



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale
(ordinamento ex D.M. 270/2004)
in Economia e Gestione delle Arti e delle
attività culturali

Tesi di Laurea

—
Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

**Arte: un affare bancario?
Testimonianze a confronto**

Relatore

Ch.ma Prof.ssa CINZIA DI NOVI

Correlatore

Prof.ssa ENRICA CRODA

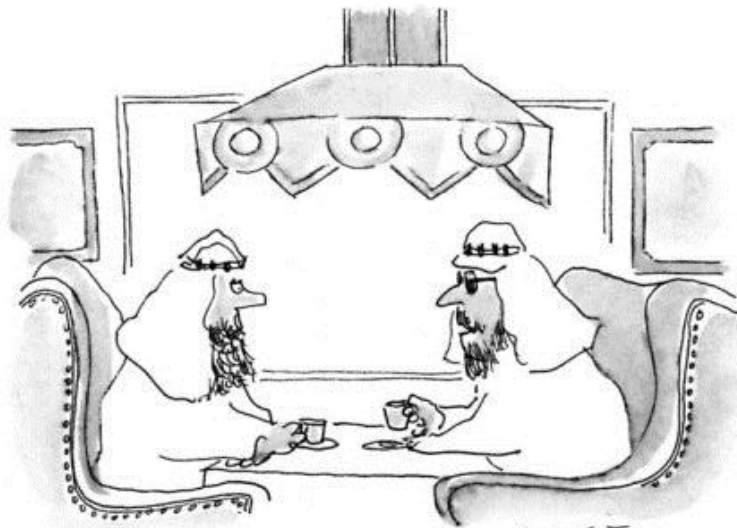
Laureando

ANNA DONA'

Matricola 836149

Anno Accademico

2012 / 2013



Eric Tutubauer

"Through it all we're still heavily invested in oil—primarily Picasso and Rembrandt."

RINGRAZIAMENTI

Un sentito grazie è rivolto alla mia relatrice Cinzia Di Novi, per avermi sostenuta, seguita e incoraggiata nei momenti di insicurezza, con volontà ed ottimismo. Un ringraziamento va poi alla professoressa Enrica Croda per la gentilezza e la fiducia dimostrate.

Ai professionisti che hanno reso possibile la costruzione di questo lavoro, passo per passo, riservo i ringraziamenti più importanti, mi riferisco in particolare a:

Marina Mojana, la prima persona interpellata, dalla quale ho ottenuto inaspettata disponibilità, iniziali risposte e buoni spunti nella continuazione della ricerca.

Alberto Fiz, per la collaborazione e per avere gentilmente inviato, prima della pubblicazione, il capitolo “Investire in arte”, redatto con la stessa Mojana oltre a Paola Musile Tanzi, incluso in *Il manuale del Private Banker* (attualmente in ristampa, a cura di Musile Tanzi).

Giuseppina Delfino che ha dedicato il suo tempo in occasione del nostro incontro presso la sede milanese di Intesa Sanpaolo, permettendo di avere una panoramica completa su clienti e governo d’impresa.

Catterina Seia, ora *cultural manager* indipendente, che ha fornito utili contatti in UniCredit.

Domenico Filipponi, una testimonianza ampia ed approfondita, ha permesso di mettere ordine su: processo valutativo, strumenti utilizzati, divisione utenti.

Carla Franca Mainoldi, responsabile *Corporate Giving and Events* in UniCredit, per avermi indirizzata a Neve Virginia Mazzoleni e Lavinia Protasoni. Queste meritano il mio grazie data l’energia trasmessa, la cordialità e il materiale fornitomi in occasione del colloquio negli uffici della *UniCredit Tower* (Milano).

Maria Cristina Ragazzoni le sue precise risposte via email hanno aggiunto un valido tassello all’analisi.

Rivolgo il grazie più sincero e meritato ad Arrigo e Delfina, che hanno sempre appoggiato le mie scelte, lasciandomi percorrere questa strada, supportandomi e sopportandomi, assieme alla “unica” Sabrina, ad Alberto, Aurora e Andrea, senza di voi il mio studio sarebbe stato troppo noioso.

Ringrazio chi, sono sicura, sarà orgoglioso di me.

Grazie Laura, se “gli amici sono quelli che ci sono quando le cose succedono”, non potrei trovare una definizione migliore.

Infine grazie alla città dove ho capito di poter fare quello che desidero.

INDICE

Introduzione	p.1
1. Art Banking - Art Advisory, origine e sviluppo	p.4
1.1. Qualche cenno storico	p.30
2. Dare un prezzo al valore	p.36
2.1. La valutazione passo per passo	p.54
2.1.a. Collezionismo: alla ricerca del tesoro perduto	p.58
2.1.b. Quando acquistare, quando vendere	p.63
2.2. Altre “banche”: i <i>database</i> dell’arte	p.65
2.2.a. Artprice	p.68
2.2.b. Artnet	p.72
2.2.c. Arcadja	p.78
2.2.d. ArsValue	p.80
3. Il Cliente	p.85
Conclusione	p.98
Bibliografia	p.101
Sitografia	p.103

INDICE delle FIGURE

Figura 1: The rich. Numero di persone con almeno 1 milione di \$ di capitale investibile	p.6
Figura 2: Il modello di servizio <i>Art Advisory</i>	p.58
Figura 3: Motivazioni per includere l'arte tra i servizi <i>Private Banking</i>	p.86
Figura 4: Distribuzione della clientela ISPB per fasce d'età (%)	p.88
Figura 5: Distribuzione della clientela ISPB per età (%)	p.88
Figura 6: Esempio di Report portafoglio artistico <i>UniCredit Private Banking</i>	p.89
Figura 7: Distribuzione della ricchezza finanziaria <i>private</i> per fasce di patrimonio al 2012 (%)	p.92
Figura 8: <i>Asset mix</i> medio delle famiglie <i>private</i> italiane nel 2009-2012 (%)	p.92
Figura 9: <i>Asset mix</i> medio per fascia patrimoniale nel 2012 (%)	p.93
Figura 10: Distribuzione territoriale della clientela ISPB	p.96

INDICE delle TABELLE

Tabella 1: Elaborazione Analisi Mercati Finanziari e ArtEconomy24 su questionario inviato alle banche	p.23
Tabella 2: Fattori oggettivi e soggettivi nella valutazione del bene artistico	p.42
Tabella 3: Misure correnti internazionali	p.44
Tabella 4: Misure italiane adattate ai parametri internazionali	p.44
Tabella 5: Database - quattro esempi	p.67
Tabella 6: Evoluzione della ricchezza delle famiglie <i>private</i> italiane nel periodo 2009-2012	p.94
Tabella 7: Confronto distribuzione patrimonio famiglie italiane e patrimonio clienti ISPB per classi	p.95
Tabella 8: Confronto distribuzione patrimonio famiglie italiane e patrimonio clienti ISPB a livello regionale	p.95

INTRODUZIONE

Il lavoro presentato è il risultato di una indagine personale: una rete di contatti, incontri, testimonianze, raccolte e rielaborate, partendo da alcune semplici osservazioni.

La prima tra queste è legata al contesto socio economico attuale. Considerando che recessione, inflazione e volatilità sono ormai termini diffusi, mi sono chiesta come il mercato dell'arte stesse reagendo alla situazione ed in che modo essa influenzasse il comportamento dei consumatori.

Gli acquirenti di beni artistici sono prevalentemente soggetti *top income*, soffrono marginalmente la crisi mentre ricercano valide attività o classi di beni nelle quali impiegare il proprio denaro. Se poi l'*asset* individuato permette di soddisfare un desiderio personale (traendone beneficio estetico-emozionale) e di assumere prestigio, si ottiene un esito equilibrato.

Ma da chi è gestito, curato e allocato il capitale di questi individui? Naturalmente dagli istituti bancari. Accanto a beni artistici e potenziali acquirenti dunque, le banche sono divenute oggetto del mio studio. Il fine dell'indagine è comprendere come l'arte sia inserita nell'attività bancaria ordinaria; questo implica conoscere le figure professionali coinvolte, la tipologia di clientela e le esigenze correlate, soffermandosi in particolare su alcuni casi italiani e sulla loro recente esperienza.

Certo gli istituti di credito hanno una tradizione antica per ciò che riguarda la raccolta di opere, le quali sono andate a formare ampie collezioni in seno alle società stesse, grazie a politiche di fusione e incorporazione. “Tesori” attualmente custoditi in sedi e palazzi storici, amministrati spesso dalle relative Fondazioni (negli ultimi anni soggette a modifiche sostanziali del loro statuto)¹ e fruibili al pubblico.

