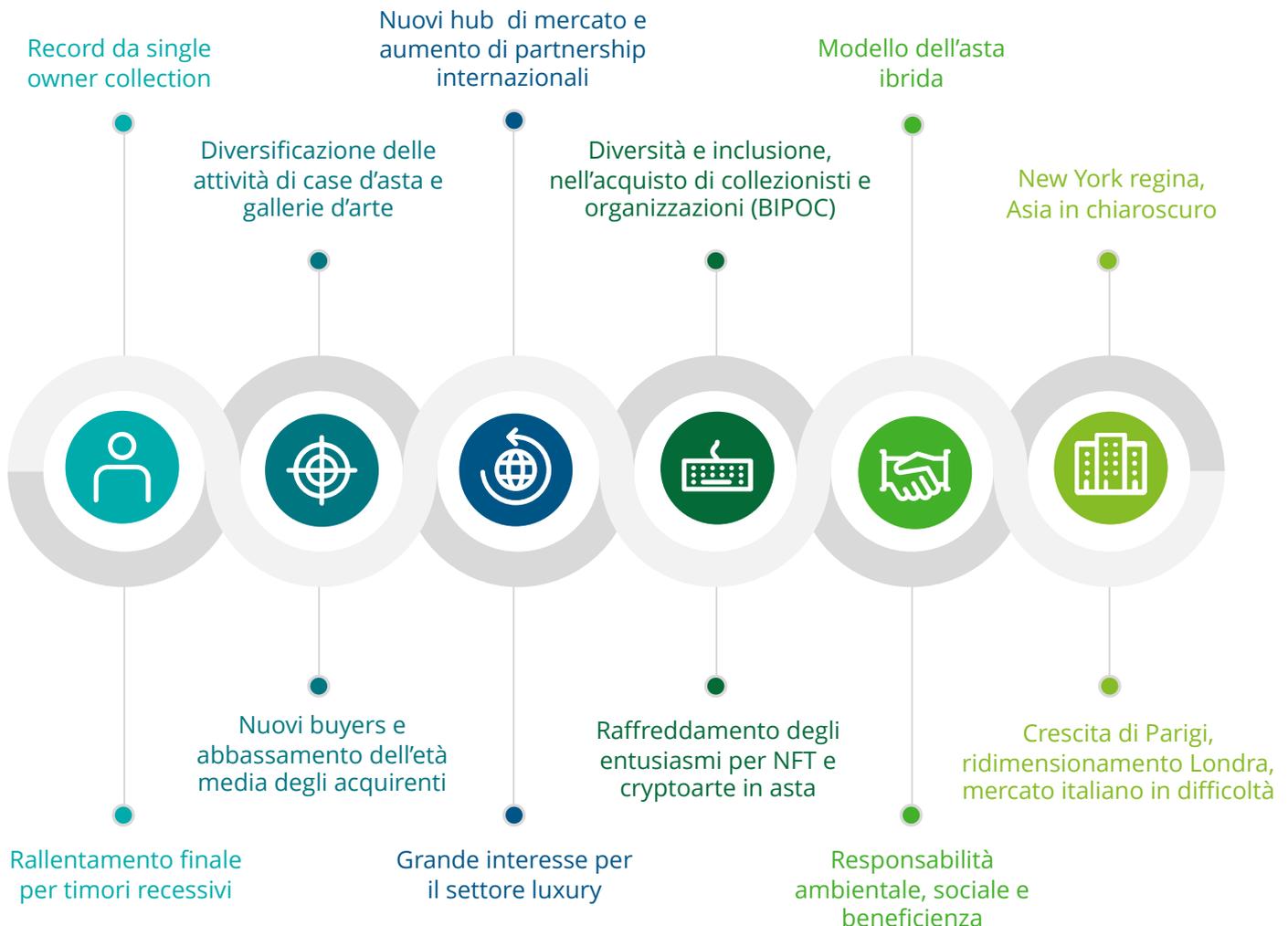
I principali trend del mercato dell'arte e dei beni da collezione 2022

Il 2022 ha visto la **conferma dei principali trend già rilevati** nel corso degli ultimi anni e in particolare nel biennio pandemico, con alcune novità, frutto di linee strategiche volte ad accrescere la qualità e quantità dei servizi offerti al mercato.

- **Record da single owner collection:** il 2022 è stato un anno eccezionale grazie soprattutto all'avvento in asta di numerose e prestigiose collezioni private, le cui opere hanno attratto l'attenzione dei collezionisti di tutto il mondo, generando vendite da centinaia di milioni di euro. È sintomatico che **4 su 5 delle opere più costose dell'anno siano per esempio appartenute alla collezione d'arte di Paul G. Allen**, co-fondatore di Microsoft deceduto nel 2018, la cui vendita a novembre 2022 ha generato oltre \$1,6 Mld, record assoluto per la vendita di un'unica collezione, con opere che spaziano dal Rinascimento all'arte contemporanea.

Nell'ambito delle aste oggetto di analisi, l'insieme del ricavato della vendita delle collezioni di Paul G. Allen, di Anne H. Bass e dei coniugi Ammann (Christie's), nonché quelle dei coniugi Macklowe e di David M. Solinger (Sotheby's), supera i 2,6 miliardi di dollari²⁴.

- **Rallentamento finale per timori recessivi:** il clima di entusiasmo che ha caratterizzato il 2022 si è andato via via a raffreddare nell'ultima parte dell'anno, con gli ultimi incanti di New York di novembre ben al di sotto delle aspettative di vendita. Il contestuale aggravarsi della situazione economica dovuto all'inasprimento del conflitto ucraino, alla persistente tenuta dell'inflazione, ai timori di recessione e, non da ultimo, al fallimento di alcune banche sistemiche ad inizio 2023 potrebbe determinare e accentuare il livello di prudenza nel mercato dell'arte.





- **Diversificazione delle attività di case d'asta e gallerie d'arte:** da diversi anni le gallerie d'arte e i musei hanno avviato attività collaterali al proprio core business, con l'obiettivo di raggiungere nuovi target e ampliare l'offerta di servizi. **Nel 2022, le major internazionali si sono lanciate in nuovi segmenti d'attività**, come nel caso della **piattaforma Artist's Choice**, lanciata da **Sotheby's** con l'obiettivo di offrire un nuovo **strumento di vendita ad artisti e gallerie d'arte**²⁵. O ancora **Phillips, che ha lanciato a gennaio 2022 una branch per servizi fiduciari**²⁶, e **Christie's**²⁷, che ha lanciato **Christie's Ventures, un fondo di investimenti** che fornirà risorse finanziarie e supporto di esperti ad organizzazioni operanti nel settore tecnologico e Fintech, per l'elaborazione di soluzioni rilevanti nel mercato dell'arte. Anche altri attori del mercato si stanno tuttavia muovendo in tal senso: è il caso della **mega-gallery Hauser&Wirth**, che ha promosso una serie di iniziative a fini benefici, "Art for Better", tra cui anche **un'asta che ha consentito di raccogliere circa \$4,6 milioni**, destinati alla UN Refugee Agency UNHCR²⁸. O ancora **Simon De Pury**, che sulla base della propria solida esperienza nel mondo dell'arte, ha lanciato una serie di aste dedicate agli artisti, al fine di ridurre il ruolo degli intermediari nella proposta di beni sul mercato²⁹.
- **Nuovi buyers e abbassamento dell'età media degli acquirenti: l'avvento di nuovi buyer, soprattutto under 40**, guida la ripresa del mercato e rappresenta la diretta conseguenza della digitalizzazione e delle strategie di espansione delle principali major. **Christie's** ha registrato il 35% di nuovi clienti, di cui il 34% Millennials (in crescita rispetto al 31% del 2021); **Sotheby's** raggiunge il 40% di nuovi offerenti (in linea con il 2021), con forte presenza di under 40 e una sorprendente crescita di acquirenti under 20; per **Phillips** i nuovi acquirenti hanno invece rappresentato il 47% del totale clienti, di cui quasi un terzo della generazione dei Millennial (erano stati il 50% i nuovi buyer nel 2021). Questo aumento degli acquirenti è anche legato al boom di alcuni artisti millennial ultra-contemporanei, dalle quotazioni ancora acerbe, ma di interesse per il mercato. Questi artisti si contraddistinguono per uno stile molto figurativo, colorato e accattivante per i canali social.
- **Nuovi hub di mercato e aumento di partnership internazionali:** le case d'asta si stanno "diffondendo" non soltanto tramite i canali digitali, ma anche tramite **proposte di vendita in location strategiche**, tra cui Las Vegas e

Monaco. L'obiettivo è consentire ai potenziali acquirenti di prendere visione dei beni da collezione a catalogo, cercando di ridurre i timori connessi all'acquisto via web nonché alla partecipazione di aste per cui non si è presa visione in fisico delle opere offerte. Ulteriore beneficio è dato dalla possibilità di rafforzare i network relazionali con i collezionisti e aprire nuove possibilità di mercato, in città tendenzialmente caratterizzate da un livello alto di benessere economico. Al contempo, in Asia, **nuove piazze si stanno dimostrando sempre più interessanti da un punto di vista artistico e di mercato**. Prima su tutte Seoul, oggi tra i più importanti centri per l'arte in Asia, anche grazie alla crescita vigorosa del collezionismo dei giovani e a fattori strutturali favorevoli, quali la logistica, la potente espansione della cultura del Paese e il sostegno garantito al settore sia dal governo che da privati. Anche Shanghai, Tokyo e Singapore hanno ospitato aste ed eventi culturali in grado di attrarre collezionisti ed appassionati di tutto il mondo, confermando la potenza del Continente asiatico nonostante le difficoltà vissute dalla piazza di Hong Kong, messa a dura prova dalle restrizioni imposte dal governo cinese per arginare l'emergenza sanitaria.

- **Grande interesse per il settore Luxury: il settore dei beni di lusso continua a registrare record** e rappresenta, come gli NFT, una porta d'ingresso per nuovi potenziali clienti. Domina il comparto orologi: **Phillips Watches in Asia ha registrato il secondo "White Glove year", vendendo il 100% degli orologi offerti** in asta a Ginevra, Hong Kong e New York. **Sotheby's ha invece registrato il record assoluto tra le major per totale di vendite realizzate nel comparto luxury**, con oltre \$2,3 Mld e registrando interesse non solo per orologi e gioielli, ma anche per beni quali borse, sneakers e oggetti di design.
- **Diversità e inclusione, nell'acquisto dei collezionisti e delle organizzazioni (BIPOC)**³⁰: continua a crescere **l'attenzione nei confronti di diversità e inclusione anche nel mondo dell'arte**, in termini di mercato, mostre ed esposizioni, ma ancora in misura "ridotta" rispetto ai volumi complessivi del sistema. Secondo l'edizione 2022 del Burns Halperin Report, che esamina la presenza nei musei statunitensi e nel mercato dell'arte di opera di "Black American artists", "Female-identifying artists" e "Black American female-identifying artists" del periodo 2008-2021, **siamo ancora ben distanti dal poter parlare di diversità e parità di genere nel settore**.



	Crescita presenza in asta	% fatturato in asta rispetto al totale	% acquisizioni museali delle acquisizioni museali statunitensi	% mostre museali delle mostre museali statunitensi
Female-identifying artists	+175%	3,3%	11%	14,9%
Black American artists	+400%	1,9%	2,2%	6,3%
Black American female-identifying artists	+700%	0,1%	0,5%	-

Fonte: rielaborazione propria dei dati del Burns Halperin Report³¹.

L'attenzione nei confronti di diversità e inclusione resta tuttavia forte, come confermato dalle scelte di governance di molte istituzioni culturali che hanno scelto di nominare donne o persone di colore nelle posizioni apicali, tra cui il Guggenheim di New York, il Louvre e il MoMa. Anche molte aziende si stanno attivando per supportare la diversity nel mondo dell'arte, tra cui anche Deloitte, che ha donato 1 milione di dollari per lo sviluppo del nuovo Smithsonian American Women's History Museum, volto a dare luce dei successi delle donne americane, della loro storia e del loro ruolo nella storia dell'arte³².

- Raffreddamento degli entusiasmi per NFT e cryptoart in asta:** nel 2021 gli NFT sono stati senza dubbio i beni da collezione maggiormente attenzionati anche dal grande pubblico, attraendo nuovi bidder e potenziali acquirenti, soprattutto Millennial. Complici le cattive performance delle criptovalute, nel 2022 si è tuttavia assistito ad un calo nell'interesse per NFT e cryptoart in asta, mentre alcune notizie di cronaca hanno acceso i riflettori sulla mancanza di una regolamentazione specificamente dedicata a questi beni. Tra i fatti più attenzionati dell'anno, una denuncia a carico di Madonna e altre celebrities in relazione alla promozione di alcuni NFT, che avrebbe incoraggiato i potenziali investitori gli investitori della crescita di valore di questi beni³³. Nonostante questo, sono sempre più numerose le applicazioni degli NFT a beneficio di musei ed organizzazioni culturali, con riferimento per esempio alla possibilità di acquistare copie digitali di beni di proprietà di musei, contribuendo in percentuale alle attività dei musei stessi; o ancora, alla possibilità di certificare i passaggi di proprietà e l'autenticità dell'opera stessa.

- Modello dell'asta ibrida:** la commistione tra virtuale e presenza nelle aste, la così detta "asta ibrida", resta ormai il format prediletto, poiché consente di sfruttare al meglio il potenziale del web. I collezionisti possono così vedere ed esaminare fisicamente i lotti in vendita nelle esposizioni pre-asta, ma partecipare comunque in streaming al momento delle offerte (seppur le aste si tengano in più parti del mondo) e vedere in diretta il risultato raggiunto, respirando, per quanto possibile, il clima di tensione e di "gara" che si respira solitamente nelle sale d'asta. Le major puntano così a garantire ad un numero senza precedenti di potenziali bidder di partecipare alle vendite, che talvolta diventano veri e propri show televisivi seguiti da milioni di persone in tutto il mondo.
- Responsabilità ambientale, sociale e beneficenza:** nel 2020 la pandemia ha messo in stand by il calendario di eventi, fiere, mostre ed inaugurazioni che muoveva migliaia di operatori, esperti e appassionati d'arte da una parte all'altra del globo. Questo ha reso evidente la possibilità di ripensare il sistema dell'arte in un'ottica di maggiore sostenibilità, in linea con la crescente attenzione internazionale nei confronti del tema, che riguarda trasversalmente tutti i settori dell'economia. Facendo seguito ad alcune iniziative "pioniere" in questo senso, tra cui la Gallery Climate Coalition, che si focalizza sulla misurazione e mitigazione della carbon footprint degli operatori di settore³⁴ per contribuire nella lotta al cambiamento climatico, Christie's è stata la prima casa d'aste internazionale ad impegnarsi a raggiungere l'azzeramento delle emissioni nette entro il 2030, avviando la redazione di un Bilancio di sostenibilità e promuovendo collaborazioni per mitigare gli impatti sull'ambiente³⁵.



Sotheby's ha invece lanciato nel 2022 "Sotheby's Impact", il proprio programma d'impegni per rendere il mondo dell'arte e del lusso più inclusivo, sostenibile e collaborativo³⁶. Infine, secondo un'indagine condotta da Art Basel sul collezionismo globale nel 2022, cresce la consapevolezza dell'importanza delle opzioni sostenibili nell'acquisto di opere e nella gestione delle collezioni, nonché l'attenzione alla riduzione degli spostamenti per ridurre la propria impronta di carbonio. Nel corso del 2022 sono inoltre state molteplici le aste che hanno consentito di raccogliere fondi da destinare in beneficenza, oltre alla già citata asta della collezione di Paul Allen, il cui ricavato è stato interamente devoluto ad iniziative filantropiche. **Sotheby's, per esempio, ha raccolto circa \$3,0 Mln nel corso suo Inaugural Impact Gala**, a beneficio dell'Instituto Terra, la ONG fondata dal fotografo Sebastião Salgado e dalla moglie che si occupa di rimboschimento ed educazione ecologica nella Foresta Atlantica brasiliana. Christie's ha invece agito attraverso il **Christie's Fund**, ideato per ampliare le possibilità d'accesso all'educazione artistica e lo sviluppo di carriera di giovani artisti, collaborando con diversi istituti internazionali.

- **New York regina, Asia in chiaroscuro: New York ha confermato il suo primato indiscusso per il mercato dell'arte internazionale**, essendo la piazza in cui le major hanno presentato le proprie vendite più importanti, tra cui quelle dedicate alle single owner collection. Hong Kong, principale hub del mercato secondario in Asia, ha invece vissuto un anno complesso, per via delle restrizioni sanitarie imposte dal governo cinese che hanno influito negativamente sui risultati delle aste.
- **Crescita di Parigi, ridimensionamento Londra, mercato italiano in difficoltà: il 2022 ha confermato la crescente importanza della città di Parigi nella scacchiera del mercato internazionale**, a seguito dell'uscita della Gran Bretagna dall'Unione Europea. Favorita da un regime fiscale competitivo (rispetto agli altri Paesi dell'Unione), le vendite all'asta della capitale francese hanno vissuto un vero e proprio anno d'oro, contornato dall'avvento di ArtBasel nella manifestazione Paris+, che ha preso il posto della vecchia fiera d'arte d'eccezione per la Francia, Fiac. Parigi ha così dimostrato di aver **saputo cogliere l'opportunità offerta dall'uscita di Londra dal regime di libera circolazione che aveva garantito alla capitale londinese ampi spazi di mercato nel Vecchio Continente**. Non si può dire lo stesso per l'Italia, il cui regime fiscale risulta tra i più penalizzanti a livello europeo per collezionisti e operatori, elemento dalla forte influenza negativa sulle possibilità d'espansione del mercato e sulla domanda di opere d'arte italiana.



Focus

La trasparenza nel mercato dell'arte

Nel 2022, un gruppo di collezionisti provenienti da diverse parti del mondo ha pubblicato il Code of Conduct for Contemporary Art Collectors³⁷, primo esperimento di "codice deontologico" dei collezionisti d'arte contemporanea, che definisce i principi per un collezionismo etico e responsabile, orientato al miglioramento delle relazioni tra i diversi attori del mercato. Il settore dell'arte sconta infatti gli effetti negativi delle illegalità che possono insorgere dalle lacune normative in materia di circolazione delle opere d'arte, dimostrate anche da complesse indagini giudiziarie. Il Codice, strutturato come documento aperto e aggiornabile nel tempo, è improntato quindi a definire specifici valori di comportamento, che potrebbero contribuire a rafforzare la trasparenza del settore e migliorare i rapporti tra i diversi attori che vi operano.



Le principali dinamiche politico-economiche del 2022 e le possibili prospettive

Quadro macroeconomico: il 2022 in sintesi

Il 2022 passerà alla storia come un **anno particolarmente difficile sia da un punto di vista sociale, economico e politico**. Erano attesi livelli di inflazione in leggera crescita, con una tendenza di rientro nel secondo semestre. La guerra ucraina, scoppiata in febbraio ha sconvolto qualsiasi previsione economica e ha nettamente frantumato i fragili equilibri dell'anno precedente.

L'aumento dell'inflazione aveva infatti già rappresentato la sorpresa più rilevante nello scenario macro nel corso del 2021, ma nel 2022 la dinamica dei prezzi ha mostrato un'ulteriore inattesa accelerazione, raggiungendo massimi ciclici negli USA e nell'Area Euro (rispettivamente poco sopra il 9% e quasi all'11%) e a livelli non toccati dagli anni 70-80. Il conflitto ucraino ha sicuramente impattato sull'andamento dei prezzi delle materie prime, ma è innegabile che anche l'inflazione core, sia negli USA sia in Europa, è risultata decisamente più elevata delle attese.

Al riguardo, va notato che l'inflazione negli USA ha riflesso principalmente un eccesso di domanda, che la politica monetaria ha dovuto moderare, mentre in Eurozona lo shock d'offerta è stato preponderante.

La reazione delle principali banche centrali internazionali, eccetto la Cina, è stata perentoria e ha comportato una restrizione simultanea e aggressiva della politica monetaria. L'obiettivo di far riconfluire l'inflazione al 2% è stato perseguito con continui rialzi dei tassi, seppur con risultati piuttosto limitati: le famiglie consumatrici (soprattutto americane) hanno continuato a spendere nonostante l'aumento dei prezzi. Complici un mercato del lavoro molto solido, ampi risparmi, passate politiche di credito generose e un generale desiderio di "rivalsa" dopo quasi due anni di costrizioni imposte dalla pandemia, la forza dei consumi privati ha sorpreso i mercati, determinando una positiva, seppur modesta, crescita.

Ha fatto eccezione la Cina, dove l'intransigenza nella politica di tolleranza zero verso il Covid ha impedito il raggiungimento degli obiettivi di crescita.

In generale, **nella parte finale del 2022 la crescita nelle principali economie mondiali è risultata più robusta delle attese** e ha probabilmente posticipato l'ingresso dell'economia in recessione, che, la maggior parte degli analisti indica ancora per il secondo semestre del 2023, invece che tra la fine dell'anno 2022, come era atteso in precedenza.

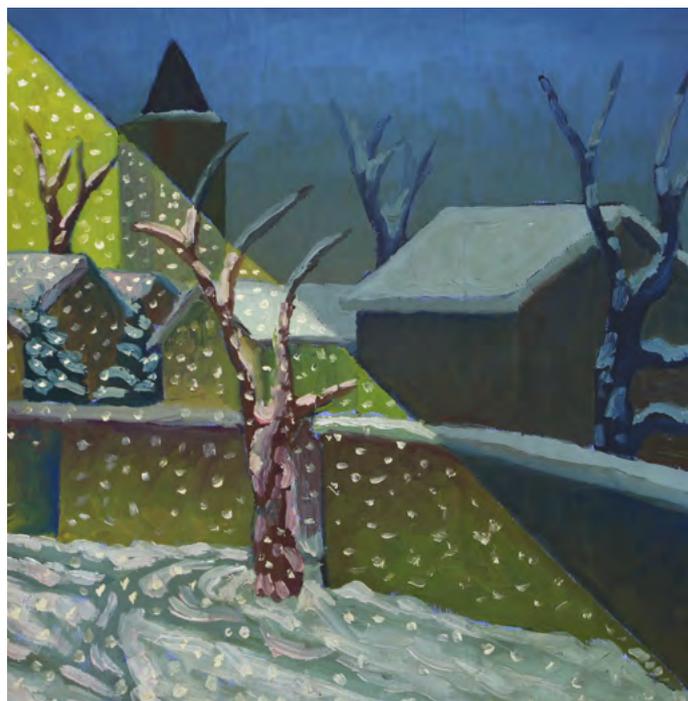
Il 2023: anno di grande opacità e nervosismo sui mercati regolamentati

Il 2023 si sta caratterizzando per una forte opacità nelle sue prime risultanze, con situazioni clamorose che alimentano **il clima di incertezza sul futuro e di conseguenza il livello di nervosismo sui mercati finanziari**.

Fino al mese di marzo, venivano confermate le aspettative di una inflazione persistente, accompagnata tuttavia da un ritmo della crescita economica più forte del previsto. Questo avrebbe di per sé allontanato lo scenario di stagflazione (forte inflazione e bassa crescita) per le economie mondiali.

Con il crollo della Silicon Valley Bank e delle altre banche regionali in USA, con il fallimento di Credit Suisse in Svizzera e con la forte speculazione su Deutsche Bank in Germania, la situazione è cambiata radicalmente e le banche centrali sono dovute intervenire immediatamente per stabilizzare il sistema finanziario internazionale.

Allo stato attuale in cui scriviamo questo paragrafo, appare evidente che le economie mondiali siano sospese tra gli effetti di una inflazione elevata e il rischio di una crisi finanziaria globale.



Salvo, 1986, *Nevicata*, 40x40 cm, olio su tavola



Tale situazione ha portato ad immediati interventi delle Banche Centrali, le quali hanno subito affermato il loro supporto alla liquidità qualora necessario.

Sebbene sia forse ancora troppo presto per trarre conclusioni definitive, quanto accaduto nel settore finanziario conferma **uno scenario piuttosto fosco e fragile**, in cui non è ancora del tutto chiaro se l'obiettivo delle autorità centrali sarà la stabilità dei prezzi e il conseguente rallentamento economico, (leggasi recessione), oppure essere molto più cauti con l'inasprimento monetario e stabilizzare il sistema finanziario.

Da queste decisioni dipenderanno anche notevoli implicazioni di politica fiscale (e quindi definite da ogni singolo Governo).

L'incertezza dell'attuale contesto dovrebbe comportare un prolungamento della fase di estrema volatilità sui mercati finanziari, ma anche un ridimensionamento di alcuni settori che hanno in parte determinato questa situazione così estrema.

È logico pertanto aspettarsi, per esempio e presto o tardi, una **riforma del settore delle crypto valute**, proprio per determinare una regolamentazione più stringente in cui non ci siano più "valute di scorta" immuni al rialzo tassi e la lotta all'inflazione possa essere gestita dalle sole Autorità centrali.

Anche **il settore delle tecnologie digitali sembra in difficoltà** con questa attuale struttura dei tassi (le società tecnologiche hanno solitamente livelli di indebitamento piuttosto sostenuti) e i piani di ristrutturazione in essere, con un elevato numero di esuberanti già annunciati dai big del settore, confermerebbe questo trend.

Queste conseguenze potrebbero avere effetti diretti anche sul mercato dell'arte, soprattutto per quella nicchia di arte digitale e/o Crypto art, che più si era avvantaggiata dall'emergere di un nuovo collezionismo ricco e composto da millenials.

Nei corsi e ricorsi storici, il mercato dell'arte si era già trovato ad affrontare le conseguenze di un ciclo recessivo, fungendo dapprima come rifugio nei momenti di massima volatilità dei mercati regolamentati (2008) e poi finendo travolto dal clima di sfiducia e cautela che ne era seguito.

Al momento in cui scriviamo, non abbiamo certezza se nel futuro ci sarà un ciclo recessivo, o peggio una situazione di grave sfiducia sul sistema finanziario, tuttavia, al momento, si notano una serie di (allarmanti) analogie con il recente passato, che consiglierebbero, per lo meno, alla prudenza e un ritorno alla assoluta qualità, piuttosto che alla sperimentazione, nel comparto dei beni da collezione.



Focus L'arte nei social media

È sempre più diffuso l'utilizzo di dispositivi mobili, quali smartphone e tablet, per la compravendita di opere d'arte. La piattaforma social più fruita e di successo si conferma Instagram, che grazie al suo linguaggio fondato sulle immagini rappresenta una buona cassa di risonanza per le attività svolte in presenza o sul web da tutti gli operatori. Instagram viene utilizzato sia per l'acquisto delle opere d'arte, sia per la vendita, rappresentando per i giovani artisti un nuovo canale auto-promozionale di grande rilevanza, che si aggiunge ai più tradizionali strumenti di valorizzazione e può consentire di ridurre le distanze tra chi produce le opere d'arte e chi le acquista. Molte gallerie d'arte, inoltre, usano attivamente i social media e il periodo della pandemia ha visto un inedito fiorire di iniziative volte a promuovere gli artisti, la loro storia e la loro opera, ma anche a raccontare il dietro le quinte della realizzazione delle mostre, per scatenare curiosità nei potenziali visitatori (sia in presenza, sia virtuali). Anche i più importanti musei internazionali, le case d'asta e le fiere d'arte continuano ad aggiornare le proprie pagine Social, divenute essenziali con lo scoppio della pandemia e consolidatesi nel corso dell'ultimo biennio.

InnextArt

I nostri musei e luoghi d'arte sono incredibili depositi di valore artistico, culturale e non solo.

Gran parte di questo, tuttavia, spesso giace in archivi e depositi, e non è ancora valorizzato in modo adeguato.

Innextart, start-up innovativa spin-off del laboratorio N.E.S.T. della Scuola Normale Superiore di Pisa, nasce da questa sfida di innovare la gestione, la conservazione e il fundraising del patrimonio artistico/culturale, tramite le nuove opportunità offerte da blockchain, Web3 e spazio digitale.

Partendo dallo studio delle criticità esistenti, Innextart® ha creato una piattaforma dinamica di digitalizzazione delle collezioni basata su un sistema proprietario, tecnologia blockchain e smart contracts.

Questa permette agli operatori di ottimizzare i flussi di lavoro interni, facilitare gli scambi esterni e l'open access, mettere in sicurezza le informazioni, creando nuove catene di valore a partire dal patrimonio tangibile di beni, e intangibile di informazioni relative, che musei, fondazioni e altre istituzioni custodiscono.

Sono infatti le informazioni storico/artistiche come poi i dati tecnici e scientifici sullo stato di conservazione e provenienza dell'opera, che ne accreditano e accrescono il valore all'interno del sistema.

A partire da queste dinamiche Innextart® offre ai musei anche un'opportunità alternativa di autofinanziamento trasparente tramite il rilascio di Smartpiece®, alter ego digitali ufficialmente autorizzati di capolavori d'arte, che possono essere poi aggiornati dai musei e istituzioni che ne detengono la proprietà fisica e intellettuale, insieme a tutte le informazioni relative.

Gli Smartpiece® consentono a patrons privati e corporate di sostenere il presente e il futuro del patrimonio, tramite un processo snello di donazione consentito da smart contracts.

Innextart® ha avviato la propria fase di sviluppo con un importante museo italiano. Partendo da una iniziale analisi delle collezioni, delle difficoltà esistenti e da studi già effettuati dalla Scuola Normale Superiore di Pisa su patrimoni simili, è stata elaborata una piattaforma che ne permette la digitalizzazione con una scheda 3.0 interattiva consultabile, condivisibile e aggiornabile in maniera immediata.

A questa fase è seguita l'individuazione delle opere e dei dati da sottoporre al primo processo di digitalizzazione, funzionale a inserirle all'interno della piattaforma. Innextart® sta lavorando per lo sviluppo di soluzioni simili con altri partner museali, pubblici e privati.

La tecnologia di Innextart® è stata sviluppata in collaborazione con il laboratorio N.E.S.T. della Scuola Normale Superiore di Pisa, e con il supporto tecnico di Shared s.r.l.



Salvo, 1981, Bar, 189x148 cm, olio su tela



Le fiere d'arte nel 2022

Con il contributo di Michela Rubiku

Considerate dai *dealer* la più efficace via per acquisire nuovi clienti³⁸, **le fiere d'arte nel 2022 sono tornate ad essere centri nevralgici del mercato, dopo che l'avvento della pandemia aveva determinato la completa stasi del settore.** Con la diffusione dei vaccini, già dal 2021 è stato possibile tornare all'organizzazione e alla partecipazione delle fiere d'arte, con forti ed immediati segnali di ripresa, grazie a un calendario fittissimo di appuntamenti in ogni parte del globo e un generale entusiasmo dei collezionisti e degli espositori, che hanno partecipato dinamicamente alle manifestazioni dal vivo.

Nel 2022 sono così stati circa 70.000 i visitatori della **fiera leader del contemporaneo** a livello internazionale, **Art Basel a Basilea**, nel suo cinquantunesimo anno di manifestazione³⁹ (in crescita rispetto agli anni precedenti, ma non riuscendo ancora a raggiungere il livello di partecipazione pre-pandemia). Il brand ha inoltre portato avanti con successo la manifestazione ibrida di **Art Basel Hong Kong**, con un'entusiasta partecipazione sia in presenza che in digitale, confermando importanti risultati commerciali⁴⁰. **Art Basel Miami**⁴¹, ultima manifestazione del calendario annuale del consolidato marchio fieristico, ha accolto circa 76.000 visitatori provenienti da 88 paesi, in crescita rispetto agli anni precedenti, ma comunque meno degli 81.000 visitatori del 2019, sempre per effetto della pandemia, che ha penalizzato soprattutto la possibilità di partecipazione di collezionisti asiatici.

Frieze, altro brand di riferimento per le fiere d'arte moderna e contemporanea, è giunta nel 2022 al suo trentunesimo anno di attività. **Frieze London e Frieze Masters** negli ultimi anni hanno attratto annualmente oltre 60.000 persone, accogliendo, oltre al pubblico generalista interessato al mondo dell'arte, anche curatori, artisti, critici, galleristi e collezionisti internazionali, con ottime vendite che hanno raggiunto i 6 milioni di dollari per i pezzi più quotati⁴². Il brand ha deciso di incentrare l'evento su presentazioni che mettessero in luce la tecnologia nell'era moderna e le modalità in cui questa si manifesta nella nostra vita quotidiana. Oltre a Frieze London e Frieze Masters, organizzate in concomitanza con le principali aste internazionali di arte contemporanea, anche altre manifestazioni hanno contribuito ad attirare a Londra esperti ed appassionati d'arte nel periodo autunnale, in linea con il periodo pre-COVID, tra cui **1:54**, dedicata all'arte contemporanea africana.

Il 2022 ha inoltre segnato il glorioso ritorno di **PAD London**, manifestazione dedicata al design che, a causa della pandemia, era stata sospesa per i due anni precedenti. La sua quattordicesima edizione, con 30.000 visitatori e forti risultati in termini di vendite che raggiungono i risultati pre-Covid, è il simbolo di una tendenza positiva di ripresa delle fiere d'arte internazionali⁴³. Anche **Tefaf Maastricht** fa ritorno nel 2022 dopo due anni di fermo⁴⁴ con oltre 240 prestigiosi dealer provenienti da circa 22 paesi.

La storica fiera internazionale d'arte contemporanea **Fiac** organizzata da RX (Reed Exhibitions), che si svolgeva a Parigi dal 1974, nel 2022 è stata sostituita dal nuovo evento **Paris+ par Art Basel** del Gruppo svizzero MCH, proprietario del brand Art Basel, che ha ricevuto qualche critica per aver "soffiato" la location al competitor⁴⁵. La nuova manifestazione debutta con ottimi numeri, raggiungendo i 40.000 visitatori e una forte partecipazione di collezionisti e istituzioni internazionali⁴⁶. **MCH Group, inoltre, ha acquisito il 15% di Art SG (Singapore), nuova fiera d'arte del sud-est asiatico** lanciata a gennaio 2019⁴⁷, che **debutta con successo a inizio 2023** dopo molteplici rinvii dovuti al Covid⁴⁸.

Anche Frieze, nonostante il periodo di crisi, ha deciso di fare un investimento e ampliare il proprio raggio d'azione con **Frieze Seoul**, fiera che ha avuto luogo a settembre 2022 in partnership con la Galleries Association of Korea⁴⁹.

L'andamento delle grandi fiere d'arte internazionali nel 2022 e alcune loro scelte strategiche fanno ben sperare per il settore, o almeno per le organizzazioni di grandi dimensioni, confermando la fiducia nella solidità dei grandi eventi dal vivo.

In controtendenza, **MCH Group annulla la fiera Masterpiece di Londra**. Le motivazioni addotte sono l'aumento dei costi e il calo del numero di espositori internazionali, che ha reso l'evento non più commercialmente sostenibile. La fiera era stata rinviata nel 2020 e nel 2021 a causa del Covid, la prima edizione "post-pandemia" si è tenuta nel luglio 2022 con una partecipazione deludente delle gallerie rispetto agli anni precedenti (circa l'80% in meno rispetto al 2019). Ciò può essere anche attribuito alla Brexit, che ha incrementato costi aggiuntivi di spedizione e di dogana.

Le iniziative digitali

Dopo lo stop forzato determinato dalla diffusione della pandemia nel 2020, periodo in cui gran parte degli enti fieristici hanno cercato di sopperire all'impossibilità di realizzare eventi in presenza implementando nuove piattaforme virtuali, nel 2021 la tendenza è stata quella di adottare un approccio misto alla realizzazione delle fiere d'arte, sia presenza, sia in virtuale. Questo approccio ibrido è stato mantenuto anche nel 2022: le **fiere d'arte in modalità ibrida** hanno permesso di mantenere una più ampia platea di potenziali acquirenti, che potevano accedere alla selezione di opere proposte anche da remoto, garantendo tuttavia la possibilità di incontrarsi e mantenere relazioni vis a vis, a cui sono legati collezionisti e galleristi⁵⁰.



Nel 2022 **Frieze** ha mantenuto la piattaforma "Viewing Rooms"⁵¹, lanciata per la manifestazione di New York nel 2021 allo scopo di permettere alle gallerie di presentare le opere dei propri artisti, sia affermati che emergenti, in una innovativa location virtuale. La piattaforma, sviluppata da **Artlogic**, società attiva nel settore delle soluzioni digitali per il mondo dell'arte, è stata progettata per creare nuove connessioni tra gli espositori e l'ampio pubblico di collezionisti e amanti dell'arte.

Art Basel, invece, pur portando avanti l'iniziativa "Art Basel Live", la piattaforma messa in piedi nel 2021 per dare l'opportunità alle gallerie partecipanti alla fiera di esporsi a un pubblico online globale in occasione di **Art Basel Hong Kong**⁵², ne ha ridotto la centralità mantenendo però una presenza digitale attraverso i social network grazie alle trasmissioni live.

La situazione fieristica in Italia

Una ripresa si può registrare anche nelle manifestazioni da parte degli enti fieristici italiani. La prima fiera nel calendario artistico italiano nel 2022 e tra le prime in Europa, è stata **MiArt, fiera d'arte moderna e contemporanea di Milano**, che si è tenuta ad aprile. Già tornata in presenza nel 2021, l'obiettivo della 26° edizione è stato quello di dare il via ad una nuova fase, al "primo

movimento di una nuova possibile sinfonia"⁵³. In linea con l'anno precedente, la manifestazione in presenza è stata affiancata da una piattaforma online (miart digital). Attraverso il canale digitale si sono offerti contenuti multimediali originali, ma anche la possibilità di esplorare le opere esposte ed entrare in dialogo immediato con i galleristi mediante chat. Si è inoltre consolidato il successo degli eventi collaterali, inseriti nel palinsesto della **Milano Art Week**, che hanno confermato il posizionamento della città come nuovo centro culturale internazionale⁵⁴.

Arte Fiera⁵⁵ di **Bologna** torna in presenza dopo due anni di stop forzato, registrando oltre 25.000 visitatori. Eccezionalmente organizzata a maggio, la manifestazione ha suscitato, per alcuni addetti ai lavori, qualche perplessità organizzativa⁵⁶. La quarantaseiesima edizione si è svolta a febbraio 2023, riguadagnando il suo ruolo tradizionale di prima fiera dell'anno in Italia, accompagnata da un forte spirito di rinnovamento⁵⁷.

Artissima, infine, ha registrato 33.200 visitatori⁵⁸, in calo dai 55.000 visitatori del 2019, per cause attribuibili alla pandemia, ma in crescita rispetto agli anni precedenti, in linea con le grandi fiere d'arte internazionali. Anche in questo caso è stato adottato un approccio ibrido, affiancando la manifestazione in presenza ad ampi contenuti di approfondimento sulla piattaforma digitale "Artissima Voice Over"⁵⁹.



Parola all'esperto

Le fiere d'arte nel 2022: il punto di vista delle gallerie

Andrea Sirio Ortolani, Presidente ANGAMC, Owner&Founder Osart Gallery⁶⁰

"In relazione alle fiere ritengo ci siano due elementi, in particolare, su cui porre l'attenzione. Il primo è che le fiere dovrebbero cambiare atteggiamento nei confronti delle gallerie. Fino a qualche anno fa, le fiere avevano il coltello dalla parte del manico, poiché sembrava che le gallerie non potessero mancare a questi eventi, dovevano esserci a tutti i costi. Con la pandemia, le fiere si sono tuttavia rese conto di come le gallerie siano di fatto dei clienti, con le proprie esigenze, come in qualunque altro tipo di mercato. Con riferimento all'Italia, vediamo che in molti casi l'atteggiamento sta cambiando, con l'apertura di un dialogo costruttivo, nonostante alcune fiere sembrano essersi dimenticate degli sforzi che gallerie italiane hanno fatto nel periodo pandemico per evitare che queste manifestazioni morissero.

Il secondo elemento è il rischio di monopolio delle grandi fiere, che ritengo non sia un buon segnale per il sistema dell'arte nel suo complesso. Le medie e grandi gallerie che hanno accesso alle grandi fiere potranno infatti continuare a crescere ed avere un certo tipo di visibilità, mentre le piccole e medie gallerie, che non vi hanno accesso, hanno difficoltà ad accedere a questi network, molto ristretti e selettivi. Un esempio è l'acquisizione di FIAC da parte di ArtBasel: si tratta di certo di un evento positivo per le gallerie che sono già nel circuito di ArtBasel, ma non lo è necessariamente per le gallerie che non lo sono. Accedere a FIAC poteva significare accedere ad un canale di vendita diverso, ad un diverso network di collezionisti, mentre oggi converge tutto sulla stessa platea di gallerie e acquirenti. A livello generale, tuttavia, la ricerca artistica è per lo più frutto del lavoro delle piccole e medie gallerie, che portano alla luce quelli talenti appena nati o inespressi. Senza dare a queste piccole e medie gallerie la possibilità di avere accesso a canali di vendita e di visibilità, esiste il rischio che si perdano tanti artisti, che sono un bacino di utenza importante per le grandi gallerie. Un monopolio o oligopolio in quest'ambito può, nel tempo, danneggiare un'intera filiera produttiva. Questo si riflette ovviamente anche nel collezionismo: i collezionisti delle grandi fiere sono tendenzialmente collezionisti disposti a spendere grosse cifre e, se si dovesse proseguire su questa strada, il problema sarebbe davvero a livello di sistema."



Principali risultati e record nelle vendite all'asta del 2022

Grazie alla **disponibilità di liquidità e di opere di qualità sul mercato e di straordinarie collezioni private all'incanto**, il 2022 è stato un anno di risultati record, senza precedenti.

Il consolidamento delle strategie online e dei format di vendita ibridi, l'immissione sul mercato di opere provenienti da collezioni di grande e il continuo ampliamento del bacino di persone interessate ai beni da collezione, come trattato nelle pagine precedenti, hanno contribuito ad una grossa accelerazione del settore anche rispetto ad un 2021 di grande successo. In aggiunta, i collezionisti e gli operatori hanno potuto respirare nuovamente aria di "normalità", tornando a **partecipare a eventi internazionali** quali fiere, mostre ed eventi, secondo il consolidato calendario dei tempi pre-COVID e a beneficiare di nuove occasioni di networking e di momenti fondamentali per la piena fruizione delle opere d'arte.

Il mercato si trova inoltre in un momento di grande trasformazione, dovendo rispondere alle esigenze di una **nuova fetta di acquirenti, prevalentemente Millennial**, che hanno iniziato ad avvicinarsi al mondo delle aste anche grazie alle piattaforme digitali.

Christie's⁶¹, in particolare, ha riguadagnato il primato a livello internazionale e registrato il suo anno record, annunciando a dicembre 2022 di aver totalizzato ben **\$8,4 Mld** di vendite, di cui \$7,2 Mld riferiti soltanto alle aste. Una crescita importante rispetto al 2021 (+17,0%), con oltre 46.300 lotti venduti e una grande attenzione per il comparto luxury. Si conferma di grande rilevanza il settore delle private sales, che ha rappresentato \$1,2 Mld del totale generato (\$1,3 Mld nel 2021), nonché la **presenza di nuovi collezionisti (35%), di cui oltre un terzo appartenenti alla generazione dei millennial**.

Sotheby's ha invece chiuso l'anno a circa \$8,0 Mld, con una crescita del +9,5% rispetto ai \$7,3 Mld del 2021, nonostante sia da sottolineare che il dato include i risultati delle acquisizioni delle realtà RM Sotheby's (auto) e Sotheby's Concierge Auctions (real estate), che rendono quindi non completamente comparabili i risultati dei due anni⁶².

Phillips registra invece il +8,0% sul 2021, arrivando a \$1,3 Mld grazie ad una forte presenza in Asia ed al successo di Passion Assets, quali orologi e fotografia⁶³. Si tratta del secondo anno migliore di sempre nella storia della casa d'aste.

La top 5 del 2022

Il 2022 ha confermato come le dinamiche che portano capolavori sul mercato dei beni da collezione non siano mai "lineari", né facilmente prevedibili. **Le complessità socioeconomiche dell'ultimo biennio non hanno infatti influito negativamente sulla disponibilità dei collezionisti a spendere cifre a nove zeri in presenza di opere di grande qualità**.

Il settore ha anche beneficiato dall'enorme liquidità disponibile a livello internazionale, creatasi con le politiche monetarie e fiscali post pandemia, che ha accentuato anche la spesa in beni da collezione. Il maggior tempo passato in casa e il desiderio di benessere personale come effetto sociale del post COVID hanno ancora influenzato le dinamiche d'acquisto nel 2022.

La disponibilità di importanti collezioni ha innescato la propensione al rischio dei top spender in presenza di lotti eccezionali, confermando **l'interesse per la qualità, l'importanza storica e la "provenance"** dei beni da collezione, seppur da remoto. A dominare la classifica è stata ancora Christie's, grazie alla collezione Paul Allen, le cui opere occupano 4 dei 5 posti in classifica.

Al primo posto della classifica delle 5 opere più costose vendute dalle tre major considerate nel presente Report **si trova Andy Warhol**, con l'opera più costosa del XX secolo venduta in un'asta pubblica, ritraente **Marilyn Monroe nella rarissima versione "blu salvia"**. Create dopo la morte dell'attrice nel 1962, le serigrafie dedicate a Marilyn sono tra le opere più iconiche del 20esimo secolo e questa versione, proveniente dalla collezione Amman, ha conquistato uno dei galleristi più potenti al mondo, Larry Gagosian. Netto lo stacco dall'opera più costosa del 2021, quando un dipinto di Pablo Picasso ha di poco superato i \$103,4 Mln (Christie's, New York).



La **seconda opera più costosa dell'anno, "Les Poseuses Ensemble (Petite version)" di Georges Seurat**, passato di mano per oltre \$149,2 Mln, è una delle più prestigiose dimostrazioni delle qualità pittoriche del maestro neoimpressionista, nonché il **top lot assoluto dell'asta dedicata alla Collezione Paul Allen**, passata alla storia per essere stata la vendita più costosa mai realizzata (oltre \$1,6 Mld).

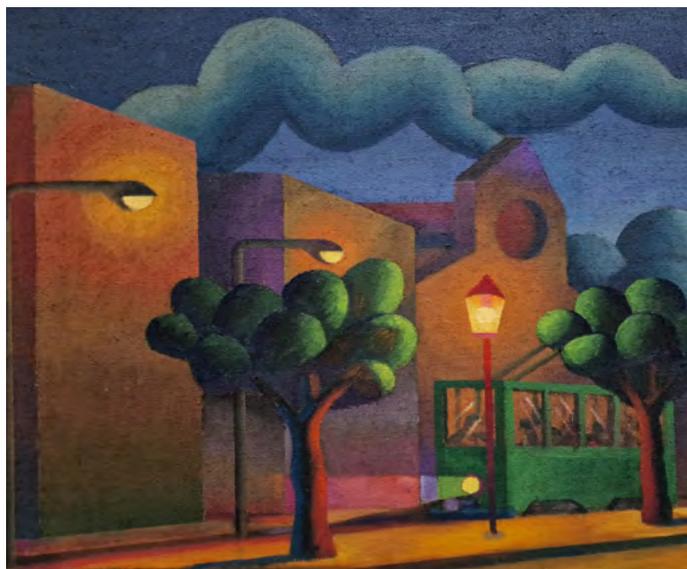
Nella stessa serata sono state vendute anche le altre tre opere appartenenti alla nostra classifica. **Al terzo posto, "La montagne Sainte-Victoire" di Paul Cezanne, che ha quasi raggiunto \$137,8 Mln.** L'opera, una delle rappresentazioni più iconiche dell'artista, è stata dipinta al termine del decennio in cui Cezanne ha esplorato le luci e le sfaccettature del monte Sainte-Victoire, rappresentando quindi un esempio perfetto della sintesi tendente all'astrazione di lunghi anni di ricerca pittorica. **Segue un altro maestro degli inizi Novecento, Vincent Van Gogh, che con la sua "Verger avec cypres" supera i \$117,1 Mln.** Il quadro è rappresentativo del periodo passato dall'artista ad Arles, uno dei momenti di più intensa produzione della sua vita. **A chiudere la classifica, pur restando ben al di sopra della soglia simbolica dei 100 milioni di dollari, Paul Gauguin, con "Maternité II", venduta per oltre \$105,7 Mln.**

Evidente la differenza di prezzo tra i top lot del 2022 e quelli del 2021, che aveva già rappresentato un anno di eccezionale qualità in termini di offerta, ma anche rispetto a quelli del periodo pre-pandemico, se si considera che nel 2019, il prezzo massimo raggiunto era stato di \$110,7 Mln. Se non venissero conteggiate le opere appartenenti alle collezioni messe all'incanto nel 2022, il risultato sarebbe molto diverso.

Il prezzo medio della Top 5 degli ultimi anni è indice di un **mercato che ha risentito di condizioni avverse, ma che si è velocemente ripreso dalla stasi generata con lo scoppio della pandemia e beneficiato nel 2022 di condizioni di mercato estremamente favorevoli.**

La disponibilità di liquidità, il crescente interesse negli investimenti alternativi e la disponibilità di opere di grande qualità (tra cui quelle appartenenti a collezioni di personaggi noti), hanno dato una forte spinta al settore. Si è così quasi tornati ai livelli del 2017, quando la vendita del Salvator Mundi di Leonardo Da Vinci (\$450 milioni) aveva sfalsato tutte le statistiche.

Grafico: Prezzo medio Top Lot 2017-2022



Salvo, 2011, La città, 50x70 cm



Tabella: Top 5 delle opere battute in asta (2022), basato sulle aste incluse nel campione di ricerca.

ARTISTA	OPERA	RISULTATO	CASA D'ASTA
1 WARHOL Andy (1928-1987)	Shot Sage blue Marilyn, 1964	\$ 195.040.000	Christie's New York
2 SEURAT Georges (1859-1891)	Les Poseuses Ensemble (Petite version), 1888	\$ 149.240.000	Christie's New York
3 CEZANNE Paul (1839-1906)	La montagne Sainte-Victoire, 1888-1890	\$ 137.790.000	Christie's New York
4 VAN GOGH Vincent (1853-1890)	Verger avec cypres, 1888	\$ 117.180.000	Christie's New York
5 GAUGUIN Paul (1848-1903)	Maternité II, 1899	\$ 105.730.000	Christie's New York

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

Tabella: Top 5 delle opere battute in asta (2021), basato sulle aste incluse nel campione di ricerca.

ARTISTA	OPERA	RISULTATO	CASA D'ASTA
1 PICASSO Pablo (1881-1973)	Femme assise près d'une fenêtre (Marie-Thérèse), 1932	\$ 103.410.000	Christie's New York
2 BASQUIAT Jean-Michel (1960-1988)	In This Case, 1983	\$ 93.105.000	Christie's New York
3 BOTTICELLI Sandro (1444-1510)	Portrait of a Young Man Holding a Roundel, 1480 ca.	\$ 92.184.000	Sotheby's New York
4 ROTHKO Mark (1903 - 1970)	No. 7, 1951	\$ 82.468.500	Sotheby's New York
5 GIACOMETTI Alberto (1901-1966)	Le Nez, 1947	\$ 78.396.000	Sotheby's New York

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

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

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

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

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

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

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



L'analisi dei top lot del 2022

La eccezionale performance del mercato dell'arte e dei beni da collezione per il 2022 si evince anche grazie all'analisi delle aggiudicazioni per prezzo, suddivise per area geografica di riferimento. Analizzando i soli "top lot", ovvero i beni aggiudicati per un prezzo minimo di \$2 Mln⁶⁴, emerge che **nel 2022 si sono superati i livelli del 2018, anno che si era caratterizzato per l'elevato numero di lotti di alta qualità che avevano superato i \$2,0 Mln.**

Se il 2021 aveva rappresentato l'anno di ripresa del mercato, in cui i collezionisti avevano in parte abbandonato i timori derivanti dalla crisi innescata dalla pandemia, il 2022 ha rappresentato l'anno del consolidamento del mercato. Il mercato ha beneficiato anche di un effetto "trascinamento" dal 2021, in cui l'enorme disponibilità di liquidità a livello globale ha garantito la possibilità di creare cataloghi esclusivi. **Il numero di lotti che hanno superato i 2 milioni di dollari, infatti, è cresciuto del +6,8%** rispetto al 2021, dando seguito alla spinta del +70% già registrata.

Anche **la distribuzione tra top lot di fascia più bassa (da 2 a 5 milioni) e quelli di fascia più alta (>\$20 Mln)** mostra trend positivi: un incremento nei lotti appartenenti alla prima fascia (63,9% del totale di top lot tracciati nel presente studio), mentre il numero di lotti che hanno superato i \$20 Mln si attesta al 9,3% dei top lot, livello più alto mai registrato dal 2017 ad oggi.

Le stesse considerazioni possono essere tratte dall'analisi del numero dei top lot per fascia di prezzo, secondo una prospettiva territoriale.

Partendo dalla fascia di prezzo più alta, sono stati ben 25 i lotti che hanno superato la **soglia dei \$50 Mln**, di cui ben 19 a New York, in crescita rispetto ai 14 del 2021, quando era stato registrato anche un lotto >50 Mln online (l'opera di Beeple venduta per oltre 69 milioni di dollari). Il mercato nella sua fascia più alta ha superato i livelli del 2017, anno record in cui è stato venduto anche il Salvador Mundi di Leonardo Da Vinci, quando erano stati ben 17 i lotti appartenenti a questo range di prezzo. I lotti ricompresi nel range di prezzo **tra i \$20 Mln e i 50 Mln sono stati invece 58**, pressoché in linea con i 55 registrati nel 2021.

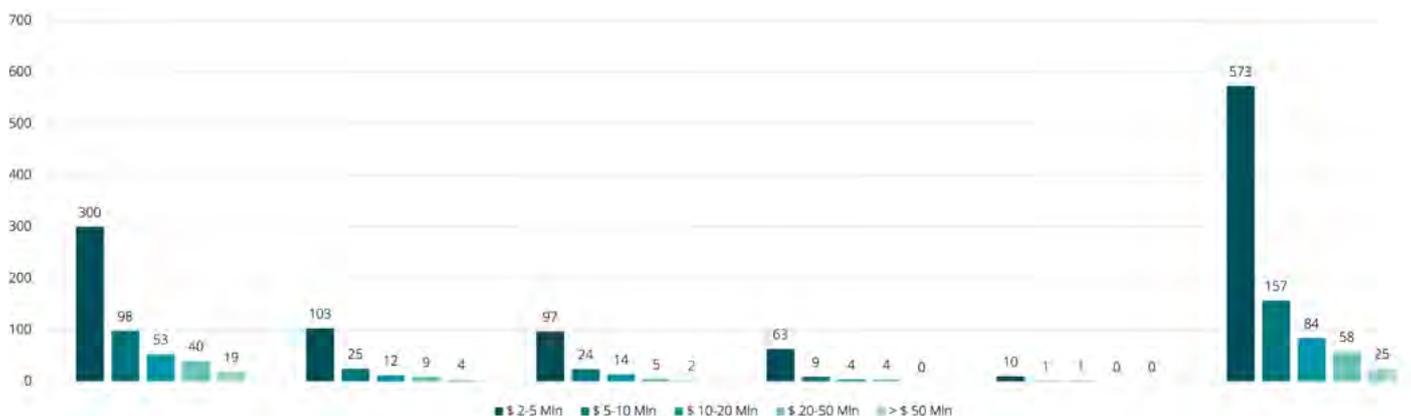
Tabella: Andamento numero di lotti che hanno superato i \$2,0 Mln (2017-2022).

Anno	Numero di top lot	Variazione dall'anno precedente	Top lot \$2-5 Mln		Top lot >20 Mln	
			N.	%*	N.	%*
2017	752	+59,3%	456	60,6%	61	8,1%
2018	884	+17,6%	529	59,8%	67	7,6%
2019	809	-8,5%	543	67,1%	40	4,9%
2020	494	-38,9%	312	63,2%	29	5,9%
2021	840	+70,0%	514	61,2%	69	8,2%
2022	897	+6,8%	573	63,9%	83	9,3%

Fonte: elaborazione propria⁶⁵

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

Grafico: Aggiudicazioni per prezzo suddivise per aree geografiche (2022).



Fonte: elaborazione propria.



Le **dinamiche sociali** che hanno caratterizzato il mercato di Hong Kong hanno influito negativamente sulla performance del continente asiatico, che lascia la seconda posizione a Londra. Sul dato aggregato pesa tuttavia la scelta metodologica di non considerare per motivi di omogeneità delle informazioni disponibili le aste battute dai player locali, la fotografia che ne esce è sicuramente penalizzante per il continente asiatico.

In stasi la performance europea, nonostante si confermi la crescita registrata dal periodo pre-pandemico, a conferma dalla crescente rilevanza della piazza di Parigi nel contesto artistico internazionale, ma anche del successo registrato dal comparto orologi, per cui Ginevra resta senza dubbio la piazza di riferimento. È inoltre bene sottolineare che **la digitalizzazione ha favorito un ampliamento del "perimetro d'azione" di molti collezionisti, che hanno avuto maggiore accesso sui cataloghi europei** e favorito un incremento negli acquisti di buyer (tra gli altri) asiatici e americani.

Grafico: Top Lot Aste online only

	2019	2020	2021	2022
\$ 200.000 - 500.000	17	314	548	372
\$ 500.000 - 1 Mln	0	66	109	74
\$ 1-2 Mln	0	25	27	23
\$ 2-5 Mln	0	5	14	10
\$ 5-10 Mln	0	1	2	1
\$ 10-20 Mln	0	0	0	1
\$ 20-50 Mln	0	0	1	0
> \$ 50 Mln	0	0	1	0
				-31% sul 2021

I top lot delle aste "online-only"

Le aste "online-only", format ormai divenuto chiave per il successo delle major, si caratterizzano per prezzi medi decisamente inferiori rispetto alle aste "live" tradizionali o alle aste "ibride", che prevedono cioè la presenza di un banditore in sala che fa da intermediario tra i diversi bidder, collegati al telefono o da remoto. Per questo, al fine di analizzare i trend dei top lot delle aste "online-only", **sono state individuate fasce di prezzo differenti** e sono stati considerati "Top Lot" tutti quei lotti che hanno superato il valore di \$200.000.

La necessità di ricorrere alle aste "online-only" per sopperire all'impossibilità di partecipare ad aste in fisico ha avuto un risvolto positivo sul prezzo dei beni passati in asta. Se, infatti, nel 2019⁶⁶ soltanto 17 lotti avevano superato la soglia dei \$200.000 in un'asta online only (nell'ambito delle aste oggetto del campione considerato), sono diventati addirittura 702 nel 2021, ma tornati ad essere 481 nel 2022, a dimostrazione della capacità e volontà del mercato di tornare alle aste in presenza.

Si conferma tuttavia la **fiducia negli strumenti online, sia da parte sia di operatori, sia di collezionisti**: sempre di più le major hanno proposto nelle aste virtuali beni di medio valore, con buona risposta da parte dei collezionisti.

Stiamo assistendo ad un cambiamento epocale del mondo dell'arte e probabilmente negli anni a venire non si limiterà ai soli lotti di valore medio-basso, ma sfrutterà sempre più gli strumenti digitali per raggiungere mercati lontani o svilupparne di nuovi, attraendo un nuovo cluster di clientela.



Salvo, 1987, Fabbrica, 100x80 cm, olio su tela



Metodologia

Mercato della pittura e mercato dei Passion Assets

Per l'elaborazione delle sezioni dedicate alla pittura e ai Passion Assets del presente report sono state analizzate le aste live o in formato "ibrido" con fatturato minimo di \$1 Mln tenutesi nel 2022 e negli anni precedenti nelle principali case d'asta internazionali: **Christie's, Sotheby's e Phillips**. La scelta di questi operatori è riconducibile alla trasparenza dei dati, alla possibilità di trarre le stesse informazioni sulle vendite e di comparare i dati raccolti con quelli degli anni passati. Questo è il motivo per cui i dati di altre case d'asta operanti su mercati locali, spesso frammentari e non omogenei, non sono stati presi in considerazione.

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

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

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

I valori economici sono espressi in dollari americani. La conversione è stata effettuata utilizzando tassi di cambio giornaliero. Per ogni indice sono presentate la **variazione a/a** e la **variazione di periodo**. La variazione a/a esprime la variazione percentuale tra l'indice del secondo semestre del 2022 e l'indice del secondo semestre del 2021. **Per variazione di periodo si intende la variazione percentuale del valore dell'indice dal primo periodo disponibile della serie storica al secondo semestre 2022.** Per gli indici territoriali è stata calcolata la variazione quinquennale.

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

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

I dati relativi al numero aste, fatturato totale, aggiudicazione media e unsold medio, fanno riferimento al **2022**. Per la determinazione degli indici del mercato della pittura e del mercato dei Passion Assets sono state considerate le aste "live" e "ibride" con aggiudicazione superiore a \$1 Mln, per un totale complessivo di **390 osservazioni** (370 nel 2021). A fini comparativi, sono inoltre presentati i trend osservati dal 2019 con riferimento alle **aste online only** che hanno superato i \$150.000, che nel 2022 sono state 484 (512 nel 2021). **Le aste complessivamente osservate sono 874, con una leggera diminuzione (-1,1%) dalle 884 del 2021.**



Mercato delle Classic Cars

La **Sezione 7** dedicata al **mercato delle Auto Classiche** realizzata da **ADEMY Ltd (Automotive Data Evaluation Market Yield)**, ha l'obiettivo di contribuire ad identificare i modelli dal rendimento più alto e le tendenze principali del mercato delle auto d'epoca in base al prezzo di aggiudicazione, dedicando particolare attenzione alle vendite ed alle tendenze riscontrate nelle aste del 2022 e degli anni precedenti, con approfondimenti dedicati alla crescente attenzione nei confronti delle aste online.

Lo scenario di riferimento è basato su campione d'osservazione più di 180.000 transazioni d'asta registrate fino al 2022. L'analisi si basa sulla segmentazione delle classic cars per prezzo d'aggiudicazione, come segue:

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

ADEMY Classic Car Indexes

ADEMY Classic Car Index Volume-Quantity AVI-AQI	ATLI Top Lot Classic Car Index
	AMCI Mid Cap Classic Car Index
	ASCI Top Lot Classic Car Index

Classic Car SEGMENTATION by

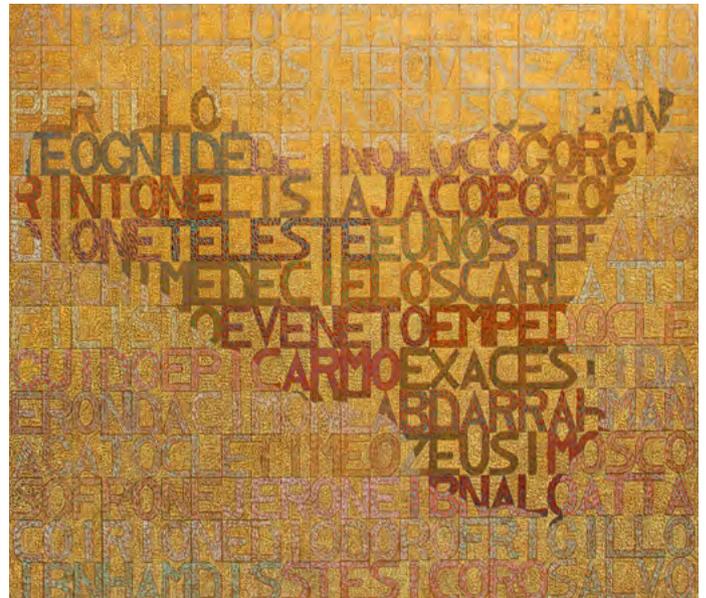
by AGE		by VALUE	
1890-1904	Ancestor	0<V<100k€	Small Cap
1905-1918	Veteran	100k€<V<1M€	Mid Cap
1919-1930	Vintage	V>1M€	Top Lot
1930-1945	PreWar		
1946-1964	Classic		
1965-1974	Post-Classic		
1975-1987	Modern		
1988-1997	Post-Modern		
1998-Today	Instant Classic		

Mercato della numismatica

Il presente report ospita per il secondo anno un'analisi del mercato numismatico, grazie al contributo di Riccardo Motta e Matteo Schivo. Anche per il 2022 i dati dimostrano un elevato interesse verso le monete di pregio e altri beni numismatici, considerati dai collezionisti sempre più beni rifugio ed importanti testimonianze storico-artistiche.

Con "mercato numismatico" non ci si riferisce solamente alla compravendita di monete e banconote, ma anche di medaglie, gettoni e talvolta pure sigilli. Gli attori principali sono le case d'aste (perlopiù specializzate), che hanno ormai quasi monopolizzato il mercato, anche grazie alla globalizzazione, favorita dai nuovi strumenti digitali ed accelerata dalla pandemia, lasciando ai commercianti e alle fiere di settore un ruolo marginale.

L'analisi presentata nella **Sezione 8**, relativa al 2022 in comparazione con il biennio 2020-2021, è stata condotta attraverso la rielaborazione delle informazioni pubblicamente disponibili delle seguenti case d'asta: CNG, DNW (anche Noonams), Heritage, Leu, MDC, Morton & Eden, NAC, Nomos e Stack's Bowers. Per la lista delle case d'aste analizzate nel 2021 si rimanda alla precedente edizione del Report.



Salvo, 1976, 45 siciliani, 100 x 119cm, olio su tavola



Il mercato della pittura nelle diverse piazze internazionali

Se il 2021 si è caratterizzato per l'ampliamento della platea dei potenziali acquirenti di beni da collezione, con ottimi risultati per le aste di pittura, il 2022 ha visto l'avvento sul mercato di opere di qualità eccezionali, appartenute a collezionisti la cui fama è stata sufficiente per attrarre l'attenzione dei buyer di tutto il mondo. Sono così stati registrati risultati da record nelle principali aste internazionali, come si evince anche dal **numero di lotti che hanno superato i \$2,0 Mln** in tutti i comparti di beni da collezione analizzati, complessivamente **cresciuto del +6,8%** rispetto al 2021 e circa del +10,9% rispetto al 2019, ossia al periodo pre-COVID⁶⁷.

Il **collezionismo è oggi sempre più globale** e, nonostante il ricambio generazionale e l'abbassamento dell'età media dei collezionisti, **resta invariato l'orientamento alla ricerca della qualità e della provenienza di prestigio**. Le dinamiche sociali, economiche e politiche che hanno reso complesso lo scenario internazionale nel corso del 2022, hanno solo lievemente influito su un mercato dei beni da collezione che ha potuto beneficiare anche del pieno ritorno agli eventi in presenza, che per molti collezionisti, appassionati e operatori, rappresentano ancora un punto cardine per la fruizione artistica e la compravendita di beni da collezione.

Guardando alla tipologia di opere vendute, si è assistito al raffreddamento dell'interesse nei confronti degli NFT, della blockchain, della digital art e del metaverso, almeno da un punto di vista di mercato, anche a causa della performance negativa delle criptovalute. Rimane invece invariato l'interesse per la pittura tradizionale e per i grandi maestri storicizzati, le cui opere hanno registrato risultati da record e attenzione mediatica internazionale.

In termini di performance, grazie alla presa in consegna della vendita delle collezioni più prestigiose confluite sul mercato nell'anno, e all'ideazione di cataloghi d'asta capaci di attrarre pubblici diversi, **Christie's riguadagna nel 2022 il primato per casa d'aste che detiene la maggior quota di fatturato delle aste di pittura del nostro campione (56,6%)**, rubando il trono alla storica rivale **Sotheby's (36,9%, 45,1% nel 2021)**. Phillips si ferma al 6,5%, sostanzialmente in linea con gli anni passati.

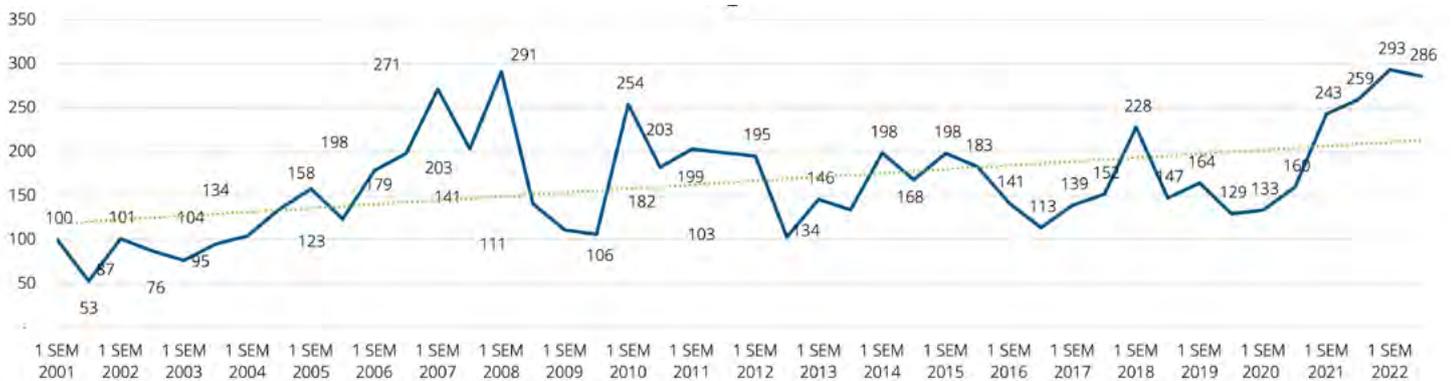
Si rileva altresì un decremento nel tasso medio d'inventario delle sole aste "live" o "ibride" di pittura tenute nel corso dell'anno e rientranti nel campione d'analisi, passato dal **14,2% del 2021 al 12,8% del 2022**. Si tratta di un **tasso di unsold relativamente basso se confrontato con l'ultimo quinquennio** e frutto sia della qualità dei cataloghi, sia del forte interesse del mercato, ben predisposto al rischio in presenza di lotti prestigiosi, sia in parte dell'utilizzo di molte garanzie per le opere di maggior valore.

Oltre all'incremento nel fatturato complessivo delle aste a livello internazionale, si sono parallelamente registrati **ottimi risultati per le private sales**, che garantiscono un'elevata velocità di esecuzione e rispondono al crescente bisogno di **riservatezza, efficienza e discrezione** da parte di molti collezionisti e di controparti istituzionali, incrementando l'importanza del ruolo dei dealer privati nell'intero sistema dei *collectibles*.

Le ultime aste dell'anno rivelano tuttavia un raffreddamento degli entusiasmi, anche attribuibile agli effetti del conflitto russo-ucraino sui mercati e alla dinamica inflazionistica, che rendono poco prevedibile il futuro delle aste nel breve-medio periodo, in termini soprattutto di predisposizione dei collezionisti a vendere opere di qualità.



Il Global Painting Index



Alla luce delle dinamiche finora descritte, non sorprende che il mercato della pittura del 2022 abbia conosciuto una **forte crescita, supportata da bassi tassi di invenduto, a sottolineare la grande qualità dei cataloghi offerti**, con particolare riferimento all'arte moderna.

Nel primo semestre 2022 le case d'asta internazionali hanno attratto l'interesse del collezionismo internazionale, in tutti i segmenti della pittura, grazie al consolidamento delle strategie ibride già adottate nel 2021, alla qualità della proposta e alle favorevoli condizioni della domanda. Tra queste, la grande disponibilità di liquidità, la digitalizzazione e il conseguente ampliamento della platea degli interessati ai beni da collezione, in un momento storico caratterizzato dalla riduzione di voci di spesa quali viaggi, ristorazione e tempo libero in genere⁶⁸.

Le aste "ibride" costituiscono ormai un format consolidato e consentono ai bidder di partecipare da remoto al momento della vendita, che si realizza tuttavia nel palcoscenico della sala d'aste, in presenza di un banditore e di specialisti connessi da ogni parte del mondo. Si consolida la fiducia degli acquirenti in

questi format, anche grazie all'incremento nella disponibilità di informazioni utili a orientare le scelte d'acquisto. Risulta inoltre d'interesse la possibilità di fruire delle opere tramite realtà virtuale e aumentata, tecnologie che consentono ai collezionisti di visualizzare un'opera su una specifica parete o in una determinata location privata.

Grazie alla disponibilità di opere di grande qualità come finora esposto, il **Global Painting Index⁶⁹** nel 2022 ha chiuso di chiudere con una **variazione positiva del +10,3% sull'anno precedente (a/a)**.

Positiva anche la variazione complessiva di periodo, +186% dal primo semestre 2001, a testimonianza di **quanto il mercato della pittura sia cresciuto nell'ultimo ventennio**. Il mercato ha saputo contestualmente riprendersi dal tracollo del secondo semestre 2009 (a seguito della bolla 2007-2008), limitando nel corso dell'ultimo decennio la sua volatilità, segnale di un mercato più ampio, più maturo e meno soggetto alla speculazione *tout-court*.

Anno	N° Aste "live" o "ibride"	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	147	\$ 4.577.548.558,5	\$ 31.139.786,1	17,9%
2021	161	\$ 8.069.546.866,4	\$ 50.121.409,1	14,2%
2022	165	\$ 9.751.922.983,2	\$ 59.102.563,5	12,8%



Il segmento della pittura ha rappresentato nel 2022 circa il **73,9% del mercato globale dei beni da collezione** (73,7% nel 2021 e 74,2% nel 2019, nel pre-COVID)⁷⁰, generando quasi **\$9,8 Mld, con una crescita del +20,8% rispetto al 2021** a fronte di un aumento del numero delle aste pari al solo +2,5%, considerando le sole aste "live" e "ibride" che hanno superato il milione di dollari per il comparto della pittura di Christie's, Sotheby's e Phillips. È **fortemente cresciuto il valore dell'aggiudicazione media**, passato da \$50,1 Mln nel 2021 a **\$59,1 Mln nel 2022**, a dimostrazione della eccezionalità dei cataloghi dell'anno appena trascorso e delle dinamiche positive innescate dagli sforzi profusi per reagire alla crisi pandemica, tra cui il modello ibrido di vendita, seppur in molti casi si sia ricorso anche nel 2022 all'utilizzo delle garanzie per assicurarsi il consignment di lotti di qualità. **L'unsold medio del segmento si è attestato a 12,8%**⁷¹, in calo dal 2021 (14,2%) anche per effetto di una maggiore qualità delle opere disponibili sul mercato e di una domanda molto dinamica in tutti i comparti.

In linea con gli anni precedenti, **i cataloghi di maggiore qualità sono stati proposti a New York, che si conferma la capitale indiscussa del mercato dei beni da collezione**. In chiaroscuro le performance asiatiche, che, dopo aver trainato la ripartenza dalla crisi pandemica, sono state fortemente impattate dalle restrizioni imposte dal governo cinese per rispondere alla recrudescenza dei contagi. Si conferma costante invece il **"ringiovanimento" del collezionismo a livello globale, che ha portato nuovi acquirenti, nonché la crescita delle quotazioni e delle presenze in asta di artisti più giovani**. È interessante notare come i gusti dei giovani collezionisti siano maggiormente orientati verso giovani artiste donne o giovani artisti africani e afroamericani, in linea con la crescente attenzione nei confronti della diversity a livello internazionale e specificamente nel settore dell'arte.

Assistiamo così all'accelerazione del trend (già ampiamente anticipato e sviluppato nelle precedenti edizioni del Report) di crescente **attenzione dei collezionisti occidentali nei confronti delle tradizioni di altri paesi**, e di un analogo interesse di **top spenders asiatici e medio-orientali nei confronti dei canoni classici della tradizione pittorica europea, africana o afroamericana**. Le opere figurative hanno infatti riscosso grande successo, sia nelle aste, sia nelle numerose mostre dedicate a pittori figurativi nelle principali istituzioni museali internazionali.

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

Il secondo è invece connesso alla disponibilità di liquidità e all'impossibilità di utilizzarla per "pleasure & leisure" (tempo libero, viaggi, ristorazione), che porta a **ricercare voci di spesa alternativa, spesso per abbellire il luogo del vivere quotidiano: la propria casa**. Molti nuovi UHNWI, anche provenienti da paesi emergenti, tra cui in particolare Africa, America Latina e Medio Oriente, hanno così scelto di investire in beni diversificati, tra cui l'arte e i beni da collezione.

In ultimo, anche **operatori di altri paesi e di altri settori hanno continuato ad investire nel mercato dell'arte per finalità differenti**, tra cui strategie di **Corporate Social Responsibility, branding**⁷² e marketing territoriale, contribuendo ad accrescerne il volume e il numero di transazioni. Un esempio tra tutti sono le numerose collezioni corporate, che negli ultimi anni stanno crescendo in termini di quantità e qualità a livello internazionale, in linea con la crescita del settore dei musei privati⁷³.



Parola all'esperto

Le prospettive del mercato

Rossella Novarini, Direttore generale de Il Ponte Casa d'Aste⁷⁴

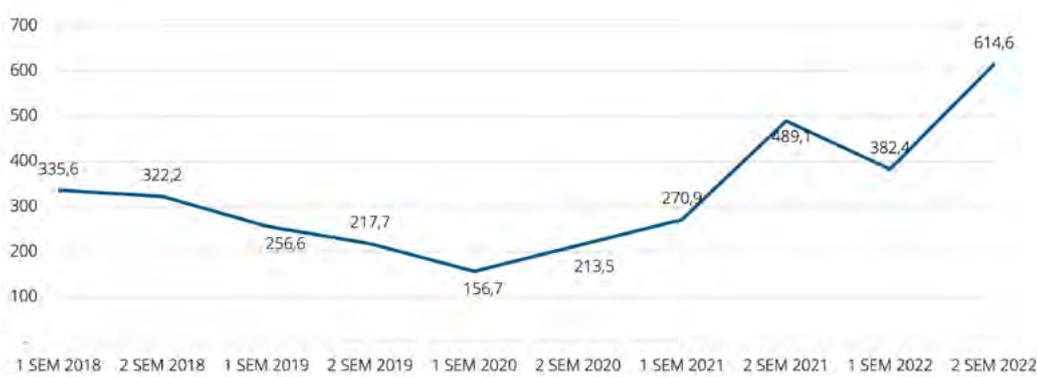
"Considerato la parabola ascendente che sta vivendo il settore delle aste, a noi spetta il compito di rafforzare e incrementare la fiducia riposta dal pubblico, apportando ancor più qualità nel servizio, professionalità e serietà.

Le case d'asta in Italia si stanno ritagliando uno spazio sempre più influente nella promozione culturale e i cataloghi online sono diventati dei veri e propri libri d'arte da sfogliare per conoscere in prima persona le dinamiche e le proposte del mercato. Il cliente che si confronta direttamente con la sua passione, il suo potenziale d'acquisto e la sua capacità di riconoscere un buon investimento.

In prospettiva, prendendo proprio in considerazione l'attuale contesto, penso che potremmo essere degli ottimi alleati nel valorizzare e veicolare in modo trasparente il nostro immenso patrimonio artistico, sia internamente che oltre confine."



Il Global Painting USA Index | Focus ultimi 5 anni⁷⁵



Il mercato USA ha assunto negli anni il ruolo di **leader nelle aste del mercato dei beni da collezione**, confermatosi anche nel 2022 **nonostante la crisi generata dallo scoppio del conflitto russo-ucraino**. New York, piazza tradizionalmente regina del mercato internazionale, si è ancora confermata in grado di attrarre l'attenzione dei **collezionisti più importanti e facoltosi del mondo**, anche grazie alla disponibilità di opere prestigiose e di collezioni uniche, messe sul mercato attraverso la "porta" della grande mela, grazie alla sua multiculturalità e vivacità artistica.

Negli anni New York è stata **la piazza internazionale di riferimento per i grandi record**: basti pensare che in questa città negli anni scorsi erano passati sotto il martello **L'homme au doigt (Pointing Man)** (1947) di Giacometti, opera venduta per \$141,3 Mln (Christie's, New York, 2015) e divenuta la scultura più pagata della storia delle aste; il **Salvator Mundi**, venduto per oltre \$450,3 Mln (Christie's, New York, 2017) ed entrato a pieno titolo nella storia dell'arte della nostra epoca; e la **Collezione Rockefeller**, che con un totale di oltre \$835 Mln (Christie's, New York, 2018) è stata fino al 2022 la collezione privata più pagata nella storia delle aste, quasi raddoppiando il precedente record detenuto dalla Collezione di Yves Saint Laurent e Pierre Bergé, che aveva totalizzato \$443 Mln nel 2009. Questo è valso anche

per il 2022, come dimostra la scelta di proporre sulla piazza newyorkese le collezioni più importanti vendute all'incanto. **Nel corso del 2022 a New York si sono registrati il record per l'opera del dopoguerra più costosa di sempre, la Marilyn Monroe di Andy Warhol che ha superato i \$195,0 Mln; ma anche per single owner collection più costosa di sempre all'incanto, con la collezione di Paul Allen, che ha superato ogni record con oltre \$1,6 Mld di fatturato complessivo.**

Grazie allo straordinario successo delle collezioni vendute nel corso dell'anno sulla piazza americana, il **Global Painting USA Index⁷⁶** ha registrato complessivamente nel 2022 una crescita pari **al +25,7% a/a** e una **variazione quinquennale del +83,1%** (dal 1° semestre 2018), superando i livelli di entusiasmo del 2017, anno di vendita del **Salvator Mundi** di Leonardo Da Vinci.

In linea con l'andamento dell'indice, è cresciuto fortemente anche il **fatturato annuo, che ha quasi raggiunto i \$6,6Mld, in netto incremento (+35,6% a/a)** rispetto ai \$4,9 Mld del 2021. Anche **l'aggiudicazione media è cresciuta in modo dinamico**, passando dai \$75,9 Mln del 2021 ai \$102,8 Mln del 2022. La grande qualità dell'offerta e la propensione dei collezionisti alla spesa sono confermate dal costante calo del tasso medio di unsold (11,9% nel 2022, 12,9% nel 2021)⁷⁷, che era fermo a 21,0% nel 2019.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	54	\$ 2.210.972.539,0	\$ 40.943.935,9	19,0%
2021	64	\$ 4.856.044.824,0	\$ 75.875.700,4	12,9%
2022	64	\$ 6.583.655.938,0	\$ 102.869.624,0	11,9%



Il Global Painting UK Index | Focus ultimi 5 anni⁷⁸



Londra è storicamente la piazza europea per eccellenza del mercato dell'arte. Qui sono state fondate le tre principali case d'asta del mercato di oggi: Sotheby's nel 1774, Christie's nel 1776 e Phillips nel 1796. La città di New York nel corso degli anni è riuscita a levare a Londra il titolo di regina del mercato e **la Brexit sta contribuendo a delineare un nuovo profilo per il mercato dell'arte londinese.** Sembrano infatti rafforzarsi altre piazze europee, tra cui in particolare Parigi, con particolare riferimento ai comparti dell'arte Pre War, mentre l'arte contemporanea resta un asset importantissimo per la capitale inglese. Rimane infatti indiscussa l'influenza che la piazza inglese riesce ad esercitare sul sistema culturale globale grazie alla sua variegata offerta di musei di qualità e istituzioni di prestigio, nonché all'impegno delle gallerie e fiere d'arte attive sul territorio cittadino.

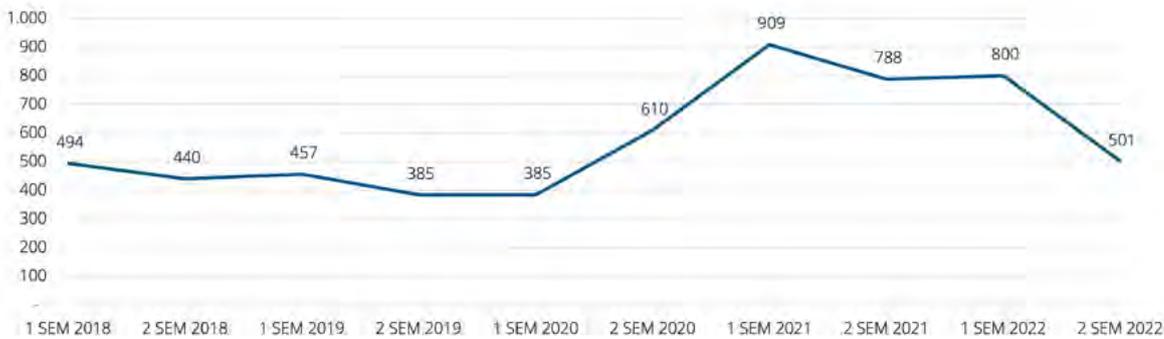
Nel 2022 è tornato a crescere il numero di aste milionarie tenutesi a Londra, dopo un 2021 penalizzato dalla diffusione della variante Omicron, che aveva determinato l'impossibilità di svolgere con modalità standard le vendite autunnali. Anche grazie a queste dinamiche, **il fatturato complessivo è cresciuto del +31,9% rispetto al 2021, superando \$1,7 Mld. Negativa, tuttavia, la variazione del Global Painting UK Index⁷⁹,** sia rispetto al 2021 (-16,6%) sia in relazione agli ultimi 5 anni (-55,9%), a dimostrazione degli effetti negativi vissuti dal mercato inglese a seguito della pandemia e dell'uscita dall'Unione Europea.

Indice di una maggiore qualità dei cataloghi è invece la riduzione del tasso di unsold medio, passato da 17,4% a 15,6%⁸⁰ (23,6% nel 2019). Positiva anche la variazione del **fatturato medio d'asta, passato da \$32,9 Mln a \$36,9 Mln** grazie alla possibilità di tornare a tenere aste in presenza (o almeno le esposizioni pre-asta), fattore chiave per molte delle opere tradizionalmente proposte a catalogo nell'hub londinese.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	42	\$ 963.603.967,6	\$ 22.942.951,6	18,4%
2021	40	\$ 1.317.257.826,2	\$ 32.931.445,7	17,7%
2022	47	\$ 1.736.901.191,8	\$ 36.955.344,5	15,6%



Il Global Painting Asia Index | Focus ultimi 5 anni⁸¹



Nel biennio 2020-21 si è assistito all'ascesa del mercato asiatico, grazie al dinamismo dei collezionisti e alla più rapida fuoriuscita della Cina dalla crisi economica generata dalla pandemia, dopo esser stata la prima nazione ad essere colpita dal coronavirus. Il 2022, tuttavia, è stato caratterizzato **da un raffreddamento delle performance, anche a causa delle restrizioni sanitarie imposte dal governo cinese**.

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

Continua a crescere l'interesse per vini pregiati, gioielli e per la pittura occidentale, già rilevato anche nelle precedenti edizioni del presente Report, grazie anche all'ingresso nel mercato di molti giovani che hanno fatto fortuna nel digitale. I collezionisti asiatici hanno ulteriormente ampliato il loro tradizionale interesse per i beni da collezione. Se in precedenza si dimostravano particolarmente attivi **per le vendite di pittura di matrice orientale e di beni antichi di origine locale, oggi i collezionisti asiatici sono infatti sempre più "onnivori"**, dimostrandosi disponibili a spendere cifre importanti per svariate tipologie di beni in asta, compresi i grandi maestri del Pre War.

Nel 2022, tuttavia, le aste di Hong Kong hanno avuto risultati meno entusiasmanti di quelli del 2021, in cui l'Asia era addirittura riuscita a primeggiare su Londra in termini di quota di mercato, a causa delle restrizioni sanitarie imposte dal governo cinese,

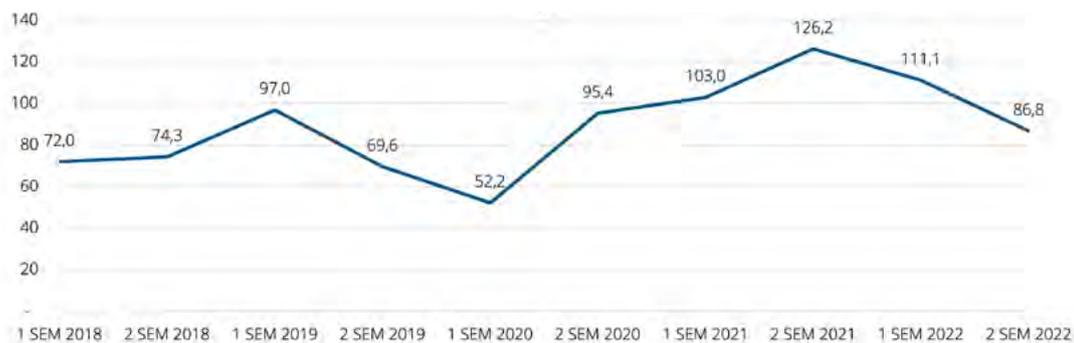
che hanno reso complesso "vivere" le aste di Hong Kong per molti collezionisti. **Da oltre \$1,5 Mld il fatturato è quindi sceso a \$1,0 Mld**, nonostante permanga basso il tasso medio di unsold (10,4%⁸²). Ne consegue anche il calo del **Global Painting Asia Index⁸³**, che ha registrato una **variazione a/a del -36,4%**, nonostante si confermi positiva la **variazione degli ultimi 5 anni, pari al +9,7%** (sul primo semestre 2018), a dimostrazione della crescente globalizzazione delle aste della capitale cinese del mercato. Nonostante questo, alcuni lotti di artisti cinesi hanno fatto registrare risultati entusiasmanti anche nel 2022, tra cui un'opera di ZHANG Daqian, che ha superato i \$47,2 Mln da Sotheby's, divenendo il lotto cinese con risultato migliore di sempre per la casa d'aste. Christie's ha invece ripreso la propria attività in Shanghai, con ottimi risultati per gli artisti occidentali, tra cui Basquiat, Picasso, Chagall e alcuni artisti emergenti di grande appeal internazionale, come Amoako Bofo.

Se da un lato Hong Kong rallenta, dall'altro altre città asiatiche vivono un momento di grande dinamismo nella domanda di beni da collezione, tra cui Seoul in Sud Corea e Tokyo in Giappone. I collezionisti coreani, in particolare, si sono dimostrati ben propensi al rischio, con particolare propensione verso artisti orientali, come Ufan LEE, Whan-Ki KIM e Yayoi Kusama. Il successo della prima edizione di Frieze Seoul, imperdibile fiera d'arte per i collezionisti di tutto il mondo, comprovano il potenziale di Seoul, che è anche oggetto di attenzione di galleristi come Emmanuel Perrotin, Lehmann Maupin, Pace e Thaddaeus Ropac, che stanno rafforzando la loro presenza nel paese.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	32	\$ 1.170.574.229,5	\$ 36.580.444,7	13,2%
2021	30	\$ 1.512.524.951,3	\$ 50.417.498,4	12,3%
2022	29	\$ 1.035.322.261,1	\$ 35.700.767,6	10,4%



Il Global Painting UE Index | Focus ultimi 5 anni⁸⁴



Favorito dalla fuoriuscita della Gran Bretagna dall'Unione Europea, il Vecchio Continente sta guadagnando crescente importanza nel mercato dell'arte internazionale, sia in termini di fiere e gallerie, sia in termini di mostre ed esposizioni. Anche le case d'asta stanno quindi spostando molti cataloghi di prestigio nelle capitali europee, tra cui in particolare Parigi, come dimostra la scelta di Christie's di spostare nella capitale francese la vendita di arte italiana di ottobre, da sempre svoltasi nella sede di Londra. **Le sedi europee delle case d'asta sono così riuscite a registrare risultati fortemente positivi**, grazie a molti lotti di qualità e alla notevole liquidità esistente anche in questa parte del mondo. Il mercato europeo non risulta ancora paragonabile agli altri in termini di fatturato complessivo, qualità di lotti e presenza di *bidder*; tuttavia, molti collezionisti internazionali hanno dimostrato buona propensione all'acquisto, in linea con il crescente interesse nei confronti di opere che privilegiano ancora la qualità alla "grande firma".

Nonostante si sia ridotto il numero di aste proposte che hanno superato il milione di fatturato rispetto al 2021, il **fatturato complessivo delle piazze europee è cresciuto, registrando un +3,2% dal 2021**. Il *Global Painting UE Index*⁸⁵ ha registrato tuttavia una flessione rispetto al 2021 (-31,2% a/a), che, soprattutto nel secondo semestre, si era caratterizzato per grande dinamicità dei collezionisti e qualità dei cataloghi, essendosi da poco allentate in toto le restrizioni imposte per contenere la crisi pandemica. La **variazione di periodo** (sul primo semestre 2018) è stata pari al **+20,5%**, rimarcando la crescita che le piazze europee hanno conosciuto negli ultimi anni anche grazie alle complessità riscontrate nelle altre capitali del mercato dell'arte, con particolare riferimento a Londra, e all'internazionalizzazione del mercato. La **possibilità di fruire delle modalità di vendita "ibride" ha infatti avuto un'influenza positiva sulla predisposizione dei collezionisti oltre-oceano all'acquisto di opere d'arte in cataloghi di vendite che si tengono nel Vecchio Continente**. Si è ridotto anche il **tasso medio di unsold**, che per il 2022 è stato del **12,9%**⁸⁶ (13,6% nel 2021).

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	19	\$ 232.397.822,4	\$ 12.231.464,3	21,5%
2021	27	\$ 383.719.264,9	\$ 14.211.824,6	13,6%
2022	25	\$ 396.043.592,3	\$ 15.841.743,7	12,9%

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

Anche nel 2022, New York ha confermato la propria leadership del mercato, seguita da Londra, dall'Asia e infine dal Vecchio Continente. **Nel biennio 2020-21 l'Asia aveva superato Londra in termini di fatturati d'asta** (in formato "live" o "ibrido"), soprattutto a causa della riduzione delle aste in presenza tenutesi sul suolo inglese nel corso del periodo, ma le restrizioni sanitarie imposte dal governo cinese hanno fatto tornare Londra al secondo posto del mercato, seppur con quote di fatturato decisamente inferiori rispetto a New York, regina indiscussa del mercato. È bene tuttavia rimarcare che questa terza posizione dell'Asia nello scacchiere del mercato degli incanti internazionali potrebbe essere ben diversa se venissero incluse nel campione le aste dei player locali, non considerate ai fini dell'analisi per ragioni già elencate⁸⁷.

Con il 67,5%, **New York mantiene la prima posizione in termini di quota di fatturato della pittura, arrivando quasi a \$6,6 Mld**, grazie alla forte ripresa vissuta dal mercato internazionale nel corso dell'anno, per cui New York risulta sempre la punta di diamante. Ha inoltre influito positivamente sulla performance statunitense la vendita delle importanti collezioni già citate nei precedenti capitoli.

Londra si trova al secondo posto, con il 17,8% del fatturato complessivamente registrato per il settore della pittura nell'ambito del campione di ricerca. **Al terzo posto Hong Kong, con il 10,6% del fatturato della pittura**, che dimostra come la città abbia subito gli effetti negativi della pandemia, "perdendo terreno" sulla piazza di Londra.

In ultima posizione l'Europa (4,1%), che nonostante sia stata anch'essa gravemente colpita dalla crisi, anche grazie ad una propensione delle case d'asta a proporre lotti di grande qualità nei cataloghi di piazza quali Parigi o Ginevra, è riuscita a mantenere salda la propria posizione nel panorama internazionale.

Tabella: Fatturato per aree geografiche a confronto (2020-2022).

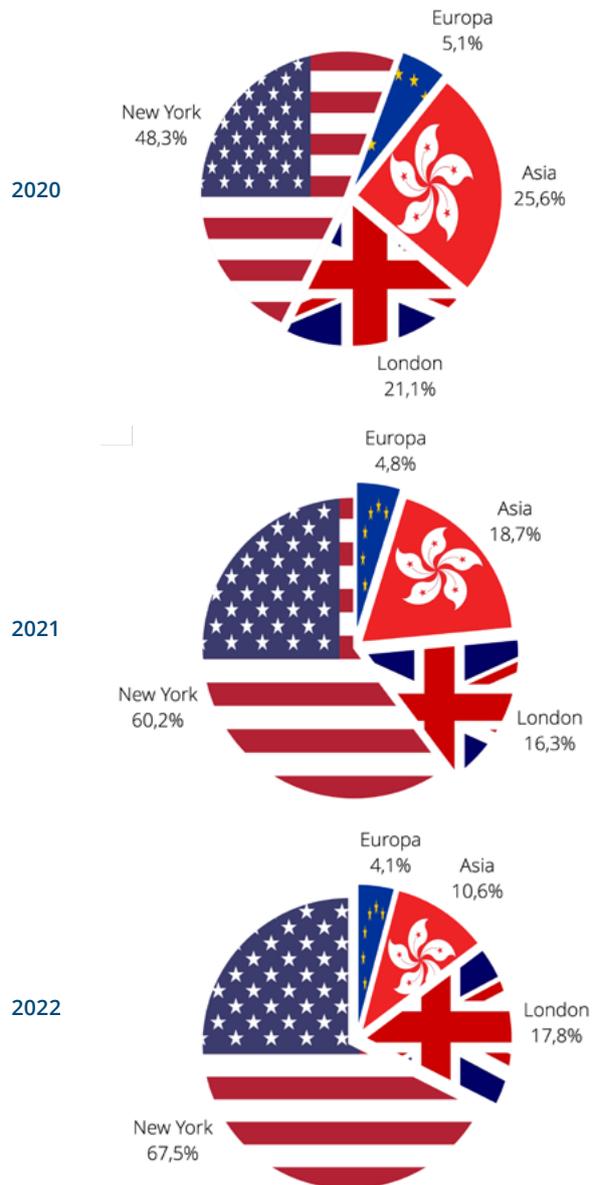


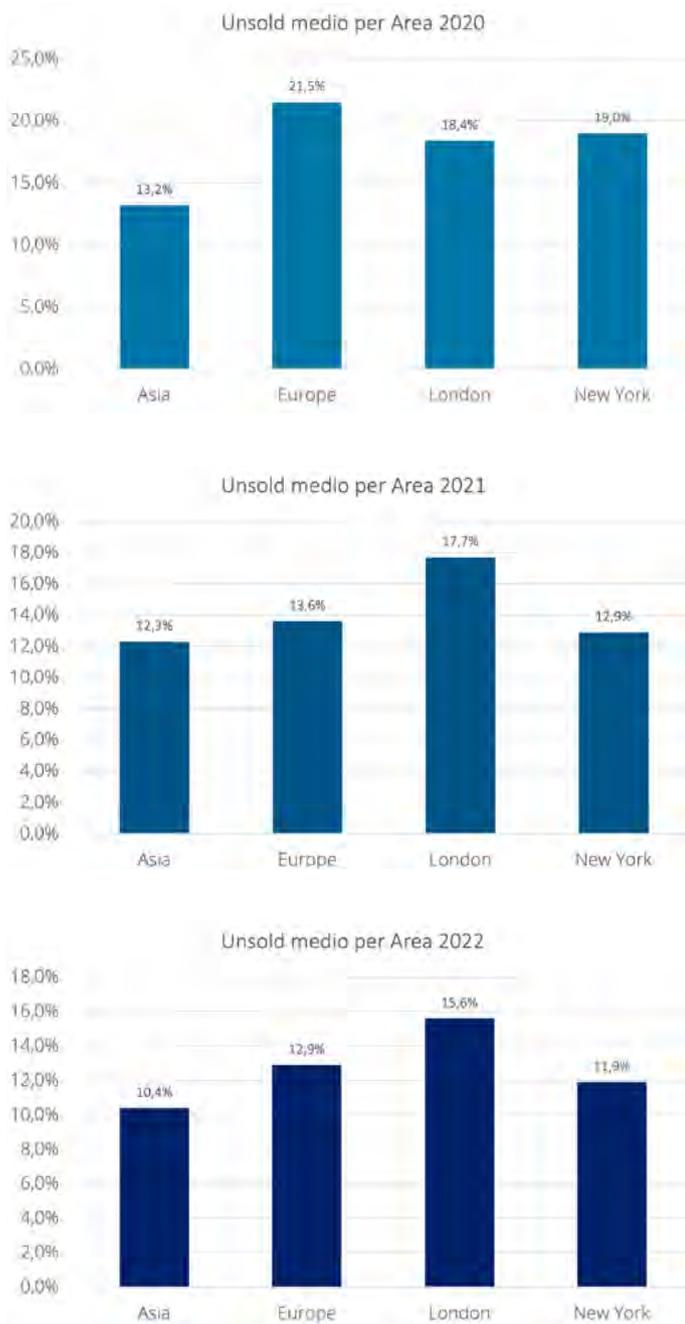
Tabella: Fatturato per aree geografiche a confronto (2020-2022).