Lo studio non si ferma a questa constatazione, guarda invece alla relazione tra banca e cliente, dove il “prodotto” arte diviene perno di un servizio, assumendo una data

¹ Dalla definizione tratta nel sito di ACRI (Associazione di Fondazioni e di Casse di Risparmio spa) “Le Fondazioni sono soggetti non profit, privati e autonomi, che perseguono esclusivamente scopi di utilità sociale e di promozione dello sviluppo economico.”, in seguito alla legge Ciampi (legge di delega 23 dicembre 1998, n. 461) l'obbligo di possedere la maggioranza del capitale sociale delle relative banche fu rimpiazzato dalla perdita da parte delle Fondazioni del controllo delle società stesse. A luglio 2013 la presenza delle Fondazioni nei 3 maggiori gruppi bancari è pari al 14% in Unicredit (14 Fondazioni), al 27% in Intesa San Paolo (16 Fondazioni), al 33,5% nel Monte dei Paschi di Siena (da parte della omonima Fondazione).

<http://www.acri.it/3_fond/3_fond0005.asp>, consultato il 24 settembre 2013.

collocazione e un peso a livello strategico nell'impresa. Sono stati quindi definiti tre concetti: *Private Banking*, *Art Banking*, *Art Advisory*.

Il settore *Private* racchiude tutti i servizi volti alla gestione ottimale e personalizzata del patrimonio appartenente ad una clientela selezionata in base al capitale posseduto. *Art Banking* è sezione del comparto *Private* ed implica una molteplicità di funzioni giustificate dall'eterogeneità e il dinamismo del segmento arte. Tra queste: prestito su pegno, investimento indiretto nella costruzione di un portafoglio bilanciato, investimento diretto. L'*Art Advisory* trova applicazione nella divisione *Art Banking*, in quanto riguarda consulenza ed assistenza per la cura di beni artistici già posseduti o per nuove acquisizioni, un appoggio dato all'utente in diverse circostanze a seconda di specifiche necessità.

Dopo aver elencato i primi esempi a livello estero e presentato un approfondimento storico relativo alla nascita di tale rapporto tra mondo dell'arte e istituti di credito, l'analisi è andata a concentrarsi in ambito italiano, dove *Art Banking* trova applicazione da circa vent'anni. Le realtà ora più efficienti per servizi offerti, chiarezza e presentazione sono: Intesa Sanpaolo, UniCredit e Banca Aletti (Gruppo Banco Popolare), imprese dalle quali ho potuto ottenere alcuni riscontri diretti.

Descritti settore e attività, è emersa l'importanza della definizione di un valore monetario associabile al bene artistico per poter svolgere tutte le operazioni connesse, considerando che la valutazione per diversi fini (divisione, vendita, acquisto) è il principale servizio richiesto dal cliente bancario. Per questo sono stati individuati i fattori che influenzano la stima iniziale, spiegando le tappe del processo valutativo nel quale ogni *Art advisor* è coinvolto e relativi strumenti utilizzati. Ad esempio i *database* disponibili online, biblioteche di dati e non solo, il cui funzionamento è approfondito facendo riferimento ad alcuni modelli.

L'ultima parte è dedicata ad un attore fondamentale: il cliente. Nel tentativo di riconoscere chi richiede i servizi, la segmentazione rispetto ad età e distribuzione geografica, oltre a situazione patrimoniale, preferenze e principali esigenze.

Nella ricerca si sono rivelati utili articoli di giornali, guide, internet, manuali ma, dato il carattere innovativo e stratificato dell'attività, il centro dello studio sono state le

informazioni ottenute da soggetti che attualmente collaborano o detengono posizioni di rilievo nel comparto *Private Banking* dei principali gruppi italiani.

Professionisti con una ampia preparazione, inseriti nell'ambito finanziario bancario pur avendo competenze storico-artistiche, unite ad una visione esauriente sull'andamento del mercato arte e sui desideri degli utenti. Ho parlato non a caso di "rete di contatti" perché spesso una persona interpellata ha condotto ad un'altra, mettendo in luce un sistema articolato, fatto di conoscenze, relazioni, confronti ed anche cooperazione, visibile in organizzazioni quali AIPB (Associazione Italiana Private Banking).²

La successione di email e telefonate, dalla Cassa di Risparmio del Veneto (Padova) mi ha portata così a Milano, presso le sedi di Intesa Sanpaolo e UniCredit. Qui ho osservato in che modo l'arte possa essere risorsa chiave in relazione a fidelizzazione, costruzione di immagine e di rapporti nel territorio di appartenenza. Motivo per cui la banca è un attore privato da non sottovalutare, date le potenziali capacità di scuotere la nostra struttura socio-culturale.

Il lavoro è andato ad assumere una certa struttura grazie alle preziose fonti citate. In sintesi il capitolo introduttivo definisce l'argomento tramite esempi, cenni storici e la dichiarata attenzione al quadro nazionale. La seconda parte approfondisce le problematiche relative alla valutazione del bene artistico, spiegando il procedimento svolto e gli strumenti utilizzati dall'*Art advisor*. Il capitolo terzo tratta la clientela, i soggetti *top income* dai quali era partita l'analisi, cercando di tracciare un profilo indicativo osservando il recente andamento del comparto *Private*.

Ammesso che il denaro e la sua gestione rimangono questioni primarie degli istituti bancari; è il denaro la via che porta all'arte, per passare al cliente, colui che la possiede o vuole possederla. Lo studio tenta di analizzare tale circolarità, caratteristica di un settore in costruzione, che punta su comunicazione, nuovi progetti e collaborazioni. Proprio la parzialità di questo primo sguardo sul mondo *Art Banking*, conduce alla volontà di osservarne le future evoluzioni.

² "L'Associazione Italiana Private Banking nasce nel giugno 2004. (...) è un'associazione professionale senza fini di lucro che coniuga le esigenze di aggregazione, condivisione, riflessione e sviluppo della cultura d'impresa Private, a beneficio degli stakeholder del Private Banking italiano. Gli Associati di AIPB sono società che operano nell'industria nel Private Banking italiano: Banche Private, SIM, Asset Managers e SGR, Compagnie di Assicurazione, Società di Consulenza e Studi Professionali, Società di servizi di supporto."
<<http://www.aipb.it/>>, consultato il 17 giugno 2013.

Capitolo 1

ART BANKING - ART ADVISORY, ORIGINE E SVILUPPO

Negli ultimi anni arte e mondo economico-finanziario appaiono realtà sempre più vicine, grazie ad un elemento fondamentale: il denaro.

La tendenza in atto è accentuata poiché mercati, borse, titoli azionari sembrano essere alla portata di molti, alimentando l'illusione di poter comprenderne i meccanismi senza particolari conoscenze, tramite cifre e grafici forniti da giornali, televisioni, internet.

Ma se solitamente definiamo *prezzo* quella “somma di denaro necessaria per acquistare un bene” o “corrispettivo in denaro dovuto dal compratore al venditore”,³ c'è da chiedersi che declinazione trovi il concetto quando consideriamo un oggetto artistico.

Alcuni potrebbero parlare di banalità della questione, altri potrebbero non condividere l'idea che tutto si riduca al binomio cultura-moneta, eppure sono alcune peculiarità presenti nel settore arte a renderlo una sorta di grande prateria, area di conquista e d'insidie, un ambiente dove i guadagni possono essere elevati (non solo per gli “addetti ai lavori” o per pochi privilegiati) e che allo stesso tempo deve essere studiato con attenzione scegliendo il tragitto più adatto, sapendo riconoscere i segni e capire quando rinunciare.

In questo “quadro” la mia attenzione si è voluta soffermare su un'attività ancora in evoluzione, soggetta a cambiamenti futuri soprattutto a livello nazionale. Mi riferisco al ruolo che gli istituti bancari stanno assumendo nel tessuto artistico, come svolgono tale funzione e qual è la clientela coinvolta.

Tutto ciò racchiude il termine *Art Banking*, settore che ha ricevuto attenzione in Italia solo alla fine degli anni '90 quando i principali gruppi bancari iniziano ad offrire alla loro clientela *private* una serie di servizi correlati e a cogliere i vantaggi realizzabili.

Per definizione la banca è un'impresa che assume il ruolo d'intermediaria finanziaria tra risparmiatori, fornitori di capitali, e i produttori richiedenti,⁴ svolgendo le due funzioni

³ lo Zingarelli, Vocabolario della lingua italiana, Bologna, Zannichelli, p.1409, 2000.

⁴ *Ibid.*

di deposito e credito. L'insieme degli istituti costituisce il sistema creditizio-bancario, parte stessa dell'ordinamento economico.⁵

La banca ha dunque come attività primaria la gestione del denaro, esso può assumere diverse forme e significati, proprio il bene artistico è una di queste forme, strumento privilegiato in grado di esprimere e rendere chiaro il potere, del quale la ricchezza è portatrice.

Lo sapevano i nobili che in Grecia innalzavano templi ai loro dei, lo impararono a Roma patrizi e imperatori, nel Medioevo e fino al Rinascimento fu chiaro a papi e cardinali, per passare poi nel tempo a signori, principi e monarchi.