	New York	Londra	Asia	Europa
2019	\$ 4.077.289.795,0	\$ 2.037.079.931,5	\$ 1.067.333.456,4	\$ 400.109.956,5
2020	\$ 2.210.972.539,0	\$ 963.603.967,6	\$ 1.170.574.229,5	\$ 232.397.822,4
2021	\$ 4.856.044.824,0	\$ 1.317.257.826,2	\$ 1.512.524.951,3	\$ 383.719.264,9
2022	\$ 6.583.655.938,0	\$ 1.736.901.191,8	\$ 1.035.322.261,1	\$ 396.043.592,3
Variazione 2022/2021	\$ 1.727.611.114,0 35,6%	\$ 419.643.365,6 31,9%	\$ -477.202.690,2 -31,6%	\$ 12.324.327,4 3,2%

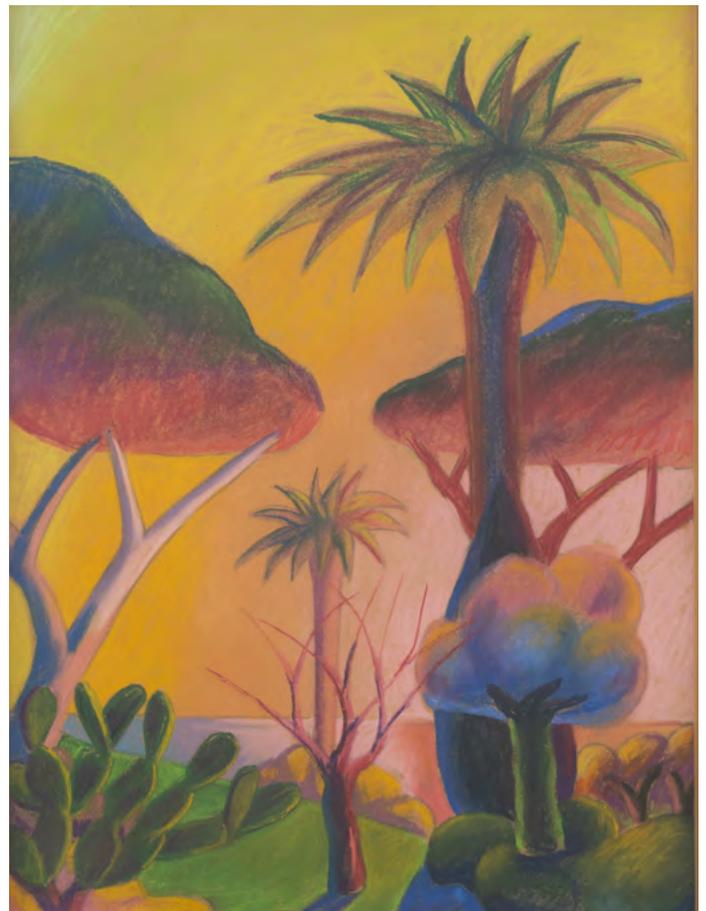
Fonte: elaborazione propria.



Grafico: Unsold medio per area geografica 2020-2022.



Quanto affermato finora trova conferma anche nell'analisi del tasso di unsold medio del mercato della pittura per area geografica. Il **tasso medio di unsold più basso per il 2022 si è confermato quello dell'Asia (10,4%)**, grazie al dinamismo e all'attivismo dei collezionisti orientali, nonostante la qualità dei lotti proposti abbia fatto registrare un notevole calo al tasso di unsold medio della **piazza di New York, attestatosi a 11,9%**, seguita a poca distanza dall'Europa (12,9%). Londra ha registrato il tasso di unsold medio più alto nell'ambito del campione d'osservazione (15,6%).



Salvo, 1989, Senza titolo, pastello su cartone, 73x52cm

Fonte: elaborazione propria.



Il mercato della pittura per comparto

Il Post War Painting Index



Dopo un 2021 di risultati eccezionali, trend proseguito anche nel primo semestre del 2022, **il mercato dell'arte del dopoguerra e contemporanea ha registrato una fase di flessione verso la fine dell'anno**, anche attribuibile all'avvento sul mercato di opere di arte Pre War che hanno monopolizzato l'interesse dei buyer. Nonostante questo, **i volumi di fatturato confermano la leadership del comparto Post War per il mercato della pittura e si pongono le basi per l'ulteriore consolidamento di molti artisti emergenti che hanno registrato record da capogiro nelle vendite all'asta**. Si è infatti confermato il trend di affermazione di **nuovi artisti giovani, spesso emergenti, che emergono all'asta con cifre milionarie grazie ad uno stile figurativo o dal grande impatto visivo**, tra cui molte artiste donne e artisti di colore, in risposta ad un crescente interesse nei confronti della *diversity* nel mercato dei beni da collezione.

A causa della prestigiosa offerta Pre War, che ha caratterizzato soprattutto la seconda parte del 2022, il **Post War Painting Index⁸⁸** ha registrato una **variazione a/a negativa (-45,9%)**, nonostante permanga positiva la variazione dall'inizio delle osservazioni **(+24,0% dal primo semestre 2001)**.

Il ritorno agli eventi in presenza ha consentito la realizzazione di un maggior numero di aste "live" o "ibride" rispetto agli anni precedenti, da 95 a 117, favorendo una crescita del **fatturato complessivo, passato da \$6,2 Mld a \$6,5 Mld (+4,7% a/a)**, nonostante la quantità dei cataloghi abbia influito sul valore medio delle aggiudicazioni, sceso da \$65,5 Mln a \$55,7 Mln. In linea con questi dati, anche la lieve crescita del tasso medio di unsold, che si assesta al 11,0%⁸⁹ (9,4% nel 2021).

Highlight dell'anno un'opera di Andy Warhol venduta per oltre \$195,0 Mln, divenuta l'opera più costosa del XX secolo venduta in un'asta pubblica, ritraente Marilyn Monroe nella rarissima versione "blu salvia". Create dopo la morte dell'attrice nel 1962, le serigrafie dedicate a Marilyn sono tra le opere più iconiche del 20esimo secolo e questa versione, proveniente dalla collezione Amman, ha conquistato uno dei galleristi più potenti al mondo, Larry Gagosian.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	70	\$ 2.905.667.675,1	\$ 41.509.538,2	13,7%
2021	95	\$ 6.222.253.542,8	\$ 65.497.405,7	9,4%
2022	117	\$ 6.513.377.546,6	\$55.669.893,6	11,0%

Commento a cura di Giovanni Gasparini

Art Advisor - Altiqa Group

La ripresa di aste e fiere in presenza nel corso del 2022 ha spinto i mercati dell'arte a recuperare il tempo perduto nei due anni precedenti, principalmente grazie a due fenomeni: la vendita di collezioni importanti legata al consolidato meccanismo delle 'Tre D' supportate da garanzie, e la forte speculazione legata ad enormi masse di liquidità in cerca di rifugio dall'inflazione o dalle restrizioni del regime cinese.

Mentre l'arte del 20mo secolo ha beneficiato della messa in asta di collezioni 'storiche', rigorosamente protette da garanzie, l'arte del 21mo secolo è stata spinta da un cortocircuito ben studiato di compratori (che a volte si fregiano del nome di collezionisti per nobilitare le loro azioni e confondere), i loro 'curatori' ed agenti, e gallerie e case d'asta compiacenti che hanno fatto del 'pump and dump' ripetuto il loro mantra, con aste dedicate che vanno sotto categorie come 'New' o simili.

Il driver principale di questi mercati ha poco a vedere con la natura dell'opera d'arte e molto a che fare invece con la segmentazione di prezzo, trasversale a periodi e culture.

Per comprendere i diversi mercati assai differenziati che si raggruppano sotto l'ombrello della definizione "mercato dell'arte" che di per sé non esiste, si deve guardare alla natura della domanda che opera in questi segmenti.

La domanda per investimento stimolata da aspettative di Inflazione elevata e immensa disponibilità di liquidità, nonché la necessità di far fuoriuscire capitali dalla prigione fisica e finanziaria che è diventata la Cina, si rivolgono al mercato delle 'Blue chip' composto ovviamente da un novero assai ristretto di opere multimilionarie di artisti arcinoti e le loro opere più care.

Questo segmento accessibile a pochi miliardari è inscindibile dal mercato derivato delle garanzie che gli permettono di evitare ogni fluttuazione negativa di prezzo. Le garanzie riguardano però un numero ancora più piccolo di individui ed operatori: le grandi (in termini di dimensioni) case d'asta sono divenute intermediari finanziari.

La domanda speculativa su cui si basa il mercato del contemporaneo in asta, e di riflesso nelle principali gallerie, ha bisogno invece di meccanismi di sostegno non dissimili a quelli della moda per poter sopravvivere attirando sempre nuovi adepti e artisti.



Salvo, 1980, Senza titolo, 30x24 cm, olio su tavola

È così cresciuto il ruolo delle celebrità, che agiscono da “influencer” e la contaminazione fra operatori del lusso e ambito artistico.

Questa dinamica tipicamente consumistica ha trovato un insospettabile alleato nella ideologia identitaria che anima la presente generazione di ‘curatori’ indottrinati dalle università inglesi e americane in particolare.

Gli intermediari sfruttano con il loro marketing queste quinte colonne presenti nelle istituzioni esterne al mercato per ottenere una classica ‘cattura del regolatore’: far partire un circolo vizioso ed autoreferenziale che dia una patina di dignità intellettuale ad opere altrimenti prive di interesse. La commistione di Frieze, allo stesso tempo fiera commerciale in espansione e rivista militante, è uno dei cardini di questo meccanismo da oramai venti anni.

In alcuni rari casi ciò può anche garantire periodi più lunghi di sopravvivenza sul mercato per opere che altrimenti vivrebbero la celebrità di un paio d'anni al massimo, per venir poi sostituite dal ‘Nuovo ancor più Nuovo’ per adattare la pubblicità dei detersivi.

La vittima di questo meccanismo è la sempre più ridotta domanda per l'arte che non risponde ai criteri identitari e di realizzazione di guadagno immediato. Si tratta del mercato

tipico delle gallerie di dimensione media e piccola, che si trovano ad affrontare la difficile situazione post-Covid senza la loro domanda di riferimento, la cosiddetta classe media e di professionisti.

Purtroppo, abbiamo solo delle evidenze aneddotiche di questo segmento, poiché le analisi quantitative sono legate ai risultati in asta, perdendo di vista quello che accade prima, ovvero tutto quel capitale umano ed intellettuale che normalmente precede di anni la vendita all'incanto.

Il risultato finale è disgraziatamente l'impoverimento economico, sociale, culturale ed estetico generale.

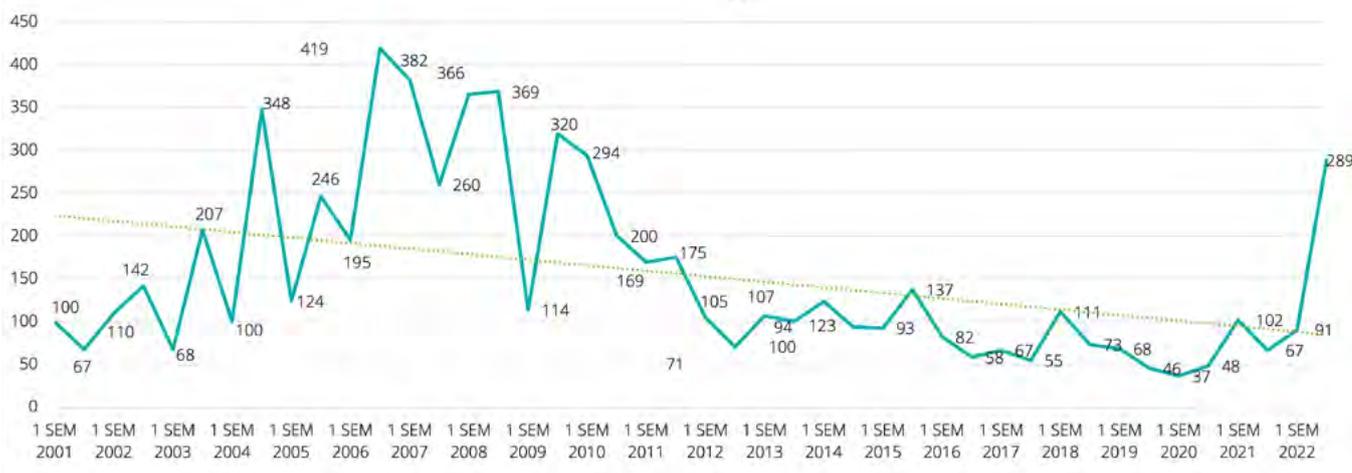
Solo una decisa azione di mecenatismo e collezionismo di lungo termine potrebbe rimediare a questa situazione, ma non sarà facile nell'attuale situazione in cui le élite economiche sono largamente disinteressate alla cultura.

Ci sono però anche buone notizie: il meccanismo speculativo dei prodotti derivati denominati NFT, che non hanno peraltro nulla a che vedere con l'arte, nemmeno con quella digitale, è finalmente collassato come era facile prevedere, a meno che ovviamente non si fosse intenti a beneficiarne vendendo il nulla, o sperando di diventare ricchi come scimmiette al gioco delle tre carte.



Il Pre-War Painting Index

Con il contributo di Valentina Di Ridolfo



In discontinuità con gli esiti del mercato del 2021, di performance in chiaroscuro per il settore, **il 2022 è stato un anno di performance eccezionale per il mercato delle opere Pre-War, grazie all’offerta di qualità e alla vendita di grandi collezioni personali.** I collezionisti internazionali hanno confermato l’interesse per la provenienza delle opere e la solidità degli investimenti, poiché le opere di arte moderna ed impressionista sono caratterizzate da minore volatilità rispetto alla più “rischiosa” arte contemporanea.

Resta indiscussa l’attrattività che il mercato dell’arte moderna e impressionista possiede rispetto ad altre tipologie di arte, poiché l’investimento in questo tipo di opere è tendenzialmente più sicuro e più “stabile”, anche grazie agli archivi degli artisti che ne sostengono il mercato. A dimostrazione della qualità dei cataloghi, si è registrata una lieve flessione nel **tasso di unsold medio (15,9%⁹⁰)** e **a fronte della riduzione del numero delle aste milionarie (da 37 a 32) è aumentato il valore dell’aggiudicazione media, passato da circa \$36,7 Mln a circa \$92,2 Mln.**

Le grandi collezioni all’incanto hanno fatto volare il **Pre War Painting Index⁹¹,** che ha registrato una **variazione annua positiva, pari a +333,38% a/a (sul secondo semestre 2021).** Cresce anche la **variazione di periodo, pari al +189,0%** sul primo semestre 2001.

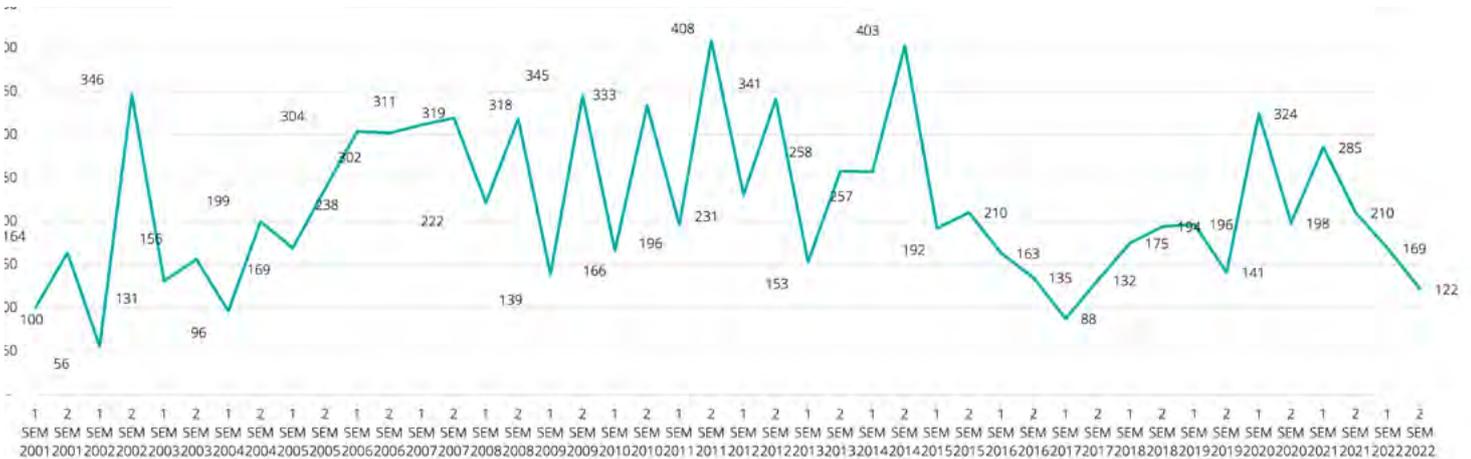
Il fatturato complessivo del comparto, passato da quasi \$1,4 Mld a oltre \$2,9 Mld (+117,2%), rende ancor più evidenti le dinamiche trattate nelle righe precedenti, **sottolineando la grande disponibilità di opere di arte moderna e impressionista in linea con i gusti dei collezionisti.**

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	50	\$ 1.244.798.587,2	\$ 24.895.971,7	18,8%
2021	37	\$ 1.357.980.078,8	\$ 36.702.164,3	16,3%
2022	32	\$ 2.949.430.749,3	\$ 92.169.710,9	15,9%



L'Old Masters Painting Index

Con il contributo di Matteo Schivo



A seguito della parziale ripresa del comparto dei dipinti antichi riscontrato nella scorsa edizione del presente Report, il 2022 si è caratterizzato per una **netta contrazione del fatturato dei cataloghi di Old Masters**, attribuibile ad una **minore disponibilità di opere di qualità sul mercato** e all'elevata incertezza socioeconomica dovuta allo scoppio del **conflitto russo-ucraino**, anche in considerazione dell'importanza dell'arte russa per questo settore, nonché all'**inserimento di molti lotti Old Masters di valore in cataloghi di aste esaminate in altre sezioni del presente Report**, tra cui in particolare le grandi collezioni private. Si conferma tuttavia la grande adattabilità del comparto alle nuove forme d'asta e alla tecnologia, con particolare riferimento all'uso di realtà aumentata e strumenti specifici volti a consentire la presa visione delle opere d'arte antiche anche a distanza. Inoltre, grazie alla possibilità di offrire ai collezionisti la possibilità di vedere le opere dal vivo nelle esposizioni pre-asta, molte vendite che in precedenza si sarebbero realizzate in presenza sono state realizzate online-only, elemento che tuttavia non ha inficiato sui risultati del settore.

Il dipinto antico continua ad essere percepito come **bene di estrema qualità e come investimento alternativo di elevata solidità**, di grande appeal non soltanto per chi colleziona sulla base di tradizioni familiari, ma anche per il crescente numero di HWNI, in cerca di beni da collezione sofisticati, in grado di garantire prestigio sociale. L'acquisto di un dipinto antico richiede invero una grande conoscenza della storia dell'arte e delle sue peculiarità, fattore che rende elitario questo tipo di bene, e parallelamente la crescente consapevolezza degli acquirenti rende necessario anche un grande lavoro di ricerca e analisi delle opere da parte degli operatori, che devono presentare una documentazione quanto più completa ed esaustiva possibile inerente conservazione, provenienza e autenticità delle opere.

In termini numerici, **il fatturato totale del 2022 è stato di \$289,1 Mln (-40,9% a/a), anche a causa della riduzione del numero di aste "live", ridotto da 29 a 16**. In miglioramento invece il tasso di unsold medio, passato da 26,0% a 20%⁹², a dimostrazione di una miglior qualità dei lotti proposti in asta, che riescono ad incontrare con maggior efficacia i gusti dei collezionisti.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	27	\$ 427.082.296,1	\$ 15.817.862,8	27,0%
2021	29	\$ 489.313.244,8	\$ 16.872.870,5	26,0%
2022	16	\$ 289.114.687,3	\$ 18.069.668,0	20,0%



Si evidenzia tuttavia che **il dato sul fatturato totale risulterebbe maggiormente allineato ai valori degli scorsi anni se si tenesse in considerazione la vendita di alcuni lotti di particolare pregio, per lo più provenienti da importanti collezioni private, che tuttavia non sono state qui inclusi in quanto** presenti in cataloghi asta analizzati in altri comparti del presente Report. È stato per esempio il caso della Collezione Allen esitata da Christie's il 9 novembre, inclusiva di un'opera di **Sandro Botticelli aggiudicata a \$48,5 Mln e due vedute del Canaletto passate di mano per \$11,8 Mln e \$10,5 Mln.**

L'*Old Masters Painting Index*⁹³ ha chiuso con una **variazione annua del -42,0%**, nonostante sia rimasta positiva la **variazione di periodo (+22,0%** sul primo semestre 2001).

Guardando alle aste qui analizzate nel corso del 2022, da segnalare la **vendita Newyorkese di Sotheby's del 27 gennaio che ha fatturato \$91,0 Mln**: cifra più alta registrata per il comparto, certamente influenzata dalla presenza in catalogo di **un'opera di Botticelli aggiudicata \$45,4 Mln**. I mesi di febbraio e marzo, caratterizzati a livello globale dallo scoppio del conflitto fra Russia e Ucraina, hanno visto una quasi totale assenza di aste dedicate ai dipinti antichi, tornate verso aprile con un paio di aste online e la vendita ad Hong Kong di dipinti antichi cinesi che da Sotheby's hanno raggiunto i \$6,9 Mln, dimostrando ancora una volta il grande interesse per l'arte asiatica supportata sempre più da un collezionismo globale oltre che locale.

A metà maggio è andata invece in scena **a Parigi la vendita mono-lotto di Christie's con protagonista un riscoperto disegno di Michelangelo, venduto per \$24,2 Mln**. Il disegno era stato venduto nel 1907 come Scuola di Michelangelo e solamente nel 2019 è stato riscoperto e attribuito alla mano dell'artista toscano dopo approfonditi studi. Il 9 e 10 giugno a New York si è invece svolta la due giorni di Christie's dedicata agli Old Master che ha complessivamente fatturato \$33,4 Mln. Degna di nota in particolare la vendita della collezione Alana, che ha registrato un'aggiudicazione complessiva di \$19,4 Mln ed il 100% di lotti venduti. Top lot una piccola tavoletta in legno del Beato Angelico, raffigurante i Santi Domenico e Francesco, che è stata venduta per \$4,7 Mln, superando di poco il realizzo (\$ 4,4 Mln) di una tela di Orazio Gentileschi con soggetto la Madonna col Bambino. Nel corso della prima settimana di luglio si è invece svolta a Londra la Classic Week, con una serie di aste sia live sia online di Christie's e Sotheby's, che hanno complessivamente fatturato \$56,1 Mln. Con \$33,8 Mln, ha dominato la Evening Sale di Christie's, guidata da un dipinto di Lucas Cranach il Vecchio venduto a circa \$11,3 Mln.

Nella seconda parte dell'anno, una vendita ad Hong Kong di pittura cinese ha visto raggiungere i \$10,3 Mln di fatturato. Per concludere, nella prima settimana di dicembre da segnalare le aste londinesi di Sotheby's e Christie's che hanno complessivamente raggiunto i \$62,5 Mln. Degna di nota in particolare l'Evening Sale di Sotheby's che ha registrato un fatturato di \$39,9 Mln ed un'aggiudicazione media di \$ 1,2 Mln, valore quest'ultimo più alto del 2022 ad esclusione della suddetta asta di gennaio influenzata tuttavia dalla vendita dell'opera di Botticelli e ovviamente dalla vendita mono-lotto del disegno di Michelangelo.



Salvo, 1991, Senza titolo, 89x64cm

L'arte contemporanea in Italia

a cura di Franco Broccardi, Partner, Lombard DCA

È ormai passato un anno dalla pubblicazione del report "Quanto è (ri)conosciuta all'estero l'arte contemporanea italiana" un corposo documento prodotto dallo studio BBS-Lombard di cui sono partner e scritto, oltre che dal sottoscritto, da Silvia Anna Barrilà, Marilena Pirrelli, Maria Adelaide Marchesoni e Irene Sanesi con il sostegno e la collaborazione di Arte Generali, Artprice e Articker/Phillips.

Il rapporto è nato dall'esigenza di avere una visione più ampia e per comprendere più a fondo i limiti che incontrano l'arte e gli artisti italiani contemporanei nati dopo il 1960 nella diffusione delle proprie opere. Una analisi per certi versi impietosa che ha evidenziato le potenzialità dell'arte italiana e, soprattutto, ciò che non ha finora permesso la sua giusta valorizzazione.



Salvo, 1987, *Fabbrica* olio su tela, 196x133 cm

L'arte italiana è certamente più conosciuta all'estero per il suo passato che per il suo valore contemporaneo ma lavorare solo sul passato porta alla rarefazione dei nostri artisti in asta e alla loro riconoscibilità in generale, alla minore attrattività del mercato artistico nazionale e del suo indotto, a minori volumi d'affari per tutti i componenti della filiera a partire dagli artisti.

Possono colpire i dati che, nelle vendite e nelle presenze in asta e negli eventi internazionali, evidenziano la scarsità di nomi di artisti italiani sui quali si concentra l'attenzione internazionale per cui al di là della imprescindibile qualità artistica del lavoro, un elemento che contribuisce alla visibilità dell'artista è l'esperienza di studio e professionale all'estero, che permette di creare una rete di rapporti internazionali con curatori, gallerie e musei. Ma è soprattutto sulla visibilità mediatica che si riscontra la differenza con i "competitor". Gli artisti italiani rappresentano attualmente il 7% della copertura mediatica globale sull'arte di ogni periodo ma la visibilità cala se ci occupiamo degli artisti nati dopo il 1960 la cui quota non raggiunge il 2% a confronto della forza degli americani, inglesi, cinesi, giapponesi e tedeschi.

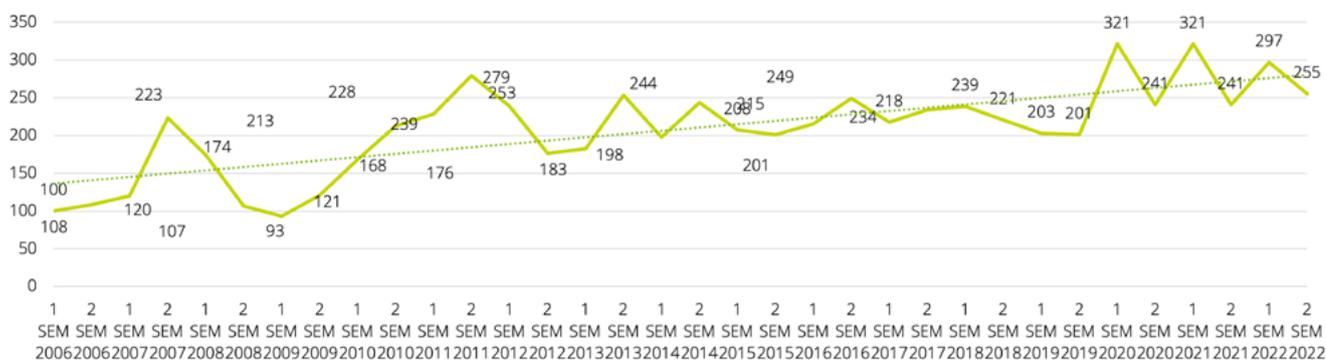
È passato un anno, dicevamo e quanto sopra scritto è stato ampiamente dibattuto. È cambiato qualcosa da allora? In realtà ben poco, al momento, anche se alcuni segnali di risveglio sembrano far capolino all'orizzonte soprattutto sulla possibilità di rendere concorrenziale il nostro paese in termini di fiscalità e di agevolazione del sistema a partire dalla delega in mano al governo.

Rimane però al palo, al momento, quello che è il problema alla base: un reale investimento sulla cultura del contemporaneo che, come in altri paesi, dovrebbe cominciare dalle scuole, dalle università e dalle accademie. Un'opera di divulgazione capillare che, a partire dalle nuove generazioni, sappia investire in quello che è il futuro dell'arte svincolandoci da un passato che per quanto glorioso e attrattivo rischia di diventare un freno a quello che, anche in termini economici, è una grande risorsa inespressa del nostro paese.



Il mercato dei Passion Assets

Il Global Passion Assets Index



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

Grazie alla maggiore liquidità disponibile sul mercato e all'interesse di molti nuovi acquirenti, i Passion Assets hanno continuato ad attrarre interesse diffuso tra vecchi e nuovi buyer, come confermato dalla crescita del **Global Passion Assets Index²⁴**, che dopo un biennio di stasi è tornato a crescere, registrando un +6,0% a/a. Si conferma positiva anche la **variazione di periodo, pari a +155,0%** (sul primo semestre 2006).

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	156	\$ 1.568.671.316,4	\$ 10.055.585,4	18,3%
2021	158	\$ 2.284.316.423,2	\$ 14.457.698,9	14,7%
2022	214	\$ 2.546.594.354,4	\$ 11.899.973,6	14,9%



Cresce il numero delle aste milionarie del segmento, passate da 158 nel 2021 a 214 nel 2022, **seppur senza tornare ai livelli del 2019**. Questa crescita si dimostra tuttavia svincolata dall'aumento del fatturato complessivo, passato **da \$2,3 Mld nel 2021 a oltre \$2,5 Mld nel 2022 (+11,5 a/a)**, con una crescita pari al **+7,0% sul 2019**. Questa dinamica risulta particolarmente positiva alla luce del fatto che, alla fine della redazione del presente paragrafo, si escludono le vendite "online-only", scelta diffusa per molti beni appartenenti alla categoria dei Passion Assets per la più semplice "comprensione" da parte dei buyer, che hanno meno esigenza di prendere visione in presenza del lotto per procedere all'acquisto. Il buono stato di salute del comparto del lusso, confermato dai risultati di tutte le case d'asta internazionali, si evince anche dal mantenimento dei livelli di unsold ben al di sotto di quelli pre-COVID (14,9%⁹⁵).

Alla crescita del mercato dei Passion Assets contribuisce il forte interesse dei nuovi acquirenti, spesso attratti anche dalla varietà dei beni proposti, che anche nel 2022 conferma il continuo dinamismo e sviluppo di questo segmento di collectibles. In risposta alle continue evoluzioni nel gusto dei collezionisti di tutto il mondo e all'abbassamento dell'età media degli acquirenti, anche nel 2022 (soprattutto nelle vendite online) sono stati proposti, tra gli altri, beni provenienti dal mondo dello sport, della musica o della moda, segmento quest'ultimo in cui spicca il mercato delle borse, accessorio di moda per eccellenza. Un successo comprovato dalla scelta di Christie's di inaugurare il proprio **Dipartimento Sneakers, Streetwear & Collectibles**, prevedendo sia aste che private sales come canali di vendita.

Tra le altre vendite "d'eccezione" tenutesi nel corso del 2022, l'asta **The Williamson Pink Star**, dedicata al diamante rosa che ha superato i \$57,7 Mln da **Sotheby's Hong Kong** nel mese di ottobre, registrando il **prezzo più alto di sempre per carato per un diamante di questa tipologia**⁹⁶. Christie's ha invece celebrato insieme a EON Productions il sessantesimo anniversario dei film di James Bond, con 60 lotti venduti in due sessioni, una "live" e una da remoto, ricomprendenti beni di ogni tipo richiamanti i film, tra cui automobili, abiti di scena, o orologi, ma anche poster e altri memorabilia.



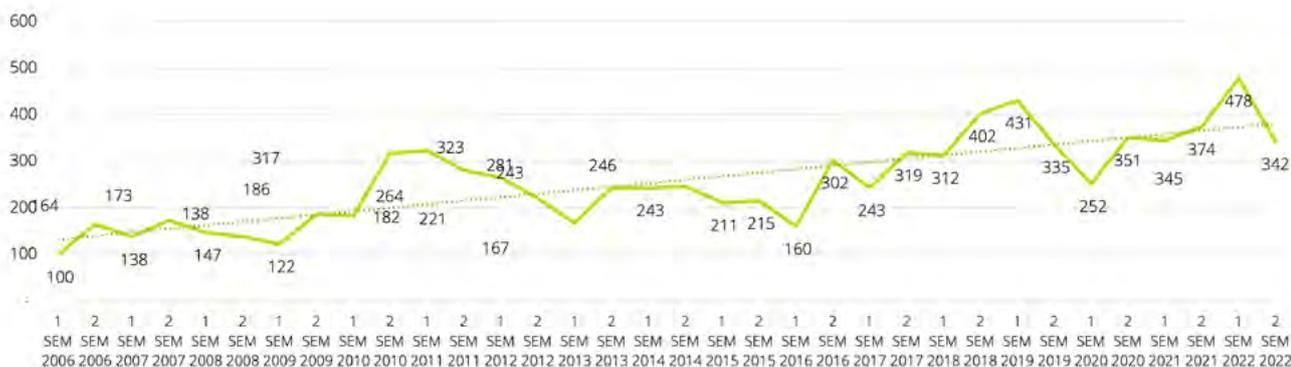
Casi di interesse Borse da record... ma non solo

Negli ultimi anni è esplosa l'interesse all'asta per le borse, che si confermano anche nel 2022 una buona scelta d'investimento, con particolare riferimento a quelle della maison Hermès.

Tra le vendite più interessanti del comparto nel 2022, tuttavia, spicca un'asta dedicata ad una collezione di bauli di Louis Vuitton appartenuti ad un prominente collezionista giapponese. Christie's ha inserito questa rara raccolta nel catalogo delle vendite Handbags and Accessories Spring di Hong Kong, per un valore stimato complessivo di oltre \$430.000. assemblata in oltre due decenni, la collezione esprime il gusto e il meticoloso occhio del collezionista, amico del nipote dello stesso Louis Vuitton⁹⁷. Come accade per le opere d'arte, anche per i Passion Assets l'appartenenza pregressa a personaggi di spicco determina il grande interesse del mercato e risultati da record.



Il Wines & Spirits Index



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

L'anno 2022 si è caratterizzato per un grande ritorno alle aste di vino in presenza, che hanno raggiunto la cifra di 44, più che raddoppiando un 2021 di prevalente vendita online. Si registra tuttavia una minore concentrazione di lotti d'eccezione, spesso rappresentati da bottiglie passate per le mani di grandi collezionisti o noti esperti del settore, che hanno determinato il calo del **Wines & Spirits Index⁹⁸**, che ha concluso il 2022 con una **variazione negativa (-8,4% a/a)**. Restano comunque numerose le vendite virtuali di bottiglie da collezione, che possono aver influito negativamente sulle performance di questo indice. Grazie all'**aumento nel numero delle aste "live" o "ibride"** dedicate al

comparto, **il fatturato complessivo ha registrato una crescita del +97,3% a/a**, nonostante sia lievemente cresciuto il **tasso di unsold**, che da 5,7% del 2021 è passato a 6,2%⁹⁹.

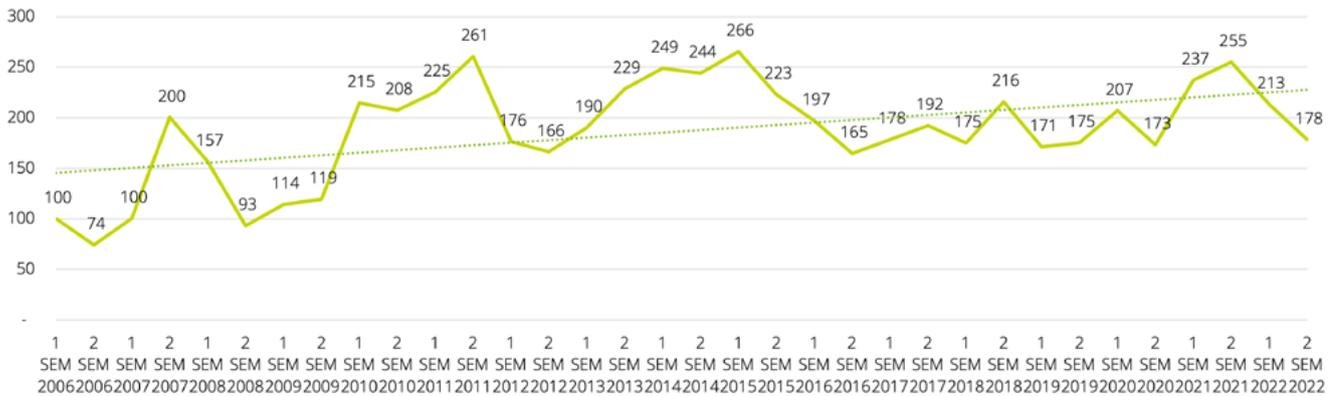
Hong Kong si conferma la piazza di riferimento internazionale per il comparto¹⁰⁰, rappresentando il 49,0% del volume d'affari del 2022, confermando il primato del biennio passato (61,4% nel 2021). Al secondo posto l'Europa, seguita da New York e Londra.

Quello asiatico è il mercato che meglio alimenta le dinamiche di settore e si distingue per essere non solo il più interessante in termini di risultati conseguiti, ma anche il più interessato alla cultura enofila occidentale in generale. Questo porta le case d'asta a studiare con grande attenzione i cataloghi delle aste di Hong Kong, che anche nel 2022 hanno spiccato per eccellenza nella qualità dei lotti offerti, come dimostra la sessione di vendite proposta da Christie's a settembre, comprensiva di rare bottiglie di Whisky giapponese. D'interesse anche la 162esima Hospices de Beaune Wine Auction, tenuta da Sotheby's la terza domenica di novembre, come vuole la tradizione, con ricavato destinato in beneficenza. Molte anche le collezioni all'incanto nel corso dell'anno, tra cui la cantina del miliardario Joseph Lau, che ha raccolto oltre \$15,8 Mln da Christie's in due sessioni di vendita.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	27	\$ 109.895.497,7	\$ 4.070.203,6	8,8%
2021	19	\$ 85.530.978,9	\$ 4.501.630,5	5,7%
2022	44	\$ 168.739.367,0	\$ 3.834.985,6	6,2%



Il Watches & Jewels Index



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

Il 2022 è stato un anno di conferma per il comparto Watches&Jewels, con risultati eccezionali soprattutto ad Hong Kong e Ginevra. Tra le aste milionarie, dominano gli orologi, che cubano circa il 60,0% del fatturato qui considerato. Regina indiscussa delle aste di orologi è Phillips, che per il secondo anno consecutivo ha registrato il 100% di venduto in tutte le aste dedicate al settore, per oltre 3.000 lotti¹⁰¹.

Le molteplici vendite online di lotti di valore medio-basso hanno tuttavia influito negativamente sulle performance del *Watches & Jewels Index*¹⁰² (che si bassa sulle vendite in presenza o "ibride" che realizzano più di \$1 Mln), che ha chiuso il secondo semestre 2022 con una variazione sul secondo semestre 2021 negativa (-30,1% a/a). Si è confermata positiva (+78,0%) la variazione dal primo periodo di osservazione (primo semestre 2006).

Si è registrato un aumento nel fatturato complessivo, passato da \$1,0 Mld a \$1,1 Mld (+1,4%), a fronte tuttavia di un aumento ben più accentuato del numero delle vendite milionarie, passate da 34 a 44, seppur siamo ancora ben distanti dalle quasi 60 aste del periodo pre-COVID. Segnale di una grande offerta caratterizzata tuttavia da minore qualità o dalla parziale aderenza con richieste e gusti del mercato è il forte aumento del livello medio di unsold, passato da 8,1% a 15,3%¹⁰³.

Guardando ai gioielli, tra gli appuntamenti di maggiore successo tenuti nel corso dell'anno, le vendite dedicate a due rarissimi diamanti rosa, tenutesi da Sotheby's e Christie's rispettivamente nel mese di ottobre ad Hong Kong e nel mese di novembre a Ginevra. Sotheby's ha registrato il nuovo record per prezzo per carate, grazie al superamento dei \$57,7 Mln. Permane forte l'interesse per i lotti dei più prestigiosi marchi di gioielleria del mondo, Bulgari, Van Cleef & Arpels o Cartier per citarne alcuni. Nell'industria delle pietre preziose, come nella maggior parte dei mercati del lusso, la rarità di un oggetto è direttamente correlata alla sua desiderabilità.

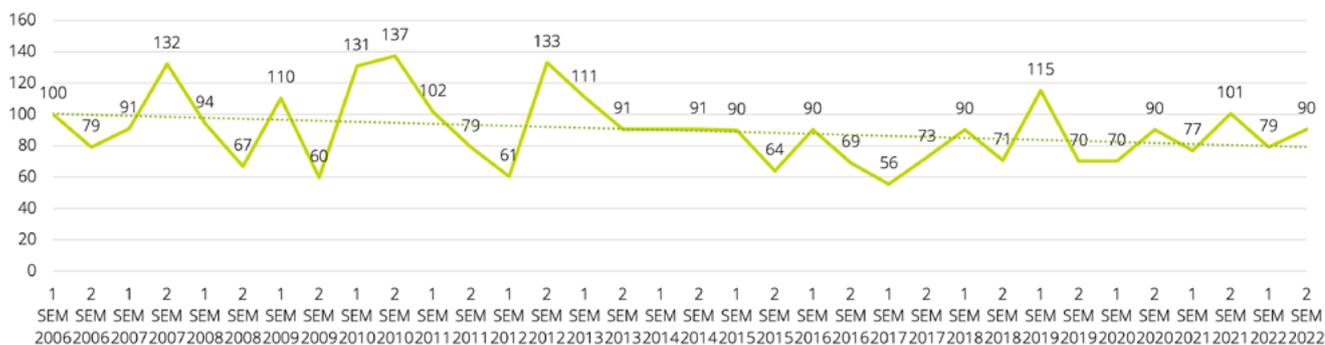
Prosegue la crescita senza precedenti del dipartimento orologi, anche attribuibile alla difficoltà di accedere a pezzi di nuova fabbricazione delle più grandi maison svizzere, tra cui Rolex e Patek Philippe, per i lunghissimi tempi d'attesa (senza certezze di risultato). Top lop della maison più forte del settore, Phillips, è un George Daniels del 1992 che nel mese di novembre ha superato i \$4,0 Mln, eccedendo di oltre 1 milione di dollari il valore di stima, grazie alla propria unicità e ad un valore storico eccezionale.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	35	\$ 741.490.361,0	\$ 21.185.438,9	14,3%
2021	34	\$ 1.077.032.999,7	\$ 31.677.441,2	8,1%
2022	44	\$ 1.092.128.408,9	\$ 24.821.100,2	15,3%



Il Photographs Index

Con il contributo di Valentina Di Ridolfo



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

La fotografia si conferma essere un segmento di grande attrazione non solo per gli appassionati di questo collectible, ma anche per i giovani ed i neo-collezionisti, nonché per chi possiede risorse economiche limitate, presentando prezzi accessibili anche per autori di rilievo. In linea con il grande interesse registrato per altri comparti dei Passion Assets, anche la fotografia ha costituito una modalità per abbellire le proprie case durante la forzata permanenza domestica. Grazie alla possibilità di fruire in modo efficace delle opere fotografiche anche in digitale, il settore della fotografia ha superato la crisi con l'aumento delle aste online, che battono in percentuale (circa 70%) quelle in presenza.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	6	\$ 22.346.548,7	\$ 3.724.424,8	20,9%
2021	8	\$ 27.177.830,9	\$ 3.397.228,9	24,7%
2022	6	\$ 19.316.927,3	\$ 3.219.487,9	23,7%

Proprio a causa della predominanza delle aste virtuali, il **Photographs Index¹⁰⁴** ha concluso il 2022 con una **variazione annua negativa (-10,1%)**, come anche negativa è la **variazione di periodo**, pari al **-10,0%** (dal primo semestre 2006). È parallelamente **diminuito anche il fatturato del comparto come conseguenza della riduzione del numero delle aste live o ibride** che hanno superato il \$1 Mln, passando da \$27,2 Mln nel 2021 a \$19,3 Mln nel 2022, nonostante sia positivo rilevare una **riduzione nel tasso medio di unsold** (da 24,7% del 2021 a 23,7%¹⁰⁵ nel 2022).

Guardando alla performance delle case d'asta, **Phillips si conferma tra le major più solide per il comparto della fotografia**. Tra i top lot, lavori di nomi ormai ben noti al mercato, come Cindy Sherman, Andreas Gursky e Richard Prince; non mancano tuttavia record di artisti più storicizzati, quali Man Ray o Ansel Adams, che dimostrano l'ambivalente interesse dei collezionisti per opere più e meno recenti. Ad Ansel Adams è stata dedicata un'intera vendita da Sotheby's, di lavori provenienti dalla collezione di David H. Arrington che hanno totalizzato quasi \$4,0 Mln, con un unsold pari al 2%. Tra gli highlights della fotografia per Christie's c'è invece l'asta "Photographs from the Richard Gere Collection", svoltasi online alla fine del mese di aprile, con un risultato complessivo di circa \$ 2,5 Mln. È Phillips, tuttavia, a registrare i risultati più alti rispetto alle stime pre-asta, inclusa la fotografia di Richard Avedon dei Beatles, "The Beatles Portfolio: John Lennon, Ringo Starr, George Harrison and Paul McCartney", venduta per quasi \$1,0 Mln nel mese di novembre a Londra.



Salvo, 1997, Dicembre, 30x29,5 cm

Intervista a Denis Curti

Direttore Artistico, Photo Grant

Quali sono i valori e la mission di Deloitte Photo Grant e qual è l'indirizzo della Direzione Artistica?

La fotografia ricopre un ruolo chiave nel raggiungimento di una piena consapevolezza umana. Con essa prendono vita narrazioni di vario genere capaci di inquadrare visivamente l'attualità e le sue tematiche più complesse. Racconti esistenziali espressi sotto forma di immagini, ma anche scenari utopici e dinamiche documentarie si mischiano all'intimità quotidiana delineando un'imprescindibile modalità narrativa in virtù della quale risulta possibile dichiarare la nostra presenza all'interno della collettività. Analogamente, alla base del Photo Grant di Deloitte risiede una consolidata ideologia artistica indirizzata a svolgere una precisa funzione di catalizzatore intellettuale. Una sorta di processo cognitivo necessario a stimolare la critica sociale e incentivare la messa in discussione paradigmatica. Da qui la scelta di inaugurare la prima edizione del premio con una tematica ampiamente evocativa come le "Connessioni". Un invito ad aprirsi all'altro, nonché un'occasione di dialogo per tutti i fotografi volta ad analizzare il mondo iper-connesso di cui siamo gli irreprensibili creatori e che spesso sottende un vertiginoso vuoto rappresentativo. Pertanto l'interpretazione sistematica di una logica delle connessioni - umane, professionali, economiche e ambientali - diventa il prototipo intenzionale di una fotografia 2.0, figlia dell'antropocene e specchio del suo tempo.

Qual è il valore di un premio dedicato alla fotografia, visto l'attuale contesto nazionale e internazionale?

Viviamo in un momento storico caratterizzato da un'inarrestabile affermazione della sfera digitale, avente come risultato un'estrema voracizzazione della realtà. All'atto pratico raccontiamo talmente tante storie da ingolfarne la corretta fruizione. In aggiunta, la sovrapproduzione narrativa degli ultimi anni ha sancito la definitiva crisi del mercato editoriale; le agenzie e i magazine specializzati hanno assunto il ruolo di spettatori, perdendo così la loro tradizionale connotazione di fulcro creativo nel campo della committenza artistica. Contrariamente a questo livellamento tematico il linguaggio fotografico, inteso nella sua totalità sensoriale, è esploso sul fronte percettivo ponendosi quale portavoce di una strepitosa rivoluzione comunicativa. È in questo mare-magnum autoriale che si avverte l'impellente necessità di fare ordine e restituire alle persone il desiderio di vedere fotograficamente. La risposta di Photo Grant verte sull'opportunità di colmare tale divario svolgendo una duplice attività valoriale. Da un lato, attraverso la creazione di una Open Call rivolta ai fotografi sotto i 35 anni di età, vuole sopperire alle criticità imposte dal mercato sostenendo i giovani talenti nella produzione di un nuovissimo corpus lavorativo. Dall'altro, appoggiandosi alle figure dei segnalatori per l'individuazione di progetti intenditi su scala mondiale, mira a scindere definitivamente il medium fotografico dal suo vincolo storico di meccanismo ludico conferendogli una rinnovata centralità. L'unione di questi due binari operativi contestualizza il Photo Grant di Deloitte come il più importante premio dedicato alla fotografia il cui contributo complessivo è pari a €60.000.

Quali feedback avete ricevuto dal settore?

In un ambiente in cui la smisurata produzione di contenuti iconografici tende ad anestetizzare i linguaggi espressivi di molti autori, risulta necessario attuare operazioni abili a risvegliare la collettività e quindi sostenere il medium fotografico con i suoi artisti. Ragion per cui la decisione di promuovere la fotografia contemporanea attraverso un'iniziativa così attentamente articolata è stata accolta da un'interesse palpabile che mi consente di affermare con soddisfazione di aver ricevuto dei feedback estremamente positivi e incoraggianti. Quesiti intellettuali insieme alla voglia di emergere dalla massa, costituiscono la base di una vera e propria community affamata di fotografia e desiderosa di mettersi in gioco. Parallelamente alla nutrita partecipazione, sia all'interno del panorama social che sulla piattaforma web dedicata al Grant, abbiamo riscontrato un elevato quantitativo di interazioni dalle quali deriva il consolidamento di un'importante media-partnership con il colosso digitale dei premi fotografici LensCulture.

Tutto questo moto concettuale denota anche un grande spirito di coesione orientato ad accogliere sotto un unicum progettuale ogni figura del nostro settore, quasi a voler sintetizzare universalmente il potere connettivo delle immagini. Di fatto siamo riusciti a comporre un panel istituzionale caratterizzato da professionalità di altissimo livello. Tra i nomi spiccano giurati del calibro di Brandei Estes (Direttrice dipartimento fotografia Sotheby's Londra), Timothy Persons (Co-fondatore della Helsinki School) e segnalatori come l'artista e curatore Erik Kessels, Matthias Harder (Direttore della Helmut Newton Foundation di Berlino) e Andréa Holzherr (Direttrice delle mostre globali di Magnum Photos), a dimostrazione di una proposta culturale incisiva e lungimirante, costruita su una solidità relazionale capace di estendere su scala internazionale il prestigio del Photo Grant.



Salvo, 1987, Senza titolo, 48x31,5cm, olio su carta intelata



L'Antiquities Index

Con il contributo di Matteo Schivo



Nonostante il perdurare di alcune limitazioni legate alla pandemia globale e l'insorgenza di nuovi elementi di incertezza sui mercati, per lo più derivanti dallo scoppio del conflitto russo-ucraino, **il 2022 ha confermato il trend positivo del mercato dei beni antichi ed elementi decorativi e d'arredo precedenti al XXI secolo**, come riscontrato nella scorsa edizione del report.

Il fatturato totale si è assestato a circa \$747,0 Mln, in crescita (+5,6% a/a) rispetto ai circa \$707,4 Mln del 2021. Il dato, sebbene ancora inferiore ai valori degli anni pre-pandemici, dimostra la crescita del settore, in linea con l'intero comparto dei Passion Asset. Ulteriori elementi positivi da considerare sono la **decrecita del tasso medio di unsold, passato da 21,10% a 20,2%**¹⁰⁶ e l'aumento delle aste live (83) a dimostrazione del graduale ritorno in sala e dell'aumentare di vendite importanti con lotti di elevata qualità e pregio, che incontrano i gusti dei collezionisti.