Oggi il potere è di coloro che nel mondo della finanza, ed in particolare nell'analisi della clientela dei grandi gruppi bancari, sono definiti *High Net Worth Individual* (HNWI), persone che possiedono un elevato patrimonio netto, in genere superiore al milione di dollari, (immobili di residenza esclusi).⁶

Indicativo il *ranking* presentato dal settimanale *the Economist* nell'articolo "The Rich", del 22 giugno 2013, su base annua 2012, costruito dalla società specializzata in consulenza aziendale Capgemini in collaborazione con la Royal Bank of Canada.

Come emerge dal grafico in Figura 1, nel 2012, 12 milioni di individui al mondo possedevano almeno 1 milione (in dollari) di capitale liquido investibile. Dopo la caduta nei due anni precedenti, il benessere è cresciuto del 10% con un record di 46.200 miliardi di dollari. La classifica comprende i primi dodici Paesi, a livello globale, per quantitativo di persone definite *top income*. L'America è in testa con 3.4 milioni di soggetti, il Giappone segue con 1.9 milioni, in terza posizione la Germania, 1 milione circa.⁷ Solo il Brasile, data la contrazione della propria economia, non ha visto aumentare tali fasce reddituali.⁸

⁵ <<http://it.wikipedia.org/wiki/Banca>>, consultato il 25 giugno 2012.

⁶ Gli HNWI possono essere ulteriormente classificati in:

- *very-HNWI*: con disponibilità liquide di almeno 5 milioni di dollari;

- *ultra-HNWI (UHNWI)*: con disponibilità superiori ai 30 milioni di dollari.

Si è soliti inoltre indicare come *sub-HNWI* coloro che hanno un patrimonio liquido di almeno 100 000 dollari.

⁷ "The Rich", in *the Economist*, 22 giugno 2013,

<<http://www.economist.com/news/economic-and-financial-indicators/21579867-rich>>, consultato il 25 giugno 2013.

⁸ *The State of The World's Wealth*, <<http://www.capgemini.com>>, consultato il 28 giugno 2013.

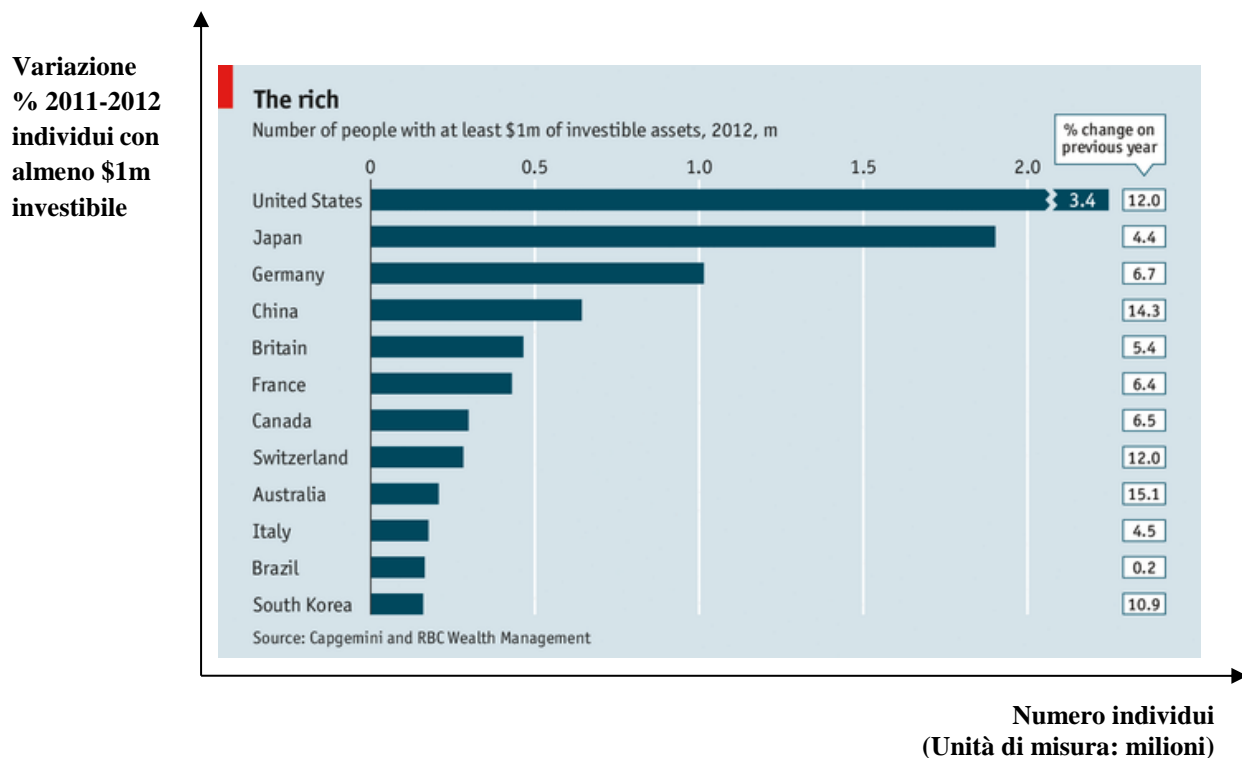


Figura 1: The rich. Numero di persone con almeno 1 milione di \$ di capitale investibile
Fonte dati: Capgemini and RBC Wealth Management

Ora come si spiegano i dati di fronte alla fase di recessione riscontrata negli ultimi anni? I fattori sono molteplici.

Nella prima metà del 2012 il mercato mondiale mostrava ancora forti segni di volatilità. Ma dopo l'intervento del presidente della Banca Centrale Europea Mario Draghi, tenutosi a luglio dello stesso anno, volto a rassicurare in merito alla protezione della valuta euro, e i provvedimenti messi in atto dalla Federal Reserve (Banca centrale degli Stati Uniti) nel mese di settembre, come: l'allentamento monetario, l'acquisto di titoli legati al settore immobiliare per 40 milioni di dollari al mese, l'abbassamento dei tassi di interesse⁹; le quotazioni nei mercati azionari sono state soggette ad una sostanziale ripresa accanto ad un rafforzamento del benessere degli investitori più ricchi.

Così gli Stati Uniti possono riguadagnare la prima posizione nella classifica in esame grazie al recupero del mercato immobiliare e la copertura dei danni arrecati a tale componente di portafoglio negli ultimi cinque anni.

⁹ Marro E., "Dalla Fed nuova ondata di liquidità: 40 miliardi al mese. Ma Bernanke ammette: la politica monetaria non cura tutti i problemi", in *Il Sole 24 Ore*, 13 settembre 2012, <<http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2012-09-13/lancia-acquistera-miliardi-dollari-183450.shtml?uuid=Aby179cG>>, consultato il 18 settembre 2013.

La crisi economica attualmente rimane, ma pesa sulle fasce medio-basse, in termini di inflazione e disoccupazione. La ricerca sottolinea una situazione destinata a ripetersi nella storia sociale: i ricchi continueranno a veder crescere il loro benessere.

Questi ricchi sono anche i maggiori “consumatori” di beni artistici.

Bene artistico, *status symbol* per eccellenza, ritornando alla parola chiave da cui eravamo partiti: potere.¹⁰ Ma anche “bene rifugio”, acquisto che, ponderato in maniera adeguata, manterrà o moltiplicherà il suo valore nel tempo, rispetto ad azioni, titoli, immobili, rispondendo alle esigenze di alcuni dei soggetti inclusi nell’analisi.

A riguardo è stato riscontrato come gli *High Net Worth Individual* siano tendenzialmente conservatori, essi dimostrano una propensione alla sicurezza e alla tutela dei propri averi, allocando circa il 30% di tale capitale in casse e depositi. Un approccio generale, senza distinzioni in base ad età o quantità di ricchezza posseduta.¹¹

Le Banche costruiscono quindi un rapporto diretto con tali milionari e con il loro patrimonio, la cui gestione implica sempre più spesso l’investimento verso il bene artistico. Possedere ingenti somme di denaro significa volerle mantenere, proteggere ma anche impiegare in modo che gli altri soggetti le riconoscano e si comportino di conseguenza; l’opera d’arte è quanto c’è di meglio per rappresentare tutto ciò, anche se poi richiama quegli elementi detti: emozione, dividendo estetico, riverenza, ricordo.