Dando uno sguardo all'andamento dell'anno, si segnala la vendita all'incanto dedicata all'arte popolare americana della **Collezione di Peter e Barbara Goodman**, tenuta da Christie's a fine gennaio, che ha complessivamente realizzato \$10,9 Mln. Sempre nei primi mesi del 2022, alla fine del mese di marzo, sono stati registrati **ottimi risultati** per una serie di aste di Christie's e Sotheby's dedicate all'**arte asiatica**, che hanno confermato il grande interesse per questa forma d'arte. Il fatturato complessivo si è attestato a \$95,2 Mln, di cui \$31,1 Mln nel corso della sola asta di Christie's dedicata all'arte cinese, guidata da una rara giara in bronzo del IV-III sec. a.C. passata di mano per circa \$2,8 Mln a fronte di una stima massima di \$600.000. Arte cinese protagonista anche nelle quattro aste di Sotheby's Hong Kong del 29 aprile, che hanno realizzato nel complesso \$56,0 Mln. Da segnalare la vendita della collezione del Dr. Wou Kiuan composta da soli due lotti di cui un raro sigillo imperiale della dinastia Qing che è passato di mano per \$19,5 Mln.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	72	\$ 547.836.665,6	\$ 7.608.842,6	23,8%
2021	73	\$ 707.430.086,7	\$ 9.690.823,1	21,1%
2022	83	\$ 747.032.181,9	\$ 9.000.387,7	20,2%



A metà maggio è andata invece in scena a Parigi l'asta di Christie's *Maîtres Anciens* dove il top lot, una pisside incisa in rame dorato raffigurante la Vergine col Bambino realizzata a Limoges nella seconda del XIII sec., è stato venduto a \$1,1 Mln. L'asta, comprendente anche diversi dipinti antichi, ha registrato complessivamente \$8,4 Mln. Nello stesso mese è stata esitata a New York la seconda parte della collezione privata William S. Reese dedicata ai libri antichi di storia naturale e storia americana, venduti per \$7,9 Mln.

Nuovamente protagonista l'arte asiatica il 16 giugno con l'asta di Sotheby's a Parigi, che ha fatturato \$9,5 Mln. Il dato non dimostra solamente l'ottimo stato di salute di questo mercato, ma conferma il **sempre maggiore interesse per d'arte asiatica da parte di collezionisti occidentali**, attratti dalla storia di questi oggetti e dalla possibilità di arredare le proprie dimore con pezzi originali e diversi dagli standard, nonché rappresentanti di culture e mondi lontani. In linea con il calendario del settore, il periodo estivo si è caratterizzato da una riduzione del numero di aste proposte, con una maggiore propensione per quelle online, generalmente caratterizzate da fatturati inferiori. Fra queste si segnala tuttavia la vendita di fine giugno di arte cinese dalla collezione di Sir. Run Run Shaw, il cui ricavato di \$2,8 Mln è stato devoluto in beneficenza. Ottimi risultati anche i libri e manoscritti venduti da Sotheby's a luglio in due sessioni di vendita, una live a New York ed una online, dove complessivamente il fatturato è stato di circa \$ 9,9 Mln.

Abbiamo assistito alla ripresa in termini di numero di aste e volumi di vendita nella seconda metà di settembre, con un'asta di ceramiche cinesi tenutasi da Sotheby's New York, che ha realizzato \$20,7 Mln. Sempre dedicata all'arte cinese la due giorni di Sotheby's Hong Kong dei primi di ottobre, quando la major, attraverso la proposta in vendita di cinque cataloghi distinti, ha realizzato un totale di \$116,9 Mln di cui \$59,8 Mln derivanti solamente dall'asta serale della collezione del defunto Sir. Joseph Hotung. Sempre da Sotheby's, ma presso la sede parigina,

dal 11 al 17 ottobre sono stati proposti in asta attraverso una serie di vendite i beni dello **storico Hotel Lambert, costruito nei primi anni 40 del XVII sec. e progettato per il finanziere Jean-Baptiste Lambert da uno degli architetti preferiti di re Luigi XIV, Louis Le Vau**. I proventi complessivi delle vendite rientranti nel comparto oggetto di analisi sono stati pari a \$71,2 Mln, **devoluti alla Al Thani Collection Foundation**, un'organizzazione no-profit il cui scopo è la promozione delle arti e della cultura¹⁰⁷.

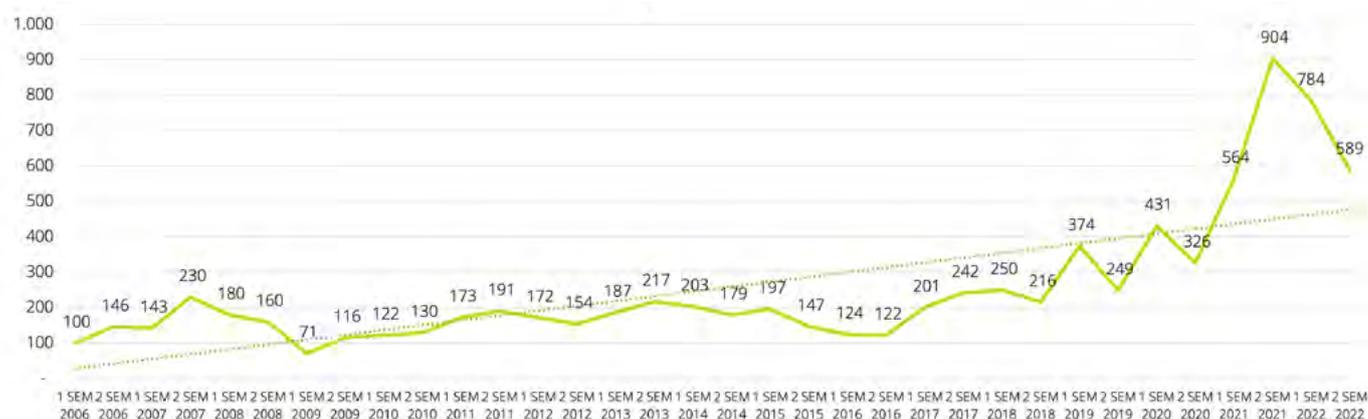
La piazza londinese è stata centro di due importanti aste di Sotheby's e Christie's di **arte islamica e tappeti indiani**, che hanno registrato risultati simili per fatturato, nonostante Christie's abbia proposto un numero superiore di lotti. Top lot un foglio illustrato dell'area persiana del 1530 circa, tratto dalla Shahnameh di Shah Tahmasp ed attribuibile a Mirza 'Ali, aggiudicato a \$8,1 Mln.

Sempre a Londra fra il 7 e 8 dicembre è stata invece esitata in due sessioni la seconda parte della già menzionata collezione Hatung, realizzando \$46,9 Mln di cui \$36,3 Mln durante la sessione serale. Fra i lotti di particolare pregio una scultura in rame raffigurante la divinità induista Parvati del XV-XVI sec., venduta a \$1,2 Mln, ed un grande piatto in ceramica cinese prodotto durante la dinastia Yuan (1279-1368), aggiudicato a \$1,0 Mln.

Per concludere, sul finire dell'anno è da segnalare l'asta online di arte himalayana dalla collezione Richard R. e Magdalena Ernst, che ha complessivamente realizzato \$2,3 Mln a testimonianza dell'ascesa di un crescente interesse dei collezionisti verso forme artistiche legate a popoli e culture remote, come testimoniamo anche da diverse aste dedicate all'arte Africana, Oceanica e delle popolazioni precolombiane, i cui lotti, sebbene caratterizzati da realizzazioni medi ancora inferiori rispetto alle forme d'arte tradizionali, risultano sempre più presenti nelle aste delle major analizzate.



L'Arredi & Design Index



Grazie al contesto favorevole per i Passion Assets generato dalla disponibilità di liquidità e dall'attenzione per gli spazi domestici, nel 2022 il **comparto del design ha proseguito nella sua crescita vigorosa** a livello internazionale, **anche grazie all'avvento in asta di molte collezioni di grande prestigio**, inclusive di lavori firmati dai grandi nomi del design del Novecento, che continuano ad attrarre forte attenzione dal pubblico. **Il design rappresenta uno dei beni più apprezzati dai collezionisti odierni, un "lusso" da concedersi per abbellire gli spazi domestici**, facendo spesso dialogare tali beni con opere d'arte e altri oggetti da collezione.

Tra i più apprezzati, il Design europeo e quello italiano, con particolare attenzione da parte dei collezionisti di tutto il mondo soprattutto alle "serie limitate" e i prototipi¹⁰⁸. I designer si rendono voce di una ricerca innovativa, orientata alla progettazione di beni in grado di coniugare funzionalità, ordine ed estetica.

L'incisività e la pluralità della domanda, la definitiva transizione ai formati d'asta ibridi, l'ingresso di nuovi collezionisti e una diffusa volontà di abbellire le proprie case, avevano portato nel 2021 ad una impennata dell'**Arredi&Design Index**¹⁰⁹, con una variazione annua pari al +177,7% a/a; **la apparente decrescita del -34,1% registrata dall'indice tra il secondo semestre 2021 e 2022, è quindi da leggere più come un assestamento di un mercato che aveva conosciuto un entusiasmo senza precedenti.**

La presenza di collezioni eccezionali, tra cui la Perelman Collection e la collezione di Hubert de Givenchy, hanno favorito la crescita nel numero di aste milionarie, passate da 24 a 37, con un conseguente forte incremento **del fatturato complessivo**, che ha raggiunto i \$519,4 Mln, pari al +34,2% a/a. Il fatturato totale è pari a più del doppio di quanto si registrava prima dell'avvento della pandemia, a dimostrazione del possibile collegamento tra i due fenomeni. L'aumento delle aste ha determinato anche un lieve incremento del tasso di unsold medio (passato da 9,0% a 11,7%¹¹⁰), nonostante si tratti di livelli ancora ben inferiori a quelli della pittura.

Tra gli autori più apprezzati anche nel 2022 sta il duo di artisti François-Xavier e Claude Lalanne, come dimostrato dalla seconda sessione di vendite dedicata alla collezione della figlia Dorothée Lalanne. Nel 2021, la prima parte della vendita della collezione aveva generato 94,3 milioni di dollari, risultato più alto registrato in Francia nel corso dell'anno, mentre la seconda parte della vendita ha portato alla casa d'aste circa \$47,0 Mln. Anche Giacometti, Joris Laarman, Shiro Kuramata, Harry Bertoia, e Ron Arad continuano a dominare nei cataloghi, attraendo anche l'interesse dei più giovani, che spesso si avvicinano al mondo delle aste proprio grazie al comparto del design, apparentemente più "semplice" da comprendere.

Anno	N° Aste	Fatturato Totale	Aggiudicazione Media	Unsold Medio
2020	15	\$ 138.113.493,5	\$ 9.207.566,2	19,3%
2021	24	\$ 387.144.527,0	\$ 16.131.022,0	9,0%
2022	37	\$ 519.377.469,3	\$ 14.037.228,9	11,7%



Salvo, 2000, *A Susa con Norma*, 80x60cm, olio su tela



Il mercato delle Classic Cars nel 2022

A cura di Gianluigi Vignola

Database – Cliff Goodall | Analisi – Paolo Ceccherini

Introduzione

Il mercato delle Classic Car, intendendo con tale termine tutto ciò che ruota attorno alla cultura delle auto da collezione, oltre a seguire le dinamiche tipiche dei beni rifugio, segue anche le tendenze del gusto e del costume. E con il tempo allarga i suoi confini, come è accaduto per le Instant Classic, le Youngtimer giapponesi, le Electro-mod e più di recente le Resto-mod.

Questa sezione del Report è stata sviluppata da ADEMY Ltd (Automotive Data Evaluation Market Yield, impresa Londinese specializzata nei servizi di advisory ed analisi del mercato delle Classic Car), ed è la sintesi dell'ADEMY 2023 Report, indirizzato agli operatori del settore, agli investitori ed ai grandi collezionisti, con lo scopo di fornire una visione oggettiva ed indipendente sull'andamento del mercato in diversi segmenti, per area geografica, per marche e modelli, per periodo di costruzione.

In particolare, in questa edizione del Report che analizza sia gli aspetti storici che tendenziali, è stata registrata la maturità del metodo di acquisto online anche per le Classic Car di fascia medio-alta (Mid Cap), associato alle acquisizioni degli operatori online da parte delle Case d'asta tradizionali.

+75%

volumi di **vendite di Classic Car** nel 2022

+33%

numero di **auto vendute**

+81%

auto aggiudicate per **oltre 1 milione €**

2 mld €

fatturato consolidato alle aste di Classic Car

Contesto Globale

La definizione del mercato "Classic Car" al quale ci riferiamo rappresenta in realtà solo una parte del "Classic Vehicles and Collectibles", perché il giro d'affari complessivo delle aste include tutti gli oggetti di passione del collezionismo veicolare, come le moto e le roulotte e l'Automobilia, quali stemmi, libri, mascotte, insegne auto a pedali, ricambi. Limitando il perimetro di analisi alle auto costruite da oltre 20 anni ed a quelle contemporanee costruite in serie limitata specificamente per i collezionisti (Instant Classic), di norma le vendite all'asta, le uniche tracciabili, rappresentavano solo il 9-10% del mercato, poiché le restanti vengono movimentate dalle vendite private, dai broker e dai commercianti.

Nel 2022 si nota un sensibile aumento sia nel numero delle transazioni che nei volumi d'affari, che farebbe pensare ad un corrispondente aumento della domanda. In realtà, la domanda cresce secondo un trend consolidato, ma l'aumento così consistente può riguardare la **migrazione di parte delle vendite private e di quelle dei commercianti normalmente non tracciabili verso la modalità online che oggi rappresenta il 15-20% dell'intero mercato**. E tale incremento nelle vendite online sarà destinato ad aumentare ancora il prossimo anno, rendendo il mercato sempre più trasparente e liquido, come meglio si conviene ad un asset da investimento.

I cambiamenti in corso sono tanti e, paradossalmente, sono stati anche favoriti da eventi negativi come Covid e inflazione. Le grandi case d'asta internazionali, non solo sono entrate nei nuovi canali digitali cogliendone opportunità economiche, ma hanno anche capito che il loro ruolo può essere più globale, ampliandosi grazie a nuovi servizi, alle vendite private e alla possibilità di diventare "partner finanziari" dei collezionisti, nella vendita e nei restauri. Le case d'aste specializzate in Classic Car sono diventate oggetto di interesse per aziende più grandi, come nel caso di Sotheby's con RM; o per il venture capital, come nel caso di Barrett-Jackson; e alcune si sono orientate alla quotazione in borsa, come nel caso di Hagerty, di cui fa parte la new entry Broad Arrow Auctions.

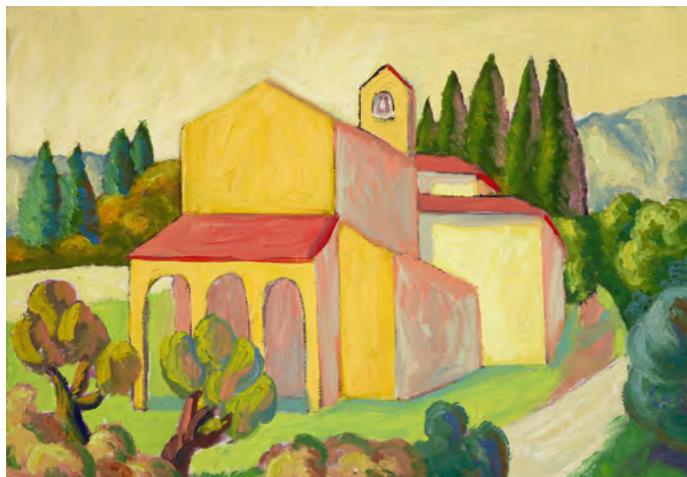
Una quotazione in borsa è un passo non banale perché richiede rigorosa trasparenza: Hagerty, così facendo, ha deciso di diventare una "scatola di vetro", creando le condizioni per attirare collezionisti e investitori che possono fare le proprie scelte sulla base di informazioni chiare e affidabili, contribuendo così alla trasparenza del mercato.

Alla trasformazione della realtà storica rappresentata dalle grandi case d'asta, se ne è affiancata una seconda, impressionante per giro d'affari e per approccio al mercato: quella degli operatori online, che offrono quotidianamente auto di ogni tipo a commissioni sensibilmente più ridotte, grazie al risparmio di tempi e risorse rispetto al magico ma oneroso sistema delle aste in presenza con banditore.

Bring A Trailer (BAT) è il riferimento, con un fatturato 2022 stimato in quasi \$1,0 Mld, e questo basta a dare una dimensione del fenomeno di cui se ne osserva la vivacità alle fiere ed ai saloni tradizionali con la presenza di esperti e abili venditori specializzati, eventi pieni di pubblico e di buoni affari dei quali non è possibile rilevare un giro d'affari, ma stimabile superiore a quelli sopra indicati.

Al mercato fino ad oggi animato dagli appassionati tradizionali, rappresentati da piccoli e medi collezionisti che spesso sono anche partecipi del restauro e della manutenzione, si affiancano oggi i giovani, che rassicurati dal sempre più nitido profilarsi della certezza di carburanti compatibili con la transizione ecologica, aggiungono alle auto classiche messaggi di originalità, di piacere di guida e di opportunità sociali oltre che di potenziale piccolo investimento.

Una certezza in periodi di grande volatilità come quelli che stiamo vivendo è il potenziale d'investimento delle Classic Cars. Gli investitori trovano in modelli storici di provata consistenza sul mercato, o in modelli recenti con minimi chilometraggi, beni rifugio da riproporre quando il vento tornerà a soffiare nel giusto verso.



Salvo, 1981, Senza titolo, 35 x 50 cm, olio su tela



I risultati del mondo delle aste di Classic Cars nel 2022

Il mercato delle Classic Cars nel 2022 ha avuto un rialzo notevole, passando da circa €1,01 Mld a €1,82 Mld, registrando una **crescita di oltre il 75%**.

Altro dato particolarmente significativo è che **il 2% di tutte le auto offerte è stato aggiudicato sopra la soglia del milione di €**. Si tratta di un risultato molto simile a quello dell'anno del record, il 2015, quando toccò il 2,17%.

Guardando ai valori assoluti, il numero di auto aggiudicate oltre quella soglia è salito in modo vigoroso. Per avere un'idea, nel 2022 sono state vendute oltre il 40% di auto in più del 2021, ma il dato relativo a quelle sopra il milione di €, è dell'81% in più.

La forte inflazione in tutti i mercati principali ha contribuito a questi risultati, così come la rivalutazione del dollaro, ma numeri di questa portata non possono essere liquidati come semplice conseguenza di fattori esterni. Basti pensare che, con l'ultima vendita di Pebble Beach (quindi con ancora quattro mesi alla chiusura dell'anno), il numero di lotti oltre il milione \$, aveva già superato il numero di quelli passati di mano durante tutto il 2015. Questi dati così floridi hanno, di conseguenza, sostenuto anche il prezzo medio per vettura aggiudicata, risultato in crescita del 18% (da €110.927 del 2021 a €130.889 nel 2022). In questo clima di euforia è però evidente, soprattutto nelle grandi aste estere, che vi è stato un certo rallentamento dei prezzi nel segmento più alto del mercato, che indica come si sia fortemente ridimensionata la corsa ai record assoluti.

In altri termini, le auto che superano i €10 Mln tendono a mantenere la domanda su prezzi che oscillano attorno ai valori massimi senza, però, stabilire nuovi sensazionali record. Decisamente più vivaci gli altri segmenti spesso stimolati da precisi modelli e marchi o da specifiche categorie, come quello delle Youngtimer.

Ciò che ci si potrebbe domandare, di fronte a questi trend inequivocabilmente positivi, è se ci si possa trovare a ridosso di una "bolla". La risposta è negativa, per almeno tre motivi. La prima è attribuibile alla complessa situazione mondiale, con costi dell'energia e delle materie prime alle stelle, inflazione, transizione energetica e sue conseguenze, a cui si aggiungono gli effetti di una Guerra che tocca fortemente il continente Europeo. Questa situazione ha generato una volatilità dei mercati finanziari che rende le **auto da collezione appetibili come bene rifugio**. La seconda è associata alle vendite on line, con trend fortemente positivi, che potrebbero indurre a pensare che possano avere riflessi negativi sulle Case d'Asta tradizionali. I dati suggeriscono tuttavia il contrario: si tratta anzi di strumenti che amplificano la capacità di successo del mercato, perché **sia**

Grafico: Fatturato aste Classic Car.

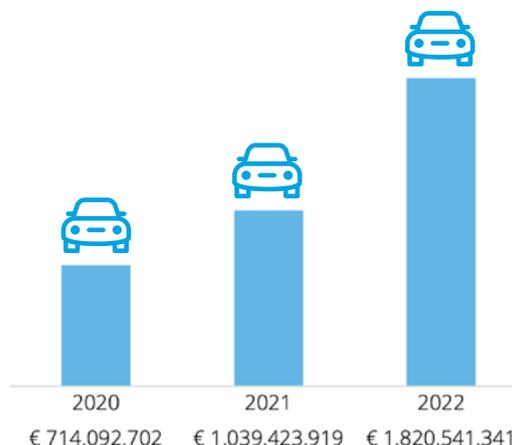
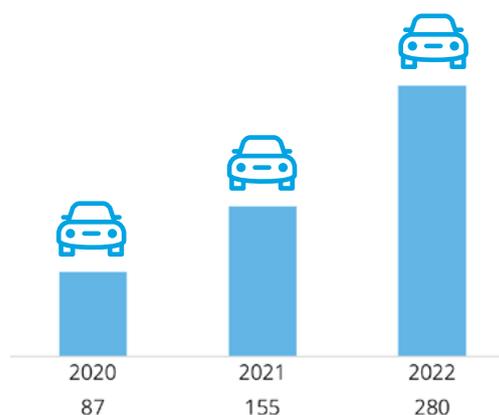


Grafico: Auto aggiudicate per oltre un milione di €.



le vendite online che quelle tradizionali vedono trend di crescita a doppia cifra. Infine, il consolidamento delle grandi case d'asta, fino a scelte che arrivano alla quotazione in Borsa, indica come l'ossatura del mercato si sia consolidata, dando a chi vende e chi compra servizi, garanzie e trasparenza un tempo molto meno certi.

In conclusione, le fluttuazioni continuano a rimanere parte del gioco, e l'analisi globale non indica le opportunità e i rischi legati alle diverse tipologie di vetture, per caratteristiche e anni di produzione. C'è ancora strada da fare e molti commercianti tradizionali, oltre ad essere migrati online stanno utilizzando il marketing non solo per la vendita, ma soprattutto per fidelizzare i clienti, in una sorta di spirito di Club che, certamente, non guasta a questo tipo di attività.

Investment Case Study

A gennaio 2021 si è rivolto ad Ademy un investitore che aveva intenzione di diversificare gli assets del suo patrimonio con le Classic Car, passion asset di uso concreto, che presuppone che nella selezione dell'asset si debba tenere conto di parametri diversi da quelli da considerare per un investimento finanziario: oltre a livello di rischio, liquidità e interesse atteso, sono da considerare l'estetica, fattori storici e culturali, nonché le skill e una location necessarie per la conservazione.

Partendo dall'importo d'investimento per singola vettura di 250-300K€, sono stati concordati gli obiettivi desiderati dell'investimento:

1. **Rivalutazione** > 20%/anno a medio-breve (2-4 anni)
2. **Alta liquidità** > 80%
3. **Basso utilizzo della vettura** (< 1.000 Km/anno)
4. **Marca riconosciuta globalmente**

Fondamentale è stata inoltre la considerazione del gradimento del bene da parte dell'investitore, di cui è stato tracciato il profilo:

Imprenditore della pubblicità, 64 anni, cultura poliedrica e gusto per il bello, skills di guida di vetture di lusso europee contemporanee. Non ha mai posseduto vetture da collezione.

Poiché il gusto di un appassionato di Classic Car si forma sulla base delle auto che hanno impresso la memoria del gusto nell'età compresa tra gli 8 ed i 12 anni, si tratta in linea di massima dei modelli costruiti tra il 1967 ed il 1970. Con tali parametri è stata effettuata la ricerca nel Data Base dei modelli e le considerazioni sul tipo d'investitore hanno portato ad eliminare le auto con passato sportivo, benché molto liquide e ad alto potenziale, considerando con maggiore attenzione le Instant Classic. L'elenco ridotto a 17 modelli è così stato proposto all'investitore, a cui è stato richiesto di riordinarlo in base al suo gusto personale dopo aver visionato una serie di esempi.

Priority	Make	Model	Series	from	to	FIVA Period	Nr. Built	Min
1	Dino	246	GT	1969	1973	Post Classic	2.295	225.000 €
2	Mercedes	SLS	gullwing	2010	2014	Instant Classic	1.837	150.000 €
3	Ferrari	458	Speciale A	2009	2015	Instant Classic	3.000	200.000 €
4	Ferrari	430	16M Scuderia Spider	2008	2009	Instant Classic	499	225.000 €
5	Aston Martin	DB2	Mk3	1957	1959	Instant Classic	552	200.000 €
6	Maserati	Mistral	Spider	1963	1970	Instant Classic	125	250.000 €
7	Ford	GT		2004	2006	Instant Classic	4.038	200.000 €
8	Ferrari	430	Scuderia	2004	2009	Instant Classic	1.200	180.000 €
9	Mc Laren	MP4	12C	2011	2013	Instant Classic	2.000	60.000 €
10	Lamborghini	Countach		1987	1989	Modern	2.049	210.000 €
11	Porsche	911	997 GT3 RS 3.8	2005	2011	Instant Classic	3.527	150.000 €
12	Ferrari	575	Superamerica cabrio	2005	2006	Instant Classic	559	180.000 €
13	Lamborghini	Diablo	S1 VT AWD	1993	1998	Post Modern	2.884	150.000 €
14	Ferrari	360	Challenge stradale	2004	2005	Instant Classic	1.288	140.000 €
15	Alfa Romeo	8C	Competizione	2007	2010	Instant Classic	829	200.000 €
16	Ferrari	512 Testarossa	monospecchio	1984	1992	Modern	7.177	75.000 €
17	BMW	Z8		2000	2003	Instant Classic	5.703	180.000 €



È quindi stata avviata la ricerca dei modelli selezionati in base alla priorità della lista in base alle prime 8 preferite dall'investitore. Sono state visionate oltre 20 esemplari, dei quali sono stati negoziati:

- 2 esemplari di Dino GT in Italia
- 2 esemplari di Mercedes SLS in Italia ed in Germania
- 1 esemplari di Ferrari 458 Speciale in Belgio
- 3 esemplari di Ferrari 430 Scuderia in Italia ed in Francia

Nei primi sei mesi del 2021 i modelli elencati hanno subito forti rialzi, come previsto, ed alcuni modelli hanno ecceduto il limite di investimento previsto. Il 25 Maggio 22 è stata acquistata dopo un check up meccanico una Ferrari 430 Scuderia del 2008 con bassa percorrenza (< 20.000 Km) di colore Nero Daytona, full optional, in condizioni da concorso.

Durante questo periodo, nonostante si sia perso del potenziale rendimento rispetto a quanto preventivato, l'investitore ha maturato una scelta consapevole, di piena soddisfazione su ogni parametro.

Si riporta il trend del modello negli ultimi 15 mesi fino ad Ottobre 2022:



La rivalutazione dell'investimento, tenendo conto del trend 2019-2022 e specificamente nei sei mesi dalla data di acquisto, è del 10,2 %, pari al 17,5% su base annua. Nel calcolo sono stati parametrati i valori in funzione della percorrenza e della qualità degli esemplari venduti in asta: per esempio, il colore può avere impatto sul prezzo di vendita, sia per la rarità di produzione, sia per iconicità di marca e modello percepita dagli acquirenti. Da questo caso, nel quale il processo di selezione ed acquisto ha richiesto oltre 12 mesi, risulta evidente quanto il "time to market" in un mercato che registra variazioni semestrali significative, sia fondamentale per cogliere appieno le potenzialità di un modello in ascesa.

La ricerca approfondita di un esemplare con il migliore rapporto qualità/prezzo disponibile sul mercato può ridurre il potenziale di rivalutazione che si potrebbe raggiungere acquistando rapidamente il migliore esemplare disponibile anche pagando un premio sulla valutazione del momento.

Deve essere anche chiaro che questo caso vuole essere solo un esempio metodologico e NON è più replicabile oggi, in quanto il mercato è cambiato nei 24 mesi dall'inizio del progetto. Oggi, la lista dei modelli con potenziale di rivalutazione sarebbe completamente differente.



ADEMY Automotive Data Evaluation Market Yield

Da oltre quattordici anni **ADEMY** registra nel proprio database le transazioni di tutte le aste in Europa e negli Stati Uniti (ad eccezione delle auto di produzione americana offerte nelle aste USA aggiudicate ad un valore < €100.000). Ad oggi, ADEMY ha catalogato **oltre 175.000 auto** con identificazione univoca per numero di telaio.

La registrazione nel DB comprende le seguenti informazioni:

Marca:	Marca del costruttore
Modello:	Modello di auto
Series:	Serie /Tipo
Descrizione:	Dettagli significativi dell'auto: storia della proprietà, palmares sportivo, Km etc.
Anno:	Anno di costruzione
Telaio:	Numero di telaio completo dell'auto presentata all'asta
Tipo:	Tipo di carrozzeria: ad es. Berlina, Coupé, Cabriolet, Roadster ecc.
Data:	Data dell'asta
Numero asta:	Numero progressivo che identifica univocamente l'asta in cui è stato battuto il lotto
Lotto:	Numero del lotto abbinato all'auto nell'asta.
Stima minima:	Stima minima della casa d'aste
Stima massima:	Stima massima della casa d'aste
Prezzo in LC:	Prezzo di aggiudicazione oppure massima offerta nella valuta locale dell'asta incluse commissioni vendita
Valuta:	Valuta del paese nel quale si è tenuta l'asta
Prezzo in €:	Prezzo di aggiudicazione/massima offerta convertito in €, incluse le commissioni di vendita
CUR / €:	Tasso di cambio €/valuta locale del giorno dell'asta
Variazione:	Differenza percentuale tra il prezzo di vendita e la stima minima
Ris:	Il lotto è con riserva (se presente)

Automotive Data Evaluation Market Yield è una Società con sede a Londra che costituisce una rete di esperti del mercato delle Classic Car in Europa e negli Stati Uniti. Questo mercato che include sia l'Automobilia (accessori e manufatti da collezione relativi alla storia dei veicoli storici) che le Instant Classic (auto da collezione costruite in serie limitata di età inferiore ai venti anni), è complesso ed è un fenomeno globale che da oltre vent'anni consolida un importante segmento degli assets alternativi. Con oltre 40 anni di competenze specifiche dei partners, una rete globale di specialisti delle differenti marche e modelli, unitamente al Data Base proprietario in cloud di oltre 180.000 transazioni d'asta in costante aggiornamento da oltre vent'anni, e con dettaglio fino al numero di telaio, Ademy è il partner ideale per chi intende: investire o disinvestire in questo mercato, conoscerne le dinamiche economiche in tempo reale, avere certezza di originalità e di valore di una collezione, gestirne la successione, determinarne il NAV o più semplicemente certificarne il valore ai fini assicurativi.

Il caso della Collezione Lopresto

La collezione Lopresto è nata nel 1979, quando Corrado Lopresto allora ventenne comprò la sua prima auto, una Fiat Balilla del 1932. Nel corso degli anni, Lopresto ha raccolto circa 200 auto di marche italiane, molte delle quali costruite in un unico modello (prototipi o fuoriserie) e tutte con caratteristiche particolari (esemplari rari, serie speciali, telai numero 1, auto con proprietari famosi).

Le auto della collezione sono rigorosamente italiane, e coprono tutta la storia dell'industria automobilistica italiana, dal 1901 ai giorni nostri. Insieme ai marchi più comuni, sono presenti anche molti nomi dimenticati, come Ansaldo, Diatto, Bianchi, Stanguellini, Isotta Fraschini, Cisitalia, Osca, De Tomaso, Iso Rivolta.

Corrado Lopresto è ad oggi il punto di riferimento universale per la ricerca, la storia e la cultura del design automobilistico italiano. Lopresto vanta infatti anche un ricchissimo repertorio documentario e una grande esperienza e conoscenza della storia automobilistica. L'archivio della Collezione Lopresto comprende tutti i disegni industriali e tecnici di Isotta Fraschini, una ricca raccolta fotografica di Pininfarina, oltre ad altri archivi (Bertone, Nardi, I.De.A, Revelli, Trossi, Tjaarda e altri) e una vasta biblioteca di foto storiche e documenti d'epoca.

Chi siamo: Corrado Lopresto

Architetto e imprenditore milanese, Corrado Lopresto è tra i più famosi collezionisti italiani di auto d'epoca al mondo. Dal 1979 crea una collezione unica di pezzi unici, prototipi e vetture speciali italiane grazie alla sua passione e conoscenza della storia e del design delle automobili italiane che gli ha permesso di scoprire capolavori dimenticati del passato.

È 22 nella classifica mondiale dei collezionisti, e 2 persona più influente nel mondo dei collezionisti secondo Magneto. È editorialista della rivista di auto "Ruote Classiche".

Chi siamo: Duccio Lopresto

Duccio è nato con le auto nel sangue. Ha sviluppato un senso per la bellezza e il design grazie al padre Corrado, seguendolo fin da piccolo a tutti i concorsi d'eleganza in giro per il mondo. Ha lavorato per Lamborghini, RM Sotheby's e Hagerty, prima di entrare a far parte della Management Committee del Classic Car Trust e il board editoriale di The Key. Attualmente è il Business Development Director UK ed EMEA di RM Sotheby's. È inoltre un giudice internazionale nei concorsi di auto (Pebble Beach, Salon Privé, Audrain, Concourse Suisse, India 21 Gun Concours d' Elegance) ed esperto di auto d'epoca.



Salvo, 1988, Notturmo, 53,5x38 cm, olio su carta intelata



Il mercato della numismatica nel 2022

Per il secondo anno consecutivo del presente report viene analizzato il mercato numismatico¹¹¹, che conferma la propria stabilità e crescente attrattività per collezionisti ed investitori.

Nonostante le incertezze legate ad una prima fase del 2022 ancora caratterizzata dagli effetti della pandemia e nonostante lo scoppio del conflitto russo-ucraino che ha portato instabilità a livello socioeconomico su scala globale, il mercato delle monete e degli altri beni numismatici ha dimostrato la propria resilienza con dati non soltanto in linea con quelli del 2021, ma persino in crescita sotto alcuni aspetti.

Il fatturato totale si assesta a \$798,9 Mln, a prima vista in linea con quanto riportato lo scorso anno, ma significativamente in crescita a parità di perimetro delle case d'aste analizzate (+9,78%).

In leggero aumento anche il dato sul tasso di unsold medio pari al 4,47%, per lo più giustificabile dalla crescente offerta sul mercato di pezzi da collezione.

Dato in flessione per quanto riguarda il fatturato medio, che scende a \$2,7 Mln dai \$3,0 Mln del 2021, mentre il fatturato

mediano segna invece un incremento del +5,7% annuo. La ragione di questi valori, apparentemente contrastanti, è data dall'andamento delle aste nel corso del 2022 quando, a fronte di una crescita del settore nel suo complesso con realizzi medi per lotto in crescita, si è altresì assistito ad una riduzione di vendite eccezionali in grado di influenzare la media dei fatturati delle aste analizzate. L'instabilità geopolitica e l'elevata volatilità sui mercati finanziari conseguenti allo scoppio del conflitto in Ucraina hanno infatti spinto i grandi collezionisti a posticipare la messa in vendita delle proprie collezioni nell'attesa di periodi di maggiore stabilità.

Dal punto di vista geografico gli Stati Uniti si confermano il paese di riferimento per il mercato numismatico per numero di vendite e fatturato. Una normativa più "permissiva" e la forte domanda da parte di collezionisti ed investitori locali sono infatti le basi che hanno permesso ad alcune case d'aste statunitensi di diventare leader del settore su scala globale, come Heritage e Stack's Bowers, le prime due case d'asta per fatturato, che nel corso del 2022 hanno complessivamente realizzato \$ 640,4 Mln segnando un +13,0% su base annua.

Tabella: principali KPI del mercato numismatico 2020-2022.

	2022	2021	2020
Fatturato totale	\$798.856.382,79	\$813.176.369,04	\$538.492.793,67
Fatturato medio	\$2.707.987,74	\$3.011.764,33	\$2.481.533,61
Fatturato mediano	\$557.341,00	\$545.893,00	\$440.288,73
Fatturato più elevato per una singola asta	\$67.762.184,00	\$63.388.728,00	\$41.421.426,00
Tasso di invenduto (Unsold)	4,47%	3,68%	5,82%
Realizzo medio	\$3.449,26	\$3.421,25	\$2.796,44
Realizzo media tronca (95%)	\$3.142,54	\$2.801,26	\$2.589,65
N° di aste analizzate	295	270	217
N° di aste con fatturato totale superiore a \$10 Mln	24	25	18

Fonte: rielaborazione propria dei dati forniti dalle case d'asta analizzate.



Guardando nel dettaglio alle aste svolte nel corso del 2022, l'anno è iniziato in grande spolvero con l'asta di monete antiche e moderne organizzata da CNG il 12 gennaio che ha complessivamente fatturato \$ 12,8 Mln. Top lot¹¹² un raro Shekel, coniato a Gerusalemme nel corso degli ultimi 4 mesi della guerra giudaica contro i romani, venduto a \$165.000 più diritti.

Nei giorni immediatamente successivi è andata in scena l'asta FUN US Coins di Heritage, interamente dedicata alla monetazione americana. Il fatturato finale di \$65,4 Mln ed il tasso di vendita del 99,47% (appena 11 lotti invenduti sui 2087 proposti) hanno ulteriormente confermato la salute ed interesse verso questa specifica monetazione con 7 lotti battuti per una cifra superiore al milione di dollari, fra cui uno splendido esemplare di moneta da 10 Dollari del 1795 passato di mano per \$3,4 Mln. Lo stesso esemplare era stato esitato nel 2015 nell'asta congiunta di Stack's Bowers-Sotheby's dedicata alla collezione di D. Brent Pogue, realizzando \$1,1 Mln.

Il 20 gennaio si è conclusa invece l'asta newyorkese di Stack's Bowers dedicata alle monete antiche e moderne mondiali il cui realizzo complessivo è stato pari a \$13,5 Mln.

Nel mese di febbraio si è assistito per lo più ad una notevole concentrazione di aste, spesso online, caratterizzate da fatturati tendenzialmente inferiori al milione di dollari. Eccezione è stata l'asta di monete americane in occasione della Long Beach Expo, tenuta da Heritage fra il 24 e 27 febbraio, il cui realizzo complessivo è stato di \$16,5 Mln.

Il 22 marzo è stata invece esitata la seconda parte della collezione Mark & Lottie Salton di monete e medaglie europee in oro, attraverso una vendita in Germania che ha visto la collaborazione delle case d'aste Stack's Bowers e Künker. L'asta ha avuto un ottimo seguito con il 100% di lotti venduti ed un fatturato complessivo di \$8,3 Mln.

Ottimi risultati sempre da Stack's Bowers grazie alle cinque aste, organizzate fra il 4 e 7 aprile a Costa Mesa (CA), che hanno complessivamente registrato \$36,9 Mln. Fra i cataloghi proposti, il miglior risultato è stato ottenuto dalla collezione Fairmont: 506 monete auree degli Stati Uniti complessivamente vendute per \$13,6 Mln.

Sempre a cura della stessa casa d'asta, la Hong Kong Rarities Night Auction ha confermato l'ottimo stato di salute del mercato asiatico, trainato da una forte richiesta da parte di collezionisti locali interessati ad approfondire il legame con la propria storia attraverso l'acquisto di importanti testimonianze storico-artistiche. Il fatturato totale è stato di \$26,9 Mln, con un tasso di vendita del 98,8% ed un realizzo medio per lotto di \$108.063. Dei lotti proposti in vendita il più pagato è stato una prova di moneta da un Dollaro del 1911 coniato dalla zecca di Tientsin, ad opera dell'incisione italiano Luigi Giorgi. La moneta ha raddoppiato la stima massima venendo aggiudicata a \$3,0 Mln.

Sempre ai primi di maggio è andata in scena la vendita di monete americane e mondiali, suddivisa in due cataloghi, organizzata da Heritage il cui realizzo complessivo si è assestato a \$56,5 Mln. Fra i lotti di maggior successo un esemplare di moneta da 20\$ del 1863 con finitura fondo specchio venduta per \$1,0 Mln ed una sovrana di Giorgio V del 1920, zecca di Sydney, passata di mano per \$552.000.

Ottimi risultati anche per le aste di monete classiche del 30 maggio organizzate da NAC in Svizzera il cui risultato è stato complessivamente di \$22,2 Mln di cui \$2,8 Mln spesi per un raro esemplare di aureo di Bruto coniato per celebrare le Idi di Marzo¹¹³. A partire dal mese di giugno si è assistito ad una parziale riduzione nel numero di aste svolte, con maggiore concentrazione di aste online o caratterizzate comunque da fatturati più contenuti.

Tabella: aste di numismatica per fascia di fatturato, 2020-2022.

% delle aste analizzate per fascia di fatturato (\$)	2022	2021	2020
0 - 200.000	16,61%	20,82%	17,05%
200.000 - 500.000	28,81%	24,91%	30,41%
500.000 - 1 Mln	25,76%	20,45%	17,05%
1 - 2,5 Mln	9,15%	12,27%	11,06%
2,5 - 5 Mln	6,44%	6,69%	10,60%
5 - 10 Mln	5,08%	5,58%	5,53%
10 - 30 Mln	7,12%	7,81%	7,83%
> 30 Mln	1,02%	1,49%	0,46%

Fonte: rielaborazione propria dei dati forniti dalle case d'asta analizzate.



Eccezione è stata la Summer FUN US Coins Auction organizzata da Heritage il 17 di luglio il cui fatturato totale è stato di \$17,9 Mln.

La ripresa ad aste in presenza caratterizzate da un elevato numero di monete di pregio si è assistita verso la fine di agosto con una serie di aste organizzate da Heritage e Stack's Bowers che nel complesso hanno fatturato \$136,7 Mln fra il 25 di agosto ed il 1° di settembre. Regina fra le aste la vendita dedicata alla monetazione statunitense di Heritage che registrato un fatturato di \$67,8 Mln: valore più elevato per il 2022. Top lot una moneta da 20 dollari del 1927 coniata a Denver il cui risultato finale è stato di \$4,4 Mln. Sempre da Heritage è stata esitata nel mese di settembre la prima parte della collezione Harry W. Bass Jr. Core di monete americane, i cui risultati sono stati eccellenti, con 39 lotti aggiudicati ad una cifra superiore ai \$100.000 fra cui un 5 dollari del 1821 fondo specchio, che è stato venduto per \$4,6 Mln. Nel complesso l'asta ha fatturato \$20,5 Mln e registrato il 100% di lotti venduti.

A metà ottobre l'attenzione si è spostata invece a Montecarlo con l'asta di monete classiche e moderne organizzata dalla casa MDC, il cui ricavato finale è stato di \$12,7 Mln. Ottimi risultati per le monete moderne della Gran Bretagna con una rara variante della prova della celebre "Una and the lion" del 1839, due soli esemplari conosciuti, venduta per una cifra di poco superiore ai 900 mila dollari.

Sul finire dell'anno si segnalano invece le vendite di Heritage, una dedicata prevalentemente alle monete e banconote cinese, tenuta ad Hong Kong, che ha realizzato complessivamente \$8,0 Mln e l'altra, svoltasi nella sede texana della ditta, di monete americane il cui fatturato è stato di \$11,9 Mln.

I dati dei primi mesi del 2023 sembrano confermare la stabilità del mercato numismatico caratterizzato da una forte richiesta per i pezzi di pregio per rarità e conservazione; tuttavia, il perdurare dei contrasti a livello geo-politico e l'accentuarsi della volatilità sui mercati finanziari rappresentano elementi aggiuntivi di incertezza che potrebbero influenzare l'andamento futuro del mercato in entrambe le direzioni.



Salvo, 1982, Ottobre, 19x25 cm, olio su tavola

Conclusioni e possibili outlook per il futuro

Fireworks and opacity: queste le due parole per sintetizzare il 2022. Un anno caratterizzato da risultati record da un lato, ma che in chiusura ha lasciato una scia di forte opacità per l'immediato futuro, a causa delle complessità economiche, sociali e geopolitiche che potrebbero determinare un peggioramento del contesto internazionale.

Il 2022 entrerà comunque a pieno titolo tra gli anni migliori per l'arte e i beni da collezione, che hanno registrato un ulteriore ampliamento di orizzonti, sia in termini di buyers, sia in termini di tipologia di lotti offerti. Si è così dato seguito ad un 2021 che era stato già in forte ripresa, con operatori in grado di beneficiare degli sforzi dispiegati per reagire alla crisi innescata dalla pandemia.

Nel 2022, il perfezionamento delle **strategie ibride e digitali avviate nell'immediato post Covid da un lato ed il rafforzamento della presenza geografica nei mercati emergenti** con il rafforzamento delle partnership in essere, nonché il ritorno alla piena normalità nei mercati più maturi dall'altro lato, hanno favorito il raggiungimento di risultati record.

Con riferimento alle aste oggetto di analisi¹⁴, svoltesi sia in digitale che in presenza, **il fatturato complessivo ha conosciuto una crescita del +12,0% rispetto al 2021.**

Sul risultato eccezionale, hanno un peso determinante alcuni elementi non ricorrenti, quali i sensazionali risultati di alcune **single owner collection**, tra cui spicca quella di Paul G. Allen (\$1,6 miliardi) e che hanno garantito la disponibilità sul mercato di opere di qualità museale, attirando l'interesse di buyer ed appassionati di tutto il mondo. Se negli anni passati avevamo assistito ad una costante crescita dei risultati dell'arte contemporanea, queste collezioni hanno invece determinato un'impennata nelle performance dell'arte moderna ed impressionista.

L'arte contemporanea si è invece caratterizzata per un crescente interesse verso il segmento dell'arte ultra-contemporanea, rappresentato da artisti giovanissimi, accomunati da una pittura figurativa molto colorata e di richiamo sui social. Questo interesse è anche figlio della **crescente presenza di Millennial e giovani acquirenti al mercato delle aste**, portando nuove esigenze, nuove abitudini d'acquisto e, al contempo, costituendo un **nuovo potenziale target da fidelizzare. A livello internazionale, la domanda è infatti stata trainata dai nuovi acquirenti, che sono anche sempre più giovani**, come dimostrano le statistiche delle major. Questi nuovi giovani collezionisti mostrano molta attenzione ai temi di diversità e inclusione, sempre più presenti nelle proposte dell'offerta internazionale, sia di carattere mercantile, che museale.

I maggiori player internazionali consolidano la loro presenza internazionale, in modo diretto o mediato da partnership con dealer locali, con particolare riferimento all'Asia, un continente che ha vissuto grandi cambiamenti nel corso dell'anno. Se il 2021 era stato un anno di grande successo per il mercato di Hong Kong, che aveva di fatto trainato la ripresa del settore grazie al dinamismo dei collezionisti asiatici, **nel 2022, le principali aste di Hong Kong hanno visto un (temporaneo) raffreddamento nelle performance** rispetto all'anno precedente, anche a seguito delle pesanti limitazioni alla mobilità imposte dal governo cinese. Altre città asiatiche hanno tuttavia iniziato ad emergere come **possibili nuovi centri nevralgici alternativi e/o sinergici tra cui Singapore, Shanghai e Seoul**, grazie soprattutto alla presenza di giovani collezionisti ricchi, curiosi di esplorare più settori di beni da collezione e piuttosto propensi al rischio. Guardando ad Occidente, New York rimane la capitale indiscussa del mercato dell'arte, mentre **Parigi continua a prendere forza**, come anche già previsto e indicato nelle precedenti edizioni del Report.



Oggetto del desiderio di molti nuovi collezionisti, giovani, arricchiti dallo scoppio della economia digitale e caratterizzati da un diverso gusto e interesse su elementi iconici, si confermano essere i Passion Assets (borse, sneaker, orologi e vini), meno impegnativi da un punto di vista economico e più funzionali in tema di rappresentatività sociale. Questo spiega l'esplosione (in termini di numerosità) di aste dedicate a questi nuovi beni da collezione, anche se, in termini assoluti, il segmento più esclusivo dei Passion assets rimane il Jewels&Watches. Nel 2002 il top lot nel comparto dei Passion Assets è ancora stato un **diamante: il Williamson Pink Star**, venduto a ottobre da Sotheby's Hong Kong per \$57,8 Mln, mentre **Phillips continua a brillare per il comparto orologi**, che ha registrato il tutto venduto per il secondo anno consecutivo. Anche **Christie's continua nel rafforzamento del brand nel settore dei Passion Assets**, come dimostra la scelta di creare il nuovo dipartimento "Sneakers, Streetwear & Collectibles"¹¹⁵.

La scelta di investire **in nuovi segmenti d'attività, già paventata negli ultimi anni, proseguirà anche nel futuro.** Nel 2022, ad esempio, segnaliamo le più importanti soluzioni adottate dalle majors, tra cui l'avvio della **piattaforma Artist's Choice, lanciata da Sotheby's con l'obiettivo di offrire un nuovo strumento di vendita ad artisti e gallerie d'arte**¹¹⁶. O ancora, **Phillips**, che ha lanciato a gennaio 2022 una branch per servizi fiduciari¹¹⁷, e Christie's¹¹⁸, che ha lanciato **Christie's Ventures**, un fondo di investimenti che fornirà risorse finanziarie e supporto di esperti ad organizzazioni operanti nel settore tecnologico e Fintech, per l'elaborazione di soluzioni rilevanti nel mercato dell'arte.

Al pari dell'indebolimento delle criptovalute, collassate nel 2022 in coincidenza con l'adozione di severissime politiche monetarie adottate a livello internazionale per fronteggiare l'inflazione, **gli NFT hanno conosciuto una battuta d'arresto nel 2022**, aprendo ad una possibile fase di normalizzazione di una tendenza che ha affascinato molti *new comer* nel 2021. Il rapporto tra criptovalute e banche centrali rimarrà controverso anche nel prossimo futuro e in un'economia globale ancora stravolta dall'inflazione, è difficile pensare a un immediato rimbalzo delle numerose attività, (tra cui anche la crypto arte), che traevano linfa dal successo delle valute digitali.

Le **fiere d'arte**, invece, si sono **riconfermate i centri nevralgici del mercato**, visitate da migliaia di persone, essendo state rimosse le restrizioni che avevano impedito a molti collezionisti di viaggiare a livello globale.

Tra i trend in costante consolidamento negli ultimi anni, la crescente attenzione del **sistema dell'arte nei confronti della sostenibilità, con numerose iniziative e strategie in materia ambientale e di corporate social responsibility.** Rimane inoltre indiscusso l'impegno delle major nella realizzazione di aste di beneficenza, al fine di contribuire all'attività di organizzazioni nonprofit attive sia su tematiche ambientali, che sociali, con particolare riferimento, queste ultime, al **supporto all'Ucraina.**

Il tema della guerra e delle sue principali conseguenze, tra cui la **dinamica inflattiva** fuori controllo, rimangono anche per il 2023 gli elementi di maggior criticità sia sull'andamento delle economie internazionali, sia sul sistema arte.

La situazione di incertezza ha di fatto interessato tutto il 2022, con una dinamica violenta che si è palesata immediatamente sui mercati regolamentati, con particolare enfasi sui mercati finanziari e quelli delle commodities e via via ha contagiato anche i mercati dell'economia reale.

Questi elementi, uniti allo spettro della recessione, che si sta sempre più consolidando, hanno già iniziato ad affiorare nelle ultime aste del mercato dell'arte 2022, i cui esiti sono risultati fortemente raffreddati, come pure hanno già influenzato anche il clima nelle fiere di chiusura dell'anno. Si assiste dunque



Salvo, 1979, Senza titolo, 30x40 cm, olio su tavola



al rischio che si stia replicando quanto già successo in passati periodi di crisi economica globale, come quella del biennio 2008-2009, quando il mondo dell'arte aveva inizialmente resistito allo scoppio della bolla speculativa che aveva messo in ginocchio le principali borse mondiali, per poi registrare un clamoroso tonfo a partire dal 2010.

È logico pensare che la magnitudo di tale impatto sul mercato dell'arte sia, (eventualmente), proporzionale all'impatto che si registrerà sull'economia reale a livello globale, anche se, rispetto alla crisi del mercato degli incanti del 2010, ci sono molti elementi che potrebbero attutire il contraccolpo.

Il mercato dell'arte, da allora, è infatti notevolmente cresciuto sia per volumi e sia per tipologia di acquirenti, riducendo le possibilità di selvagge speculazioni *tout court*. Tuttavia, qualsiasi mercato è costituito prevalentemente dal clima di fiducia dei suoi partecipanti e la **disponibilità di opere di qualità in vendita sarà la prima cartina di tornasole per le performance del mercato dei prossimi mesi.**

Una eventuale reticenza a vendere da parte dei collezionisti in possesso di opere *outstanding*, in attesa di tempi più propizi, potrebbe scatenare in tempi brevi "l'effetto valanga", già noto in questo mercato e con effetti molto penalizzanti per il futuro.



Il primo semestre del 2023 è quindi determinante per **comprendere se il raffreddamento registrato nelle ultime aste dell'anno sia campanello d'allarme di una imminente crisi di fiducia, o se sia piuttosto il fisiologico assestamento di un periodo di forte spinta del settore.**

I risultati delle prime aste dell'anno appaiono in chiaroscuro e non consentono di fare previsioni più accurate. A gennaio, le vendite di Old Masters hanno beneficiato delle opere messe in consegna nel corso del 2022, con risultati ancora eccezionali per autori del calibro di Peter Paul Rubens (\$26,9 Mln contro una stima di \$25,0 Mln), Goya, Bronzino. Le vendite di arte moderna e contemporanea di inizio marzo, la prima vera prova del mercato dell'arte per il 2023, hanno invece risentito degli effetti di una progressiva riduzione di opere di qualità sul mercato, presentando un numero minore di lotti a catalogo e registrando una conseguente riduzione del fatturato medio, a cui si aggiunge il diffuso uso di garanzie per i lotti di maggiore qualità.

Altri eventi stanno contribuendo a rendere il panorama internazionale ancora più complesso. In primis, la crisi del sistema bancario con il fallimento della **Silicon Valley Bank** e i casi di Credit Suisse e la speculazione sul titolo Deutsche Bank, a testimonianza del grande nervosismo che ancora si vive sui mercati finanziari.

Il perdurare di questa situazione economica così complessa, sia per le note tensioni geo-politiche, sia per la persistente tenuta dell'inflazione, sia per i sempre più fondati timori di recessione globale e, non da ultimo, anche per la crisi bancaria in atto potrebbe presto determinare un livello di prudenza, o addirittura rinvio di decisioni di compravendita nel mercato dell'arte, come accaduto nel passato, dopo una fase di iniziale euforia alle prime avvisaglie di recessione mondiale.

Un punto interrogativo ci porta quindi a concludere anche questa edizione del Report, confermando la difficoltà ad elaborare previsioni sul futuro del mercato dell'arte. Nonostante le dinamiche positive innescate dalla pandemia, quali l'attenzione alla sostenibilità e alla corporate social responsibility, o lo sviluppo del digitale e di inedite partnership, tutto dipenderà dalla capacità degli operatori di trovare numerose opere di qualità da mettere a catalogo, che incontrino il gusto dei collezionisti più attrezzati a fronteggiare una crisi economica internazionale. Collezionisti che infatti potranno essere più o meno reticenti all'acquisto e alla vendita, in relazione al contesto contingente.

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



Fuori dall'Hype: evoluzione e nuove prospettive del mercato NFT

A cura di Marco Mione,
Emanuele Guzzoni e
Francesco Cirica

*Si ringraziano Fabio Lucidi e Silvio Caputo per il prezioso
lavoro di supporto alla stesura dell'articolo*



Introduzione

Non-fungible Token o NFT è stato tra i termini che hanno conosciuto maggiore popolarità durante il 2021; in quell'anno, la fase di forte rialzo dei prezzi attraversata dal mercato crypto contribuì alla crescita esponenziale dell'interesse e della popolarità di questi asset digitali attirando anche l'attenzione dei collezionisti d'arte, al punto da spingere Christie's a lanciare una propria piattaforma dedicata agli NFT. Nel corso del 2022, invece, le mutate condizioni del mercato delle criptovalute e del mercato in generale hanno spinto il mondo NFT fuori dall'Hype che ha caratterizzato l'anno precedente, portandolo verso una fase più matura, da cui emergono sia il potenziale dello strumento per il mercato dell'arte, sia alcune sfide legate alle caratteristiche specifiche degli NFT.

I Non-Fungible Tokens sono certificati di proprietà digitali basati su blockchain. Si tratta di particolari tipi di asset digitali dotati di codici di identificazione e metadata che li rendono diversi da qualsiasi altro asset, rendendo dunque un NFT un oggetto digitale unico e non replicabile. I metadata che possono essere inclusi in un NFT possono essere di vario tipo, tra cui immagini o filmati (o collegamenti ad essi), rendendo estremamente facile l'utilizzo di questi token come certificati di proprietà dell'immagine o del filmato collegato (che sono poi la vera opera d'arte digitale).

Di fatto, trattandosi di opere d'arte digitali, queste sono sempre copiabili. Il valore dell'NFT che, invece, non è copiabile, non è pertanto nell'opera collegata, ma nella certificazione di proprietà di quella copia dell'opera, rilasciata in unico esemplare (o multipli ridotti). Come paragone possiamo pensare ad una fabbrica che realizza copie di un'opera d'arte partendo da uno stampo d'artista. Le copie autografate dall'artista (ovvero quelle accompagnate da un NFT) hanno un valore, tutte le altre copie realizzate dal laboratorio ad insaputa dell'artista e non firmate da lui (ovvero senza NFT), non hanno altro valore al di là di quello del supporto su cui sono realizzate.



Acquistando un NFT si possono acquisire una vasta serie di diritti, le cui caratteristiche dipendono di fatto dalla licenza che accompagna l’NFT. Tra i diritti più comuni acquisiti comprando un NFT troviamo:

- Il semplice certificato di autenticità
- Il diritto di esporre l’opera in esclusiva
- La proprietà intellettuale dell’opera
- Il diritto di sfruttare commercialmente l’opera senza però averne la proprietà intellettuale
- Il diritto di prelazione sull’acquisto di nuovi NFT creati dall’artista o da un gruppo a lui associato
- Il diritto di accedere a contenuti o eventi esclusivi

Un’altra caratteristica peculiare degli NFT d’arte è che spesso incorporano un sistema di royalties che permette al creatore di ricevere in modo automatico un corrispettivo percentuale su tutte le future vendite dell’NFT, potenzialmente per sempre. Questo permette da un lato ai fan e ai collezionisti di supportare direttamente i loro artisti preferiti, e dall’altro di assicurare una fonte di proventi ai creatori.

La dinamica di community e del supporto agli artisti è un tema molto sentito nel mondo dei collezionisti di NFT, che ha decretato il successo e il fallimento di alcune iniziative molto più del brand ad esse collegato. Un esempio di questo è il caso Porsche che tratteremo nel seguito.

Il mercato NFT nel 2022: l’inverno è arrivato?

Secondo i dati del sito specializzato Cryptoslam.io, il mercato NFT ha raggiunto un volume di vendite complessivo pari a 47,8 miliardi di dollari con 8,9 milioni di buyer e 142 milioni di transazioni a livello globale. Si tratta di numeri in crescita costante ma, nel corso del 2022, il mercato ha attraversato diversi cambiamenti sia a livello di categorie finanziate, sia a livello di volumi scambiati.

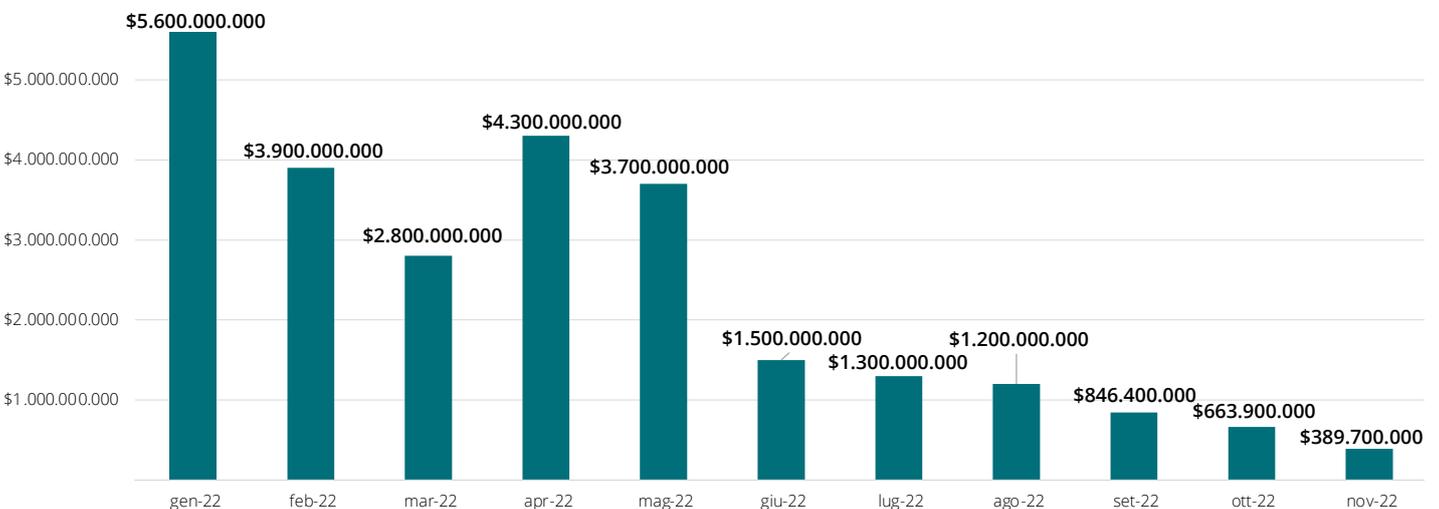
Se all’inizio del 2021 i finanziamenti erano trainati dal settore della digital art nelle sue varie declinazioni (opere d’arte digitali, collectibles, immagini profilo) e dai vari marketplace collegati come OpenSea, a partire dalla metà del 2021 e per tutto il 2022 il mercato è stato caratterizzato dall’esplosione del settore gaming, che ha raccolto la maggior parte dei finanziamenti.

Gli NFT legati al Gaming hanno raccolto 8.3 miliardi di dollari di investimenti nel 2022, una cifra record per una categoria di NFT in un anno solare. Nel 2021, i finanziamenti a questa categoria erano stati di “soli” 5 miliardi di dollari.

A livello globale, i settori NFT legati ad Art e Collectibles hanno raccolto rispettivamente 147 milioni di dollari e 872 milioni di dollari nel 2022.

Il mercato NFT nel 2022 ha risentito della generale contrazione dell’economia e, in particolare, della crisi del mercato delle criptovalute seguita al fallimento di FTX, uno dei maggiori exchange di criptovalute mondiali, il cui crollo ha generato il panico sui mercati e portato ad un “contagio” che ha trascinato verso il basso il valore dell’intero mercato.

Grafico: Volume totale di transazioni NFT su Ethereum.



Fonte: The Block Research

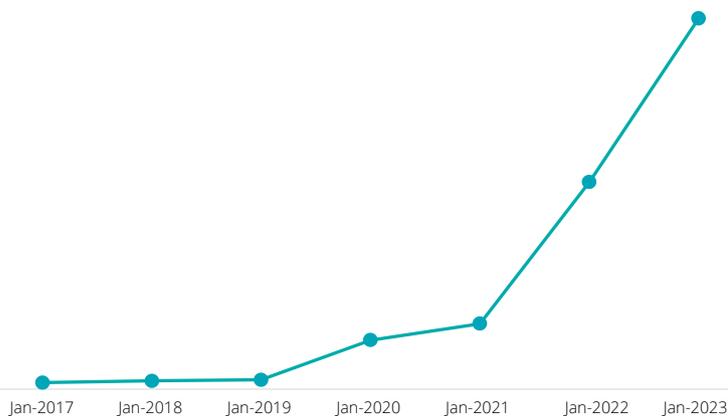


Questo si riflette sul volume di NFT scambiati durante il 2022. Se a gennaio il volume scambiato sulla piattaforma Ethereum raggiungeva la cifra record di 5,6 milioni di dollari con una crescita del 33%, a giugno i volumi sono crollati del 60,1% rispetto al mese precedente e hanno continuato a declinare fino alla fine dell'anno mentre il numero di transazioni giornaliere è crollato dell'82,2%.

Se il secondo trimestre ha registrato un calo di circa il 25% rispetto al primo trimestre, si evidenzia che il calo è stato più marcato nel terzo trimestre con una flessione di oltre il 75% del volume scambiato. Per la prima volta in assoluto, il trading NFT ha registrato una perdita trimestrale, con poco più di 450 milioni di dollari di perdite totali.

Anche il segmento della Crypto Art sta vivendo un certo calo sotto tutti gli aspetti, ma sta andando bene rispetto al mercato in generale. Il numero di collezionisti che hanno acquistato o venduto un'opera d'arte si è dimezzato, mentre il volume degli scambi è diminuito del 38%.

Grafico: La crescita dei wallet contenenti NFT dal 2017 ad oggi.

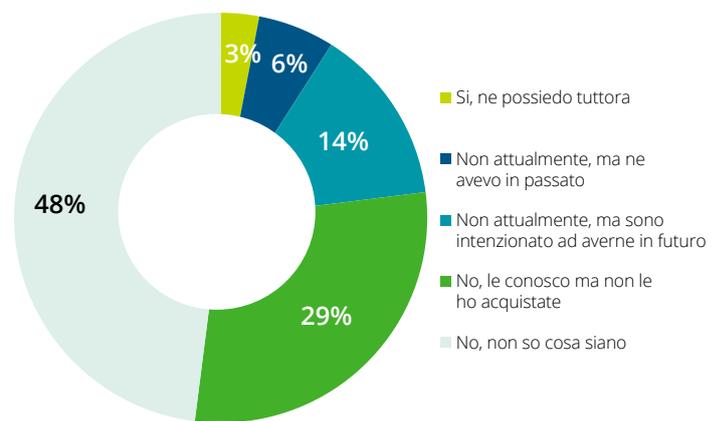


Fonte: Dune.com

Questo è dovuto a diversi fattori. Da una parte la contrazione del mercato dovuta al "crypto winter", dall'altra, il calo del prezzo degli ETHER (la valuta di scambio sulla blockchain Ethereum) è diminuita del 57% trascinando con sé anche il prezzo degli asset. Inoltre, il calo della circolazione nel mercato secondario – dove gli NFT vengono scambiati successivamente alla loro creazione e dove si realizzano la maggior parte delle vendite – passato dal 70% del valore totale delle vendite nel Q1 2022 al 46% del Q3 2022 a causa del deprezzamento degli asset e, quindi, dei potenziali utili dei venditori, ha contribuito al rallentamento del mercato.

Questa fotografia del mercato potrebbe portare ad immaginare una fine del fenomeno NFT, specialmente quando confrontata con i volumi del 2021. Tuttavia, il sentiment del mercato è che il fenomeno NFT abbia solamente rallentato il proprio sviluppo, in attesa che le condizioni del mercato crypto migliorino per tornare a crescere. Al di là degli indicatori orientati al trading, infatti, è interessante notare come la dimensione della community sia cambiata relativamente poco, con un calo medio del 17% nel numero di portafogli attivi. Allo stesso modo, il volume delle vendite si è stabilizzato leggermente al di sopra dei 10 milioni di scambi per trimestre e il numero di venditori e compratori unici è calato molto meno rispetto al valore degli scambi. Infine, un'analisi del Politecnico di Milano ha mostrato come, dal 2017 al 2022, i wallet che possiedono NFT siano cresciuti in maniera costante ed esponenziale.

Grafico: Consumatori italiani che possiedono o hanno posseduto NFT (%)



Fonte: Politecnico di Milano

Anche il mercato italiano dimostra una sempre maggiore dimestichezza con gli NFT. Secondo un'indagine condotta da Ipsos e Politecnico di Milano, il 9% dei consumatori italiani possiede o ha posseduto NFT, mentre il 14% si dichiara interessato ad acquistarli in futuro. Tra gli NFT posseduti dai consumatori italiani, la categoria più acquistata è quella degli NFT artistici, posseduti dal 27% dei proprietari di NFT, seguita da immagini di profilo e collectibles.

Possiamo dunque affermare che il mercato NFT possa contare su una base di utenti solida e costante e che il mercato intero tornerà a crescere non appena le condizioni esterne saranno migliori. Quando lo farà, si ritroverà ad affrontare nuove sfide e nuove opportunità, derivanti anche dall'ultimo anno di crisi.



Il problema delle royalties e la remunerazione dei creatori di NFT

Il peggioramento delle condizioni del mercato e la fortissima competitività del settore hanno generato una competizione feroce tra i maggiori marketplace di NFT. Diversi nuovi marketplace nati nel corso del 2022 hanno tentato di intaccare la posizione dominante del principale marketplace di NFT, OpenSea, offrendo un modello che riduce a zero le commissioni dovute dai compratori alle piattaforme per abbassare i prezzi e diventare ancora più competitive. Altre piattaforme hanno spinto queste pratiche aggressive ancora oltre, aggirando il meccanismo di pagamento delle royalties dovute ai creator di NFT, per rendere i propri prezzi ancora più competitivi.

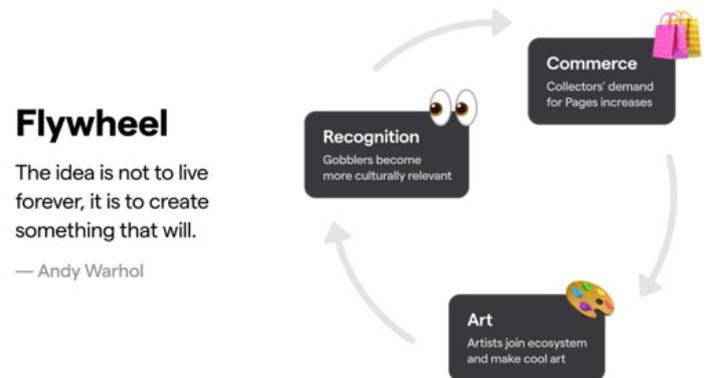
A causa della difficoltà di integrare il meccanismo delle royalties all'interno degli smart contract, piattaforme come SudoAMM hanno creato meccanismi di vendita che bypassano le royalties dovute ai creator o le rendono semplicemente opzionali, creando un potenziale segnale d'allarme per molti creatori di arte digitale che vedono i propri interessi messi da parte a favore di quelli degli investitori e dei compratori.

OpenSea ha risposto mettendo in pratica misure punitive contro i marketplace che aggirano il meccanismo di royalties e mantenendo il valore delle royalties sulla propria piattaforma tra i più alti del mercato, in media al 5,46%. Altri marketplace come Blur, hanno invece introdotto contromisure come ricompense, tramite token, per i compratori che versano volontariamente le royalties all'atto dell'acquisto.

In risposta a questo cambiamento del mercato, molti artisti e progetti NFT hanno iniziato ad esplorare metodi di remunerazione alternativi alle royalties per sostenere i propri progetti. La piattaforma Art Gobblers, ad esempio, nasce proprio con l'idea di creare un nuovo paradigma per i creatori di arte digitale. Creata da Justin Roiland, autore di serie animate di culto come *Rick and Morty*, e dalla startup Paradigm, Art Gobblers è una "piattaforma di arte decentralizzata" che unisce le meccaniche del mondo dell'arte a quelle dei giochi online per creare un circolo virtuoso in grado (secondo gli autori) di sostenere sia la piattaforma stessa che gli artisti che vi operano.

In Art Gobblers, gli artisti possono creare le proprie opere grazie ad uno strumento integrato nella piattaforma. Utilizzando una *Blank Page*, le opere d'arte possono essere trasformate in NFT. A questo punto possono essere acquistate da collezionisti (tramite valuta in-game) oppure caricate direttamente su un Art Gobbler, che conserva tutte le opere caricate come se fosse una

Immagine: Lo schema di funzionamento di Art Gobblers



sorta di "collezione d'arte digitale". Una volta caricata un'opera, l'Art Gobbler produce GOO, il token che viene utilizzato come valuta sulla piattaforma, che può servire ad acquistare opere d'arte oppure creare altre *Blank Pages*, la cui scarsità è il motore che spinge gli artisti a creare opere sempre più rilevanti e i collezionisti a sovvenzionarli tramite i propri token.

Lanciata a novembre 2022, Art Gobblers fa di questa sua economia circolare e gamificata il perno della retribuzione dei suoi artisti, secondo uno schema per cui più artisti producono opere d'arte più la rilevanza culturale della piattaforma cresce, attirando sempre maggiori collezionisti in grado di sovvenzionare gli artisti e far sì che producano opere sempre migliori. Il progetto è riuscito a raccogliere grandi consensi, generando in breve tempo più di \$50 milioni sul mercato secondario, per poi vedere in pochi giorni il proprio valore crollare del 50% anche al seguito di alcune polemiche sul modello di gestione della piattaforma.

Un'altra tendenza che si profila nei prossimi mesi è quella della lotta tra i diversi protocolli blockchain per sovvenzionare gli artisti, in modo da possedere in esclusiva le collezioni NFT più popolari sulla propria blockchain. DeGods e Y00t di DeLabs, le due collezioni più popolari sulla blockchain Solana, responsabili di circa il 70% delle vendite effettuate sul protocollo, migreranno rispettivamente su Ethereum e su Polygon. Quest'ultima, si è assicurata Y00t grazie ad una sovvenzione versata ai creatori di \$3 milioni di dollari, garantendosi la migrazione della collezione il cui prezzo base si aggira sui \$1660.

Nuove prospettive: gli NFT e il ruolo dell'arte nelle strategie di brand

La tecnologia NFT sta attirando l'interesse delle imprese, del venture capital e degli istituti finanziari, ma anche di altri settori. La versatilità dello strumento sta portando sempre più soggetti, anche al di fuori del mercato dell'arte e del collezionismo in senso stretto, ad utilizzare gli NFT come uno strumento di sostegno non solo della visibilità della propria azienda, ma anche come una vera e propria forma di guadagno alternativa.

Dopo aver acquisito la startup RTFKT che si occupa di collectibles NFT nel settore fashion, Nike ha dato il via ad una serie di iniziative per sfruttare il potenziale degli NFT e dei loro creator per il proprio brand. A novembre, l'azienda ha lanciato SWOOSH, un marketplace online dedicato ai progetti Web3 e NFT, e la prima collezione di sneaker virtuali. Non solo, Nike ha deciso di chiedere il contributo di artisti e creator sulla propria piattaforma, lanciando un contest per il design di una scarpa con in palio un premio di \$5000 dollari e la possibilità di collaborare con Nike alla creazione di un NFT originale.

Immagine: Alcune bottiglie di Bored Wine Co.



Gli NFT attivano anche altre modalità di collaborazione e remunerazione "dal basso". I possessori di collectibles NFT, infatti, hanno iniziato a sviluppare modalità alternative per fruttare le proprie collezioni, sfruttandone i diritti commerciali o la proprietà intellettuale al di là della semplice compravendita del NFT, almeno per gli NFT che prevedono il trasferimento di questi diritti. Succede, ad esempio, ai possessori di uno dei 10.000 esemplari della collezione Bored Ape Yacht Club (BAYC), ai quali vengono garantiti pieni diritti commerciali sul NFT e nessun limite ai profitti da esso ricavati. Molti possessori di NFT BAYC hanno iniziato ad esplorare metodi alternativi per trarre profitto dalla propria opera digitale, ad esempio costruendo un brand attorno

alla popolare immagine, come la catena di Fast Food *Bored & Hungry*. Anche alcune aziende tradizionali hanno iniziato ad offrire ai possessori di NFT la possibilità di sviluppare un proprio brand: ad esempio, Bored Wine Co. permette ai possessori di NFT BAYC di creare bottiglie di vino brandizzate con l'immagine del proprio NFT.

Tuttavia, ciò non significa che i progetti legati agli NFT siano automaticamente un successo commerciale. Il fallimento del lancio della campagna NFT di Porsche, partita alla fine di gennaio, testimonia come sia indispensabile per i brand conoscere lo strumento e costruire una strategia solida per poter beneficiare di tecnologie come Web3 ed NFT. L'idea di Porsche era di lanciare una serie limitata di 7500 riproduzioni dell'iconico modello 911 sotto forma di NFT, al prezzo di 0.911 ETHER. Un prezzo che sembra essere stato scelto più per la connessione simbolica con il modello di auto che per il suo valore, pari a circa \$1490 dollari per NFT. Proprio il prezzo, ritenuto eccessivo anche in considerazione del fatto che il brand non si era preoccupato di creare prima una vera community interessata, nemmeno tra i collezionisti appassionati delle auto del marchio, ha scatenato una reazione negativa della community online, causando un rilascio degli NFT un rilascio degli NFT più limitato rispetto a quanto atteso (meno di 2500 NFT rispetto ai 7500 previsti) e un iniziale crollo dei prezzi sul mercato secondario. L'esempio di Porsche deve servire da monito per tutte le aziende pronte ad investire nel mercato NFT. L'ingresso in questo mercato può essere molto redditizio, ma deve avvenire con una strategia adeguata ed un'adeguata comprensione dello strumento, per coinvolgere la community ed evitare i rischi connessi alla tecnologia.

Ciononostante, gli NFT si stanno dimostrando uno strumento ricco di possibilità, capace di portare la promessa di decentralizzazione e democratizzazione promossa alla base del Web3 anche nel mercato dell'arte. Collegandosi ai trend abilitati dalle tecnologie innovative, come quello dell'arte generativa, il fenomeno degli NFT amplia la soglia di accesso al mercato dell'arte sia per chi crea contenuti artistici, sia per chi è interessato a possedere e collezionare opere d'arte. Non solo, anche le aziende possono tramutare le proprietà intellettuali che possiedono in opere d'arte, rendendo l'investimento artistico una vera e propria fonte di ricavo parallela. La costante espansione della popolarità dello strumento, del pubblico interessato e dei canali di vendita – perfino Instagram sta testando una funzione per lo scambio di NFT sulla propria piattaforma – prospettano un futuro ricco di prospettive per gli NFT e per il loro impatto sul mercato dell'arte.



La Riforma del Terzo Settore

Implicazioni per le
organizzazioni che operano
nel settore culturale

A cura di Ivetta Macellari



La Fondazione ETS quale forma di gestione, tutela e valorizzazione del patrimonio artistico

La riforma del Terzo Settore, introdotta con il D.Lgs. 117/2017 recante il Codice del terzo Settore (CTS), ha introdotto la figura della Fondazione Ente del Terzo Settore (ETS), quale “evoluzione” della Fondazione già conosciuta dal nostro ordinamento, disciplinata dal Codice civile e dal d.p.r. 361/2000.

In via generale, gli enti del terzo settore si collocano tra il settore pubblico e quello privato, essendo connotati dal perseguimento di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, mediante lo svolgimento (in via esclusiva o principale) di attività che devono essere di “interesse generale”.

La loro disciplina realizza l'interesse, ispiratore della riforma, al “sostegno dell'autonoma iniziativa dei cittadini che concorrono, anche in forma associata, a perseguire il bene comune, ad elevare i livelli di cittadinanza attiva, di coesione e protezione sociale, favorendo la partecipazione, l'inclusione e il pieno sviluppo della persona, alla valorizzazione del potenziale di crescita e di occupazione lavorativa”.

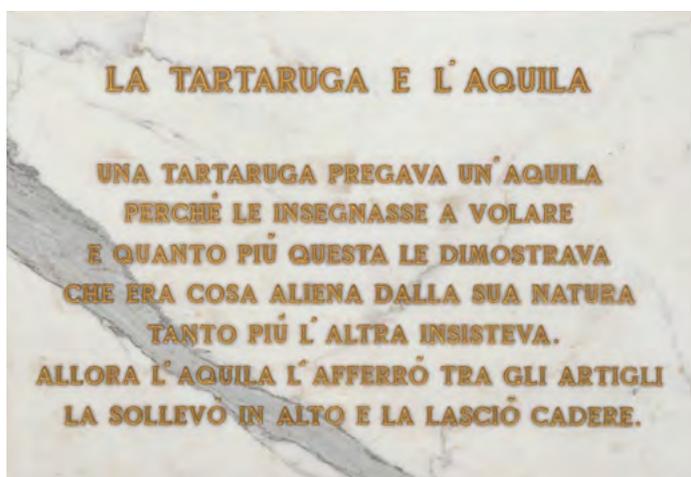
Poiché il CTS contempla, espressamente, nel campo di azione degli enti del terzo settore (ETS), oltre che “gli interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale” rientranti nel codice dei beni culturali, anche l’“organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche [...] di interesse sociale, incluse attività, anche editoriali, di promozione e diffusione della cultura”, la Fondazione Ente del Terzo Settore (ETS) diventa un ulteriore strumento offerto dall'ordinamento per la tutela e valorizzazione del patrimonio artistico/culturale e per la sua diretta gestione mediante lo svolgimento delle attività volte alla messa a disposizione della collettività di beni, progetti e percorsi d'arte e cultura (centri culturali e biblioteche/mediateche).



Nell'ambito delle scelte delle strutture giuridiche per la gestione a lungo termine delle opere d'arte e dei beni da collezione, la Fondazione ETS diventa l'istituto alternativo rispetto alla Fondazione per così dire "classica", al trust, al contratto di affidamento fiduciario e alla società benefit di cui alla legge n. 208/2015.

Il suo appeal risiede nella circostanza che la Fondazione ETS, per il suo ruolo di ente privato esercente attività di "interesse generale", è destinataria di misure agevolative e di sostegno economico espressamente disciplinate dal CTS con il dichiarato fine di promuovere i comportamenti donativi delle persone e degli enti, anche attraverso iniziative di raccolta di fondi.

Sono un esempio, la Fondazione Bartolomeo Gatto ETS che persegue i suoi scopi "stimolando la produzione di giovani artisti, organizzando giornate di studio, intervistando o organizzando esibizioni personali e collettive, eventi con artisti o studiosi, promuovendo pubblicazioni dedicate" e la Fondazione Pallavicino ETS, che persegue lo scopo di conservare e proseguire la memoria della famiglia Pallavicino (tra le più antiche casate feudali del settentrione d'Italia) e il suo patrimonio, con la promozione di conferenze, convegni, pubblicazioni dedicate all'arte italiana, mostre d'arte antica, e con l'istituzione di premi e l'assegnazione di borse di studio per giovani laureati in storia dell'arte.



Salvo, 1972, *La tartaruga*, 48x50cm

La governance e i controlli

La Fondazione ETS si caratterizza:

- Per l'assenza dello scopo di lucro
- Per il perseguimento di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale
- Per lo svolgimento (in via esclusiva o principale) di attività di interesse generale, espressamente individuate dal CTS con un elenco tassativo e nel quale -appunto- sono annoverate le richiamate attività di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, di organizzazione e gestione di attività culturali e artistiche

Rimane consentito alla Fondazione ETS di svolgere attività diverse da quelle di interesse generale, sempreché secondarie e strumentali rispetto alle attività di interesse generale; le attività diverse si considerano secondarie qualora i relativi ricavi non siano superiori: al 30% delle entrate complessive dell'ente, ovvero al 66% dei costi complessivi dell'ente.

Gli eventuali utili e, più in generale, il patrimonio della Fondazione ETS sono soggetti al vincolo di destinazione allo svolgimento delle attività di interesse generale per l'esclusivo perseguimento di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale.

All'estinzione o allo scioglimento della Fondazione ETS, il patrimonio residuo deve essere devoluto ad alti ETS, secondo le disposizioni statutarie o dell'organo sociale competente.

Le Fondazioni ETS sono assoggettate ad alcune regole in materia di governo e di amministrazione: alcune di queste misure "sono state ritenute necessarie anche al fine di assicurare un adeguato livello di controllo in enti beneficiari di un trattamento fiscale agevolativo nonché di altre misure di sostegno da parte delle amministrazioni pubbliche" (Relazione al D.Lgs. 117/2017).

Tra le misure di governance, si ricorda che è sempre obbligatoria nelle Fondazioni ETS la nomina di un organo di amministrazione e di un organo di controllo interno, anche monocratico; la nomina di un soggetto incaricato della revisione legale dei conti è invece obbligatoria al superamento di determinati parametri dimensionali.



La Fondazione ETS è obbligata all'iscrizione nel Registro Unico nazionale del Terzo settore (RUNTS), ed è assoggettata:

- Al controllo dell'Ufficio del RUNTS, finalizzato ad accertare la sussistenza e la permanenza dei requisiti necessari all'iscrizione al RUNTS medesimo; il perseguimento delle finalità civiche, solidaristiche o di utilità sociale; l'adempimento degli obblighi derivanti dall'iscrizione al RUNTS (tra i quali quello del deposito del bilancio).
- Al controllo dell'Amministrazione finanziaria, finalizzato ad accertare il rispetto della destinazione del patrimonio ed assenza di scopo di lucro), della tenuta delle scritture contabili e bilancio e dei libri sociali obbligatori), il possesso dei requisiti richiesti per fruire delle agevolazioni fiscali.
- Alla vigilanza esercitata dal Ministero del lavoro, volta a verificare la tenuta complessiva del sistema di registrazione e di quello dei controlli per garantire l'uniformità dei sistemi e dell'osservanza delle norme sull'intero territorio nazionale.

La fiscalità della Fondazione ETS

Con la riforma, per la Fondazione ETS è meglio definito il concetto di non commercialità, in rapporto alle singole e specifiche attività istituzionali (quelle di "interesse generale") e alle attività diverse, ed in relazione alle specifiche modalità di gestione, al fine di individuare coerentemente la natura commerciale o non commerciale dell'ente.

Inoltre, è prevista una serie di misure di sostegno che si giustificano in termini sistemici, quali (oltre alle agevolazioni fiscali di cui infra): la non applicazione delle imposte sulle successioni e donazioni per i trasferimenti a favore dell'ente, l'applicazione in misura solo fissa delle imposte di registro, ipotecaria e catastale e l'esenzione da bollo e da altri tributi minori; l'esenzione dall'IMU e dalla TASI per gli immobili posseduti e utilizzati dagli ETS destinati esclusivamente ai relativi scopi istituzionali non commerciali; l'esenzione dall'imposta sugli intrattenimenti per le attività ricreative svolte in via occasionale o in concomitanza di celebrazioni, ricorrenze o campagne di sensibilizzazione, previa comunicazione preventiva alla SIAE.

Infine, è adeguatamente valorizzato sul piano tributario l'eventuale carattere commerciale delle attività, principali o secondarie, esercitate dall'ente: la commercialità, nella logica del CTS, può costituire un elemento del tutto fisiologico in rapporto alle finalità di interesse generale perseguite; per questo, è stato introdotto un regime ad hoc di determinazione del reddito, avente carattere opzionale, per le attività commerciali svolte (in modo non prevalente o secondario) dagli ETS di natura non commerciale, basato su diversi coefficienti che si applicano, a scaglioni, sull'ammontare dei ricavi derivanti dalle prestazioni di servizi o cessioni di beni.

In capo alla Fondazione ETS sono considerate non commerciali:

- a) Le attività istituzionali (quelle di "interesse generale") quando sono svolte a titolo gratuito o dietro versamento di corrispettivi che non superano i costi effettivi (determinati computando, oltre ai costi diretti, tutti quelli imputabili alle attività di interesse generale e, tra questi, i costi indiretti e generali, ivi compresi quelli finanziari e tributari); tali attività si considerano non commerciali qualora i ricavi non superino di oltre il 6% i relativi costi per ciascun periodo d'imposta e per non oltre tre periodi d'imposta consecutivi.
- b) Le entrate costituite dai contributi, le sovvenzioni, le liberalità;
- c) I fondi pervenuti a seguito di raccolte pubbliche effettuate occasionalmente anche mediante offerte di beni di modico valore o di servizi ai sovventori, in concomitanza di celebrazioni, ricorrenze o campagne di sensibilizzazione.

Ciò premesso, si qualificano:

- Enti non commerciali le Fondazioni ETS che svolgono in via esclusiva o prevalente le attività istituzionali quando sono svolte a titolo gratuito o dietro versamento di corrispettivi che non superano i costi effettivi.
- Enti commerciali, le Fondazioni ETS in relazione ai quali i proventi delle attività istituzionali, svolte in forma d'impresa (e non a titolo gratuito o dietro versamento di corrispettivi che non superano i costi effettivi), nonché i proventi delle attività diverse superano, nel medesimo periodo d'imposta, le entrate derivanti da attività non commerciali.



Le misure incentivanti l'apporto dei privati (detrazioni, deduzioni, sociale bonus)

Gli incentivi fiscali per coloro che effettuano donazioni agli ETS si sostanziano in detrazioni IPEF, in deduzioni dal reddito imponibile e in crediti di imposta.

Resta inteso, naturalmente, che tali elargizioni devono essere esclusivamente destinate allo svolgimento delle attività istituzionali (non commerciali) delle Fondazioni ETS e che una diversa destinazione può condurre a riqualificare l'ente come commerciale nonché a realizzare i presupposti per la cancellazione dal RUNTS.

Detrazioni IPPEF: la detrazione è pari ad un importo pari al 30 per cento degli oneri sostenuti dal contribuente per le erogazioni liberali in denaro o in natura, per un importo complessivo in ciascun periodo d'imposta non superiore a 30.000 euro.

Deduzione dal reddito complessivo dichiarato ai fini Irpef o ai fini IRES: la deduzione è ammessa nel limite del 10 per cento del reddito complessivo dichiarato. L'eventuale eccedenza può essere computata in aumento dell'importo deducibile dal reddito complessivo dei periodi di imposta successivi, ma non oltre il quarto, fino a concorrenza del suo ammontare.

Credito di imposta (c.d. Social bonus): il credito è pari al 65 per cento delle erogazioni liberali in denaro effettuate da persone fisiche e del 50 per cento se effettuate da enti o società in favore degli ETS che hanno presentato al Ministero del lavoro e delle politiche sociali un progetto per sostenere il recupero degli immobili pubblici inutilizzati e dei beni mobili e immobili confiscati alla criminalità organizzata assegnati ai suddetti ETS e da questi utilizzati esclusivamente per lo svolgimento di attività istituzionali con modalità non commerciali.

Tale credito d'imposta è riconosciuto:

- Per le persone fisiche e gli enti non commerciali nei limiti del 15 per cento del reddito imponibile
- Per i soggetti titolari di reddito d'impresa nei limiti del 5 per mille dei ricavi annui

La raccolta fondi

Le Fondazioni ETS possono avvalersi dell'istituto della raccolta fondi (disciplinato per la prima volta nel mondo del no-profit), quale strumento diretto a garantire la sostenibilità dello scopo sociale e della stessa organizzazione che lo persegue: viene espressamente ammesso che l'attività di raccolta sia realizzata anche in forma organizzata e continuativa, o mediante sollecitazione al pubblico o attraverso la cessione o erogazione di beni o servizi di modico valore, con l'impiego di risorse proprie e anche di terzi, inclusi volontari e dipendenti, e sulla base dei principi di verità, trasparenza e correttezza nei rapporti con i sostenitori e il pubblico.

Le specifiche Linee Guida adottate in materia, precisano che:

- Le risorse raccolte devono essere destinate al fine esclusivo di sostenere finanziariamente le attività di interesse generale, con conseguente esclusione della possibilità di impiegare i fondi così raccolti per finanziare le attività diverse.
- L'ETS potrà ricorrere al personale interno (nel rispetto del principio di incompatibilità tra lo status di volontario e quello di lavoratore della medesima organizzazione), o avvalersi di volontari, oppure delegare in tutto o in parte a soggetti terzi la realizzazione della raccolta fondi anche avvalendosi di figure specializzate nel Fundraising.
- Le spese complessivamente sostenute per la realizzazione dell'evento o della campagna devono tendere ad essere congruamente inferiori ai fondi raccolti, fatte salve cause non prevedibili che compromettono il buon esito dell'attività.

La modalità di raccolta potrà essere sia privata (indirizzata al singolo potenziale donatore) che pubblica e potrà materialmente avvenire sia attraverso l'erogazione liberale (di danaro o beni in natura), sia mediante il pagamento di un corrispettivo a fronte di una cessione da parte dell'ETS di beni o servizi di modico valore.

Dal punto di vista del donatore/contribuente (persone fisiche, enti e società), il CTS riconosce la detraibilità e deducibilità delle liberalità in danaro o natura.

Nella raccolta fondi il soggetto erogatore è messo a conoscenza dal beneficiario che i fondi pervenuti saranno destinati ad uno scopo ben individuato: l'ETS evidenzia le finalità della raccolta al fine di portare a conoscenza dell'erogante se detti fondi sono diretti alle attività di interesse generale dell'ente o sono mirati a specifici progetti.

Poiché la raccolta fondi è finalizzata al finanziamento delle attività di interesse generale, l'ETS è tenuto a rispettare la funzione di strumentalità di tale attività rispetto alla realizzazione delle attività statutarie di interesse generale, anche limitando le spese relative all'organizzazione dell'evento che non potranno essere superiori o prossime ai ricavi della raccolta, salvo che si verifichino fatti che possano compromettere la buona riuscita dell'iniziativa, non individuabili a priori.

In applicazione dei principi di trasparenza e rendicontazione, per le raccolte pubbliche di fondi, deve essere inserito all'interno del bilancio uno specifico rendiconto dal quale devono risultare le entrate e le spese relative a ciascuna delle celebrazioni, ricorrenze o campagne di sensibilizzazione.

Le raccolte fondi, a tutela dei donatori, dei destinatari delle donazioni e degli stessi ETS, sono informate ai principi di:

- **Trasparenza**, con la finalità di rendere conto dell'operato complessivo dell'Ente del Terzo Settore anche mediante la diffusione delle informazioni e l'accessibilità della documentazione predisposta per la raccolta fondi.
- **Verità**, con la diffusione attraverso i mezzi di comunicazione di informazioni che devono essere veritiere, applicandosi le disposizioni relative alla pubblicità ingannevole.
- **Correttezza**, con l'adozione di comportamenti leali ed onesti sia nei confronti del donatore che nei confronti del beneficiario della donazione e nel rispetto dei principi fondamentali di uguaglianza e non discriminazione sanciti dalla Carta costituzionale.

Tra le diverse tecniche attraverso le quali procedere alla raccolta fondi sono annoverate (non a titolo esaustivo):

- Il **direct mail**, vale a dire qualsiasi tipo di comunicazione diffuso per via postale, tra cui lettere personalizzate, materiali promozionali (per esempio dépliant, brochure, flyer-volantino), questionari, messaggi non indirizzati o non personalizzati, consegnati nelle portinerie o inseriti nelle cassette postali).
- Il **Telemarketing**, modalità di raccolta di donazioni, promesse di adesioni, beni, servizi e altro ancora, a sostegno della causa, della missione, delle attività o dei progetti dell'organizzazione stessa attraverso l'uso del telefono.
- Il **face to face**, attuato attraverso il contatto diretto tra operatore (dialogatore) e potenziale donatore.
- Il **direct response television (DRTV)**, attraverso una pubblicità televisiva (spot) che sollecita il pubblico televisivo a rispondere direttamente all'appello dell'ETS, di solito chiamando un numero di telefono o visitando un sito Web, mediante la sottoscrizione di donazioni ricorrenti a valere su domiciliazione bancaria/postale o carta di credito.

- Gli **eventi**: gli ETS possono organizzare raccolte fondi in occasione di eventi sportivi, culturali, ricreativi o di altro genere.
- Gli **eventi di piazza**, si tratta di raccolte pubbliche occasionali in cui l'organizzazione raccoglie fondi prevalentemente mediante l'offerta di beni di modico valore.
- Il **merchandising**, vale a dire la cessione di beni di modico valore (gadget o altri prodotti, anche alimentari, talvolta donati dalle aziende come forma di sostegno alle attività di interesse generale dell'ETS) contraddistinti dal marchio dell'ETS apposto sul bene e/o caratterizzante il contesto delle attività di promozione della vendita.
- I **lasciti testamentari**, con la predisposizione di opuscoli o diffondere a mezzo WEB o attraverso il sistema radio televisivo informazioni sulle modalità con le quali è possibile disporre lasciti testamentari.
- Le **donazioni online**, quali le raccolte fondi tramite form sui siti web degli ETS, pagine di donazione su piattaforme esterne all'ETS (crowdfunding, personal fundraising), promozione della raccolta sui motori di ricerca e sui social media.



Salvo, 1994, *Una sera*, 150x100 cm, olio su tela

Commento a cura di Gianluca Salvatori

Euricse e Fondazione Italia Sociale

Quale ruolo ricopre e quale importanza assume il mondo della cultura nel più ampio contesto del Terzo Settore?

È un dato di fatto che gli enti di terzo settore sono parte essenziale del sistema di organizzazioni culturali del nostro Paese. I dati sono eloquenti: la più recente rilevazione ISTAT per l'anno 2020 indica che le istituzioni non profit italiane operanti nel settore delle attività culturali ed artistiche erano 57.615, rappresentando il secondo settore più numeroso dopo le attività sportive, ed il 15,9% di tutto il non profit nazionale. Di queste, la metà circa sono site nelle regioni settentrionali. Sempre secondo la rilevazione ISTAT i dipendenti ammontano a 20.038, di cui la metà in organizzazioni con più di 10 addetti, ai quali vanno sommati circa 800.000 volontari, che costituiscono una presenza determinante – talvolta imprescindibile – in moltissime delle attività svolte.

Quali trend caratterizzano queste organizzazioni, guardando agli ultimi anni, anche in considerazione della crisi pandemica?

Ritengo si possano osservare due principali tendenze. La prima è relativa ad un progressivo rallentamento nella nascita di nuove organizzazioni, se si considera che quasi l'80 per cento delle istituzioni censite (che per la quasi totalità hanno la forma giuridica di associazioni senza scopo di lucro) sono state costituite anteriormente al 2014. La seconda è una sostanziale contrazione del fatturato, che nel corso della pandemia ha visto una riduzione superiore al 20 per cento nelle organizzazioni assoggettate al regime IVA, ovvero in quelle più rilevanti dal punto di vista economico e occupazionale (impiegando oltre l'85 per cento dei dipendenti). In altre parole, per dirla in sintesi, quello del non profit culturale è un settore importante, ma che vede un rallentamento nella crescita e ha subito più di altri gli effetti della crisi pandemica.

Quali sono le cause sottostanti a questi trend?

Questo quadro va letto alla luce dei mutamenti intervenuti nel corso degli ultimi due decenni nella composizione delle fonti di sostentamento economico. Le conseguenze della riduzione dei trasferimenti pubblici ha spinto il non profit italiano a diversificare le proprie fonti di entrata, in alcuni casi con un approccio più imprenditoriale, e rivolto al mercato, e in altri casi con strategie più sofisticate di fundraising rivolto a donatori e organizzazioni filantropiche. Ma la transizione è ancora in atto e non si può dire, come dimostra il trend di decrescita del numero di organizzazioni, che il settore non profit in ambito culturale abbia trovato il suo nuovo modello di sostenibilità economica.

Per quanto sia una destinazione occupazionale ricercata, specialmente da parte di giovani motivati che attribuiscono particolare rilevanza alla coerenza del proprio impiego con le competenze culturali e con le passioni da cui sono animati, il potenziale del terzo settore nell'ambito delle attività culturali potrebbe essere più sviluppato se si individuassero efficaci modelli di sostenibilità economica. Non mancano certo le esperienze innovative e i tentativi di successo. Ma è evidente che si tratta di casi che non coinvolgono la maggioranza delle organizzazioni, e di cui non è ancora consolidata la replicabilità.

“E quali potrebbero essere le strade da intraprendere per migliorare queste dinamiche?”

Credo che, nonostante il quadro complesso, siano identificabili alcuni orientamenti di cui è utile monitorare l'evoluzione.

Un primo indirizzo è relativo alla diffusione di pratiche di gestione di beni comuni, favorite dall'adozione da parte di un numero crescente di comuni italiani (oggi sono quasi 300) di regolamenti che consentono di affidare a cittadini associati la gestione di beni di proprietà pubblica della cui cura l'amministrazione non è in grado di farsi carico. Tra questi si trovano anche beni di interesse culturale, che vengono così "adottati" da cittadini che promuovono forme di gestione che ricorrono a risorse comunitarie. Facendo leva su una combinazione di elementi diversi quali il volontariato, l'intervento di sponsor locali privati o di soggetti della filantropia, e alcune attività economiche realizzate da imprese sociali, sono stati riconsegnati all'uso pubblico diversi luoghi abbandonati o sottoutilizzati. Queste pratiche si sono gradualmente estese anche a beni di proprietà privata o a beni religiosi di interesse culturale, replicando lo schema del ricorso ad una pluralità di risorse a carattere locale e comunitario.