Ormai famosa la storia del miliardario giapponese Ryoei Saito, che il 15 maggio 1990 si aggiudicò, per la cifra record di 82,5 milioni di dollari, l’opera di Van Gogh *Il ritratto del dottor Gachet*¹², messa in vendita a New York, con l’intermediazione della nota casa d’aste londinese Christie’s. Rivelatrici possono essere le parole pronunciate dallo stesso

¹⁰L’introduzione al volume *Understanding international art markets and management*, raccolta di saggi curata da Iain Robertson (Londra-Oxon e New York, Routledge, 2005) presenta un interessante riferimento al filosofo inglese Thomas Hobbes. Nell’opera *The Leviathan* (1651) egli evidenzia come il potere di un uomo dipenda dalle relazioni con gli altri individui, in questo senso il “prezzo” del soggetto sociale si misura in base a quanto si sarebbe disposti a pagare per l’uso del suo potere. Cito : «The value, or worth of a man, is as of all things, his Price; that is to say, so much as would be given for the use of his Power» (*Leviathan*, 1651, Ch. 10, p.42). Gli uomini hanno una molteplicità di desideri ma tutti indifferentemente cercano di aumentare il loro potere alle spese di altri.

¹¹ Stewart H., “A million more people join the ranks of the global super-rich”, in *The Guardian*, 18 giugno 2013, <<http://www.theguardian.com/business/2013/jun/18/more-global-super-rich>>, consultato il 19 settembre 2012.

¹² L’opera venne realizzata da Van Gogh nel 1890, quando ritrasse il medico e amico Paul-Ferdinand Gachet, in mezzo busto con il capo sostenuto dalla mano destra e lo sguardo malinconico. Un moderno pensatore colto dalle pennellate decise e le cromie contrastanti, tipiche dell’autore e forse qui più accentuate. Una seconda versione del dipinto venne realizzata poco dopo e donata al Musée d’Orsay di Parigi.

Il quadro fu di proprietà del Kramarsky Found di New York che lo lasciò in prestito permanente al Metropolitan Museum of Art, fino al 1990 quando fu decisa la vendita.

Saito in occasione dell'acquisto :«It's my principle to get what I want, no matter how much money it costs.»¹³

Oggi non stupiscono le attività in campo culturale dell'assicuratore inglese Charles Saatchi, promotore del gruppo *Young British Artists*; di Bernard Arnault imprenditore francese a capo della holding LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) tramite la quale controlla la casa d'aste Philips, nonché mecenate e ideatore della Fondazione Louis Vuitton per la creazione e l'arte contemporanea (la cui sede dovrebbe aprire a Parigi nel 2014); infine di François Pinault proprietario dal 1998 della sopra citata Christie's e a Venezia dello spazio espositivo Palazzo Grassi con concessione temporanea (30 anni) di Punta della Dogana.¹⁴

E non sorprende nemmeno che Artnet, principale *database* specializzato, pubblichi i maggiori risultati d'asta del maggio 2013 denunciando un fatturato totale di 402,9 milioni di dollari.¹⁵

Ai primi posti della classifica vi sono tre opere vendute da Christie's, New York, mercoledì 15 maggio 2013, esattamente 13 anni dopo il caso Saito, esse sono:

- Jackson Pollock, *Number 19*, 58.363.750 \$
- Roy Lichtenstein, *Woman with Flowered Hat*, 56.123.750 \$
- Jean-Michel Basquiat, *Dustheads*, 48.843.750 \$¹⁶

Jeffrey Deitch, stimato gallerista e critico newyorkese, che iniziò la sua carriera nel 1979 proprio come *Art advisor* presso la Citibank of America, oggi ha l'autorità per affermare :«Il mercato è la vera arte degli anni Novanta»,¹⁷ esso è divenuto rappresentazione fedele dell'intero mondo dell'arte e dei suoi frenetici movimenti.¹⁸

¹³McCarthy T., "The last of the big spender: Ryoei Saito last week: under arrest and in deep trouble, a far cry from his coup at Christie's", in *The Independent*, 16 Novembre 1993, <<http://www.independent.co.uk/life-style/the-last-of-the-big-spender-ryoei-saito-last-week-under-arrest-and-in-deep-trouble-a-far-cry-from-his-coup-at-christies-1504552.html>>, consultato il 27 giugno 2013.

Saito espresse la volontà di essere cremato e seppellito con i suoi beni più preziosi tra i quali il quadro di Van Gogh. In realtà dopo la morte del miliardario nel 1996 si persero le tracce dell'opera e alcuni documenti trovati nel 2007 rivelarono la vendita già un decennio prima al finanziere austriaco Wolfgang Flöttl, che a sua volta ha ceduto il quadro.

¹⁴"I buyers d'arte più attivi al mondo nel 2013", in *Artnews*, 10 luglio 2013, <<http://www.artslife.com/2013/07/10/i-buyers-darte-piu-attivi-al-mondo-nel-2013-secondo-artnews/>>, consultato il 12 luglio 2013.

¹⁵<<http://www.artnet.fr/top10auctions/results.aspx>>, consultato il 25 giugno 2013.

¹⁶Markley K., "Record Breaking Art Auctions in May", in *Artnet Insights*, 24 maggio 2013.

<<http://www.artnet.com/insights/art-market-trends/record-breaking-art-auctions-in-may.asp#.Uds3iflSivU>>, consultato il 26 giugno 2013.

¹⁷Tomkins C., "Onward and upward with the arts. A fool for art, Jeffrey Deitch and the exuberance of the art market", in *the New Yorker*, 12 novembre 2007,

Viste le cifre, le caratteristiche e le trasformazioni che configurano il meccanismo in questi ultimi anni e il rapporto che lega tale sistema rispetto all'andamento dei mercati azionari e borsistici, per i quali le somme sopra enunciate sembrano smentire ogni segnale di crisi, la mia attenzione è andata a soffermarsi sul ruolo che gli istituti bancari stanno assumendo, quali gestori e detentori dei capitali posseduti dai loro clienti.

La posizione che assume la banca è doppiamente complicata se si considera il settore. Essa, non è direttamente interessata all'acquisto del bene artistico, si pone in modo neutro come supporto al cliente e da questo rapporto deriverà il guadagno per l'istituto medesimo, in termini di fidelizzazione o di immagine.

L'impresa ricopre un ruolo ibrido di intermediario, consigliere, educatore, dotato dell'imparzialità che mercanti, galleristi, case d'asta non possiedono, nel precario equilibrio: banca, denaro, cliente, arte; entrando però in un acquario che non è fatto solo di grandi pesci, ma anche d'investitori minori dove l'arte diviene opportunità in più per instaurare un rapporto di fiducia in vista di transazioni future.

Il mio progetto vuole approfondire l'attività bancaria nell'ambito, esaminando alcune questioni fondamentali. Per esempio in che modo è svolto il processo di valutazione e definizione del prezzo grazie al quale un bene potrà eventualmente entrare nel mercato; i principali strumenti e le conoscenze necessarie a tale fine; le operazioni, i passi da compiere e i supporti utilizzati tra cui le nuove ed efficienti banche dati disponibili online.

Mi occuperò inoltre di analizzare la clientela che richiede i servizi *Art Banking* e *Art Advisory*, rispetto a classe sociale e reddito, età, area geografica. Osservando poi la composizione del patrimonio posseduto, come è consigliabile investire e relativa segmentazione sul piano artistico.

Partendo dall'origine è possibile definire il *Private Banking*, anche detto *wealth management*, come la totalità dei servizi personalizzati rivolti a individui con molteplici bisogni finanziari. Riguarda la duplice funzione di gestione e assistenza patrimoniale, assicurativa, immobiliare, fiscale, legale; presupponendo tre concetti chiave: personalizzazione, alta qualità, limitata numerosità del portafoglio clienti.

<http://www.newyorker.com/reporting/2007/11/12/071112fa_fact_tomkins>, consultato il 19 settembre 2013.

¹⁸ Marina Mojana M. e A. Fiz., "Art banking: le caratteristiche del mercato dell'arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, Milano, Egea, 2007, p.367.

Fattore importante è proprio il ruolo che assume il cliente, del quale è indispensabile analizzare le specifiche caratteristiche e richieste, considerando le conseguenze future delle decisioni assunte.

L'attività svolta dopo l'individuazione di tali esigenze, sarà adattata alle varie tipologie di mercato. *Art Banking* riguarda la molteplicità di servizi offerti in stretta connessione con il mercato arte, tra i quali la consulenza *Art Advisory* è cruciale. Si osserva quindi come il sistema commerciale artistico abbia a sua volta favorito lo sviluppo dell'*Art Banking* per cercare di ottenere maggiore stabilità e abbassare i livelli di rischio.^{19,20}

Uno dei primi servizi offerti fu quello del credito su pegno, ovvero prestito di denaro avente il bene artistico come principale garanzia, i così detti *art loans*. Tale tendenza nasce nel pieno boom del mercato dell'arte alla fine degli anni '80; ai collezionisti veniva così data la possibilità di "sfruttare" i beni per finanziare nuovi acquisti e ottenere denaro senza essere costretti alla vendita in un momento non opportuno. Dal canto loro mercanti d'arte, venditori, istituzioni avevano l'occasione di utilizzare le entrate monetarie per ampliare l'assortimento di opere oltre a trarre vantaggio dalla maggiore ampiezza e profondità degli scambi commerciali. Da considerare anche le agevolazioni fiscali, infatti non essendoci vendita delle opere, i proprietari non erano soggetti a tassa sulle plusvalenze o sui redditi di capitale.