“La sinergia e il partenariato tra enti di diversa natura è, in effetti, sempre più diffuso e sembra essere efficace. Ci può fare qualche esempio?”

Un esempio tra i più citati, perché ha saputo diventare un modello di successo conosciuto anche a livello nazionale, è quello della Cooperativa La Paranza che dal 2006 opera nel Rione Sanità di Napoli con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio storico e culturale del quartiere, rappresentato in particolare dalle Catacombe di San Gaudioso e San Gennaro. L'attività dell'organizzazione ha saputo creare un'attrattiva turistica, contribuendo all'inserimento del Rione nel circuito di produttività cittadino. Dalla sua costituzione la cooperativa ha recuperato 13.500 mq di patrimonio artistico generando un flusso di oltre 600.000 visitatori. I posti di lavoro creati per i giovani del quartiere sono stati oltre 40, e l'attività prevede la costruzione continua di percorsi formativi, processi di inserimento lavorativo, e di scambio fra persone, enti ed associazioni della realtà locale. Il nuovo contesto normativo definito dal Codice del terzo settore amplia le opportunità per queste forme di intervento, specialmente favorendo la collaborazione pubblico-privato nelle forme di procedure di co-programmazione e co-progettazione che rendono le organizzazioni di terzo settore responsabili di funzioni che attengono l'interesse generale. Un utilizzo più esteso di tali procedure nell'ambito della gestione dei beni culturali e artistici può aprire prospettive di grande interesse, per le quali si possono prevedere nuove forme di collaborazione tra soggetti pubblici e privati. Si tratta però di un processo da accompagnare e strutturare avendo presente la necessità di creare una cultura dell'amministrazione condivisa sia sul versante delle amministrazioni locali sia su quello delle organizzazioni di Terzo settore.

“**Q**uali altre dinamiche possono aiutare il settore a raggiungere una maggiore stabilità?”

Una seconda direttrice, che può contribuire alla definizione di nuovi modelli di sostenibilità, riguarda lo sviluppo di una serie di nuovi strumenti diretti a favorire l'intervento della filantropia. Dagli studi pubblicati recentemente da Fondazione Italia Sociale emerge una disponibilità crescente, specialmente da parte delle nuove generazioni di “wealthy people”, a intraprendere percorsi filantropici. In particolare, da un'indagine realizzata in collaborazione con Finer Finance, il cui aggiornamento è in corso di pubblicazione, emerge con chiarezza come l'inclinazione verso comportamenti filantropici sia in crescita e sempre di più i donatori – specie se millennial – desiderano partecipare attivamente alla scelta delle cause cui dedicarsi. E il tema culturale ed artistico, benché non figuri tra le posizioni principali nella graduatoria dei temi per i quali si sceglie di donare, vede un incremento rispetto agli anni precedenti. Si tratta quindi una leva da utilizzare, sempre meglio, da parte di chi opera nel settore, anche con il ricorso a strumenti come i fondi dedicati e la gestione di lasciti. Sull'esempio di altri paesi, si sta infatti sviluppando anche in Italia una classe di servizi per la filantropia che forniscono ai donatori competenze professionali per valorizzare al meglio le risorse disponibili in funzione della causa prescelta. Questa tendenza implica sia l'assistenza ai donatori nell'individuazione delle organizzazioni e dei temi più idonei ad interpretarne l'inclinazione filantropica sia lo sviluppo di capacità per la gestione di una pluralità di affidamenti, che possono includere anche beni di interesse culturale ed artistico.

“**E**ci può fare, in relazione a questa crescente importanza della filantropia, qualche esempio virtuoso?”

Senza dubbio, citerò l'esempio della Fondazione Re Baldovino, realtà belga, che nel corso dei suoi cinquant'anni di vita si è progressivamente attrezzata per sostenere progetti culturali e artistici finanziati con le risorse donative raccolte presso i propri sostenitori (che includono singoli cittadini come anche imprese), ma anche sviluppato una specifica expertise per gestire lasciti che comprendono opere d'arte, che secondo le volontà dei donatori vengono destinate a fruizione pubblica o vengono valorizzate economicamente per destinare i proventi a cause di interesse sociale. In tal modo, con il passare degli anni, la Fondazione è diventata in Belgio uno dei principali attori tanto del collezionismo quanto del mercato dell'arte, esercitando una funzione di intermediazione filantropica a vantaggio di donatori che non hanno ritenuto convenienti dotarsi di una propria struttura, fondazione o trust che fosse.

Entrambi questi indirizzi dimostrano come la presenza del terzo settore nel mondo della cultura può prendere strade nuove rispetto al passato, senza rinunciare alla propria missione originaria e dotandosi di strumenti e pratiche operative in sintonia con tempi in cui l'iniziativa dei soggetti sociali deve trovare le proprie fonti di sostentamento attraverso una combinazione di risorse e modalità innovative.



Salvo, 1983, *Il sottopassaggio*, 115x75 cm, olio su tela



PNRR e cultura: lo stato dell'arte

A cura dell'Osservatorio
PNRR di Deloitte



Il PNRR: la Missione 1, Componente 3 a sostegno della cultura e dell'arte

Insieme al turismo, il settore artistico-culturale è stato il più interessato dalle misure messe in atto per contrastare gli effetti della crisi pandemica, soprattutto per quel che riguarda i settori legati a luoghi fisici, che sono stati messi a dura prova dai due anni di restrizioni a manifestazioni, eventi e spostamenti. Il brusco calo delle entrate ha messo gravemente a rischio la sostenibilità finanziaria di questi settori, e ha portato ad una riduzione dei salari e a licenziamenti. Per questo il governo ha deciso di dedicare un capitolo del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza a **supporto della ripresa del settore della cultura.**

Il **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza italiano**, che ha l'obiettivo di promuovere la ripresa dell'economia italiana, si inserisce all'interno del programma Next Generation EU, il pacchetto concordato dall'UE in risposta alla crisi pandemica. L'Italia è potenzialmente assegnataria di 191,5 miliardi del Programma europeo da destinare a investimenti e riforme, la cui realizzazione determina l'effettiva erogazione dei fondi: Il piano si sviluppa lungo **6 Missioni**, articolate in **16 Componenti**, declinate in **197 misure** (di cui 63 riforme e 164 investimenti). In aggiunta allo stanziamento previsto dal PNRR, verranno erogate ulteriori risorse derivanti dal Piano React EU (14 miliardi) e dal Fondo Complementare Nazionale (30,6 miliardi), per un **totale di 236 miliardi di euro.**



In particolare, i **fondi destinati al mondo dell'arte e della cultura** sono quelli destinati alla Componente 3 della Missione 1 "Turismo e cultura 4.0". **L'ammontare** delle risorse economiche affidate al **Ministero della Cultura** è **complessivamente pari a 5,8 miliardi di euro**, considerando i 4,3 miliardi di euro destinati dal PNRR e i circa 1,5 miliardi di euro previsti dal Fondo Complementare. Le risorse invece destinate al Ministero del Turismo dal PNRR sono invece pari a 2,4 miliardi di euro.

Rispetto al totale dei fondi stanziati alla Componente relativa alla cultura e al turismo, ad oggi il 64% di questi sono già stati impegnati in diverse linee di intervento che mirano a **ristrutturare gli asset** chiave del patrimonio **culturale** nazionale, favorire la **nascita di nuovi servizi** e la partecipazione sociale come leva di inclusione, con l'obiettivo di accrescerne l'accessibilità e sicurezza **in un'ottica** anche **di sostenibilità ambientale**.

5

Inclusione e coesione

Investimenti nelle infrastrutture sociali e nelle politiche del lavoro. Sono potenziati i servizi di housing agevolato e il sistema di protezione sociale. Sono potenziate le misure per il Servizio Civile Universale e la Strategia per le Aree Interne.



4

Istruzione e ricerca

Investimenti per sostenere l'offerta dei servizi di istruzione nazionali, con un particolare focus per asili nido e università. In particolare, rafforza il settore della ricerca.



6

Salute

Viene potenziato il sistema di assistenza sanitaria locale, anche attraverso la digitalizzazione del Fascicolo Sanitario Elettronico e la telemedicina. Vengono rafforzate le competenze del personale medico e manageriale nazionale.



1

Digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo

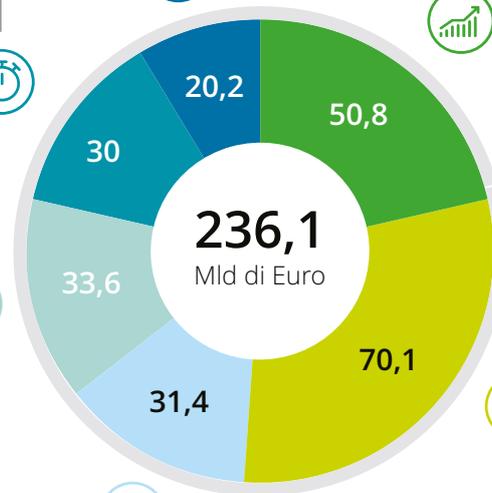
Sostiene la transizione digitale, la modernizzazione della Pubblica Amministrazione e il rilancio del sistema produttivo. Punta a migliorare la competitività delle filiere industriali ed ammodernare i settori del turismo e della cultura.



2

Rivoluzione verde e transizione ecologica

Investimenti nell'agricoltura sostenibile e miglioramenti nella gestione dei rifiuti. Sostiene la ricerca e la diffusione delle fonti energetiche rinnovabili, nonché prevede azioni per l'efficientamento degli immobili e per il contrasto ai rischi idrogeologici.



3

Infrastrutture per una mobilità sostenibile

Rafforza gli investimenti nell'infrastruttura ferroviaria nazionale e regionale, potenziando i servizi di spostamento merci e l'integrazione con le piattaforme logistiche italiane.





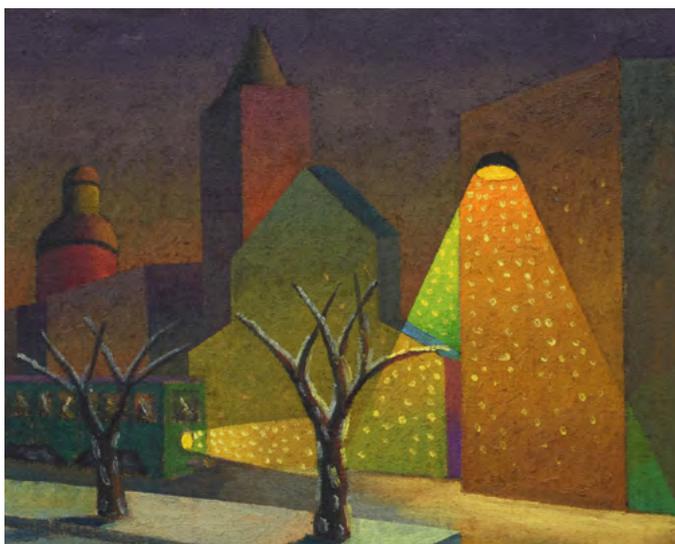
Milestone e target: prossime scadenze

La più grande novità che caratterizza il Dispositivo per la Ripresa e Resilienza, ovvero il fondo dell'UE che rappresenta lo strumento cardine del programma NGEU, consiste nel fatto che i Piani Nazionali per la Ripresa e Resilienza sono contratti di performance. Essi sono pertanto incentrati su Milestone (in totale 314) e Target (231), che descrivono in maniera granulare l'avanzamento e i risultati delle riforme e degli investimenti che si propongono di attuare.

Le **milestone** sono **traguardi** qualitativi che scadenzano generalmente **fasi rilevanti** di natura amministrativa e procedurale. I **target** invece rappresentano i risultati attesi dagli interventi e si configurano come **obiettivi** quantificati con **indicatori misurabili**.

Delle **8 milestone e 10 target** previste entro il 2026 per la M1C3 dedicata alla Cultura, ad oggi sono state raggiunte 6 milestone e si prevede il raggiungimento di 2 milestone e 1 target entro la fine del 2023.

Ognuna delle **6 milestone già raggiunte** fino a questo momento prevedeva l'entrata in vigore di un decreto del Ministero della Cultura. Alcuni di questi decreti sono stati adottati per adempiere alla definizione dei criteri e delle modalità per la realizzazione degli interventi richiesti dai singoli Investimenti; altri hanno lo scopo di assegnare le risorse ai vari soggetti attuatori, che siano queste destinate alla realizzazione dei piani di messa in sicurezza, alla tutela e valorizzazione dell'architettura e del paesaggio, o all'efficientamento energetico degli edifici.



Salvo, 2009, *La città*, 40x50 cm



Per il prossimo futuro è stato invece programmato il raggiungimento di due traguardi e un obiettivo:

- Nell'ambito dell'investimento 3.2 "Sviluppo industria cinematografica - Progetto Cinecittà" la **milestone** da raggiungere entro il **T2 2023** è la firma del contratto tra l'ente attuatore *Istituto Luce Studios* e la società in relazione alla costruzione (anche tramite il recupero) **di nove studi**, investendo soprattutto sul controllo digitale e il controllo del clima.
- Nell'ambito dell'investimento 1.3 "Migliorare l'efficienza energetica nei cinema, nei teatri e nei musei" si inserisce il **target** per il **T3 2023** di completare **80 interventi in musei e siti culturali statali, sale teatrali e cinema**, con certificazione della regolare esecuzione dei lavori; gli effetti positivi che ci si aspetta di registrare entro il terzo trimestre dell'anno corrente saranno misurati rispetto all'impatto ambientale delle strutture, l'efficienza della strumentazione accessoria e dei sistemi intelligenti per il comando.
- Nell'ambito dell'investimento 3.3 "Capacity building per gli operatori della cultura per gestire la transizione digitale e verde" si inserisce la **milestone** di cui si prevede raggiungimento entro il **T4 2023** di aggiudicazione di **tutti gli appalti pubblici** all'ente attuatore/ai beneficiari per tutti gli interventi volti a gestire la **transizione digitale e verde** degli operatori culturali.



Il programma di investimenti e le opportunità di maggior valore

Come già brevemente accennato, i **fondi previsti** per le linee di investimento della Componente 3 della Missione 1 dedicati all'arte e alla cultura **sono stati assegnati ai Ministeri della Cultura e del Turismo**.

Il **Ministero della Cultura** ha destinato i fondi assegnati in **3 macro-programmi di investimenti**: il primo, **"Patrimonio culturale per la prossima generazione"** nasce con l'obiettivo di investire nel capitale culturale del Paese come risorsa per la prossima generazione, rendendolo più accessibile sia digitalmente sia fisicamente, affrontando il digital divide e incoraggiando la transizione verde. Il secondo, **"Rigenerazione di piccoli siti culturali, patrimonio culturale religioso e rurale"** promuove la rigenerazione guidata dalla cultura in piccoli siti culturali e periferie urbane per aumentare l'attrattività di queste aree e la resilienza delle comunità locali anche migliorando la sicurezza e il ripristino dei luoghi di culto. Infine, **"Industria culturale e creativa 4.0"** supporta la ripresa dei settori culturali e creativi incoraggiando l'innovazione, cogliendo le opportunità offerte dalla tecnologia digitale e favorendo la transizione verde del settore.

Gli **obiettivi dei macro-programmi verranno raggiunti tramite singole linee di investimento** che, ad oggi, risultano attivate, almeno parzialmente, tramite l'emanazione di bandi e l'assegnazione di risorse. In particolare, sono stati assegnati larga parte dei fondi previsti per il piano di investimenti strategici sui siti del patrimonio culturale (importo totale 1.5 Miliardi del PNC), l'attrattività dei borghi (per cui tuttavia solamente la divisione delle risorse tra le regioni ha già avuto luogo, e cui erano destinati circa 1.02 Miliardi in totale dal PNRR), la tutela e valorizzazione dell'architettura e del paesaggio rurale (600 milioni) e il capacity building per gli operatori della cultura (155 milioni). Sono invece ancora laute le risorse a disposizione per investimenti come la strategia digitale per il patrimonio culturale (500 milioni originariamente destinati), la sicurezza sismica e il restauro dei luoghi di culto (800 milioni) e lo sviluppo dell'industria cinematografica (300 milioni). Solo parzialmente bandite sono invece le misure dedicate alla rimozione delle barriere fisiche e cognitive (su un totale di 300 milioni), il miglioramento dell'efficienza energetica di cinema, teatri e musei (300 milioni), e il programma per valorizzare parchi e giardini storici (300 milioni).

	Linee di investimento	Importo	Totale impegnato*
	Piano di investimenti strategici sui siti del patrimonio culturale, edifici e aree naturali	1,5 Mrld €	864 Mln €
	Attrattività dei borghi	1,02 Mrld €	784 Mln €
	Sicurezza sismica nei luoghi di culto, restauro del patrimonio culturale del Fondo Edifici di culto e siti di ricovero per le opere d'arte	800 Mln €	281 Mln €
	Tutela e valorizzazione dell'architettura e del paesaggio rurale	600 Mln €	590 Mln €
	Strategia digitale e piattaforme per il patrimonio culturale	500 Mln €	74 Mln €
	Caput Mundi – Next Generation EU per grandi eventi turistici	500 Mln €	354 Mln €
	Migliorare l'efficienza energetica di cinema, teatri e musei	300 Mln €	200 Mln €
	Programmi per valorizzare l'identità di luoghi	300 Mln €	196 Mln €
	Rimozione delle barriere fisiche e cognitive in musei, biblioteche e archivi	300 Mln €	130 Mln €
	Sviluppo industria cinematografica	300 Mln €	91 Mln €
	Capacity building per gli operatori della cultura per gestire la transizione digitale e verde	160 Mln €	110 Mln €

*Totale relativo a bandi/incentivi/risorse attivate/decreti di ripartizione dei fondi stanziati in caso di soggetti attuatori Regioni, Comuni e consorzi



Ministero della Cultura



Ministero del Turismo



Forse uno degli investimenti di maggior valore, non esclusivamente economico ma anche per rilievo morale, è la misura dedicata **all'attrattività dei borghi**, di cui beneficiano in particolare le piccole realtà locali. Ciò perché quel che accade spesso è che a fronte del sovraffollamento delle attrazioni turistiche delle principali città italiane, altri tesori nazionali localizzati nei piccoli centri storici, i cosiddetti "Borghi", ricevano meno attenzione rispetto a quel che meritano. Questi piccoli gioielli hanno a loro volta un grande potenziale per la loro storia e le tradizioni di cui sono testimonianza, motivo per cui il programma "Piano Nazionale Borghi" vuole sostenerne la rigenerazione culturale dei piccoli centri e il loro rilancio turistico, con effetti positivi anche per lo sviluppo economico e sociale delle zone più svantaggiate.

I sub-investimenti previsti avranno l'obiettivo in primo luogo di recuperare il patrimonio storico e riqualificare gli spazi pubblici aperti, creando anche piccoli servizi culturali a fini anche turistici; in secondo luogo sarà favorita la creazione e promozione di nuovi itinerari di modo da favorire il flusso di visitatori verso queste realtà; infine saranno anche introdotti sostegni finanziari per le attività culturali, creative, turistiche e commerciali per rilanciare le economie locali, valorizzando i prodotti e i saperi del territorio.

Il Ministero della cultura il 24 giugno 2022 ha emanato il decreto di assegnazione delle risorse, individuando 309 comuni cui sono stati assegnati complessivamente circa 762 milioni di euro, di cui parte è stata assegnata a comuni abbandonati o a rischio abbandono, e parte alla rigenerazione culturale e sociale di borghi storici al di sotto dei 5000 abitanti.

L'obiettivo finale di questo investimento è quello di aver concluso 1300 interventi di valorizzazione di siti culturali o turistici entro il T2 2025.

Altro piano di interventi di grande significato e valore è il **programma di investimenti dedicato alla rimozione delle barriere fisiche e cognitive in musei, biblioteche e archivi**.

La misura ha lo scopo di ridurre gli ostacoli che limitano la partecipazione dei cittadini e visitatori alla vita culturale e al godimento pieno del patrimonio artistico nazionale; ciò è necessario perché le barriere architettoniche, fisiche, cognitive e senso-percettive sono una grande criticità per i nostri siti culturali. Di conseguenza le proposte di intervento avranno l'obiettivo di ampliare lo spettro di utenti che abbia possibilità accesso all'offerta culturale italiana tramite un miglioramento dei servizi, la formazione degli operatori del settore, e la progettazione e realizzazione di interventi per la rimozione delle suddette barriere.

Già nel corso del 2022 sono state accolte proposte progettuali di intervento su diversi musei e luoghi della cultura, di proprietà del pubblico e di privati; nel settembre 2022 sono invece state ripartite risorse complessive pari a 300 milioni di euro tra sette diverse linee d'azione.

L'obiettivo finale per il T2 2026 consiste nell'aver completato 617 interventi di miglioramento dell'accessibilità fisica e cognitiva dei luoghi di cultura, di cui 352 tra musei, monumenti, aree archeologiche, 129 archivi, 46 biblioteche e 90 siti culturali non statali.

Per quanto riguarda invece i **fondi affidati al Ministero del Turismo**, un importante ed evidente impatto positivo per la conservazione del patrimonio culturale italiano sarà presto osservabile rivolgendo lo sguardo agli asset concentrati nella Capitale, protagonisti del programma di investimenti "**Caput Mundi - Next GenerationEU per i grandi eventi turistici**" affidato al Ministero del Turismo. Il piano prevede grandi opere di restauro e conservazione sul principale patrimonio romano, incluse periferie e giardini storici, ma anche una valorizzazione dei siti minori e la digitalizzazione dei servizi culturali offerti dalla città. Il tutto realizzato nell'ambito del più ampio programma di investimenti previsto per il Giubileo 2025.

Il primo obiettivo previsto nella realizzazione di questa misura è stato fissato per la fine del 2024, entro cui dovrebbe registrarsi una percentuale di completamento del 50% della complessiva riqualificazione dei 200 siti culturali e turistici interessati.

Una grande opportunità per proseguire nella ripresa

Nonostante le difficoltà riscontrate dal Governo, specialmente nel corso dell'ultimo semestre, nell'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, **le milestone e i target previsti** per i semestri già passati **sono stati rispettati**, seppur con qualche rallentamento. Il NGEU rappresenta una **grande opportunità** per il rilancio dell'economia italiana e per il suo grande patrimonio culturale, in tutte le sue componenti identitarie, oltre che per il benessere dei suoi cittadini. Di conseguenza l'auspicio è quello che le autorità competenti **non perdano il passo** nella realizzazione degli interventi attesi, per realizzare quel che è il fine ultimo dei Piani Nazionali di Resilienza: un ristoro dai danni causati dalla pandemia a tutte le realtà che compongono i paesi dell'Unione.

Come è stato detto in precedenza i settori artistico e turistico italiani sono stati fortemente colpiti dall'immobilità in cui è stato bloccato il paese per più di un anno; risollevarsi da queste gravi difficoltà può essere possibile solamente tramite grandi sforzi e un consistente aiuto economico agli operatori del sistema.

Ridare respiro all'anima culturale del nostro paese, famoso nello scenario globale per il suo bagaglio artistico e architettonico, non solo potrà riparare ai danni causati dalla pandemia ma anche elevare le nostre risorse da un punto di vista tanto di modernizzazione quanto di inclusività.



Gli impatti del climate change sul patrimonio culturale

A cura di Roberta Ghilardi

*Il presente articolo è stato pubblicato anche su
WeWealth Passion Assets*



Il cambiamento climatico è sotto gli occhi di tutti: aumento dell'intensità e della frequenza di fenomeni meteorologici estremi, temperature quasi costantemente fuori dalla media stagionale, piogge torrenziali, incendi e aumento del livello del mare. Questi fenomeni, che hanno un impatto diretto sulla nostra vita quotidiana e mettono a rischio il futuro del nostro pianeta, minacciano anche il nostro patrimonio culturale, in Italia come all'estero.

Già da qualche anno questi temi fanno capolino sui tavoli di lavoro delle più importanti organizzazioni internazionali, tra cui quelli dell'ONU e quelli dell'UNESCO. L'UNESCO, in particolare, ha adottato nel 1972 la Convenzione sulla Protezione del Patrimonio Mondiale, culturale e naturale dell'Umanità, che ha lo scopo di identificare e mantenere la lista dei siti che rappresentano delle particolarità di eccezionale importanza da un punto di vista culturale o naturale. L'iniziativa è finalizzata ad attivare la cooperazione internazionale per la conservazione del patrimonio culturale universale. La Convenzione considera il patrimonio culturale e ambientale come il legame tra il nostro passato e le generazioni future, rappresentando punti di riferimento importanti per l'umanità e per la nostra stessa identità. L'UNESCO spinge alla messa in campo di sforzi congiunti e sinergici per la protezione di tutti i 690 siti della Lista Patrimonio Mondiale, ma ha anche identificato una "Danger List" che elenca i siti in pericolo per ragioni diverse, quali l'inquinamento, il rischio di terremoti e inondazioni.

L'UNESCO si dimostrava quindi consapevole già nel 1972 di come i rischi ambientali possano costituire una minaccia per il patrimonio culturale. È nel 2006, tuttavia, che il Comitato del Patrimonio Mondiale UNESCO ha adottato la relazione "Prevedere e Gestire gli Effetti dei Cambiamenti Climatici sul Patrimonio Mondiale", una "Strategia per Aiutare gli Stati Parte della Convenzione ad Attuare Risposte Gestionali Appropriate", e un Documento di policy sull'Impatto dei Cambiamenti Climatici sui siti del Patrimonio Mondiale.



Quasi 10 anni dopo, l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile firmata dai 193 Stati membri dell'ONU nel 2015, che definisce i 17 Sustainable Development Goals (SDGs) da perseguire per il raggiungimento dello sviluppo sostenibile, vede l'inclusione di un target (il target 11.4) che fa esplicito riferimento alla necessità di potenziare gli sforzi per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale del mondo. Con lo stesso orizzonte temporale, nel 2016, in risposta al crescente numero di siti del Patrimonio Mondiale interessati dal cambiamento climatico, il Centro del Patrimonio Mondiale ha avviato, in collaborazione con gli organi consultivi IUCN e ICCROM, l'aggiornamento del Documento di policy pubblicato nel 2006. Nella sua versione più recente, il documento stabilisce degli obiettivi da raggiungere entro il 2030 al fine di prevenire, evitare o ridurre al minimo i danni, utilizzando le risorse in modo efficiente, promuovendo la resilienza climatica e la riduzione delle emissioni di gas serra nel settore culturale. Il Documento entra inoltre nel dettaglio di azioni suggerite ai singoli Stati firmatari della Convenzione, affinché istituiscano accordi di adattamento climatico, misurino il progresso e il miglioramento della capacità di adattamento dei siti del Patrimonio Mondiale, implementino azioni per ridurre l'impronta di carbonio nella gestione dei siti d'interesse e istituiscano quadri normativi a sostegno di queste azioni.

Dopo qualche anno, a luglio 2021, i Ministri della Cultura del G20 approvano alla unanimità la Dichiarazione di Roma, un documento che sottolinea il ruolo della cultura e dei settori creativi per lo sviluppo sostenibile. Nell'autunno dello stesso anno si registra un'inedita partecipazione di rappresentanti del mondo della cultura alla COP26 di Glasgow, conferenza internazionale delle parti dedicata al clima, mentre nel corso dell'Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) di dicembre si tengono specifiche sessioni dedicate al tema della perdita, del danno e dell'adattamento per la cultura e il patrimonio culturale e naturale.

Sembrerebbe quindi intensificarsi la presenza della cultura sui tavoli internazionali dedicati al clima, come confermato dal fatto che, durante la COP27 di Sharm el-Sheikh, tenutasi nell'autunno 2022, la cultura assume un ruolo finalmente più centrale, anche grazie al lavoro dei membri e partner

del Climate Heritage Network, network internazionale che riunisce oltre 250 organizzazioni impegnate a supportare le comunità nel raggiungere gli obiettivi definiti dall'Accordo di Parigi attraverso un'azione contro i cambiamenti climatici che sia culture-based. Il Network ha preso parte al Working Group della COP27 per incentivare la considerazione del settore artistico-culturale nel policy-making in ambito climate change e il supporto alle organizzazioni culturali nella definizione di azioni concrete. Nello stesso anno, il Network ha lanciato la nuova edizione del proprio Action Plan, con orizzonte temporale 2022-2024, che si pone due principali obiettivi: accrescere la quantità e la qualità dell'azione di contrasto al cambiamento climatico e trasformare le politiche a favore del clima inserendo la cultura e il patrimonio, al fine di creare strategie low-carbon eque e paritarie.

A livello italiano, vista la grande rilevanza del patrimonio culturale e la delicatezza di alcuni luoghi cardine per il nostro Paese, tra cui Venezia, la tutela del patrimonio culturale è stata inserita dall'Italia nel Piano nazionale di adattamento ai cambiamenti climatici¹¹⁹. Nella versione di dicembre 2022 del Piano, emerge come l'acqua svolga un "ruolo predominante come fattore di degrado diretto e indiretto dei materiali costituenti i beni culturali. Eventi estremi, sempre più frequenti come precipitazioni intense fino ad alluvioni e tempeste, sono responsabili di danni anche strutturali negli edifici storici, in particolare per quanto riguarda gli elementi ornamentali (guglie, pinnacoli, sculture, finiture, ecc.)." Inoltre, si conferma il ruolo del surriscaldamento termico nella modifica degli ecosistemi e una progressiva desertificazione di alcune aree, che comportano un aumento di rischio di danneggiamento e di perdita irreversibile di paesaggi ed edifici storici. Altro pericolo è rappresentato dal fenomeno delle frane, che secondo le analisi ISPRA (2021) mettono a rischio il 17,9% del totale dei beni culturali italiani.

È plausibile attendersi, per i prossimi anni, lo sviluppo di strumenti ulteriori a protezione del patrimonio culturale, per la mitigazione di rischi che potrebbero irrevocabilmente danneggiare l'eredità che ci troviamo a lasciare alle future generazioni.



Salvo, 2001, Primavera, 35x25 cm

The background features a vibrant green color palette with intricate, swirling, smoke-like patterns. A central vertical rectangle is filled with a solid, medium-grey color, providing a clean backdrop for the white text.

Interviste agli operatori del settore



Valeria Brambilla

Deloitte

Cultura e sostenibilità: quale lo stato dell'arte dell'intersezione tra due mondi apparentemente distanti?

Negli ultimi anni è cresciuta **la consapevolezza, a livello internazionale, dell'importanza della cultura per lo sviluppo sostenibile**. Il mondo delle industrie culturali e creative è senza dubbio un **settore economico, con i propri impatti diretti, indiretti e indotti**. Secondo le stime dell'UNESCO, le industrie culturali e creative generano il 3,1% del PIL a livello globale e il 6,2 dei posti di lavoro, con un indubbio impatto sulla società nel suo complesso. Il settore genera altri impatti, a mio parere anche più importanti di quelli economici ed occupazionali. La **cultura favorisce l'innovazione, il ripensamento di processi e prodotti che caratterizzano il nostro quotidiano** e contribuisce in tal modo a rendere più sostenibili le nostre vite. L'innovazione può anche divenire elemento trainante di processi di **rigenerazione urbana**, nella consapevolezza che gli investimenti in cultura consentono di **migliorare la qualità infrastrutturale** di un territorio, per esempio attraverso la riqualificazione di edifici preesistenti o l'apertura di centri culturali.



Questo può favorire la promozione di un territorio, con il conseguente rafforzamento del settore ricettivo e dell'ospitalità, nonché la partecipazione attiva delle comunità locali. L'impatto più rilevante della cultura è tuttavia la **capacità di promuovere la diversità socioculturale**, contribuendo così alla **coesione** e all'**inclusione sociale**, nonché al **benessere psico-fisico delle persone**, come dimostrato da studi specialistici in materia. L'ultimo biennio ci ha infatti insegnato che lo sviluppo sostenibile richiede due elementi fondamentali: la pace e la salute, a cui la cultura contribuisce in modo imprescindibile.

Le premesse sono interessanti, ma come è possibile comprendere se si stia andando nella direzione giusta?

Diventa fondamentale la misurazione degli impatti generati dalla cultura con modalità proprie e specifiche, in grado di riflettere in modo dettagliato le esternalità generate. Misurare la cultura è tuttavia complesso, da un lato perché la cultura non è altro che un insieme di variabili che non possono essere misurate con parametri standard, tra cui quelli meramente economici o occupazionali; dall'altro, perché non esiste ancora la consapevolezza di quanto la misurazione e la condivisione dei risultati con gli "stakeholder" possano rappresentare un veicolo di inestimabile valore in termini di **trasparenza, rafforzamento dell'opinione pubblica** ed anche con finalità di favorire la raccolta delle **risorse finanziarie**. Non da ultimo, la misurazione e l'analisi di come vengano investite le risorse destinate alla cultura con opportuni indicatori di performance può contribuire a **migliorare la strategia e l'allocazione delle risorse** stesse (umane e finanziarie), favorendo l'ampliamento degli impatti generati a favore di tutti i portatori di interesse.

Esistono casi rilevanti di misurazione, ad oggi? **Sì**, in Deloitte abbiamo sviluppato un modello per la misurazione del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile, che si rifà al **Framework "Culture | 2030" dell'UNESCO**, set di indicatori tematici pensati dall'UNESCO proprio per aiutare istituzioni pubbliche e decisori politici a comprendere come la cultura contribuisca allo sviluppo sostenibile. Gli indicatori UNESCO, usati come ispirazione, sono stati resi applicabili agli eventi di Parma Capitale Italiana della Cultura 2020+21, anche grazie all'utilizzo, ove possibile, dei **GRI Standards (2021)**, gli standard di rendicontazione più diffusi a livello internazionale ed in particolare europeo per la redazione dei Bilanci di Sostenibilità e documenti di informativa non finanziaria, che forniscono dettagli in merito alle modalità di reporting dell'informazione, rendendola comparabile nel tempo e con quella pubblicata da altre organizzazioni che adottano la stessa metodologia.

Si tratta di un primo caso di applicazione di un framework di questa tipologia ad un evento caratterizzato da tale livello di complessità, che ci auguriamo possa essere un punto di partenza per il rafforzamento e progressivo miglioramento delle metodologie di misurazione e reporting degli impatti della cultura, in grado di innescare circoli virtuosi e favorire così il rafforzamento degli impatti generati, a beneficio di tutti.



Alessandro Guerrini

Amministratore Delegato Art Defender e Art Defender Insurance

Mercato dei servizi per l'arte 2022: un commento di sintesi?

Il 2022 è stato un anno decisamente positivo per i player che operano nel mercato dei servizi per l'arte. Se già nel 2021, Art Defender aveva registrato una forte crescita rispetto all'esercizio precedente, nel 2022 i ricavi sono incrementati di un ulteriore 20% circa. Tutte le linee di business - la conservazione, la consulenza, l'assicurazione e la logistica - hanno migliorato la propria performance, trainate da tre fattori determinanti: gli eccellenti risultati delle aste, il cui volume d'affari è cresciuto - solo in Italia - del 10% circa, la crescente sensibilità dei detentori di patrimoni artistici verso una gestione professionale dei propri beni, sempre più stimolata dagli operatori del wealth management, e la inconsueta vivacità della domanda proveniente dal settore pubblico e istituzionale, in parte favorita dalla straordinaria disponibilità di risorse finanziarie derivanti dal PNRR. A beneficiare dell'effetto combinato di queste tendenze, nel caso di Art Defender, sono stati, in primis, i servizi di art consulting, sempre più veicolati dai partner attivi nel settore bancario e in quello tax & legal, ma anche i servizi nell'ambito del private insurance, trainati da una più matura "cultura" assicurativa relativa al comparto fine art e da una crescente competitività del mercato. L'attività di storage, infine, ha visto crescere esponenzialmente la richiesta da parte di musei e fondazioni, anche di natura pubblica, di spazi di deposito "in outsourcing": il fenomeno - in marcata controtendenza rispetto agli anni passati - denota una rinnovata capacità d'investimento degli enti museali verso una gestione sempre più attenta di quelle consistenti parti dei propri patrimoni non destinate alla fruizione pubblica.



Quali sono state le principali novità introdotte nel 2022, che hanno consentito il proseguo della forte crescita registrata nel 2021?

Rispetto agli anni precedenti, Art Defender, nel corso del 2022, ha certamente accelerato la sua proiezione verso il mercato. Pur ribadendo la propria assoluta indipendenza (che le ha consentito di consolidarsi come ente valutatore, riconosciuto - fra gli altri - dalle principali compagnie assicurative nazionali e internazionali), l'Azienda ha sviluppato un servizio di assistenza alla compravendita per affiancare i propri clienti che intendono compiere acquisti più consapevoli o che desiderano alienare singole opere o intere collezioni. Nel primo caso, i clienti destinatari del servizio sono rappresentati da quei soggetti che si avvicinano al mercato dell'arte in una logica prettamente di investimento e di diversificazione della propria asset allocation, o da quei soggetti che, pur essendo appassionati d'arte, hanno la necessità di essere accompagnati in un percorso di "formazione del gusto", propedeutico alla costruzione di una collezione. Quando, al contrario, l'esigenza è quella di vendere, il ruolo dei nostri professionisti è, invece, quello di individuare il canale di dismissione più adeguato - in funzione delle caratteristiche delle opere e delle aspettative del cliente - e di affiancarlo, in qualità di consulenti, nelle interlocuzioni con case d'asta, mercanti e dealer. Tale servizio è risultato essere di grande utilità nell'ambito dei passaggi generazionali, quando chi eredita - che non è necessariamente un collezionista - ha la necessità di essere accompagnato in un mercato - come quello dell'arte - non privo di rischi e di insidie.

Nel 2021 si era assistito all'esplosione del "fenomeno NFT", che si è tuttavia fortemente raffreddato nel 2022, anche a causa delle cattive performance delle criptovalute. Che impatti ha avuto questa dinamica sul mercato dei servizi per l'arte, anche con riferimento agli strumenti adottati per l'offerta di servizi?

Nella scorsa edizione del Report, quando il "fenomeno NFT" ancora appariva nel pieno della sua affermazione, avevo espresso qualche riserva sulla tenuta e sulle prospettive di questo specifico comparto del mercato. La performance deludente delle criptovalute ha certamente inciso sul ridimensionamento delle quotazioni e dei volumi scambiati, ma sono sempre più persuaso che l'inversione della tendenza sia da ricercare nella natura dei beni scambiati - prodotti, in larga parte, di grafica assurti, improvvisamente, a dignità d'arte - e nello scoppio di una bolla speculativa, non dissimile da quelle che in passato hanno visto protagonisti altri fenomeni artistici. Non da ultima, l'auspicata prospettiva di una regolamentazione del mercato delle criptovalute, renderà l'acquisto di NFT sempre meno "attraente" per coloro che intendono utilizzarlo impropriamente per operazioni di riciclaggio e di autoriciclaggio. Ad ogni modo, le alterne vicende che hanno caratterizzato il mercato degli NFT, non hanno avuto alcun impatto sul settore dei servizi per l'arte: trattandosi di beni in larga parte immateriali scambiati su un mercato completamente disintermediato, la tradizionale offerta di servizi non ha trovato applicazione e ha continuato a concentrarsi sul mercato delle opere d'arte "fisiche".

Sempre con riferimento ai trend di digitalizzazione e innovazione, avete assistito ad un'evoluzione della domanda di servizi per l'arte?

Nel corso del 2022 il mercato dell'arte e dei relativi servizi ha assistito al consolidamento del processo di "transizione digitale" avviatosi in concomitanza con la pandemia. In tale ambito l'evoluzione più significativa che rilevo, con particolare riferimento a quanto avvenuto negli ultimi dodici mesi, è legata alla crescita esponenziale dei progetti di digitalizzazione relativi al patrimonio artistico nazionale, come diretta conseguenza del cospicuo fondo di 500 milioni di euro che il PNRR ha destinato a iniziative volte a colmare il gap tecnologico di musei ed altri enti culturali. Di tali progetti sta beneficiando l'intera filiera di player di servizi per l'arte: dai produttori di tools tecnologici, ai provider di servizi di catalogazione, fino agli operatori di logistica impegnati nella movimentazione dei beni oggetto di digitalizzazione.

Dal punto di vista dei servizi per l'arte, quali implicazioni hanno le recenti "evoluzioni geografiche", con Parigi che emerge sempre più come hub centrale per il mercato dell'arte europeo e Hong Kong che lascia invece spazio ad altre grandi città asiatiche, quali Singapore e Seoul?

La Brexit ha aperto nuovi e inaspettati scenari nel mercato dell'arte, spianando la strada all'affermazione di Parigi come nuova capitale europea degli scambi; così come eventi fieristici di primissimo piano - come Frieze Seoul - hanno spostato il baricentro del mercato asiatico. Se per decenni siamo stati abituati a un mercato concentrato in (poche) roccaforti che sembravano inespugnabili - come Londra e New York - oggi assistiamo ad una evoluzione che va verso un concetto di mercato policentrico. Per quanto riguarda i servizi per l'arte, le implicazioni più significative di questo nuovo assetto geografico, riguardano senz'altro il comparto della logistica che ha dovuto focalizzare la propria operatività e il proprio sviluppo strategico verso nuove aree geografiche, stabilendo nuove connessioni con corrispondenti locali e affinando nuove competenze, ad esempio, in ambito doganale. L'incertezza normativa determinata dalla Brexit riguardo alla movimentazione delle opere ha incentivato inoltre lo spostamento e l'immagazzinamento delle collezioni in paesi più rassicuranti e da questo fenomeno anche l'Italia ha tratto beneficio.



Quali novità può raccontarci, invece, con riferimento alla gestione delle corporate collection?

Anche quest'anno i progetti riguardanti le corporate collection hanno ricoperto un ruolo centrale nel business di Art Defender. Alla ormai consolidata attività di valutazione, richiesta sia per finalità di carattere assicurativo, sia per finalità di carattere bilancistico (quindi per attribuire un valore da iscrivere a bilancio, secondo il criterio del cosiddetto "fair value"), si è affiancata - nell'ambito di una importante commessa svolta per un primario gruppo bancario internazionale - un'attività di due diligence avente come scopo la verifica delle caratteristiche delle opere oggetto di analisi - ad esempio, in termini di autenticità o attribuzione - e la verifica contestuale dei titoli di acquisto e di provenienza, condotta anche tramite consultazioni presso l'Art Loss Register. Tale tipologia di approfondimento e indagine, svolta dai professionisti di Art Defender, ha avuto una funzione determinante in materia di risk assessment e di risk management per individuare, escludere o quantomeno minimizzare, i potenziali rischi di carattere legale e reputazionale connessi al possesso o all'utilizzo a fini di comunicazione di opere d'arte giunte in collezione - ad esempio a seguito di operazioni di M&A - prive di un adeguato apparato documentale.

Quali sono le prospettive per il 2023, in considerazione del complesso contesto socio-economico internazionale?

Se la vivacità della domanda registrata nel primo bimestre può portare senz'altro ad un deciso ottimismo per il 2023, la complessa situazione congiunturale geopolitica ed economica internazionale suggerisce una maggiore prudenza e cautela. I rischi connessi ad una eventuale escalation del conflitto fra Russia e Ucraina, unitamente al rallentamento dell'economia cinese e ai recenti dissesti finanziari che hanno coinvolto alcuni rilevanti istituti bancari internazionali alimentano infatti dubbi e incertezze sulla tenuta dell'economia mondiale e, di conseguenza, anche sulla tenuta del mercato dell'arte e dei relativi servizi. I più autorevoli osservatori mettono in guardia da una possibile recessione, o quantomeno da una flessione significativa degli scambi, entro la fine dell'anno. La storia ci ha insegnato tuttavia quanto sia difficile fare previsioni sull'andamento del mercato dell'arte, fra inaspettate e sostanziali resilienze di fronte ad eventi di drammatica portata (come è stata la recente pandemia) e altrettanto inaspettate e sostanziali correlazioni con talune crisi finanziarie (come è stata quella del 2008) che hanno sfatato il mito dell'opera d'arte quale "bene rifugio" per antonomasia. La prospettiva più concreta che, personalmente, auspico riguarda il mercato italiano e, nello specifico, le innovazioni normative che permetterebbero al nostro Paese e ai player del settore di essere più competitivi a livello internazionale: dall'abbassamento dell'IVA all'importazione, all'estensione delle soglie di valore per l'uscita di opere dal territorio italiano; dalla pubblicazione di un database delle opere notificate, alla semplificazione delle procedure di esportazione. Su questi temi - indipendentemente dalle situazioni congiunturali - si gioca il futuro del mercato italiano dell'arte e il suo ruolo nel nuovo assetto europeo post-Brexit!



Mariolina Bassetti

Chairman Post-War & Contemporary Art Continental Europe,
Chairman Italy, Christie's

“**M**ercato dell'arte internazionale 2022: un commento di sintesi?”

Il 2022 è stato un anno eccezionale, il migliore nella storia di Christie's e in generale del mondo delle case d'asta. In Christie's ha raggiunto 8,4 miliardi di dollari di ricavo complessivo, divenendo la casa d'asta con il record assoluto per volumi di vendita. Il tutto è avvenuto in un anno tutt'altro che semplice, con una guerra in corso e una situazione globale di semi-uscita dal COVID, ma alcuni elementi hanno consentito, in particolare, di registrare questi grandi risultati.



Quali sono questi elementi, in grado di determinare una così dinamica crescita, nonostante le incertezze del contesto socioeconomico internazionale?

In primis la resistenza del mercato dell'arte e soprattutto della qualità, ben dimostrata dal fatto che, come sempre succede, nel momento in cui la borsa ha iniziato a scendere il mercato dell'arte ha registrato andamenti inversamente proporzionali, continuando a crescere. Altro elemento è sicuramente la grande dedizione di tutto il team internazionale di Christie's, dove la professione è strettamente legata alla sfera privata del singolo: il vero driver del nostro successo è la passione delle nostre persone, che ci porta ad essere direttamente coinvolti nelle relazioni con venditori e collezionisti. È anche grazie a questi aspetti che quest'anno si è conclusa la vendita record della Collezione di Paul Allen, battuta per 1 miliardo e 620 milioni di dollari e vero e proprio evento internazionale, il cui ricavato è stato devoluto in beneficenza. Si è trattato di un anno speciale per tanti motivi e soprattutto di un anno di grande soddisfazione, anche per l'Italia, che ha registrato un aumento del fatturato del +15% con 8 aste, di cui 4 dedicate all'arte e 4 dedicate ai beni di lusso, sempre molto attenzionate da diverse tipologie di collezionisti. Tra queste, l'asta "La Dolce Vita", dedicata a gioielli e orologi, nonché un'asta di borse che ha registrato il 100% di venduto per valore.

A dominare, nei risultati, sono le single owner collection. Quale la motivazione di tale successo?

Le collezioni hanno grande successo perché vengono legate alla storia del personaggio che le ha costruite, si può creare una narrativa sulla storia della collezione stessa, con grande ritorno in termini di marketing. I collezionisti, inoltre, amano acquistare oggetti appartenuti a personaggi noti, che hanno impresso il proprio gusto sugli oggetti stessi, confermandone la qualità. L'appartenenza ad un personaggio noto influisce sui risultati di vendita delle collezioni ma anche di singoli oggetti in cataloghi misti, nonché sull'attenzione del pubblico. La vendita della Collezione di Paul Allen ha registrato non soltanto il 100% di venduto, ma anche grandi risultati da un punto di vista mediatico, rappresentando un episodio di grande qualità culturale. Nel periodo dell'esposizione si registravano code davanti al Rockefeller Center, di persone non tanto interessate ad acquistare, ma quanto più a vedere opere di livello museale, aspettando ore per poter entrare. Ci sono stati diversi casi di aste in grado di generare questa attrazione, e questa aspettativa, e in cui chi compra ama comprare qualcosa per cui c'è stata grande attesa. Questo vale soprattutto in America, dove la storia culturale è diversa e soprattutto ha radici meno antiche di quella europea. In America si registra infatti grande fanatismo per oggetti da collezione che difficilmente rientrano nelle corde del collezionismo europeo, come i pantaloncini o gli accappatoi di Cassius Clay venduti per centinaia di migliaia di dollari. La collezione mitizza gli oggetti e storicizza l'intera asta, dando maggiore incisività alla vendita.

E quali dinamiche hanno invece determinato un rallentamento negli entusiasmi nei confronti degli NFT e dell'arte digitale, che aveva conosciuto grande successo nel 2021?

Prima di parlare di rallentamento, dobbiamo aspettare di vedere cosa accadrà nei prossimi mesi. L'aggiudicazione di oltre 69 milioni di dollari dell'opera NFT di Beeple nel 2021 ha influenzato moltissimo l'andamento del mercato degli NFT. Il confronto tra 2022 e 2021 in termini di volumi di vendita per opere NFT è stato sicuramente impattato da questo singolo evento. È importante, tuttavia, che si lasci tempo perché questa "novità" del mercato si storicizzi. La storia ci insegna che tutti i picchi del mercato necessitano di un successivo periodo di riflessione, per raggiungere poi una stabilità. È plausibile credere che ci aspettano anni di alti e bassi prima che il mercato degli NFT si stabilizzi, preso atto che ormai gli NFT sono entrati a far parte del nostro mondo e difficilmente ne usciranno.

Da un punto di vista geografico, sembrerebbe confermarsi il rafforzamento di Parigi nella scacchiera del mercato internazionale. Ci può fare una breve panoramica sulle principali dinamiche in atto, e sulle motivazioni sottostanti alla scelta di tenere l'asta "Thinking Italian" nella Capitale Francese, a discapito di Londra?

Io credo molto in Parigi, credo che sia il futuro dell'Europa e sono una delle più grandi fautrici dell'importanza di Parigi in questo momento. L'Inghilterra, con la Brexit, si è un po' auto-esclusa da un libero mercato senza dazi, con conseguenze importanti sul mondo dell'arte, poiché per un europeo importare le opere dall'Inghilterra è diventato molto costoso. La scelta di portare l'asta Thinking Italian, di arte italiana, a Parigi, è dettata prevalentemente da un aspetto economico, perché più della metà degli acquirenti che registriamo a questa asta ha provenienza europea. La scelta di Parigi è dettata anche da una bassa aliquota IVA, pari al 5,5% in Francia, contro per esempio al 10% in Italia, che è la aliquota più alta in Europa. Queste percentuali determinano differenze sostanziali nei prezzi che complessivamente dovranno essere pagati dal compratore. Il secondo fattore è un fattore culturale: noi italiani siamo sicuramente più vicini, culturalmente, alla Francia; e la nostra arte è sicuramente più affine a quella delle avanguardie francesi. Un ultimo elemento determinante è la fiera che si svolge ad ottobre a Parigi: siamo molto più vicini ad una fiera come Art Basel che ad una fiera come Frieze a Londra, che è molto più contemporanea. Con l'introduzione di Art Basel Paris+ a Parigi, mi è sembrato che ci fossero elementi che combaciassero e che spingessero a portare l'asta a Parigi. Ed è stata una prova di grande successo. Abbiamo registrato un grande entusiasmo, grande collaborazione dal team francese e notevoli semplificazioni nelle esportazioni e importazioni di opere. I collezionisti italiani sono più attratti da Parigi. Trovo che la sinergia Londra-Parigi faccia parte del futuro: credo che nel futuro vedremo sempre più una separazione tra arte contemporanea, che rimarrà sicuramente a Londra, e il lato più moderno, a Parigi, che favorisce di più il clima di Thinking Italian.