Ma con la caduta dei mercati all'inizio degli anni '90, gran parte dei prestiti fallì.

La "corsa" alla liquidità comportò l'uscita dal mercato di molti speculatori, questa condizione di recessione determinò inoltre una diminuzione di offerta e domanda per la tipologia di prestito in esame almeno fino agli anni 2000, dove si è avuta una crescita della disponibilità da parte di case d'asta,²¹ agenzie specializzate e istituti bancari tradizionali, sostenuti da nuovi operatori che permettono una visione, se non trasparente, più chiara dell'intero sistema.

La considerazione del bene artistico come collaterale rispetto alla concessione di una somma di denaro si è poi consolidata dopo il crollo del mercato tra 2007 e 2008.²²

¹⁹ Musile Tanzi P., "Introduzione", in *Il manuale del Private Banker*, Milano, Egea, 2007, pp. XI-XIII.

²⁰ Mc Andrews C., *Fine art and High Finance*, New York, Bloomberg Press, 2010, pp.115-117.

²¹ Gerlis M., "Need a loan? Use your art. Lending against art seems to be booming, but interest rates can be sky-high and banks are taking few risks", in *the Art Newspaper*, 28 settembre 2012, <<http://www.theartnewspaper.com/articles/Need%20a%20loan?%20Use%20your%20art/27226>>, consultato il 13 maggio 2013. Come riportato nell'articolo il collezionista, editore americano Peter Brant nel 2012 ha stretto un accordo con la casa d'aste Sotheby's, prestando 56 opere della sua collezione.

²² Mc Andrews C., *Fine art and High Finance*, New York, Bloomberg Press, 2010, pp.128-129.

Il business dell'*art loan* risulta dunque in piena espansione alla fine del 2012, quando la stessa UBS (Union Bank of Switzerland) è pronta ad offrire fino a 150 milioni di \$ ai clienti, prendendo in garanzia le loro opere d'arte.

Questo non perché il settore sia divenuto improvvisamente *asset* sicuro, ma perché non rimangono molti altri strumenti disponibili da utilizzare per ottenere un po' di liquidità; date le fluttuazioni di titoli ed azioni ordinarie, inflazione e svalutazione anche di beni immobili. Il cliente deve comunque aspettarsi un prestito che sarà pari circa al 40% del valore effettivo del bene; il problema rimane infatti il valore fluttuante dell'opera d'arte e come riuscire a stabilire l'effettivo prezzo di mercato nel lungo periodo.²³

Nello specifico la maggioranza dei crediti a gallerie sono strutturati come i normali prestiti finanziari, l'obiettivo è dare al gallerista una cifra accessibile di capitale circolante. Naturalmente la banca dovrà considerare il valore dei beni in inventario, o delle rimanenze, oltre a flusso di capitale circolante. Alcune banche permettono di tenere le opere in situ, altre volte vengono invece cedute per ottenere liquidità immediata e sono restituite solo se il prestito viene pagato.

Per quanto riguarda i singoli individui si possono distinguere due tipologie di soggetti. Gli *art rich-cash poor*, cioè persone con poca liquidità che necessitano di denaro per particolari progetti. Generalmente di ceto medio, spesso hanno ereditato una collezione, della quale pianificano la vendita in futuro e vorrebbero ricavarne velocemente denaro, attendendo il momento propizio per la cessione definitiva. Il prestito diviene dunque soluzione comoda, veloce e nel breve termine. In altri casi invece alcuni individui sono possessori di opere d'arte che non vogliono perdere, ma necessitano di denaro dopo alcuni sfortunati accadimenti.

Vi sono poi i così detti *art rich-cash rich*, persone ricche di beni e di liquidità che intendono monetizzare il loro patrimonio per investire in altri ambiti.

Le banche andranno a sondare la "salute finanziaria" dei soggetti oltre a qualità e commercializzazione dei beni artistici posseduti. Si osserveranno attività, obbligazioni, passivo, liquidità svincolata e qualità del *cash flow* del cliente per stabilire l'effettiva capacità di copertura. Dà considerare che in genere la collezione d'arte richiede un mantenimento e non comporta entrate, questo implica una sostanziale illiquidità.

²³ Gerlis M., "Need a loan? Use your art. Lending against art seems to be booming, but interest rates can be sky-high and banks are taking few risks", in *the Art Newspaper*, 28 settembre 2012. Cit.

Sarà poi discrezione dell'istituto scegliere se offrire il prestito con ricorso o senza ricorso. Nel primo caso si ha la garanzia del bene artistico ma anche del debitore, che impegna il suo pieno capitale. Nel secondo caso il prestito è garantito solo dal valore del bene, il rischio è maggiore quindi si assocerà un più elevato tasso d'interesse.

Tra le prime e più importanti banche che furono pronte ad offrire *art loans* troviamo la Citibank of America, di cui parleremo in seguito, ed Emigrate Bank Fine Art Finance.

Attualmente le strutture offerte sono diverse. In genere si cercano di rispettare le intenzioni finanziarie del cliente, consentendo di mantenere la disponibilità del bene; chi riceve il prestito naturalmente deve essere consapevole di entrare in un accordo che potrebbe portare alla vendita delle opere stesse per inadempienza.

In sintesi l'uso dei beni artistici, quali strumenti per ottenere denaro, nasce da necessità oltre ad essere pratica attuata anche da individui finanziariamente benestanti in quanto permette di monetizzare il valore di un'opera senza venderla e utilizzare la liquidità per altri scopi, di godere della liquidità senza tasse su capitale legate ad una eventuale vendita e di isolare il comparto arte da altri investimenti, stabilendo un circolo chiuso di crediti sicuri attorno alla collezione esistente, utilizzabili per acquisire ulteriori opere al momento opportuno.

L'istituto bancario sa bene che un sistema di prestiti basato su "prodotti" artistici permette di migliorare la relazione con i clienti, è indispensabile però una piena conoscenza del mondo e del mercato dell'arte per valutare correttamente i beni posseduti da chi richiede il servizio.

Secondo quanto afferma la letteratura sulla materia, un buon portafoglio di prestito deve considerare le tre C: *Character* (caratteristiche clienti), *Cash flow* (flusso monetario), *Collateral* (garanzia sull'oggetto).²⁴

In questo momento le banche vanno a costruire e migliorare la sezione *Art Advisory*, non solo tramite la pratica dell'*art loan*. Esse propongono un'assistenza più ampia che riguarda l'investimento indiretto (titoli, fondi) e l'investimento diretto, attività più diffusa nella quale sarà necessario rispondere a diversi bisogni, spesso in una prospettiva successoria ed ereditaria. L'offerta *Art Banking* rimane comunque

²⁴ Mc Andrews C., *Fine art and High Finance*, New York, Bloomberg Press, 2010, pp.120-124.

generalmente gratuita e fornita alla clientela facoltosa, con un patrimonio superiore a 500.000 o 1.000.000 di euro.

Nel 2008, *Il Sole 24 Ore* si è occupato di monitorare 12 istituti di credito nazionali e internazionali allo scopo di indagare l'andamento del servizio. E' stato confermato come tendenzialmente esso sia costruito su un gruppo di esperti con competenze differenti ma intrecciate, relative a storia dell'arte, mercato, economia, diritto. Può essere costituito all'interno dell'azienda stessa (vedi i casi Deutsche Bank, UniCredit, BNL) o ricercato all'esterno tra professionisti di case d'asta, periti in tribunale e iscritti alla camera di commercio, società di consulenza specializzate.

Tra queste Eikonos Arte S.r.l (così denominata dal 1996) fondata a Milano nel 1986; socia principale è Marina Mojana, con la quale lavora Alberto Fiz, due delle mie testimonianze più rilevanti.

Storica dell'arte, curatrice e giornalista, Marina Mojana collabora con il quotidiano *Il Sole 24 Ore*, del quale ha seguito le pagine di *ArtEconomy24* (attualmente in uscita ogni sabato), i suoi studi ed interventi sono rivolti principalmente all'arte antica e moderna. Alberto Fiz ha un analogo carriera, scrive nella sezione dedicata ad arte e cultura del quotidiano *Milano Finanza*, oltre ad essere autore del volume *Investire in arte contemporanea* (1995) e attualmente direttore artistico del museo MARCA di Catanzaro. Il suo interesse riguarda prevalentemente le espressioni di fine '800, '900 e contemporaneo.

Il Gruppo Intesa Sanpaolo si appoggia ad Eikonos Arte dal 1998, parallelamente alla costruzione del servizio interno *Private Banking*, e detiene ancora oggi con la società un rapporto consolidato grazie agli specialisti coinvolti. L'azienda offre diversi servizi, naturalmente la consulenza per valutazioni e perizie di oggetti d'arte e antiquariato, ma anche il supporto in caso di problemi gestionali, analisi di mercato, aggiornamenti, assistenza legale, riproduzioni fotografiche dei beni ai fini della catalogazione.²⁵

Rimanendo in ambito nazionale vi sono altre imprese di *Art Advisory* che supportano alcuni degli istituti bancari esaminati. Per esempio Open Care, nata nel 2003 e situata nel complesso dei Frigoriferi Milanesi, perché controllata dalla holding Bastogi spa. Ditta produttrice di ghiaccio, fondata nel 1862, ad oggi "la più antica società italiana

²⁵ <<http://www.eikonosarte.net/>>, consultato il 6 giugno 2013.

quotata alla Borsa italiana ancora in attività”.²⁶ Oltre a partnership con organizzazioni, fondazioni, archivi (Fondazione Lucio Fontana, Fondazione Prada, FAI Fondo per l’Ambiente Italiano), sostiene il settore *Private* di UniCredit, Monte dei Paschi di Siena, Banca Aletti.

Sempre a Milano Artfin offre dal 2001 il proprio aiuto nell’organizzazione, promozione e conoscenza del patrimonio artistico a privati, istituzioni, enti. Tra i clienti ancora UniCredit e Banca Aletti con la quale nel 2005 viene lanciato il progetto “Aletti Piano Arte”, nell’intento di dare l’opportunità agli utenti della banca (disposti a investire almeno 250 mila euro) di creare un portafoglio artistico secondo i loro interessi, con l’ulteriore possibilità di includere “pezzi” già posseduti, monitorando il mercato globale (il progetto è all’avanguardia ma non risulta attualmente attivo).²⁷

Infine citiamo ArtService, costituita a Bologna nel 2000, con l’intercessione della Federazione Italiana Mercanti d’Arte (FIMA), ha sedi a Milano e Firenze.

In origine si rivolge principalmente al mercato antiquario ma è molto attenta allo sviluppo del concetto di arte quale effettivo investimento e alle prevedibili ricadute nel segmento *Private Banking*, attualmente collabora con il gruppo Monte dei Paschi di Siena.²⁸

Artfin e ArtService sono tra le fondatrici nel luglio 2006 di Ass.I.Art - Associazione Italiana *Art Advisory*, luogo di confronto per i protagonisti del settore.

Nonostante la diversa organizzazione, la figura del singolo consulente, la sua professionalità e credibilità sono fondamentali. Il fine è infatti comune per tutti: gestire o costruire una collezione di beni artistici, nel modo opportuno, tramite l’attività di inventariazione, valutazione, compravendita.

A tale scopo è importante comporre schede che riassumano le caratteristiche fisiche (dimensioni, tecnica, stato di conservazione) e le informazioni riguardanti l’oggetto (provenienza, attribuzione, stima) a cui si aggiungono documentazione fotografica e certificazione d’acquisto. La scheda valutativa è elemento chiave, considerando spesso la necessità di una pianificazione ereditaria, legale e fiscale del patrimonio, con la possibile nascita di fondazioni.

²⁶ <<http://www.opencare.it>>, consultato il 20 settembre 2013.

²⁷ <<http://www.artfin.it>>, consultato il 20 settembre 2013.

²⁸ <<http://www.artserviceadvisory.it>>, consultato il 20 settembre 2013.

Per la valutazione di opere d'arte possedute e soprattutto l'ottenimento di certificati di autenticità gli *Art advisor* devono ricorrere a volte alle indicazioni di esperti professionisti nelle maggiori case d'asta o personalità indicate dagli eredi dello specifico artista di cui si chiede l'attribuzione. Per nuove acquisizioni è utile anche utilizzare l' *Art Loss Register (ALR)*, il più ampio *database* al mondo di opere perse e rubate.²⁹

La clientela *Private* dell'istituto bancario viene informata con report e newsletter periodiche sull'andamento del mercato, settori e appuntamenti più importanti. La regola basilare è la riservatezza nella vendita e nell'acquisto deciso dal cliente, per questo generalmente l'*Art advisor* rappresenta direttamente o attraverso società fiduciaria l'assistito nella compravendita.

Evidenti le difficoltà nel costruire il reparto che offra tali servizi all'interno della struttura banca, è individuabile però un aumento nella domanda di consulenza artistica per quote di portafoglio che vanno dal 5 fino al 10 per cento. Le tendenze dimostrano come, a livello nazionale, si favoriscano ancora alta qualità, ottimo stato di conservazione e «dividendo emozionale».

I clienti sono di frequente già collezionisti che riconoscono le potenzialità reali ed ideali dell'investimento,³⁰ mentre il consulente è figura di formazione recente, in grado di evidenziare punti di forza e regole del mercato. Non acquista o vende per proprio interesse si limita a segnalare al cliente la scelta migliore, in un campo dove il fattore rischio deve trovare il giusto bilanciamento nell'estetica e nel significato. La banca si propone come mediatrice con il compito di studiare la relazione tra domanda e offerte, ma rimane un'impresa la cui attività principale consiste nella gestione del denaro; essa non è né un mercante d'arte, né un museo o una galleria.

²⁹ ALR (nata a Londra nel 1991) offre una serie di servizi quali registrazione, ricerca e recupero di beni, rivolti a collezionisti, commercianti, assicurazioni, e forze dell'ordine. Sono usati precise tecnologie e un team di storici d'arte specializzati in vari ambiti. I due principali elementi del business sono:

- incoraggiare la registrazione di tutti di beni di valore all'interno del data base, ampliare le ricerche per arrivare ad agire contro furti e rivendite dei beni rubati sul mercato.

- fornire una base sicura per venditori e operatori nel settore arte, che devono agire con la dovuta diligenza, e possono contattare la società in caso di sospetto o di possesso illegittimo.

ALR si occupa del recupero di opere rubate, della negoziazione di un risarcimento per le vittime di furto e la legittimazione della loro proprietà. <www.artloss.com>, consultato il 18 giugno 2013.

³⁰ Marchesoni M.A. e M. Pirrelli, "Art banking. Un'inchiesta de Il sole24ore sull'offerta di art advisor in banca", in *Il Sole 24 Ore, ArtEconomy24*, 29 ottobre 2008, <<http://www.arteconomy24.ilssole24ore.com/news/cultura-tempo-libero/2008/10/art-advisory.php>>, consultato il 16 maggio 2013.

Molto dipende dal professionista che si trova di fronte un patrimonio eterogeneo formato da quadri, sculture, disegni ma anche mobili, gioielli e beni ereditati o di recente acquisizione, i quali compongono la sfera privata dell'individuo, per questo il rapporto che si instaura tra consulente e cliente è importante.

L'*Art advisor* è una figura poliedrica, conosce la storia dell'arte, nello stesso tempo sa anche dare una valutazione commerciale e accertare eventuali attribuzioni; capace di allargare, riorganizzare o dismettere una collezione, restaurare, provvedere ad inventario, assicurazioni, esposizioni e trasporto.

Egli si occupa di analisi storico-artistiche, conservazione, custodia, pubblicazione di cataloghi; ricerca le stime di specialisti in caso di disposizioni testamentarie, tenta di fornire assistenza legale e finanziaria oltre a valorizzare il plusvalore e monitorare il mercato dell'arte. Grazie ad una rete di rapporti con esperti del settore, costruita nel tempo, dovrebbe conoscere e indicare il momento migliore per disinvestire, segnalando le opportunità presenti e i percorsi più giusti. Può inoltre essere utile conoscere le leggi che regolano il settore in caso di operazioni all'estero e di esportazione.^{31,32}

In tutto ciò la valutazione rimane questione cruciale.

La cautela non è mai abbastanza, nella consapevolezza che il gusto cambia (quella che l'economista americano William Grampp definiva appunto "obsolescence")³³ perciò è importante avere un certo livello di esperienza e familiarità con il contesto, per cercare di prevedere con sicurezza gli andamenti futuri.³⁴

E' David Rockefeller, dirigente della Chase Manhattan Bank, istituto nato nel 1955 dalla fusione tra Bank of the Manhattan Company e Chase National Bank, a organizzare nel 1959 una prima collezione che si pone come modello dei casi successivi. Nel 2000, con l'acquisizione di J.P. Morgan & Co., si costituirà la JPMorgan Chase & Co., uno dei principali gruppi bancari americani e la collezione originaria confluirà nella J.P. Morgan Collection.³⁵

³¹ Pirrelli M. (a cura di) *Investire in arte. Come entrare nel mercato dei beni artistici: investimenti diretti e indiretti*, Milano, Il Sole 24Ore, Le guide di Plus 24, N.9/2012, pp.59-61.