E quali sono, invece, le dinamiche in atto nelle altre piazze internazionali, con particolare riferimento al mercato asiatico?

La Cina è sempre presente in maniera importante nel nostro mercato: è cresciuta del 20% nell'ultimo anno, nonostante abbia subito l'impatto negativo dell'obiettivo zero COVID del governo cinese, che ha determinato la chiusura delle barriere all'Occidente per un lungo periodo. La recrudescenza di contagi di novembre ha ulteriormente allontanato il contesto cinese dal nostro mondo. Questo ha significato pochi scambi e grandi difficoltà nelle visite in loco, anche da collezionisti di paesi vicini: si è accolti da uomini in tuta, obbligati a rifare i vaccini e ci sono test anti-Covid periodici da sostenere, si ha sempre l'incubo di restare contagiati con il rischio di restare bloccati per lungo tempo ad Hong Kong. Oggi dovremmo auspicabilmente essere fuori da questo periodo di difficoltà e sicuramente possiamo guardare con interesse ad altre piazze asiatiche, tra cui in primis la Corea, che è sicuramente uno dei luoghi del futuro, anche in termini di bacino di collezionisti.

C i può fare, inoltre, una breve panoramica sugli effetti dell'evoluzione del conflitto russo-ucraino sulla domanda dei beni da collezione, nonché sull'offerta, parlando quindi della disponibilità dei collezionisti alla vendita? Le ultime aste del 2022 sembrano avere avuto risultati in chiaroscuro.

Parto sottolineando che nella seconda parte dell'anno ci sono stati risultati straordinari, tra cui anche la vendita della collezione di Paul Allen. Esiste tuttavia un problema di assorbimento della grande quantità di opere immesse sul mercato. La collezione di Paul Allen ha portato sul mercato beni di qualità museale e, alla fine della stagione, la tanta proposta porta un po' ad un assottigliamento della domanda, poiché anche il compratore è stanco, anche perché i grandi mesi dell'arte sono ottobre e novembre. A dicembre c'è una proiezione diversa: l'attenzione del compratore è più rivolta a tutti i problemi e le necessità di fine anno, del periodo natalizio, e si vive quindi un assestamento nei risultati, con particolare riferimento ai beni di grande qualità. Essendo beni di lusso, sono beni che vengono ricercati nei momenti più tranquilli. Paradossalmente, i momenti di vacanza o i momenti di grande effervescenza in altri contesti allontanano dall'asta, poiché le aste sono un mondo in cui ci si abbandona quando si ha il tempo di farlo, al pari di tutti i piaceri. Questo secondo me giustifica abbastanza quanto accaduto a dicembre.

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

Il più grande cambiamento nel collezionismo di oggi rispetto al passato è relativo alla geografia sociale. Il 35% dei nostri compratori sono nuovi e questo significa un ricambio generazionale molto importante, con il 34% di nuovi acquirenti che sono millennial. Stiamo vivendo un momento di ricambio generazionale, un momento di avvicinamento da parte di giovani all'arte, al lusso, ai beni rifugio. Questo implica l'avvicinamento di nuovi compratori e l'apertura a nuove fette di mercato, nuove persone che si avvicinano all'arte, nuove ricchezze derivanti da nuovi settori, tra cui in particolare tutto il settore digitale e tecnologico, o il mondo delle start up. Quando si diventa ricchi, in genere, il primo passo è il bene rifugio, l'arte, o il bene di lusso (gioiello, borsa preziosa, orologio). Questo cambio generazionale ha portato alla nascita di una nuova tipologia di compratore, che ama circondarsi di un'arte che lo rappresenta maggiormente in una società volta al digitale e alla veloce trasformazione, e per questo sempre più rivolto verso l'arte contemporanea. Rispetto al collezionismo internazionale, nel contesto italiano non si rilevano grandi differenze, se non che paradossalmente gli italiani sono i primi in percentuale tra i nuovi clienti online. Gli italiani amano moltissimo comprare online perché sono discreti, evitano volentieri il contatto fisico e comunque possono vedere le opere che acquistano nel corso delle esposizioni che precedono l'asta, senza quindi pregiudicare la possibilità di prendere contatto con il bene a catalogo.

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

L'arte italiana è andata molto bene: abbiamo venduto più di 30 milioni a Parigi, che è un grande risultato, poiché allineato ai totali registrati a Londra nonostante il minor numero di lotti. Le aste di arte italiane a Milano hanno invece superato il 90% di venduto e in particolare la Collezione Agrati è stata per noi un grande successo, con il 100% di venduto e la dimostrazione di come il contesto internazionale continui a ricercare la qualità italiana. L'arte italiana è vista come "élite", come origine dell'arte degli altri paesi. È un'arte molto raffinata e selettiva, non riusciremo mai ad arrivare ad una globalizzazione della proposta, ma continuiamo a convogliare l'interesse di molti collezionisti sofisticati.

Quali sono le prospettive per il 2023, anche in considerazione dell'attuale contesto macroeconomico?

In un momento così delicato, di trasformazione, nel contesto di una guerra che va ormai avanti da un anno, penso che il 2023 non sarà un anno di esplosione, ma che si manterranno i buoni livelli dell'anno precedente. È bene tuttavia sottolineare che tutto dipenderà in parte anche dalle collezioni che potranno giungere sul mercato, elemento davvero imprevedibile. Le nostre previsioni sono sempre abbastanza soggettive e relative, ma è un lavoro splendido anche per questo: ogni giorno può succedere qualcosa di diverso che ci cambia davvero la stagione.



Cristiano De Lorenzo

Managing Directori di Christie's Italia

Mercato dell'arte 2022: un commento di sintesi?

Il 2022 è stato un anno straordinario per il mercato delle aste e in particolare per Christie's che ha realizzato un totale complessivo di \$8,4 miliardi, record assoluto nella storia del mercato dell'arte. Tre fattori spiegano questa performance: la tenuta dei mercati dell'arte e del lusso nonostante un contesto macroeconomico difficile, il notevole successo ottenuto dalle vendite di importantissime collezioni d'arte e l'esperienza dei nostri team che, in tutto il mondo, collaborano sinergicamente per innovare, investire nel futuro e offrire ai nostri clienti la miglior possibile selezione di opere dell'arte e manufatti di lusso.

Tra i molti risultati epocali, è doveroso menzionare l'asta della collezione del co-fondatore di Microsoft, Paul G. Allen, che, lo scorso autunno a New York, ha raggiunto un totale di 1,62 miliardi di dollari, diventando la collezione di maggior valore mai venduta. Le esposizioni internazionali che hanno preceduto la vendita hanno attirato migliaia di visitatori accorsi per ammirare questi capolavori.

La scorsa primavera abbiamo inoltre venduto l'opera d'arte più costosa del XX secolo: Shot Sage Blue Marilyn di Andy Warhol, che è stata aggiudicata per 195 milioni di dollari, il secondo prezzo d'asta più alto per un'opera d'arte.

In totale, nel 2022 Christie's ha venduto 7 delle 10 opere di maggior valore dell'anno, ottenendo un tasso di vendita complessivo superiore all'85%.



Quali sono i principali driver che hanno determinato una così dinamica crescita, nonostante le incertezze del contesto socioeconomico internazionale?

Il 2022 è stato un anno di collezioni leggendarie presentate in asta. Oltre alla raccolta Allen, Christie's che ha venduto le 3 migliori collezioni dell'anno in meno di sei mesi: Ammann (359.2 milioni di dollari), Bass (361.1 milioni di dollari) e Givenchy (118.1 milioni di euro) a Parigi, la migliore collezione venduta lo scorso anno al di fuori degli Stati Uniti.

La nostra attività è stata trainata da una nuova generazione di collezionisti. Interessante notare che il 35% di tutti gli acquirenti del 2022 erano nuovi clienti per Christie's e che il 34% di questi nuovi acquirenti sono stati identificati come Millennial (rispetto al 31% nel 2021). Dall'Asia è giunto il gruppo di nuovi collezionisti in più rapida crescita.

Nel 2022, abbiamo anche investito strategicamente nel futuro del nostro business con il lancio di Christie's Ventures - un nuovo fondo di investimento per sostenere le aziende Web 3.0, tecnologiche e FinTech, in fase iniziale con una rilevanza diretta per il mondo di Christie's e il business dei beni di lusso.

Le vendite private si mantengono ad un livello elevato, superando la soglia di 1.2 miliardi di dollari (1 miliardo di sterline), il terzo totale consecutivo più alto di sempre per la piattaforma e un aumento del 49% rispetto ai livelli pre-pandemia del 2019.

Quali sono state le novità rispetto ad un 2021 di grande soddisfazione per il settore?

L'anno scorso, soprattutto in Asia, abbiamo dovuto continuare a gestire gli effetti della pandemia che ha spinto e accelerato i cambiamenti del nostro settore. Il 2022 ha mostrato l'impatto di questi cambiamenti sulle nostre attività.

In tal senso, desidero sottolineare due punti che mi sembrano particolarmente rilevanti per i quali la parola chiave è sempre: sviluppo digitale.

Penso innanzitutto al fatto che un tempo le nostre aste accoglievano fino a 800 persone in una delle nostre sale. A novembre, invece, per la collezione di Paul Allen ci sono stati 4 milioni di spettatori online.

Ciò premesso, continuiamo a registrare una crescita straordinaria delle nostre vendite online, che lo scorso anno hanno rappresentato il 5% (in dollari) di tutte le vendite d'asta (online e dal vivo insieme) rispetto all'1% del 2016.

Per un certo periodo, durante la pandemia, la nostra attività è avvenuta solo online e questa esperienza ha cambiato i comportamenti dei nostri clienti e colleghi.

Ora la metà di tutte le aste di Christie's si svolge online e questa modalità è completamente integrata nel calendario delle vendite.

Quali sono i dipartimenti che hanno avuto maggiore successo nel 2022? E quale profilo hanno e da dove vengono i collezionisti più attivi?

Non esiste un cliente tipo di Christie's, il che rende il nostro lavoro molto più interessante e dinamico.

La divisione principale in termini di valore è quella dedicata all'arte dei secoli XX e XXI, ma tutti i reparti contribuiscono al nostro successo globale.

Per dare un quadro più chiaro, mi pare utile dare un'occhiata al totale delle vendite avvenute nel 2022 per categoria (aste dal vivo e online, vendite private):

Arte dei secoli XX e XXI

> \$6.219B / £5.226B

(+21% USD / +39% GBP rispetto al 2021)

(Include arte impressionista, moderna e del dopoguerra, contemporaneo, design, multipli e fotografia)

Divisione Beni Lusso

> \$988M / £830M

(+2% USD / +17% GBP rispetto al 2021)

(Gioielli, orologi, borse e vino)

Categorie classiche

> \$789M / £663M

(+37% USD / +57% GBP rispetto al 2021)

(Dipinti antichi, memorabilia, antichità e arti decorative)

Arte asiatica e etnica

> \$397M / £334M

(-20% USD / -8% GBP rispetto al 2021)

(Arte asiatica, africana, oceanica e islamica).

È inoltre interessante osservare la crescita di un gruppo di clienti più giovani, i Millennial che stanno muovendo il mercato in modo nuovo. Abbiamo infatti continuato ad assistere a un'attività entusiasmante da parte di questa nuova generazione di collezionisti (nati tra il 1981 e il 1996) che sta plasmando con forza le nostre aste e il nostro business del futuro, sia nell'ambito delle opere d'arte che dei beni di lusso.

Nel 2022, i millennial hanno rappresentato il 21% degli acquirenti totali di Christie's a livello globale. Questo dato equivale ad un terzo dei nostri nuovi clienti ogni anno, soprattutto nel mercato dell'arte del Dopoguerra e contemporanea che dei beni di lusso.

La regione in più rapida evoluzione per i nostri clienti Millennial è l'APAC (44%) e il 31% di questi collezionisti sono donne.



A dominare, nei risultati, sono le single owner collection. Quale la motivazione di tale successo?

Il 2022 è un anno fantastico: Christie's ha venduto all'asta le tre collezioni private più importanti dell'anno. Come sempre nel nostro settore, la provenienza gioca un ruolo chiave nel successo di una vendita e le raccolte private sono particolarmente interessanti perché presentano il punto di vista, "l'occhio" di chi le ha create.

Questo è il caso di Visionary: The Paul G. Allen Collection (1.62 miliardi di dollari), venduta al 100%, raggiungendo il totale più alto della storia delle aste, con 155 capolavori che coprivano 500 anni di storia dell'arte e 5 opere vendute oltre i 100 milioni di dollari.

The Collection of Anne H. Bass (363.1 milioni di dollari), il cui top lot è stato Le Parlement, soleil couchant di Claude Monet (76 milioni di dollari).

The Collection of Thomas and Doris Ammann (359.2 milioni di dollari), da cui proveniva l'opera d'arte del XX secolo più costosa venduta all'asta nel 2022: Shot Sage Blue Marilyn di Andy Warhol (195 milioni di dollari).

Tra le altre collezioni eccezionali del 2022, si devono menzionare: a New York, The Ann & Gordon Getty Collection (150 milioni di dollari). 1.500 lotti tutti venduti tramite quattro aste dal vivo e sei aste online; la Collezione di Rosalind Gersten Jacobs e Melvin Jacobs (42.7 milioni di dollari) che includeva la fotografie di Man Ray i cui risultati hanno ridefinito il mercato della categoria.

Tornando da questa parte dell'oceano, non si può dimenticare l'iconica vendita a Parigi intitolata Hubert de Givenchy: Collectionneur (118.1 milioni di euro), con un nuovo totale record per le arti decorative ed eccezionali risultati per il mercato dei mobili francesi del XVIII secolo; e la collezione della nipote di Henri Matisse, Jacqueline Matisse Monnier, (40.5 milioni di euro).

A Londra, la Collezione di Lord & Lady Weinstock di arti decorative, quadri antichi e gioielli, ha totalizzato 8,1 milioni di sterline; la Collezione Sina Jina, la più grande collezione di arte contemporanea africana e della diaspora, ha realizzato un totale di 2.9 milioni di sterline e ha stabilito un record per molti giovani artisti all'asta con un ricavato andato al The African Arts Trust.

Tra Londra e Hong Kong, la serie di vendite Marc Chagall, Colour of Life, Works Formerly from the Artist's Estate, ha totalizzato ad oggi 177.5 milioni di dollari di Hong Kong (22.8 milioni di dollari).

Ad Hong Kong sono state invece vendute al 100% tre collezioni di opere d'arte cinesi di un unico proprietario: The Chang Wei-Hwa Collection of Archaic Jades Part IV, The Qin and Han Period, Rich Golden Hues and Graceful Forms- Classical Chinese Furniture From The Tseng Collection e Important 17th Century Porcelain from the Butler Family Collection.

Anche la Collezione Agrati, creata in Italia dai fratelli Peppino e Luigi e venduta da Christie's tramite varie aste dal vivo e online a New York, Parigi e Milano, ha attratto grande interesse ottenendo 9.5 milioni di dollari.

E quali dinamiche hanno invece determinato un rallentamento negli entusiasmi nei confronti degli NFT e dell'arte digitale, che aveva conosciuto grande successo nel 2021?

Mentre il mercato dei NFT continua a essere messo alla prova dalla volatilità del mercato delle criptovalute, la domanda di arte digitale si è dimostrata forte nel 2022.

Riteniamo che il percorso dell'arte digitale verso il mainstream sia ancora agli inizi, ma vediamo artisti di incredibile talento che utilizzano la tecnologia in modi straordinari.

Christie's intende utilizzare la sua nuova piattaforma di vendita - Web 3.0 - per dare risalto a queste opere. Questa piattaforma completamente on-chain, costruita sulla blockchain di Ethereum in collaborazione con i leader del settore, sta già fornendo una piattaforma agli artisti digitali emergenti per raggiungere il riconoscimento globale.

Da un punto di vista geografico, sembrerebbe invece in essere un'evoluzione della "scacchiera" asiatica, con un raffreddamento delle performance del mercato secondario di Hong Kong e una crescente importanza di altri hub, quali Singapore e Seoul. Ci può fare una breve panoramica della situazione?

Gli effetti della pandemia si sono fatti ancora sentire a Hong Kong nel 2022. Nonostante ciò, il potere d'acquisto dell'APAC a livello internazionale è in crescita e ha raggiunto un livello record dal 2015. I clienti asiatici rappresentano oggi il 26% degli acquirenti di Christie's e, lo scorso anno, hanno contribuito con 1,8 miliardi di dollari, il massimo dal 2015, con acquisizioni in quasi tutte le categorie di arte e beni di lusso. A livello globale, il gruppo di acquirenti più giovani nelle vendite di Christie's è trainato proprio dai clienti asiatici.

I millennial della regione APAC hanno rappresentato il 62% del totale di acquisti effettuati da questo gruppo nelle sale d'asta di Christie's di tutto il mondo.

Le nostre aste più importanti si svolgono a Hong Kong, che rimane il punto centrale dell'Asia e nel 2024 apriremo un nostro spazio espositivo e una sala d'aste ad Hong Kong, in un nuovo polo di riferimento della città: The Henderson.

La sua osservazione è tuttavia corretta e in effetti ci sono oggi altre città asiatiche che stanno mostrando grande energia e dinamismo, in particolare Seoul e Singapore.

In concomitanza con il debutto di Frieze Seoul nel settembre 2022, Christie's ha portato in città una mostra Flesh and Soul: Bacon/ Ghenie, che proponeva capolavori di Francis Bacon and Adrian Ghenie

Ad ottobre si è tenuta a Singapore la più grande anteprima di highlights di diverse categoria che ha attratto collezionisti da tutta la regione del sud-est asiatico.



Ci può fare, inoltre, una breve panoramica sugli effetti dell'evoluzione del conflitto russo-ucraino sulla domanda dei beni da collezione, nonché sull'offerta, parlando quindi della disponibilità dei collezionisti alla vendita? Le ultime aste del 2022 sembrano avere avuto risultati in chiaroscuro.

Tutti i mercati svolgono un ruolo importante per Christie's e siamo impegnati in tutte le categorie di collezionismo e in tutte le aree geografiche, nel rispetto delle leggi vigenti. Tengo a precisare che, prima della guerra, il mercato di Christie's in Russia era relativamente piccolo.

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

Per quanto riguarda Christie's, il 2022 ha presentato alcune importanti novità in merito al mercato italiano. Il principale cambiamento ha interessato la vendita Thinking Italian che, dopo 22 edizioni londinesi, è stata presentata per la prima volta a Parigi nell'ottobre del '22 con grandissimo successo.

Parte dell'asta Avant-garde(s) che ha totalizzato quasi 70 milioni di euro, la sezione Thinking Italian ha realizzato, da sola, un totale complessivo di 30,5 milioni di euro, il miglior risultato dal 2018.

Il top lot dell'asta è stato un magnifico e monumentale Concetto Spaziale argento di Lucio Fontana, venduto a € 15.147.000, mentre due nuovi record d'asta sono stati stabiliti per la rarissima Mappa rosa di Alighiero Boetti (€5.6 milioni) e per un dipinto di Mario Schifano (€1.3 milioni).

Tornando a Milano, l'anno scorso abbiamo visto una crescita del 35% rispetto al 2021 con otto vendite dedicate a quattro diverse categorie: arte dei secoli XX e XXI, che da qualche anno include opere italiane e internazionali attirando un crescente numero di acquirenti stranieri nelle aste milanesi, gioielli, orologi e una collezione di borse e accessori Hermés.

La nostra strategia post-pandemica di offrire esclusivamente aste online, resta vincente - come la crescita della partecipazione di compratori più giovani, in aggiunta a quelli più esperti e ormai fidelizzati, ha ampiamente dimostrato. Infatti nel triennio 2020-2022, il numero di iscritti/acquirenti/offerenti Millennial dall'Italia è cresciuto del +45% (192 nel FY20, 279 nel FY22).

Più in generale, è interessante rilevare che la percentuale totale dei Millennial italiani attivi in tutte le nostre vendite è cresciuta dal 17% del 2020 al 20% del 2022. Anche la spesa dei Millennial italiani è aumentata del +166% tra il 2020 e il 2022, mentre il valore totale delle offerte è cresciuto a un tasso ancora più elevato (+473%).

Quali sono le prospettive per il 2023, anche in considerazione dell'attuale contesto macro-economico?

Il 2023, come l'anno scorso, si presenta a tutti noi arduo a livello globale. Il mercato dell'arte ha dimostrato di essere resistente e pieno di risorse in tempi difficili. È forse troppo presto per dire come le prospettive economiche più ampie influenzeranno la nostra attività in futuro, ma l'esperienza ci ha dimostrato che quando si offrono grandi opere e collezioni, la domanda c'è, e questo interesse proviene da clienti di tutto il mondo. È un settore competitivo dove una delle grandi difficoltà è spesso quella di convincere un cliente ad affidarci una proprietà. Il problema principale del nostro settore resta l'offerta rispetto alla domanda.



Clarice Pecori Giraldi

Vice Presidente Gruppo Apollo
Courtesy Guglielmo de Micheli

Gruppo Apollo: quale la mission e quali le caratteristiche dell'Associazione?

La missione del Gruppo Apollo è di rappresentare gli interessi degli attori che animano il mercato dell'arte in Italia. Obiettivo del Gruppo è di mettere a disposizione del decisore pubblico, in primis del Ministero della Cultura, l'enorme bagaglio di conoscenza ed esperienza internazionale dell'intera filiera, in materia di valorizzazione e tutela del patrimonio artistico e culturale. Per questo motivo, fanno parte dell'Associazione, case d'asta, italiane e internazionali, galleristi di arte moderna e contemporanea, i mercanti di arte antica, operatori del mercato numismatico e le imprese della logistica. Sono parte di Apollo, inoltre, rappresentanti di aziende e singoli individui, tra cui la sottoscritta, nonché alcuni collezionisti che hanno esigenze connesse alla gestione delle collezioni e al suo futuro.



Quali sono i principali tavoli aperti oggi, con particolare riferimento alle principali criticità vissute dagli attori del mercato dell'arte negli ultimi anni, pensando alla pandemia, alla Brexit e ad un contesto normativo poco favorevole?

Già dal 2013, successivamente dal 2021 nella veste formale di Associazione, il Gruppo Apollo è impegnato affinché il mercato italiano dell'arte riacquisti un ruolo di centralità e recuperi il gap concorrenziale a livello europeo. La Brexit ha posto sicuramente un ulteriore elemento di sfida, in un contesto che vedeva già la legislazione italiana sfavorevole al mondo delle imprese e del collezionismo. Nell'ottica di indicare agli interlocutori istituzionali delle iniziative precise in grado di incentivare la vitalità del mercato, abbiamo stilato 11 punti prioritari. Tra questi, l'estensione delle soglie di valore europee per cui si rendono necessarie licenze di esportazione, l'introduzione di termini perentori per le procedure riguardanti l'esportazione, l'introduzione di un obbligo di acquisto in caso di diniego di esportazione e di un obbligo di indennizzo in caso di notifica. Sul fronte fiscale, inoltre, il rafforzamento degli incentivi al mecenatismo, la diminuzione dell'IVA sulle importazioni e sulle transazioni, un tax credit per l'acquisto opere di artisti viventi volto a supportare l'arte contemporanea e infine, un database pubblicamente accessibile per le opere notificate.

Come il Gruppo Apollo si relaziona con le istituzioni per il raggiungimento degli obiettivi che si prefigge?

I contatti con i rappresentanti del Ministero, delle sovrintendenze, e i membri del parlamento sono continui, al fine di favorire il corretto scambio di informazioni e la valorizzazione delle istanze di chi opera sul mercato. Incontri informali, ma anche occasioni pubbliche, quali audizioni presso il Parlamento e convegni, come gli eventi di Roma e Milano dello scorso anno, in cui tra i molti ospiti, è intervenuto anche lo stesso Ministro della Cultura.

Quali sono le principali aspettative per il 2023 e quali le iniziative su cui puntate di più?

Sicuramente il nostro obiettivo è portare avanti i tavoli di lavoro sui nostri 11 punti, nonché avviare un rapporto più strutturato con il MEF, poiché negli ultimi anni il focus è stato più sul Ministero della Cultura, ma esistono temi che necessitano il coinvolgimento di altri ministeri. Tra questi, per esempio, la possibilità e direi opportunità di estendere alcuni benefici dell'Art Bonus a opere notificate, o ad opere d'arte di artisti italiani contemporanei che necessitano di supporto, come avviene in altri Paesi. Il nostro "benchmark" su questi aspetti è sicuramente la Francia, che ha guadagnato moltissimo dalla Brexit, cogliendo le opportunità derivanti dall'impossibilità per Londra di continuare a beneficiare del regime di libera circolazione. Il vantaggio della Francia è che ha una normativa più favorevole, al collezionista con legislazione pragmatica e tassazione agevolata, con previsione di bonus per gli artisti giovani ed altre iniziative a supporto del settore. Un'altra delle nostre richieste è che venga applicata, anche in Italia, la dinamica delle soglie di valore: si presuppone per esempio che un'opera su carta di un valore inferiore ai €15.000 non abbia bisogno di licenze d'esportazione, e questo vale per molti paesi in Europa; oppure ancora che un dipinto ad olio al di sotto dei €150.000 non debba aver bisogno di licenza di esportazione, ma solo di un documento che certifica che sta "lasciando il Paese". In Italia hanno recepito questo assetto normativo europeo, applicando tuttavia la soglia di €13.500 a tutti i beni e gli oggetti d'arte. In pratica si è sgonfiato il senso della norma, che oggi penalizza anche tutta la fascia di case d'asta o dealer di opere di basso-medio valore, che devono richiedere licenze alla Pubblica Amministrazione, con tempistiche di risposta lunghissime o addirittura mancate risposte. Tutto questo è un meccanismo estremamente farraginoso, che sicuramente complica la vita alle persone che vivono di questo lavoro, ma anche all'ufficio esportazione che deve dare la stessa importanza ad oggetti che hanno valore ben diverso, non consentendo loro di concentrarsi su quegli oggetti che vale davvero la pena notificare e tenere in Italia.

Anche su questo, tuttavia, abbiamo dei margini di miglioramento: se un'opera risultasse dotata di un valore culturale tanto elevato da impedirne l'esportazione, allora tale opera dovrebbe essere acquisita dallo Stato perché ne venga garantita la pubblica fruibilità. Oggi questo non accade, poiché il proprietario dell'opera rimane con l'opera nella propria casa, impossibilitato a venderlo sul mercato internazionale. In Francia, lo Stato ha 30 mesi di tempo per raccogliere la cifra necessaria per acquistare l'opera, facendo fundraising anche nei confronti dei privati. In Apollo stiamo quindi portando al tavolo delle istituzioni questi temi, cercando di creare un contesto più favorevole per tutti gli attori del settore, inclusi i collezionisti, amanti e appassionati d'arte che magari hanno speso la propria vita a creare una collezione ma divengono talmente "disamorati" dello Stato che difficilmente faranno donazioni a favore dei musei italiani, o fonderanno le "Galleria Borghese" del Ventesimo Secolo. Migliorare la normativa sulla circolazione delle opere d'arte avrebbe quindi benefici per tutti.



Rossella Novarini

Direttore Generale de Il Ponte Casa d'Aste

Mercato dell'arte 2022: un commento di sintesi?

Lo definirei l'anno del consolidamento. Il mercato dell'arte ha mostrato una effettiva solidità, pur trovandosi ad affrontare uno dei periodi più problematici della storia recente. Le aste sono protagoniste, registrando ovunque nuovi record di vendite e mettendo in evidenza la forte fiducia riposta nel settore, da parte di un pubblico sempre più preparato e alla ricerca di pezzi interessanti. L'investimento nel bene di lusso e nell'opera d'arte è entrato appieno nelle grandi logiche di mercato e rappresenta un'ottima alternativa nella diversificazione del patrimonio, accanto a forme più tradizionali di investimento come azioni, titoli e immobili però più sensibili ed esposti alle crisi finanziarie. Numeri sensazionali sono stati invece raggiunti nel nostro ambito: la vendita da oltre € 1 milione per il diamante a goccia da ct. 16,44 e quella da € 625.000 per il "Concetto spaziale, Natura" del 1959-60 di Lucio Fontana. Cifre che fino a pochi anni fa eravamo abituati a vedere sui pannelli delle grandi major, specie sulle piazze oltreoceano e questo traguardo porta con sé davvero grandi soddisfazioni ed è sintomatico di un atteggiamento nuovo del mondo collezionistico.



Quali sono i principali driver che hanno determinato una così dinamica crescita, nonostante le incertezze del contesto socioeconomico internazionale?

Penso che nell'arco del 2022 si siano effettivamente raccolti i frutti di tutti gli investimenti messi in campo per fronteggiare la crisi pandemica dei due anni precedenti. Le case d'asta meglio di altri hanno saputo cogliere ed accogliere i segnali di un cambiamento, di un'embrionale rivoluzione nel mercato dell'arte, puntando a una rapida conversione digitale di tutti i servizi, implementandone di nuovi e ottimizzando sempre più l'esperienza online dell'acquisto. Il driver principale consiste nell'aver risposto puntualmente alle esigenze del pubblico attuale. News, foto in altissima definizione, tour virtuali delle esposizioni, campagne di email marketing profilate, canali social, la possibilità di mettersi facilmente in contatto con i nostri esperti per chiedere dei condition report estremamente dettagliati, le aste live attraverso cui partecipare da remoto ovunque ci si trovi; tutto questo universo di servizi ci permette di essere percepiti come il modo più semplice, diretto e trasparente per vendere, acquistare e più in generale approcciarsi all'arte in tutte le sue declinazioni. Si tratta di un nuovo status per le case d'asta che possono così fronteggiare, meglio di altri, la variabilità e la volubilità del contesto socio-economico internazionale.

Quali sono state le novità rispetto ad un 2021 di grande soddisfazione per il settore?

Più che di vere e proprie novità rispetto al 2021, l'anno appena trascorso ha reso più evidenti i risultati ottenuti da alcune scelte strategiche adottate da tempo. Il restyling del sito web ha reso più accessibile la nostra offerta di beni a nuove generazioni di collezionisti, la presenza di contenuti e servizi bilingue sempre più curati ci apre al pubblico globale, così come l'identificazione di conferimenti privati particolarmente illustri, hanno portato a un significativo consolidamento dell'immagine e dei risultati di tutti i settori contribuendo, per esempio, anche a un forte recupero dell'Antico, che della crisi del 2008 ha pagato, immeritamento, il prezzo più alto. Tra i motivi di maggior soddisfazione anche la lungimirante capacità di alcuni dipartimenti, come nel caso dell'arte moderna e contemporanea e il design, di saper promuovere con successo alcuni maestri italiani rimasti a lungo ai margini del mercato, le cui opere, grazie a una rivalutazione critica e commerciale da parte degli esperti della casa d'aste, hanno raggiunto addirittura record mondiali di vendite.

Quali sono i dipartimenti che hanno avuto maggiore successo nel 2022? E quale profilo hanno e da dove vengono i collezionisti più attivi?

L'Arte moderna e contemporanea, con un fatturato di oltre € 14 milioni, ha confermato il ruolo da player fondamentale nel catalizzare profili altospendenti di buyer da tutto il mondo, in particolare da Stati Uniti, Canada, Inghilterra, Svizzera, Francia e Germania (per citare le principali). Il dipartimento di Gioielli, tra diamanti dalle importanti carature ed esemplari d'alta gioielleria, ha impreziosito il suo storico di vendite e chiuso l'anno con più di € 6 milioni di fatturato, dimostrandosi anch'esso appetibile per il pubblico straniero e sempre seguito da coloro che prediligono il concetto tradizionale di "bene rifugio". Le Arti decorative del '900 e Design, il cui fatturato ammonta a oltre € 2,1 milioni, continuano a registrare un'immissione di nuovi collezionisti soprattutto under 40, affascinati da una proposta trasversale di pezzi al confine tra arte e design.

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

L'avvento di internet, nel suo spalancare le porte alla globalizzazione, ha sicuramente portato a una convergenza di interessi da parte dei collezionisti e quindi incentivato lo sviluppo di trend comuni su larga scala. Tuttavia l'Italia è tradizionalmente conservatrice e attendista rispetto allo spirito pionieristico di tanti mercati stranieri e annovera una forma di resistenza verso ciò che è omologazione di gusto e investimento indiscriminato o troppo audace.

Il nostro collezionismo è molto attento e ben radicato, ricerca autori e beni dal mercato solido, ma anche artisti "locali" meno conosciuti all'estero, come nel caso dell'Ottocento, la cui modernità nella rappresentazione può avere ampio margine di riscoperta e apprezzamento.



Come vedete l'evoluzione di Parigi nella scacchiera del mercato dell'arte internazionale? E, più in generale, quali sono le dinamiche più rilevanti da un punto di vista geografico?

Il successo ottenuto dalla prima edizione di Paris+ par Art Basel penso sia stato l'ultimo grande colpo assestato all'antagonista storica: Londra, che per le scelte politiche recenti si trova sempre più isolata. Parigi è tornata a risplendere come capitale dell'arte europea. Va dato atto ai francesi che hanno saputo cavalcare perfettamente l'ondata di possibilità createsi a seguito della Brexit, a differenza nostra, ancora e sempre limitati dalle complesse trafilie burocratiche necessarie all'esportazione dei beni. L'Italia piano piano sta emergendo di più nel mercato internazionale delle aste ma non vi è confronto con le grandi piazze di Londra, Parigi, New York, Hong Kong e Los Angeles. Il percorso per trovare una maggiore centralità all'interno del mercato globale si presenta ancora lungo e colmo di ostacoli, sebbene vantiamo un patrimonio artistico invidiato e di tale importanza che, se promosso nella giusta chiave, potrebbe permetterci un accesso privilegiato al tavolo di discussione sulle grandi dinamiche del mercato internazionale.

Ci può fare, inoltre, una breve panoramica sugli effetti dell'evoluzione del conflitto russo-ucraino sulla domanda dei beni da collezione, nonché sull'offerta, parlando quindi della disponibilità dei collezionisti alla vendita? Le ultime aste del 2022 sembrano avere avuto risultati in chiaroscuro.

Sicuramente lo stato di incertezza politica ed economica legato al conflitto russo-ucraino, soprattutto nella prima parte dell'anno, ha favorito il diffondersi di un clima più cauto e prudentiale da parte dei collezionisti/investitori in arte, soprattutto per l'impennata incontrollata dei costi delle materie prime e dell'energia. Poi, il delinearsi di una maggiore chiarezza della situazione attraverso l'intervento calmierante dei governi, ha portato a un recupero convincente. Stiamo tutti imparando a orientarci in un presente imprevedibile, che oscilla costantemente tra volontà di ripresa e crisi politiche e sociali. Purtroppo dubito che questo "effetto chiaroscuro" resterà circoscritto al solo 2022. Quanto noi possiamo fare è cercare al meglio di interpretare le esigenze e gli orientamenti del pubblico che, nell'anno appena trascorso, ha comunque espresso un forte desiderio di restare ancorato all'acquisto d'arte come momento di tregua, di bellezza e di piacere.

Quali prospettive vede in merito alla digitalizzazione e al mondo degli NFT, a livello internazionale e a livello italiano, anche in considerazione della crisi delle criptovalute? E come si sta muovendo Il Ponte su questo?

In pochi tra gli addetti ai lavori immaginavano che questo fenomeno tecnologico sarebbe diventato un vero e proprio veicolo di speculazione finanziaria. Eppure, dopo un Beeple stellare, le vertiginose cifre a sei zero e quella smaniosa euforia che sin dal principio ha contagiato il settore dell'arte raggiungendo il suo apice nel 2021, abbiamo assistito alla contrazione delle criptovalute e la conseguente caduta libera degli NFT, proprio al termine dello scorso anno. E' dunque lecito chiedersi in che modo tale fenomeno, così impalpabile e immateriale, risulti sostenibile nel futuro di un mercato, quello dell'arte, che sempre di più punta alla solidità e all'autorevolezza e se non si tratti, piuttosto, di una nuova forma di bolla speculativa. Per questo ancora oggi propendiamo per altre e diverse soluzioni, in ambito di innovazione strategica, da includere all'interno del nostro business e che siano proiettate al futuro pur restando agganciate al passato.

Quali sono le prospettive per il 2023, anche in considerazione dell'attuale contesto macro-economico?

Considerato la parabola ascendente che sta vivendo il settore delle aste, a noi spetta il compito di rafforzare e incrementare la fiducia riposta dal pubblico, apportando ancor più qualità nel servizio, professionalità e serietà.

Le case d'asta in Italia si stanno ritagliando uno spazio sempre più influente nella promozione culturale e i cataloghi online sono diventati dei veri e propri libri d'arte da sfogliare per conoscere in prima persona le dinamiche e le proposte del mercato. Il cliente che si confronta direttamente con la sua passione, il suo potenziale d'acquisto e la sua capacità di riconoscere un buon investimento.

In prospettiva, prendendo proprio in considerazione l'attuale contesto, penso che potremmo essere degli ottimi alleati nel valorizzare e veicolare in modo trasparente il nostro immenso patrimonio artistico, sia internamente che oltre confine.



Andrea Sirio Ortolani

Presidente ANGAMC
Owner&Founder Osart Gallery

“**M**ercato dell'arte primario 2022: un commento di sintesi?”

In generale, credo che il mercato per le medie e grandi gallerie sia andato bene, mentre sia stato un po' più difficoltoso per le gallerie più piccole. Nel 2022 abbiamo assistito ad un vero e proprio boom post-pandemia, a mio parere dovuto anche alla reclusione a cui siamo stati obbligati con l'avvento del COVID. La riapertura dei luoghi della cultura e la rinnovata possibilità di prendere parte agli eventi in presenza hanno portato grande voglia di tornare a vedere le mostre, visitare le gallerie e partecipare alle fiere.

Per non farci mancare nulla, tuttavia, è arrivata la guerra, i cui impatti non sono stati immediati, ma iniziano a vedersi nelle ultime settimane, con l'aumento dei costi e i primi impatti sulla vita reale. Sottolineo tuttavia come il mondo delle gallerie stia andando verso una biforcazione: le grandi gallerie, in generale, hanno avuto un buon anno, mentre quelle più piccole continuano ad essere in difficoltà. Le piccole gallerie hanno infatti difficoltà ad accedere a determinati canali di vendita, come le fiere più grandi, e dispongono di un "back up" finanziario più debole. In momenti di crisi è quindi più difficile restare attivi, come difficile diventa investire nel momento in cui è necessario ripartire. Non da ultimo, in molti casi le gallerie più piccole diventano preda delle big in presenza di artisti apprezzati dal mercato, che vengono attratti dalla possibilità di beneficiare di brand più forti e strategie di vendita più consistenti. La perdita di artisti di punta non può che rallentare il processo di crescita di queste realtà, non opportunamente supportate dal sistema.

Quali sono i principali driver che hanno determinato una così dinamica ripresa dalla crisi pandemica, nonostante le incertezze del contesto socioeconomico internazionale?

Ritengo ci sia da fare una considerazione preliminare: in questo periodo il mercato è cambiato molto. La pandemia ha incentivato l'utilizzo di nuovi strumenti digitali, nuove esperienze di acquisto con rafforzamento del mercato online, essendosi temporaneamente persa la possibilità di incontrarsi di persona. Questo vale anche per le fiere, che si stanno aprendo a mezzi di comunicazione diversi. Penso tuttavia che il vero motore della ripresa sia stato il ritorno alla vita in presenza, insieme all'aver vissuto con più consapevolezza gli ambienti domestici, cosa che ha spinto molte persone a voler abbellire le proprie case, perché il bello può aiutare. È una riflessione semplice, forse banale, ma credo molto vera. È comunque bene notare che questa accelerazione post-pandemica è avvenuta anche in altri settori dell'economia: si pensi ai bonus per le ristrutturazioni domestiche, che hanno generato una impennata nella domanda di tali servizi, causando un aumento nei costi delle materie prime; allo stesso modo, credo che la mancata possibilità di comprare arte per un certo lasso di tempo abbia fatto da volano al settore. Nel momento in cui è tornata viva la possibilità di comprare, andare agli eventi, girare, sono aumentati gli acquisti, con un conseguente incremento delle quotazioni degli artisti, senza contare che alcuni di questi hanno beneficiato delle mode del momento, con crescita rapide ed esponenziali. Dobbiamo ora stare a vedere cosa avverrà nei prossimi mesi: oggi si assiste ad un rallentamento dei ritmi che hanno caratterizzato l'ultimo anno, che se da un lato può essere attribuibile alla crisi scatenata dalla guerra, dall'altro può anche essere semplicemente un assestamento "fisiologico" di un mercato che per molti versi ha davvero vissuto un anno fuori dall'ordinario.

Cosa ci racconta sul mondo delle fiere?

In relazione alle fiere ritengo ci siano due elementi, in particolare, su cui porre l'attenzione. Il primo è che le fiere dovrebbero cambiare atteggiamento nei confronti delle gallerie. Fino a qualche anno fa, le fiere avevano il coltello dalla parte del manico, poiché sembrava che le gallerie non potessero mancare a questi eventi, dovevano esserci a tutti i costi. Con la pandemia, le fiere si sono tuttavia rese conto di come le gallerie siano di fatto dei clienti, con le proprie esigenze, come in qualunque altro tipo di mercato. Con riferimento all'Italia, vediamo che in molti casi l'atteggiamento sta cambiando, con l'apertura di un dialogo costruttivo, nonostante alcune fiere sembrano essersi dimenticate degli sforzi che gallerie italiane hanno fatto nel periodo pandemico per evitare che queste manifestazioni morissero.

Il secondo elemento è il rischio di monopolio delle grandi fiere, che ritengo non sia un buon segnale per il sistema dell'arte nel suo complesso. Le medie e grandi gallerie che hanno accesso alle grandi fiere potranno infatti continuare a crescere ed avere un certo tipo di visibilità, mentre le piccole e medie gallerie, che non vi hanno accesso, hanno difficoltà ad accedere a questi network, molto ristretti e selettivi. Un esempio è l'acquisizione di FIAC da parte di ArtBasel: si tratta di certo di un evento positivo per le gallerie che sono già nel circuito di ArtBasel, ma non lo è necessariamente per le gallerie che non lo sono. Accedere a FIAC poteva significare accedere ad un canale di vendita diverso, ad un diverso network di collezionisti, mentre oggi converge tutto sulla stessa platea di gallerie e acquirenti. A livello generale, tuttavia, la ricerca artistica è per lo più frutto del lavoro delle piccole e medie gallerie, che portano alla luce quelli talenti appena nati o inesperti. Senza dare a queste piccole e medie gallerie la possibilità di avere accesso a canali di vendita e di visibilità, esiste il rischio che si perdano tanti artisti, che sono un bacino di utenza importante per le grandi gallerie. Un monopolio o oligopolio in quest'ambito può, nel tempo, danneggiare un'intera filiera produttiva. Questo si riflette ovviamente anche nel collezionismo: i collezionisti delle grandi fiere sono tendenzialmente collezionisti disposti a spendere grosse cifre e, se si dovesse proseguire su questa strada, il problema sarebbe davvero a livello di sistema.



Equali, invece, le dinamiche relative al mondo online, dopo un 2021 dominato dall'onda digitale, blockchain e NFT?

Nel 2022 si è tornati alla presenza, ma gli strumenti digitali resistono. Nella mia galleria abbiamo potenziato i tool digitali, in quanto già abituati ad usarli, ma non tutte le gallerie sono state in grado di cogliere a pieno le opportunità offerte dalla tecnologia nel periodo della pandemia. Al mondo degli NFT onestamente non mi sono mai avvicinato, forse è una mia limitazione personale, perché vivo l'arte in una maniera ancora molto fisica. Ho letto tuttavia diversi articoli, anche per esempio sull'utilizzo degli NFT per creare copie digitali delle opere d'arte museali, e una certezza è che il mondo NFT sia ancora scarsamente normato. Un'altra cosa che ho letto è relativa a quanto resta in una collezione un'opera NFT: si parla di una media di 30 giorni. Credo sia un tempo breve, rispetto ad altre tipologie di beni. Questo fa inevitabilmente sorgere domande sul perché esistano gli NFT nell'arte, seppur io riconosca che dietro le opere di alcuni di questi artisti ci sia un grande lavoro di ricerca, primo tra tutti Beeple. Riconosco anche che la blockchain ha un grosso potenziale per future applicazioni al settore, in ambiti quali autenticità e certificati di vendita, stiamo a vedere.

Quali sono gli impatti della Brexit sul mercato italiano, nonché della crescente importanza di Parigi? E quali, invece, le principali complessità per le gallerie italiane?

La Brexit ha portato ad una redistribuzione del mercato dell'arte, soprattutto in Europa. Sul medio-lungo periodo non vedo perché Parigi non possa diventare capitale dell'arte del Vecchio Continente, a discapito di Londra. La mossa di ArtBasel è sicuramente stata vincente da un punto di vista strategico.

Il fatto che la perdita di forza di Londra stia andando a vantaggio di Parigi è tuttavia frutto, soprattutto, del sistema normativo in vigore. Basta provare a comparare Italia e Francia per comprendere rapidamente come abbiamo perso una grande occasione: saremmo potuti essere, insieme alla Francia e forse al Belgio, uno dei Paesi che potevano attirare le forze del mercato che volevano tornare nell'Unione Europea, lasciando l'Inghilterra. Non abbiamo tuttavia norme accattivanti, né tantomeno in grado di far decollare l'arte italiana e il mercato italiano. Facciamo qualche esempio: la Francia ha l'IVA di importazione al 5,5%, l'Italia al 10%; la soglia del valore per l'esportazione delle opere d'arte in Francia è di €300.000, in Italia €13.000, quindi circa 20 volte inferiore; in Francia le elargizioni liberali a favore della cultura portano vantaggi fiscali a prescindere dal campo di applicazione, mentre in Italia i vantaggi dell'ArtBonus sono limitati prevalentemente al restauro e al recupero delle opere d'arte, senza che siano applicabili per altre azioni che sarebbero di fondamentale importanza per il mercato italiano, quali l'acquisizione di opere notificate da parte di aziende o di privati, o il finanziamento di progetti dedicati degli artisti giovani. Possiamo infine pensare al sistema museale: in Francia i musei aiutano gli artisti giovani, supportano il tessuto locale rendendo appetibili anche le mete al

di fuori dei circuiti del turismo di massa, cosa che in Italia di rado accade. Se non si modifica questo sistema, è una battaglia persa. Ci serve un sistema normativo di base che ci consenta di competere con le gallerie europee per evitare che l'Italia si trasformi in un Paese dove è possibile comprare opere di artisti storici, ma non in grado di sostenere gli artisti contemporanei.

Come Associazione siamo convinti di aver perso l'occasione derivante dalla Brexit, ma di non poter continuare in questo modo. Tra le altre problematiche del mercato delle gallerie in Italia cito anche la SIAE, che si sta stringendo sempre di più intorno alle gallerie italiane, sia in relazione ai diritti di seguito, sia ai diritti di riproduzione. Il diritto di seguito, in particolare, è figlio di una norma europea che penalizza il mercato secondario degli artisti dei Paesi UE, rendendo più onerose le vendite successive alla prima. Il diritto di seguito influenza anche la tipologia di contratti che legano artisti e gallerie, poiché noi galleristi siamo disincentivati ad acquistare le opere dagli artisti per rivenderle, poiché questo implica la applicazione del diritto di seguito sulla vendita al collezionista. Questo ci rende equiparabili ad intermediari, impattando negativamente sulla sostenibilità economica della carriera di molti artisti, rendendo spesso inoltre più appetibili gli artisti extra-EU, dove il problema non sussiste. Il diritto di riproduzione è invece una questione che impatta negativamente non soltanto il mercato, per mancate opportunità, ma anche su molte istituzioni, poiché è ridotto anche il diritto di riproduzione su stampa, che attiva un circolo vizioso che influenza diversi attori del settore. Il nostro Paese potrebbe e dovrebbe vivere sull'arte e sulla cultura, e il mondo delle gallerie non dovrebbe essere più visto come un mondo esclusivo, per i ricchi. Le gallerie sono le "madri" degli artisti del passato, dei grandi maestri delle avanguardie storiche, e devono poter esserlo anche dei nuovi talenti. Necessitiamo tuttavia di una struttura diversa, anche per gli artisti più storicizzati, per cui vige un limite temporale dalla data di morte dell'artista per l'esportazione, fatto che spesso disincentiva istituzioni estere all'acquisto di opere d'arte in Italia. L'Associazione che rappresento sta oggi dialogando con il Ministero della Cultura, con la SIAE e in generale con il mondo della politica, che potrebbe essere già pronto ad ascoltare, ma il tema complesso è l'applicazione delle leggi da parte degli uffici competenti, perché in Italia c'è sempre una grande reticenza al cambiamento.

Quali sono, infine, le prospettive per il 2023, anche in considerazione dell'attuale contesto macroeconomico?

Credo ci sia da stare alla finestra. Le conseguenze di quanto accaduto nel 2022 si inizieranno a vedere nel medio periodo e spero che quello a cui stiamo assistendo sia solo l'assestamento di un mercato che ha vissuto una grande accelerazione negli ultimi mesi. Spero che il nuovo governo ci consenta di intavolare un discorso costruttivo e continuativo, per riformare il sistema e creare le premesse per un futuro più roseo.



Maurizio Ettore Maccarini

Università di Pavia

“**P**rofessor Maccarini, da dove nasce l'idea di un Master sulla Gestione innovativa dell'Arte?”

Devo ammettere che l'idea del Master non è stata mia. È andata così: nell'ambito delle mie lezioni universitarie di Economia e Gestione dell'Arte ero solito invitare alcuni professionisti del settore per seminari e testimonianze. Sono stati questi professionisti a convincermi che valeva la pena proporre un Master che rispondesse alle esigenze di questo settore. Il più determinato in tal senso è stato Pietro Ripa, che conosco dall'epoca in cui era studente di Economia a Pavia. Lui mi ha presentato Ernesto Lanzillo che ha creduto talmente nel progetto da coinvolgere Deloitte Private come Main Partner del Master fin dalla prima edizione.