³² Marina Mojana M. e A. Fiz., "Art banking: le caratteristiche del mercato dell'arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, Milano, Egea, 2007, p.375.

³³ Grampp W., *Pricing the Priceless: Art, Artists and Economics*, New York, Basics Books, 1989.

³⁴ Mc Andrews C., *Fine art and High Finance*, New York, Bloomberg Press, 2010, p. 121.

³⁵ *Art advisory, consulenza in opera d'arte e preziosi*, in *Il Sole 24 Ore*, <www.ilsole24ore.com/pdf2010/.../Art-Advisory-Preziosi-2012.pdf>, consultato il 3 maggio 2013.

Art Banking è proposto con successo, come già accennato, da Citibank a New York che organizza il *Citi Art Advisory Service* (1979) in un periodo in cui il mercato internazionale dell'arte stava entrando in una fase rialzista.

L'istituto fondato nel 1812 è oggi il terzo gruppo bancario statunitense dopo Bank of America e JP Morgan. Per quanto concerne la sezione *Private*, serve i clienti con un patrimonio superiore a 3 milioni di dollari, offrendo assistenza su acquisto, finanziamento e vendita di opere d'arte oltre a una serie di altre agevolazioni.

Quella del gruppo Citibank rimane una delle realtà più evolute. Nell'apposita pagina online, denominata *Art Advisory & Finance*, i servizi offerti mirano quindi all'assistenza nella costruzione, mantenimento e amministrazione della collezione artistica e della liquidità connessa. Si distinguono in particolare:

- *Art Advisory*: volto a comprendere dove cercare e come vendere e valutare opere d'arte; con un'attenzione agli interessi del cliente ma anche alla prospettiva finanziaria, mantenendo un profilo imparziale e garantendo la riservatezza in ogni eventuale transazione.
- *Art Management*: riguardante trasporto, assicurazioni, restauro, prestiti a musei o altri enti.
- *Art Finance*: relativo alla concessione di prestiti aventi come garanzia beni artistici.³⁶

In seguito anche altri gruppi internazionali inizieranno ad essere attivi nel settore quali Dresdner AG, UBS, Merrill Lynch, BNP Paribas, Deutsche, Coutts, Monte dei Paschi di Siena, Banca Intesa Bci (oggi Intesa Sanpaolo) e UniCredit.

Tali istituti organizzano progressivamente una divisione dedicata ai bisogni dei sopra citati *High Net Worth Individual*, costruendo fondi di investimento chiusi, in collaborazione con principali case d'asta ed esperti e beneficiando della pubblicità positiva che tale attività comporta.³⁷

Approfondiamo quindi alcune esperienze.

Deutsche Bank *Private Wealth Management* ha un servizio di *Art Advisory* che offre consulenza specializzata intorno a molti aspetti dell'investimento: compilazione di

³⁶ <www.privatebank.citibank.com>, consultato il 10 settembre 2013.

³⁷ Robertson I., "Art, religion, history, money", in Robertson I., *Understanding International Art Markets and Management*, Oxon, Routledge, 2005, p.37.

inventari, determinazione di prezzi, messa in contatto con specialisti del settore. I consulenti dell'istituto sono in grado di collocare opere sul mercato, offrono assistenza nella trattativa con musei, società e privati, avvalendosi dell'*expertise* della casa d'aste inglese Sotheby's per organizzare aste ed eventi.

Nel 2007 è stata presentata la *DB Collection Italy*, nuova sezione italiana della *DB Art Collection*, una tra le più grandi collezioni di arte contemporanea al mondo. Deutsche Bank sponsorizza inoltre per i prossimi anni l'Art HK Honk Kong, fiera d'arte fondata nel 2007 dall'Asian Art Fairs Ltd, le cui quote sono state acquisite per il 60% nel 2011 dalla società a capo di Art Basel, principale fiera d'arte moderna e contemporanea organizzata annualmente a Basilea. Nel maggio 2013 si è tenuta dunque la prima Art Basel in Hong Kong 2013 (ART HK 2013).

Nella sede di Milano Deutsche Bank conserva ed espone opere dando la possibilità ai clienti di incontrare gli artisti. Si presenta un chiaro esempio di istituto che punta sull'arte contemporanea e considera l'inserimento della cultura nella strategia d'impresa, trasformandosi da "cassa forte" a vetrina del patrimonio, avviando un nuovo spazio lavorativo.³⁸

Bnp Paribas Banque Privée ha inaugurato nel 1975 in Francia il *Conseil Investissement Art* che gestisce investimenti ed esigenze di pianificazione finanziaria tramite il team interno di esperti in *asset management* (dal 1992 il servizio è disponibile anche in Italia). Interessante il fatto che l'*Art Advisory*, per valutazione e custodia di opere d'arte e gioielli, ha sede oggi all'aeroporto di Ginevra, porto franco dove è possibile depositare beni di vario tipo.³⁹

Ma è l'UBS *Wealth Management* ad essere nominato *Best Art Banking in the World* nel 2005 da Euromoney. UBS è attiva nel settore arte con una divisione interna di *Art Advisory* e organizza ogni anno l'*UBS Award*, ampia rassegna d'arte. E' partner della già citata Art Basel e di Cultura, manifestazione di antiquariato con sede nella stessa città.

Le offerte del servizio spaziano dall'*art research*, che fornisce informazioni dettagliate su acquisto, conservazione, valutazione e vendita di opere d'arte, alla pianificazione in

³⁸ "Quando la banca diventa una galleria d'arte", in *Il Giornale*, giovedì 21 maggio 2009.

<<http://www.ilgiornale.it/news/quando-banca-diventa-galleria-d-arte.html>>, consultato il 25 giugno 2013.

³⁹ *Art advisory, consulenza in opera d'arte e preziosi*, in *Il Sole 24 Ore*, <www.ilsole24ore.com/pdf2010/.../Art-Advisory-Preziosi-2012.pdf>, consultato il 3 maggio 2013.

seguito a successione, fino alla gestione di trust e alla creazione di eventi artistici di alto profilo.⁴⁰

Spostandoci in ambito nazionale, solo negli ultimi anni gli istituti bancari hanno introdotto l'*Art Banking* tra i loro servizi *Private*, spesso stringendo rapporti di collaborazione con società esterne di consulenza come osservato precedentemente (Eikonos Arte, Open Care, Art Service, Artfin, solo per citare le più note) o con prestigiose case d'asta le principali Christie's e Sotheby's.

A tale proposito ricordiamo che Christie's viene fondata nel 1766 a Londra dove si situa ancora oggi la sede principale, nonostante le filiali aperte in tutto il mondo e l'acquisizione nel 1998 da parte del magnate François Pinault. Sono organizzate sessioni di vendita per circa 80 categorie di oggetti: arte, vini, gioielli, antiquariato. Sotheby's è costituita nella capitale britannica qualche anno prima, nel 1744, ma attualmente il quartier generale si trova a New York. I dipartimenti in evidenza sono: arte contemporanea, impressionismo e moderno, dipinti antichi, design del XX secolo, fotografia e ancora gioielli, orologi, vini.

Se Christie's arriva nel 1958 a Milano e Roma, Sotheby's apre nel 1969 a Firenze per spostarsi poco dopo nel capoluogo lombardo (1973). Quest'ultima è attualmente al secondo posto per fatturato nella classifica relativa al mercato d'asta nazionale su base annua 2012, superata solo da Meeting Art (nata a Padova nel 1974 come galleria ed ora stabilitasi a Vercelli). Christie's è scesa invece al sesto posto.

Malgrado questi ultimi dati, è proprio dalla collaborazione con Christie's Italia e grazie all'intercessione del professionista Domenico Filipponi, con il quale ho avuto un colloquio telefonico, che nasce nel 1998, *Unicredit Private Banking*.

Filipponi lavora inizialmente in ambito giornalistico, curando le pagine riservate all'economia nel mensile *Il Giornale dell'Arte*. Assume poi ruolo di *General Manager* presso la casa d'aste, pianificando precisi interventi volti ad ampliare il bacino di clientela. Per esempio quello di proporre Christie's quale interlocutrice e consulente nella costruzione dei servizi *Art Advisory* dei principali istituti di credito nazionali, tra

⁴⁰ Marina Mojana M. e A. Fiz., "Art banking: le caratteristiche del mercato dell'arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, Milano, Egea, 2007, p.377.

Nel 2009 UBS chiude il servizio interno di *Art Advisory*, divisione guidata da Karl Schweizer, dove lavoravano 11 esperti. Nonostante questo continua a sponsorizzare l'Art Basel. La banca possiede comunque la maggior raccolta d'arte contemporanea al mondo dopo l'acquisizione della statunitense Paine Webber.

questi naturalmente UniCredit. Il rapporto continua finché nel 2004 avviene il passaggio definitivo: il gruppo bancario apre un ufficio interno diretto dallo stesso Domenico Filipponi.