Qual è il ruolo attuale di Deloitte nel Master?

Come dicevo il supporto di Deloitte è stato decisivo per il decollo del Master. Ma ancora oggi Deloitte gioca un ruolo di primo piano. Quello tra l'Università di Pavia e Deloitte è un rapporto di partnership molto solido, fondato sulla stima reciproca, sulla condivisione di obiettivi e idealità e sulla passione per la formazione dei giovani.

In concreto il contributo di Deloitte allo sviluppo del Master si declina in due aspetti: Deloitte contribuisce alla didattica del Master in aula, con propri uomini cui sono affidati ruoli di docenza; inoltre offre opportunità di tirocinio a tutti gli alunni del master che ne fanno richiesta, inserendoli all'interno dei propri team di consulenza o collocandoli presso alcuni dei propri clienti impegnati a vario titolo nel mondo dell'arte e della cultura.

Cosa offre il master in termini di competenze e occupabilità?

Posso dire con un certo orgoglio e senza retorica che il Master in Gestione Innovativa dell'Arte è nato con un solo scopo: rispondere ad un bisogno reale di formazione espresso con insistenza dal mondo dell'arte. Sono moltissimi ormai gli operatori - sia italiani, sia internazionali - che riconoscono di avere un crescente bisogno, per il proprio sviluppo, di figure professionali che integrano le tradizionali conoscenze artistiche e storico-artistiche con competenze economiche, gestionali, finanziarie, tecnologiche, giuridiche, fiscali.

Il compito del Master è proprio quello di formare figure professionali che sappiano rispondere a questa esigenza, progettando la didattica a stretto contatto con gli operatori economici destinati ad assorbire le nuove figure professionali. La formula sembra funzionare a meraviglia. I risultati in termini di soddisfazione dei frequentanti, network building e opportunità occupazionali sono davvero incoraggianti e tendono a migliorare ogni anno.

Le iniziative del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università di Pavia in materia di Gestione dell'Arte non si limitano al solo Master. Ci aiuti a completare il quadro.

Sì, effettivamente le iniziative che abbiamo messo in atto negli ultimi anni sono molteplici e vanno in direzioni diverse.

Innanzitutto va detto che la sede del Dipartimento - l'ex Monastero di San Felice - è un luogo ricco di arte e di storia. I nostri studenti studiano in Sale lettura e Biblioteche che sono rispettivamente una Chiesa sconsacrata di età romanica completamente affrescata e il refettorio del Monastero circondato da chiostri di una bellezza unica. Prima del Covid avevamo anche iniziato, in collaborazione con l'Associazione Back to College, un'attività di esposizione temporanea di arte contemporanea in alcune sale del Dipartimento che aveva attratto l'interesse di critici d'arte e visitatori e contribuito a migliorare le relazioni sul luogo di lavoro.

Tra le iniziative di cui vado più orgoglioso mi piace citare:

- Le Lectio Magistralis in Gestione Innovativa dell'Arte
- Il ciclo di seminari di Economia e Gestione dell'Arte
- Il premio alla miglior tesi di Master dedicata all'approccio imprenditoriale ai materiali d'arte
- La Giornata di Studi sui bisogni formativi e le prospettive occupazionali nel mondo dell'arte
- Il Corso di Perfezionamento in Gestione delle Attività di Due Diligence dell'Arte. The Hecker Standard®

Inoltre Pavia si è aggiudicata il titolo di Capitale italiana della cultura d'impresa per l'anno 2023. Stiamo collaborando con Assolombarda per progettare una serie di iniziative di respiro nazionale che valorizzino il mondo delle industrie culturali e creative.



Guido Wannenes

Amministratore Delegato di Wannenes Art Auction

Mercato dell'arte 2022: un commento di sintesi?

Un anno di conferme caratterizzato da grandi risultati e dal ritorno alla normalità dopo gli anni della pandemia.

Quali sono i principali driver che hanno determinato una così dinamica crescita, nonostante le incertezze del contesto socioeconomico internazionale, anche considerando un 2021 di grande soddisfazione per il settore?

Il driver essenziale è sempre e solo uno: la qualità della proposta. E da questo punto di vista il 2022 è stato un anno eccezionale perché scandito da una serie di single owner sale che hanno fatto storia. Basti pensare alla collezione di Paul Allen, co-fondatore della Microsoft, che con un risultato di 1,62 miliardi di dollari è diventata la collezione più cara di sempre.



Quali sono i dipartimenti che hanno avuto maggiore successo nel 2022? E quale profilo hanno e da dove vengono i collezionisti più attivi?

Gioielli & Orologi sono stati per noi trainanti perché hanno superato i 7.000.000€ di aggiudicazioni e registrato diversi record price ma sono cresciuti pressoché tutti i dipartimenti permettendoci di ottenerne un + 12,8% rispetto al 2021.

E quali dinamiche hanno invece determinato, a suo parere, un rallentamento negli entusiasmi nei confronti degli NFT e dell'arte digitale, che aveva conosciuto grande successo nel 2021?

Consigliavo prudenza nel 2021 quando "Everydays: the First 5000 Days (2021)" di Beeple raggiunse l'incredibile cifra di 69,3 milioni di dollari e consiglio prudenza adesso quando molti parlano di "inverno degli NFT". Di certo è un mercato ancora troppo legato alle fluttuazioni delle criptovalute ma dobbiamo tenere sempre conto che se Michelangelo o Leonardo nascessero oggi probabilmente userebbero come forma espressiva anche gli NFT e quindi prima di considerarli solo una parentesi proverei a capire se e da cosa possono essere sostituiti.

Da un punto di vista geografico, sembrerebbe rafforzarsi progressivamente la potenza di Parigi, anche a seguito della Brexit. Ci può fare una breve panoramica della situazione?

Parigi è tornata ad essere centrale nel mondo dell'arte e del lusso, registrando molti record da parte delle case d'asta, attirando un numero crescente di grandi player internazionali (David Zwirner, Hauser & Wirth, Gagosian) ed ospitando Paris+ par Art Basel, la prima edizione di Art Basel nella Ville Lumière. Nel futuro può solo che crescere spinta anche da un forte mecenatismo privato come testimonia la splendida mostra Monet - Mitchell della Fondazione Louis Vuitton. Per questo proprio a maggio di quest'anno abbiamo in programma un evento in collaborazione con un importante studio legale parigino durante il quale presenteremo alcuni degli Highlights delle aste di Gioielli & Orologi da Polso che si terranno a luglio nel Principato di Monaco.

Ci può fare, inoltre, una breve panoramica sugli effetti dell'evoluzione del conflitto russo-ucraino sulla domanda dei beni da collezione, nonché sull'offerta, parlando quindi della disponibilità dei collezionisti alla vendita? Le ultime aste del 2022 sembrano avere avuto risultati in chiaroscuro.

Dal nostro punto di vista i risultati sono stati invece ottimi: nel 2022 il comparto dedicato all'Arte Russa e al Realismo Sovietico ha totalizzato 2.682.707 euro ed ottenuto il secondo miglior risultato al mondo per un'icona: 775.100 euro. Una ennesima conferma di come il mercato dell'arte sappia essere anticiclico e premiare la qualità al di là del momento storico.

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

Il mercato italiano si sta internazionalizzando sempre più ed i risultati che si ottengono sono assolutamente in linea con il mercato globale. Resta il gap legislativo che costituisce l'unico vero grande freno per il settore.

Quali sono le prospettive per il 2023, anche in considerazione dell'attuale contesto macroeconomico?

Dopo un anno come il 2022 può sembrare difficile fare meglio ma tutto dipenderà dalle collezioni e dalle opere che passeranno sotto il martello dei battitori. Se saranno in linea con quelle del 2022 registreremo un altro anno da record.



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 Manager

Deloitte Italy

rghilardi@deloitte.it

Per la stesura di questo report si ringraziano:

Antonio Addamiano, Archivio Salvo, Mariolina Bassetti, Agnese Bonanno, Franco Broccardi, Silvia Caputo, Paolo Ceccherini, Francesco Cirica, Denis Curti, Cristiano De Lorenzo, Valentina Di Ridolfo, Galleria Dep Art, Giovanni Gasparini, Cliff Goodall, Clarice Pecori Girdali, Alessandro Guerrini, Emanuele Guzzoni, Innextart, Collezione Lopresto, Fabio Lucidi, Maurizio Ettore Maccarini, Ivetta Macellari, Marco Mione, Riccardo Motta, Rossella Novarini, Andrea Sirio Ortolani, Osservatorio PNRR Deloitte, Elisabetta Rastelli, Michela Rubiku, Gianluca Salvatori, Matteo Schivo, Ottavia Sella, Gianluigi Vignola, Guido Wannenes.



Biografia dell'artista

Salvo, nome d'arte per Salvatore Mangione, nacque a Leonforte in provincia di Enna nel 1947. Nel 1956, si trasferì con la famiglia da Catania a Torino, la quale rimarrà la sua città d'adozione. Dall'inizio degli anni '60, dipinse e si mantenne vendendo a poco prezzo ritratti, paesaggi e copie da Rembrandt e Van Gogh. Nel 1963, partecipò alla 121a Esposizione della Società Promotrice delle Belle Arti con un disegno di Leonardo. Tra il settembre e il dicembre 1968, a Parigi fu coinvolto dal clima culturale del movimento studentesco. Rientrato a Torino, iniziò a frequentare gli artisti che operarono nell'ambito dell'Arte Povera e che trovarono un punto di riferimento nella galleria di Gian Enzo Sperone. Conobbe Boetti, di cui diventò amico e con cui condivise lo studio fino al 1971, poi Merz, Paolini, Penone, Pistoletto, Zorio, e i critici: Renato Barilli, Germano Celant e Achille Bonito Oliva. Nel 1969 si rapportò con i concettuali americani Joseph Kosuth, Robert Barry e Sol LeWitt. In estate compì un primo lungo viaggio in Afghanistan, a cui ne seguirono altri. Iniziò lavori in cui furono già chiare le tendenze – la ricerca dell'io, l'autocompiacimento narcisistico, il rapporto con il passato e con la storia della cultura – che diventeranno nodi essenziali della sua ricerca successiva. Tra questi, la fotografia Autoritratto come Raffaello e la serie 12 autoritratti in cui inserì con fotomontaggi il proprio volto su immagini tratte da giornali, presentate nel 1970 alla Galleria Sperone, nella sua prima mostra personale. Parallelamente ai lavori fotografici, Salvo eseguì lapidi in marmo su cui sono incise parole o frasi, quali Idiota, Respirare il padre, Io sono il migliore. Sono opere che, seppur maturate nel contesto dell'Arte Povera, mostrarono nelle connotazioni monumentali e arcaizzanti un carattere peculiare e precorritore della sua futura ricerca. E' del 1970 Salvo è vivo, oggi all'Australian National Gallery di Canberra, e al Neues Museum di Weimar. L'anno seguente creò 40 nomi, elenco di personaggi illustri che da Aristotele giunge fino a Salvo. La serie delle lapidi proseguì fino a tutto il 1972 con iscrizioni dalle fonti più varie, come un testo assiro in Il lamento di Assurbanipal o una parabola di Esopo per La tartaruga e l'aquila. Dal 1971 realizzò i Tricolore, superfici su cui è scritto "Salvo" in bianco, rosso e verde o con lettere al neon, inoltre copie di romanzi trascritte da lui stesso in cui viene riproposto il medesimo processo di sostituzione degli autoritratti inserendo il proprio nome al posto di quello dei protagonisti; è il caso, per esempio, di Salvo nel paese delle meraviglie (da Carroll) e L'isola del tesoro (da Stevenson). Nel corso di quest'anno conobbe Cristina, che rimase sua compagna tutta la vita. Tramite Robert Barry, conobbe Paul Maenz. Iniziò così un lungo rapporto di amicizia e lavoro con il gallerista tedesco, che in giugno presentò nella sua galleria a Colonia una personale, preceduta in marzo dall'esordio parigino alla Galerie Yvon Lambert. Nel giugno 1972 incontrò John Weber e venne programmata per il gennaio seguente nella galleria newyorkese l'ultima sua esposizione di opere concettuali. Nello stesso anno Salvo partecipò a Documenta 5 di Kassel. Il 1973 fu l'anno della svolta: Salvo tornò alla pittura, per non abbandonarla mai più. Il recupero delle tecniche tradizionali fu già presentato in alcuni Autoritratti benedictini, disegnati tra il 1968 e il 1969. Con l'intento di rivisitare la storia dell'arte Salvo procedette nei suoi d'après. La citazione di opere antiche non impose la copia tout court, ma il rifacimento in chiave semplificata, dove l'artista talvolta inserì se stesso con il procedimento dell'autoritratto. I lavori, ispirati a grandi maestri del Quattrocento, quali Cosmè Tura e ancora Raffaello, vennero esposti in numerose mostre. L'anno seguente si aprì a Colonia la rassegna Projekt '74: Salvo chiese di non esporre alla Kunsthalle, sede della mostra, ma di allestire una sala al Wallraf-Richartz-Museum, dove San Martino e il povero del '73 (oggi alla Galleria d'Arte Moderna di Torino) fu collocato accanto a capolavori di un pittore per ogni secolo, come Simone Martini, Lucas Cranach il Vecchio, Rembrandt e Cézanne. Sempre nel 1974, Salvo partecipò presso lo Studio Marconi di Milano alla collettiva "La ripetizione differente", curata da Barilli. In dicembre, da Toselli, propose una sola opera, il Trionfo di San Giorgio (da Carpaccio), di oltre sette metri, poi inviata alla Biennale di Venezia del 1976 come unico suo intervento. Dipinse le prime Italie e Sicilie, restituite attraverso le rispettive mappe geografiche ben riconoscibili e recanti, nell'ordinata scansione sulla superficie dell'opera, i nomi di insigni filosofi, pittori, letterati seguiti da quello dello stesso Salvo. Dal 1976 si delineò un nuovo momento della sua ricerca, poichè elaborò una serie di paesaggi in cui propose con colori squillanti, cavalieri tra rovine architettoniche e visioni di colonne classiche, viste in vari momenti del giorno e della notte. Conobbe Giuliano Briganti e Luisa Laureati, ed anche Luciano Pisto, il gallerista con cui avrà per molti anni un rapporto privilegiato.

Nel 1977, anno in cui nacque sua figlia Norma, per la prima volta un museo ospitò una sua retrospettiva. Curata da Zdenek Felix per il Museum Folkwang di Essen, la vasta rassegna passò poi a Mannheimer Kunstverein di Mannheim. In quest'anno terminò i Giganti fulminati da Giove, una delle opere di maggiori dimensioni del periodo mitologico. Allestì alcune mostre personali, tra cui una mostra sul Capriccio alla Galleria Stein di Torino, poi presso la Françoise Lambert, ed alla Galleria Pero a Milano. Partecipò poi da Massimo Minini a Brescia ad alcune collettive, tra cui quella alla Galleria d'Arte Moderna di Bologna e alla Holly Solomon Gallery di New York. Tra la fine del 1979 e il 1980, Salvo dipinse una serie di paesaggi con case di campagna, chiese e monumenti quali San Giovanni degli Eremiti a Palermo e la Torre di Pisa, in cui comparsero alberi d'ispirazione giottesca e vegetazioni prima quasi inesistenti. Tra il 1982 e il 1983, la sua notorietà si consolidò ulteriormente a livello europeo. Dopo l'ampia retrospettiva organizzata da Massimo Minini al Museum van Hedendaagse Kunst di Gand, l'anno seguente furono riunite al Kunstmuseum di Lucerna le sue opere più significative, realizzate dal 1973, e poi al Nouveau Musée di Villeurbanne, presso Lione. Iniziarono poi i suoi rapporti con gli scrittori Giuseppe Pontiggia e Leonardo Sciascia, che successivamente dedicarono a Salvo alcuni scritti. Nell'estate del 1984, Maurizio Calvesi invitò Salvo ad "Arte allo specchio", alla XLI Biennale di Venezia: vi partecipò con sei lavori, tra i quali San Martino e il povero, Il bar del 1981, e un quadro del ciclo di Rovine ripreso in quest'anno. Al ritorno da un lungo viaggio in Grecia, Jugoslavia e Turchia dipinse i mishram, le caratteristiche tombe musulmane viste a Sarajevo. A questa tematica, che fu presentata da Franco Toselli, seguirono le Ottomanie (neologismo di Salvo), varianti dei precedenti paesaggi in cui comparsero i minareti resi nell'essenzialità della loro architettura. Nel 1986, venne pubblicato il trattato Della Pittura - Imitazione di Wittgenstein, 238 brevi paragrafi in cui Salvo raccolse i suoi pensieri sulla pittura con il metodo della proposizione assiomatica e dell'interrogazione retorica. Il volume uscì in italiano, inglese, tedesco e in spagnolo. Conobbe Daniele Pescali, che diventerà il suo mercante principale dal 1987 al 1995. Nel 1988, furono due le mostre istituzionali, al Museum Boijmans Van Beuningen di Rotterdam e al Musée d'Art Contemporain di Nîmes. Dipinse lavori che si ispirarono alla pittura di P. Saenredam, gli Interni con funzioni straordinarie, presentati nel 1991 alla Galleria In Arco di Torino. Nel 1992, Renato Barilli curò l'ampia personale Archeologie del futuro alla Galleria dello Scudo di Verona, nel cui catalogo comparsero testi di Giuseppe Pontiggia, Paul Maenz e Luigi Meneghelli. Dagli anni Novanta, Salvo dedicò alcune serie di quadri a luoghi che visitò, tra cui Oman, Siria, Emirati Arabi, Tibet, Nepal, Etiopia, oltre a gran parte d'Europa, in particolare Francia, Germania e Norvegia. Dal 1995, Salvo trascorse alcuni mesi dell'anno nel golfo di Policastro e nelle Valli del Po, vicino al Monviso, luoghi che lo ispirarono per numerose opere. In questi anni conobbe e frequentò lo scrittore Nico Orengo, per cui nel 2003 illustrerà il libro Cucina crudele. Fu del 1998 la mostra antologica a Villa delle Rose, sede della Galleria d'Arte Moderna di Bologna, a cura di Renato Barilli e Danilo Eccher. Negli anni 2000, altri viaggi ispirarono la sua pittura, in particolare quelli in Cina, Thailandia, Egitto e in Islanda. Varie le mostre personali, tra cui quelle nelle gallerie Dep Art e Zonca & Zonca di Milano, Raffaelli di Trento e Mazzoleni di Torino e in spazi pubblici come la Palazzina Azzurra di S. Benedetto del Tronto e il Trevi Flash Art Museum, a cura di Luca Beatrice e come la Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea di Bergamo, per la doppia personale con Gabriele Basilico, a cura di Giacinto Di Pietrantonio. In questi anni la sua pittura si rivolse al nuovo soggetto delle pianure, introducendo un nuovo taglio prospettico nei suoi paesaggi. La sua città, Torino, gli dedicò nel 2007 un'ampia mostra antologica alla Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea, a cura di Pier Giovanni Castagnoli. Salvo trascorse molto tempo a Costigliole d'Asti, tra Langhe e Monferrato, i cui paesaggi collinari si ritrovarono nelle sue opere recenti. Nel 2013, iniziò a lavorare con la galleria Mehdi Chouakri di Berlino, che nel 2014 presentò una sua mostra personale. Nello stesso anno, oltre a dipingere i suoi soggetti prediletti come paesaggi e nature morte, riprese in chiave nuova alcuni soggetti abbandonati da più di trent'anni, realizzando ad esempio una grande Italia, una Sicilia e un Bar, che presentò nel marzo 2015 in occasione della sua mostra personale alla galleria Mazzoli di Modena. Morì a Torino il 12 settembre 2015.



Riferimenti

- Art Basel, Show Report – Basel, giugno 2022, https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/ABB22%20%20Show%20Report%20%20June%2019%20%20E_.pdf.
- Art Basel, Show Report – Hong Kong, maggio 2022, <https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/ABHK22%20%20Show%20Report%20%20May%2029%20%20E-5.pdf>.
- Art Basel, Show Report – Miami Beach, dicembre 2022, https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/ABMB22_I_Show_Report_I_3_December_I_E.pdf.
- Art Basel, Art Basel Cancels Upcoming Hong Kong Show, 6 febbraio 2020, <https://www.artbasel.com/stories/art-basel-cancels-upcoming-hong-kong-show>.
- Art SG Media Release, “MCH Group to become minority owner of ART SG in Singapore”, 24 gennaio 2022, <https://artsg.com/wp-content/uploads/2022/01/MCH-Group-News-Media-ArtSG-220124-EN-1.pdf>.
- Artefiera, Comunicato stampa, maggio 2022, https://www.artefiera.it/media/artefiera/pressrelease/2022/cs_AF_2022_chiusura.pdf.
- Artefiera, Comunicato stampa, Novembre 2022, http://www.artefiera.it/media/artefiera/pressrelease/2023/cs_AF_23.pdf
- Artissima, Press Release – Torino novembre 2022, https://www.artissima.art/wp-content/uploads/2022/11/PR_Artissima-Closing-press-release-.pdf
- Artribune, “Prime impressioni da Arte Fiera 2022. Bene ma non benissimo”, maggio 2022, <https://www.artribune.com/professionisti-e-professionisti/fiere/2022/05/arte-fiera-2022-prime-impressioni-foto/>.
- AXA Art, Collecting in the Digital age, International Collectors Survey, 2014.
- Barillà, S.A., “Il formato ibrido convince più della fiera online” in Il Sole24Ore, 19 ottobre 2020, <https://www.ilsole24ore.com/art/il-formato-ibrido-convince-piu-fiera-online-AD6Etw>.
- Beckett, L., “Huge mess of theft and fraud:’ artists sound alarm as NFT crime proliferates” in The Guardian, 29 gennaio 2022, <https://www.theguardian.com/global/2022/jan/29/huge-mess-of-theft-artists-sound-alarm-theft-nfts-proliferates>.
- Blockchain, su www.blockchain.com.
- Christie's Press Centre, “PRESS RELEASE: Christie's Announces Global Sustainability Initiative”, 4 marzo 2021.
- Christie's Press Centre, “CHRISTIE'S GLOBAL SALES REACH \$8.4B IN 2022. HIGHEST ANNUAL SALES TOTAL IN ART MARKET HISTORY”, 19 dicembre 2021.
- Christie's Press Centre, “In a Market First, Christie's Historic Shanghai to London Sale Series Realises £249,070,155 / RMB2,087,955,108 / \$334,003,078 / €297,389,765 - A Record for Any Evening at Christie's London”, 1 marzo 2022.
- Christie's Press Centre, Christie's proudly presents an Unprecedented Selection of Louis Vuitton Trunks from a Prominent Japanese Collector, 25 marzo 2022.
- Christie's Press Centre, “Christie's Launches Sneakers, Streetwear & Collectibles”, 18 luglio 2022.
- Christie's Press Centre, “Christie's Launches Venture Fund”, 18 luglio 2022.
- Cimpanelli, G., “Nft, rubati 2 milioni di dollari in Non Fungible Token: email come esca per sottrarre le opere d'arte digitali”, in Corriere della Sera, 24 febbraio 2022, https://www.corriere.it/tecnologia/22_febbraio_24/nft-rubati-2-miliardi-dollari-non-fungible-token-email-come-esca-sottrarre-opere-d-arte-digitali-f6b66f7c-9551-11ec-ae45-371c99bdba95.shtml.
- Cosenz, S., “I giovani collezionisti scoprono il design italiano” in ArtEconomy24, 14 ottobre 2018, <https://www.ilsole24ore.com/art/arteconomy/2018-10-14/i-giovani-collezionisti-scoprono-design-italiano--085346.shtml?uid=AE7x1wMG>.
- Deloitte Luxembourg & ArtTactic, Deloitte Art&Finance Report 2021, 2021.
- Dichiarazione di Roma dei Ministri della Cultura G20, 29-30 luglio 2021, Roma. Traduzione Italiana non ufficiale disponibile al sito: https://media.beniculturali.it/mibac/files/boards/be78e33bc8ca0c99bf70aa174035096/PDF/DichiarazioneFinale_G20_ITA.pdf.
- Ethics of Collecting, <https://ethicsofcollecting.org/>.
- Financial Time, “New Art SG fair reinforces Singapore's growing art-world influence”, 5 gennaio 2023, <https://www.ft.com/content/fc0f351-8493-43f0-8771-037ef60e147e>.
- Five Frieze Highlights from 2021, dicembre 2021, <https://www.artnews.com/list/art-news/market/frieze-london-sales-philip-guston-jade-fadojutimi-1234643169/kerry-james-marshall-at-david-zwirner/>.
- Flash Art, “FIAC to Be Replaced by New Fair Run by Art Basel Group” 29 gennaio 2022, <https://flash---art.com/2022/01/fiac-art-basel-group-paris/#>.
- Frieze, “Frieze Will Launch a New Fair in Seoul”, 18 maggio 2021, <https://www.frieze.com/article/frieze-launches-frieze-seoul-september-2022>.
- Halperin, J., Burns, C., “Perceptions of Progress in the Art World Are Largely a Myth. Here Are the Facts” in ArtNetNews, 13 dicembre 2022.
- Hiscox & ArtTactic, Hiscox Online Art Trade Report 2019, 2019.
- Hiscox & ArtTactic, Hiscox Online Art Trade Report 2020 - Part One: The Online Art Trade, 2020.
- Hiscox & ArtTactic, Hiscox Online Art Trade Report 2020 - Part Two: Buyers Behaviour, 2020.
- Hiscox & ArtTactic, Hiscox Online Art Trade Report 2021 - Part One, 2021.
- Marchesoni, M.A., “Phillips 2022: volumi di aste e private sale in crescita”, in Sole24Ore ArtEconomy, 20 dicembre 2022.
- MiArt, Press Release – Milano, aprile 2022, <https://www.miart.it/press/comunicati-stampa/miart-2022.html>.
- PAD London, Press Release – London, ottobre 2022 https://www.padesignart.com/assets/uploads/End-of-Fair-Press-Release_PAD-London-2022.pdf.
- Paris+ par Art Basel, Show Report – Parigi, ottobre 2022, https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/Paris_Plus_I_Show_Report_I_October_23_I_EN_1_-2.pdf.
- Pendleton, D., “How Elon Musk, Mark Zuckerberg and the World's 500 Richest Billionaires Lost \$1.4 Trillion in a Year”, in Bloomberg, 29 dicembre 2022.
- Phillips Press Centre, “Phillips Announces Launch of Fiduciary Services Branch”, 17 gennaio 2022.
- Phillips Press Centre, “Phillips Auction House Expands West Coast Presence With New Gallery Space in Los Angeles”, 14 luglio 2022.
- Phillips Press Centre, “Phillips Announces Strategic Collaboration with Leading Chinese Auction House Yongle”, 22 settembre 2022.
- Phillips Press Centre, “Phillips Appoints Minhee Suh as Regional Director in South Korea, Based in Seoul”, 11 ottobre 2022.
- Phillips Press Centre, “Phillips and Sight Unseen Announce Partnership in Los Angeles”, 1 novembre 2022.
- Phillips Press Centre, “Phillips Continues its Expansion in Asia with Addition of 20th Century & Contemporary Art Specialists”, 3 novembre 2022.
- Phillips Press Centre, “Phillips Achieves the Highest Annual Total in Company History for the Second Consecutive Year, Amid Continued International Expansion”, dicembre 2022.
- Pownall, Rachel A.J., TEFAF Art Market Report 2017, 2017.
- Rea, N., “Thaddaeus Ropac Is Opening in Seoul This Fall as Western Galleries Increasingly Expand Their Footprints in South Korea”, 13 maggio 2021, <https://news.artnet.com/market/thaddaeus-ropac-seoul-opening-1967942>.
- Ripa, P., “Art Banking: la crescita del mercato dell'arte e i suoi effetti sull'industria finanziaria” in Economia e diritto del terziario, Fascicolo 1/2017 - Il mercato dell'arte: cambiamenti strutturali e problematiche emergenti, Milano, FrancoAngeli, 2017.
- Ripa, P., “Art Advisory: la crescita del mercato dell'arte e i suoi effetti sull'industria finanziaria”, in Economia e diritto dell'arte, Skira editore, 2014.
- Ripa, P., “L'art advisory nel private banking”, in Economia dell'arte: proteggere, gestire e valorizzare le opere d'arte, Egea, 2017.
- Ripa, P., e Ghilardi, R., Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2018, Deloitte, Italia 2018.
- Ripa, P., e Ghilardi, R., “Le strategie di branding nel mondo della cultura e nel mercato dell'arte. Musei case d'asta e gallerie”, in Art &Law, 2/2018, 2018.
- Ripa, P., Ghilardi, R., Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2018, Deloitte, Italia 2018.
- Ripa, P., Ghilardi, R., Maggi, N., Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2019, Deloitte, 2019.
- Ripa, P., Ghilardi, R., Maggi, N., Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2020, Deloitte, 2020.



Note

Ripa, P., Ghilardi, R., Il mercato dell'arte e dei beni da collezione – Report 2021, Deloitte, Italia 2021.

Rubino, M., “La nuova era degli artisti digitali: Christie's debutta nel mercato della crypto art” in Forbes Cultura, <https://forbes.it/2021/02/24/la-nuova-era-degli-artisti-digitali-christies-debutta-nel-mercato-della-crypto-art/>.

Shaw, A., “Sotheby's on track to make \$8bn in 2022, the company's highest total ever—but don't be fooled by the top line”, in The Art Newspaper, 14 dicembre 2022, <https://www.theartnewspaper.com/2022/12/14/sothebys-2022-totals-8bn>.

Smithsonian Press Release, “Smithsonian American Women's History Museum Has Announced \$1 Million Gift From Deloitte”, 8 dicembre 2022.

Sotheby's Press Centre, “Sotheby's to Launch its Maison in the Very Heart of Hong Kong To Celebrate Art and Luxury Year-Round, Opening in 2024”, 15 dicembre 2022.

Sotheby's Press Centre, “Sotheby's First Auction of Modern & Contemporary Art in Singapore Totals SG\$24.5m / US\$18m”, 29 agosto, 2022.

Sotheby's Press Centre, “SOTHEBY'S TO HOST A DIGITAL ARTS FORUM IN SAUDI ARABIA IN PARTNERSHIP WITH THE VISUAL ARTS COMMISSION OF THE MINISTRY OF CULTURE”, 20 febbraio 2022.

Sotheby's Press Centre, “The Williamson Pink Star—One of the Purest, Pinkest Diamonds Ever to Appear at Auction To be Offered at Sotheby's this Autumn”, 2022.

Sotheby's, <https://www.sothebys.com/en/series/artists-choice?locale=en>.

Sotheby's, <https://www.sothebys.com/en/digital-catalogues/the-williamson-pink-star>.

TEFAF Maastricht, Press Release – Maastricht, giugno 2022, <https://static.tefaf.com/assets/Press-Releases/xmXnqv4QzidRpnttjSLD.pdf?v=1657626648>.

Whiddington, R., “NFT Buyers Are Suing Justin Bieber, Madonna, and Bored Ape Yacht Club's Founders Over an Alleged 'Scheme' to Bilk Investors” in ArtNet News, 12 dicembre 2022.

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

Zorloni, A., Art Wealth Management: Managing Private Art Collections, Springer, 2016.

Zorloni, A., (a cura di), Musei privati. La passione per l'arte contemporanea nelle collezioni di famiglia e d'impresa, Egea, Milano, 2019.

Zorloni, A., e Ghilardi, R., “L'arte in azienda: dai programmi artistici alle nuove forme di mecenatismo”, in A. Zorloni (a cura di), Musei privati. La passione per l'arte contemporanea nelle collezioni di famiglia e d'impresa, Egea, Milano, 2019.

Zorloni, A., Ghilardi, R., (2018) “L'immagine di Milano nel mercato dell'arte contemporanea. Criticità e opportunità”, in S. Moretti (a cura di), Raccontare Milano. Arte, architettura, media e mercato, Silvana Editoriale, Milano.

1 Con riferimento alle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo Metodologia, Sezione 3.

2 Con riferimento alle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo Metodologia.

3 Vendita che ha dato seguito ad una asta dai risultati eccezionali tenutasi nel 2021.

4 Le due vendite dedicate alla collezione Allen, la collezione Bass, la collezione Ammann, la collezione Macklowe e la collezione Solinger, per un valore complessivo di circa \$2,69 miliardi.

5 La collezione Macklowe, la collezione Cox e la collezione Marion, per un valore complessivo di circa \$1,17 miliardi.

6 Phillips Press Centre, “Phillips Appoints Minhee Suh as Regional Director in South Korea, Based in Seoul”, 11 ottobre 2022.

7 Phillips Press Centre, “Phillips Announces Strategic Collaboration with Leading Chinese Auction House Yongle”, 22 settembre 2022.

8 Phillips Press Centre, “Phillips Continues its Expansion in Asia with Addition of 20th Century & Contemporary Art Specialists”, 3 novembre 2022.

9 Phillips Press Centre, “Phillips Auction House Expands West Coast Presence With New Gallery Space in Los Angeles”, 14 luglio 2022.

10 Phillips Press Centre, “Phillips and Sight Unseen Announce Partnership in Los Angeles”, 1 novembre 2022.

11 Christie's Press Centre, “In a Market First, Christie's Historic Shanghai to London Sale Series Realises £249,070,155 / RMB2,087,955,108 / \$334,003,078 / €297,389,765 - A Record for Any Evening at Christie's London”, 1 marzo 2022.

12 Sotheby's Press Centre, “Sotheby's to Launch its Maison in the Very Heart of Hong Kong To Celebrate Art and Luxury Year-Round, Opening in 2024”, 15 dicembre 2022.

13 Sotheby's Press Centre, “Sotheby's First Auction of Modern & Contemporary Art in Singapore Totals SG\$24.5m / US\$18m”, 29 agosto, 2022.

14 Sotheby's Press Centre, “SOTHEBY'S TO HOST A DIGITAL ARTS FORUM IN SAUDI ARABIA IN PARTNERSHIP WITH THE VISUAL ARTS COMMISSION OF THE MINISTRY OF CULTURE”, 20 febbraio 2022.

15 Sotheby's Press Centre, “The Williamson Pink Star—One of the Purest, Pinkest Diamonds Ever to Appear at Auction To be Offered at Sotheby's this Autumn”, 2022.

16 Christie's Press Centre, “Christie's Launches Sneakers, Streetwear & Collectibles”, 18 luglio 2022.

17 Per maggiori approfondimenti: <https://www.sothebys.com/en/series/artists-choice?locale=en>.

18 Phillips Press Centre, “Phillips Announces Launch of Fiduciary Services Branch”, 17 gennaio 2022.

19 Christie's Press Centre, “Christie's Launches Venture Fund”, 18 luglio 2022.

20 Per approfondimenti si rimanda al Focus presente al termine del presente paragrafo.

21 Pendleton, D., “How Elon Musk, Mark Zuckerberg and the World's 500 Richest Billionaires Lost \$1.4 Trillion in a Year”, in Bloomberg, 29 dicembre 2022.

22 Per l'intera intervista a Mariolina Bassetti, si veda la Sezione “Interviste”.

23 Rubino, M., “La nuova era degli artisti digitali: Christie's debutta nel mercato della crypto art” in Forbes Cultura, <https://forbes.it/2021/02/24/la-nuova-era-degli-artisti-digitali-christies-debutta-nel-mercato-della-crypto-art/>.

24 Le due vendite dedicate alla collezione Allen, la collezione Bass, la collezione Ammann, la collezione Macklowe e la collezione Solinger, per un valore complessivo di circa \$2,69 miliardi.

25 Per maggiori approfondimenti: <https://www.sothebys.com/en/series/artists-choice?locale=en>.

26 Phillips Press Centre, “Phillips Announces Launch of Fiduciary Services Branch”, 17 gennaio 2022.

27 Christie's Press Centre, “Christie's Launches Venture Fund”, 18 luglio 2022.

28 Kinsella, E., “Hauser and Wirth's Foray Into Auction Territory Exceeds Expectations, Raising More Than \$4 Million for Charity” in ArtNet News, 14 dicembre 2022.



- 29 Kinsella, E., "Auction Veteran Simon de Pury Explains the Bold Business Model for His Latest Auction, Designed to Benefit Artists Above All" in *Artnet News*, 9 agosto 2022.
- 30 Black Indigenous People Of Colour
- 31 Halperin, J., Burns, C., "Perceptions of Progress in the Art World Are Largely a Myth. Here Are the Facts" in *ArtnetNews*, 13 dicembre 2022.
- 32 Smithsonian Press Release, "Smithsonian American Women's History Museum Has Announced \$1 Million Gift From Deloitte", 8 dicembre 2022.
- 33 Whiddington, R., "NFT Buyers Are Suing Justin Bieber, Madonna, and Bored Ape Yacht Club's Founders Over an Alleged 'Scheme' to Bilk Investors" in *Artnet News*, 12 dicembre 2022.
- 34 Per approfondimenti: Gallery Climate Coalition website: <https://galleryclimatecoalition.org/>
- 35 Christie's Press Centre, "PRESS RELEASE: Christie's Announces Global Sustainability Initiative", 4 marzo 2021.
- 36 Per approfondimento: <https://www.sothebys.com/en/articles/sothebys-impact-empowering-an-inclusive-art-world>.
- 37 Per maggiori informazioni si rimanda al sito: <https://ethicsofcollecting.org/>.
- 38 Pownall, Rachel A.J., TEFAF Art Market Report 2017, 2017.
- 39 Art Basel, Show Report – Basel, giugno 2022, https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/ABB22%20%20Show%20Report%20%20June%2019%20%20E_.pdf
- 40 Art Basel, Show Report – Hong Kong, maggio 2022, <https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/ABHK22%20%20Show%20Report%20%20May%2029%20%20E-5.pdf>.
- 41 Art Basel, Show Report – Miami Beach, dicembre 2022, https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/ABMB22_I_Show_Report_I_3_December_I_E.pdf.
- 42 Five Frieze Highlights from 2021, dicembre 2021, <https://www.artnews.com/list/art-news/market/frieze-london-sales-philip-guston-jade-fadojutimi-1234643169/kerry-james-marshall-at-david-zwirner/>
- 43 PAD London, Press Release – London, ottobre 2022 https://www.padesignart.com/assets/uploads/End-of-Fair-Press-Release_PAD-London-2022.pdf.
- 44 TEFAF Maastricht, Press Release – Maastricht, giugno 2022, <https://static.tefaf.com/assets/Press-Releases/xmxnqv4QzidRPnttjSLD.pdf?v=1657626648>.
- 45 Flash Art, "FIAC to Be Replaced by New Fair Run by Art Basel Group" 29 gennaio 2022, <https://flash--art.com/2022/01/fiac-art-basel-group-paris/#>.
- 46 Paris+ par Art Basel, Show Report – Parigi, ottobre 2022, https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/Paris_Plus_I_Show_Report_I_October_23_I_EN_1_-2.pdf.
- 47 Art SG Media Release, "MCH Group to become minority owner of ART SG in Singapore", 24 gennaio 2022, <https://artsg.com/wp-content/uploads/2022/01/MCH-Group-News-Media-ArtSG-220124-EN-1.pdf>.
- 48 Financial Time, "New Art SG fair reinforces Singapore's growing art-world influence", 5 gennaio 2023, <https://www.ft.com/content/fcf0f351-8493-43f0-8771-037ef60e147e>.
- 49 Frieze, "Frieze Will Launch a New Fair in Seoul", 18 maggio 2021, <https://www.frieze.com/article/frieze-launches-frieze-seoul-september-2022>.
- 50 Barillà, S.A., "Il formato ibrido convince più della fiera online" in *Il Sole24Ore*, 19 ottobre 2020, <https://www.ilssole24ore.com/art/il-formato-ibrido-convince-piu-fiera-online-AD6Etww>.
- 51 Frieze, Frieze New York 2021 at The Shed, ottobre 2020 <https://www.frieze.com/article/frieze-new-york-2021-shed>
- 52 Art Basel, Show Report – Basel, settembre 2021, <https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/ABB21%20%20Show%20Report%20%20September%2026%20I%20E-1.pdf>.
- 53 MiArt, Press Release – Milano, aprile 2022, <https://www.miart.it/press/comunicati-stampa/miart-2022.html>
- 54 Per un approfondimento si veda anche: Zorloni A., Ghilardi R., (2018) "L'immagine di Milano nel mercato dell'arte contemporanea. Criticità e opportunità", in S. Moretti (a cura di), *Raccontare Milano. Arte, architettura, media e mercato*, Silvana Editoriale, Milano.
- 55 Artefiera, Comunicato stampa, maggio 2022, https://www.artefiera.it/media/artefiera/pressrelease/2022/cs_AF_2022_chiusura.pdf.
- 56 Artribune, "Prime impressioni da Arte Fiera 2022. Bene ma non benissimo", maggio 2022, <https://www.artribune.com/professionisti-e-professionisti/fiere/2022/05/arte-fiera-2022-prime-impressioni-foto/>
- 57 Artefiera, Comunicato stampa, Novembre 2022, http://www.artefiera.it/media/artefiera/pressrelease/2023/cs_AF_23.pdf
- 58 Artissima, Press Release – Torino novembre 2022, https://www.artissima.art/wp-content/uploads/2022/11/PR_Artissima-Closing-press-release-.pdf
- 59 Realizzata con il sostegno della Fondazione Compagnia di San Paolo.
- 60 Per l'intera intervista a Andrea Sirio Ortolani, si veda la Sezione "Interviste".
- 61 Christie's Press Centre, "CHRISTIE'S GLOBAL SALES REACH \$8.4B IN 2022. HIGHEST ANNUAL SALES TOTAL IN ART MARKET HISTORY", 19 dicembre 2021.
- 62 Shaw, A., "Sotheby's on track to make \$8bn in 2022, the company's highest total ever—but don't be fooled by the top line", in *The Art Newspaper*, 14 dicembre 2022, <https://www.theartnewspaper.com/2022/12/14/sothebys-2022-totals-8bn>.
- 63 Marchesoni, M.A., "Phillips 2022: volumi di aste e private sale in crescita", in *Sole24Ore ArtEconomy*, 20 dicembre 2022.
- 64 Con riferimento ai lotti venduti nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la Metodologia presentata. Nella statistica riportata non sono quindi compresi i lotti battuti dai player locali sulla piazza asiatica.
- 65 Lotti che hanno superato i \$2,0 Mln, con riferimento ai lotti venduti nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la Metodologia presentata.
- 66 Con riferimento ai lotti venduti nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la Metodologia presentata. Nella statistica riportata non sono quindi compresi i lotti battuti dai player locali sulla piazza asiatica.
- 67 Con riferimento ai lotti venduti nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la Metodologia presentata. Per un approfondimento sui top lot si veda la Sezione 2.2 "L'analisi dei top lot del 2022".
- 68 Per un maggiore approfondimento si rimanda alla Sezione 1, "Overview: il mercato dei beni da collezione nel 2022".
- 69 Nell'elaborazione del Global Painting Index vengono considerate le aste di pittura svoltesi in sala o in formato "ibrido" nelle principali piazze mondiali, selezionate secondo la Metodologia presentata.
- 70 Con riferimento ai lotti venduti nelle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la Metodologia presentata.
- 71 Campione rappresentato dalle maggiori aste di pittura (minimo \$1 Mln) e composto da 165 osservazioni.
- 72 Per un approfondimento sul branding nel mondo dell'arte si veda anche: Ripa, P., e Ghilardi, R., "Le strategie di branding nel mondo della cultura e nel mercato dell'arte. Musei case d'asta e gallerie", in *Art & Law*, 2/2018, 2018.
- 73 Per un approfondimento sull'arte in azienda si veda anche: Zorloni, A., e Ghilardi, R., "L'arte in azienda: dai programmi artistici alle nuove forme di mecenatismo", in A. Zorloni (a cura di), *Musei privati. La passione per l'arte contemporanea nelle collezioni di famiglia e d'impresa*, Egea, Milano, 2019.
- 74 Per l'intera intervista a Rossella Novarini, si veda la Sezione "Interviste".
- 75 Dati calcolati sulla serie storica 2001-2022.
- 76 Nell'elaborazione del Global Painting USA Index vengono considerate le aste di pittura svoltesi a New York, selezionate secondo la Metodologia presentata. Si includono anche le aste tenutasi eccezionalmente nella città di Las Vegas e Napa.
- 77 Campione rappresentato dalle maggiori aste USA (minimo \$1 Mln) e composto da 64 osservazioni.
- 78 Dati calcolati sulla serie storica 2001-2022.
- 79 Nell'elaborazione del Global Painting UK Index vengono considerate le aste di pittura svoltesi a Londra, selezionate secondo la Metodologia presentata.
- 80 Campione rappresentato dalle maggiori aste UK (minimo \$1 Mln) e composto da 47 osservazioni.
- 81 Dati calcolati sulla serie storica 2001-2022.
- 82 Campione rappresentato dalle maggiori aste asiatiche (minimo \$1 Mln) e composto da 30 osservazioni.



- 83 Nell'elaborazione del Global Painting Asia Index vengono considerate le aste di pittura svoltesi a Hong Kong, Pechino, Dubai, Mumbai e Shanghai, selezionate secondo la Metodologia presentata.
- 84 Dati calcolati sulla serie storica 2001-2022.
- 85 Nell'elaborazione del Global Painting UE Index vengono considerate tutte le aste dei 3 comparti analizzati (Post War, Pre War e Old Masters) e delle aste pluri comparto per il mercato della pittura svoltesi a Parigi, Ginevra, Milano, Amsterdam e le altre piazze europee.
- 86 Campione rappresentato dalle maggiori aste UE (minimo \$1 Mln) e composto da 25 osservazioni.
- 87 Con riferimento alle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo la Metodologia presentata.
- 88 Nell'elaborazione del Post War Painting Index vengono considerate tutte le aste di arte del dopo-guerra e contemporanea svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la Metodologia presentata.
- 89 Campione rappresentato dalle maggiori aste Post War (minimo \$1 Mln) e composto da 117 osservazioni.
- 90 Campione rappresentato dalle maggiori aste Pre War (minimo \$1 Mln) e composto da 32 osservazioni.
- 91 Nell'elaborazione del Pre War Painting Index vengono considerate tutte le aste del comparto di arte impressionista e moderna svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la Metodologia presentata.
- 92 Campione rappresentato dalle maggiori aste Old Masters (minimo \$1 Mln) e composto da 16 osservazioni.
- 93 Nell'elaborazione dell'Old Masters Painting Index vengono considerate tutte le aste del comparto Old Masters svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la Metodologia presentata.
- 94 Nell'elaborazione del Global Passion Assets Index vengono considerate tutte le aste di gioielli e orologi, antichità, arredi e design, vini e fotografie svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la Metodologia presentata.
- 95 Campione rappresentato dalle maggiori aste di Passion Assets (minimo \$1 Mln) e composto da 214 osservazioni.
- 96 Sotheby's, <https://www.sothebys.com/en/digital-catalogues/the-williamson-pink-star>.
- 97 Christie's Press Centre, Christie's proudly presents an Unprecedented Selection of Louis Vuitton Trunks from a Prominent Japanese Collector, 25 marzo 2022.
- 98 Nell'elaborazione del Wines & Spirits Index vengono considerate tutte le aste del comparto Vini e liquori svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la Metodologia presentata.
- 99 Campione rappresentato dalle maggiori aste di Vini e liquori (minimo \$ 1 Mln) e composto da 44 osservazioni.
- 100 Con riferimento alle aste incluse nel campione di ricerca secondo la Metodologia presentata.
- 101 Phillips Press Centre, "Phillips Achieves the Highest Annual Total in Company History for the Second Consecutive Year, Amid Continued International Expansion", dicembre 2022.
- 102 Nell'elaborazione del Watches & Jewels Index vengono considerate tutte le aste del comparto orologi e gioielli svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la Metodologia presentata.
- 103 Campione rappresentato dalle maggiori aste di orologi e gioielli (minimo \$1 Mln) e composto da 44 osservazioni.
- 104 Nell'elaborazione del Photographs Index vengono considerate tutte le aste del comparto fotografia svoltesi nelle principali piazze internazionali.
- 105 Campione rappresentato dalle maggiori aste di fotografia (minimo \$1 Mln) e composto da 6 osservazioni.
- 106 Campione rappresentato dalle maggiori aste di Antichità (minimo \$1 Mln) e composto da 83 osservazioni.
- 107 UNVEILING THE TREASURES OF THE HÔTEL LAMBERT IN A SERIES OF LANDMARK AUCTIONS AT SOTHEBY'S PARIS | Press Release | Sotheby's (sothebys.com)
- 108 Cosenz, S., "I giovani collezionisti scoprono il design italiano" in ArtEconomy24, 14 ottobre 2018, <https://www.ilsole24ore.com/art/arteconomy/2018-10-14/i-giovani-collezionisti-scoprono-design-italiano--085346.shtml?uuid=AE7x1wMG>.
- 109 Nell'elaborazione dell'Arredi & Design Index vengono considerate tutte le aste del comparto arredamento moderno e design svoltesi nel corso dell'anno, selezionate secondo la Metodologia presentata.
- 110 Campione rappresentato dalle maggiori aste di Arredi & Design (minimo \$1 Mln) e composto da 24 osservazioni.
- 111 L'analisi relativa al 2022 è stata condotta attraverso la rielaborazione delle informazioni pubblicamente disponibili delle seguenti case d'aste: CNG, DNW (anche Noonams), Heritage, Leu, MDC, Morton & Eden, NAC, Nomos e Stack's Bowers. Per la lista delle case d'aste analizzate nel 2021 si rimanda alla precedente edizione del Report.
- 112 JUDAEA, Jewish War. 66-70 CE. AR Shekel (21mm, 13.19 g, 12h). Jerusalem mint. Dated year 5 ([August] 70 CE). | Classical Numismatic Group (cngcoins.com)
- 113 Numismatica Ars Classica (arsclassica.com)
- 114 Con riferimento alle aste ricomprese nel campione di ricerca definito secondo Metodologia, Sezione 3.
- 115 Christie's Press Centre, "Christie's Launches Sneakers, Streetwear & Collectibles", 18 luglio 2022.
- 116 Per maggiori approfondimenti: <https://www.sothebys.com/en/series/artists-choice?locale=en>.
- 117 Phillips Press Centre, "Phillips Announces Launch of Fiduciary Services Branch", 17 gennaio 2022.
- 118 Christie's Press Centre, "Christie's Launches Venture Fund", 18 luglio 2022.
- 119 Fonte: <https://www.mase.gov.it/pagina/piano-nazionale-di-adattamento-ai-cambiamenti-climatici>.



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.