Il servizio UniCredit vuole fornire consulenza nella gestione del patrimonio complessivo, compresi immobili, arte e preziosi. Alla valutazione segue l'eventuale compravendita e l'allocazione di tali oggetti all'asta seguendo le esigenze del cliente, nel momento e nel luogo adeguati.⁴¹

Nel dicembre del 2006 sono poi varati alcuni indici dell'arte quale *Upb ArsValue Index*, calcolato grazie alla consulenza di ArsValue, società specializzata sul mercato italiano dell'arte del '900 (collaborazione attualmente conclusa).⁴²

Filipponi, come riportato nell'articolo *Investire in arte. Consulenti, fondi e prezzi boom nuovo affare di banche e privati*, di Antonio Spampinato (2006), sottolinea: «L'arte può dare ottimi risultati in termini di investimento ma è un settore particolarmente rischioso ed è quindi necessario essere molto cauti (...). Noi preferiamo fornire consigli sul mantenimento e la gestione dei patrimoni investiti in arte, o come affrontare nel migliore dei modi il passaggio generazionale, fornendo quotazioni. Solo su specifica richiesta affianchiamo il cliente nella scelta di un'opera da acquistare per investimento. Che però dovrebbe essere sempre di lungo periodo e non superare mai il 5-10% del portafoglio da investire. La diversificazione del rischio è fondamentale. Spesso dietro l'acquisto ci sono ragioni sentimentali. A quel punto il nostro compito si limita a fornire valutazioni sul prezzo e informare sul rischio».⁴³

Unicredit-Banca di Roma organizza sessioni d'asta periodiche e mostre d'arte nella propria struttura interna del Monte dei Pegni, e si appoggia alla società di consulenza Artfin 2001.⁴⁴

Intesa Sanpaolo *Private Banking* pianifica il servizio *Art Advisory* come Banco Ambroveneto nel gennaio 1999. Dedicato ai collezionisti e agli investitori, il reparto si

⁴¹ Marina Mojana M. e A. Fiz., "Art banking: le caratteristiche del mercato dell'arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, Milano, Egea, 2007, p.377.

⁴² *Art advisory, consulenza in opera d'arte e preziosi*, in *Il Sole 24 Ore*, <www.ilsole24ore.com/pdf2010/.../Art-Advisory-Preziosi-2012.pdf>, consultato il 3 maggio 2013.

⁴³ Antonio Spampinato, "Investire in arte. Consulenti, fondi e prezzi boom nuovo affare di banche e privati", in *Liberio*, 19 marzo 2006 (dal 15 Luglio 2006 disponibile su <http://www.eosarte.eu/?p=787>), consultato l'8 giugno 2013

⁴⁴ *Art advisory, consulenza in opera d'arte e preziosi*, in *Il Sole 24 Ore*, <www.ilsole24ore.com/pdf2010/.../Art-Advisory-Preziosi-2012.pdf>, consultato il 3 maggio 2013.

appoggia fin dall'inizio alla società esterna Eikonos Arte che coordina esperti e storici dell'arte, offrendo al cliente *private* un servizio di consulenza gratuito il cui costo è supportato dalla banca stessa. Il modello si presenta innovativo a livello nazionale, la stessa formula viene quindi riproposta da Banca Intesa e dal 2007 in Intesa Sanpaolo (nata dalla fusione tra Banca Intesa e Sanpaolo IMI).

Gli *Art advisor* attivi nell'ambito *Private* forniscono indicazioni sull'andamento del mercato dell'arte e sulle quotazioni di artisti e correnti suggerendo i comparti d'investimento. I clienti sono aggiornati su aste e mostre tramite una newsletter, e partecipano ad iniziative speciali, convegni, visite guidate, incontri con artisti, critici e galleristi. Un altro aspetto interessante è la formazione interna dei responsabili, ai quali sono proposti seminari sulle principali problematiche e tendenze del mercato dell'arte.

Intesa Sanpaolo *Private Banking* sponsorizza vari eventi ed è presente alla Triennale di Milano, alla Miart e ad Arte Fiera 2013 (Bologna). Nel 2004 è stato lanciato anche un servizio di leasing.⁴⁵

Banca Akros, del gruppo Banca Popolare di Milano, ha avviato un'attività di collaborazione con la galleria milanese Lawrence Rubin e con altri centri d'arte per allestire alcuni spazi espositivi presso l'istituto stesso, mentre è in fase di progettazione un servizio di *Art Banking* con consulenza diretta.

Dell'attività di Banca Aletti, fondata a Milano nel 1826, oggi società rivolta al *Private* e all'*Investment Banking* del Gruppo Banco Popolare, dà testimonianza Maria Cristina Ragazzoni che, entrata in azienda nel 2000, dal 2001 segue il piano per la costruzione della sezione *Private Banking* dell'istituto ed è oggi responsabile di tali servizi all'interno di *Aletti Lab*. Inoltre, come Domenico Filipponi, è membro della *Commissione Tecnica Art Banking* di AIPB (Associazione Italiana Private Banking).⁴⁶

La brochure di presentazione, da lei inviata, si apre con una frase indicativa "L'arte dell'investire incontra il piacere dell'arte". I servizi espliciti sono quelli ricorrenti: conoscenza e conservazione del patrimonio posseduto tramite valutazioni, *expertise* e interventi mirati in caso di conservazione o trasporto, assistenza legale e fiscale,

⁴⁵ <www.intesasanpaoloprivatebanking.it>, consultato il 5 giugno 2013.

⁴⁶ Vedi in Introduzione, nota 2.

assicurazione catalogazione volte a divisioni ereditarie; poi naturalmente monitoraggio del mercato e aggiornamenti in vista di nuovi investimenti.⁴⁷

Il gruppo Monte dei Paschi mette invece a disposizione MPS *Private Banking* permettendo ai clienti l'ampliamento, la diversificazione o la vendita del loro patrimonio. Ha inoltre creato diversi indici per misurare l'andamento del mercato tra questi: MPS *Art Market Value Index* basato su un gruppo di 10 società quotate in mercati finanziari internazionali e operanti nel comparto artistico, ponderato per capitalizzazioni medie giornaliere; MPS *Global Painting Art Index* costruito sul fatturato realizzato dalle principale case d'asta internazionali nel segmento arte pittorica. MPS *Sculpture & Design Index* controlla invece l'andamento delle aste di scultura, ceramiche, mobili, tappeti, design e oggetti di arredamento in generale e MPS *Antiquities Index* valuta i risultati delle aste riguardanti tutti gli oggetti antichi ad eccezione dei dipinti.⁴⁸

La figura dell'*Art advisor* e i servizi compresi nell'*Art banking* vogliono quindi affiancare il cliente *private* e fornire utili consigli per destreggiarsi in un mercato non accomunabile a nessun altro settore dell'economia, con una peculiarità assente in altre forme di investimento, la conciliazione tra fattore finanziario e fattore emozionale.⁴⁹ Nonostante ciò, focalizzandomi in ambito nazionale, ho notato come al servizio non sia dato ancora il rilievo opportuno. Per esempio da quanto emerge nell'indagine del quotidiano *Il Sole 24 Ore* sui modelli organizzativi del servizio *Art Advisory* delle banche private italiane, il 44% non fornisce il servizio, il 28% lo propone in outsourcing, il 15% lo ha al suo interno e il 13% dichiara che è in allestimento. Gli operatori che offrono il servizio gestiscono l'83% degli *asset* totali serviti dal *Private Banking*.

⁴⁷ <www.alettibank.it>, consultato il 10 luglio 2013.

⁴⁸ *Art advisory, consulenza in opera d'arte e preziosi*, in *Il Sole 24 Ore*, <www.ilsole24ore.com/pdf2010/.../Art-Advisory-Preziosi-2012.pdf>, consultato il 3 maggio 2013.

⁴⁹ Marina Mojana M. e A. Fiz., "Art banking: le caratteristiche del mercato dell'arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, Milano, Egea, 2007, p.378.

Di seguito un esempio dei risultati ottenuti nell'analisi svolta sui principali istituti di credito. Ho riportato i tre casi italiani indicati in precedenza, con i quali ho avuto contatti diretti.⁵⁰

Tabella 1: Elaborazione Analisi Mercati Finanziari e ArtEconomy24 su questionario inviato alle banche.
Realizzazione di Maria Adelaide Marchesoni

Divisione private	UniCredit	Intesa Sanpaolo	Banca Aletti (Gr. Banco Popolare)
Profilo Art Advisory	Domenico Filipponi (responsabile interno)	Eikonos Arte S.r.l. Marina Mojana, Alberto Fiz (società esterna)	Maria Cristina Ragazzoni (responsabile interno) e soggetti esterni
Costo	Nessun Costo Soglia indicativa di accesso ≥ 500.000€	Nessun Costo Soglia indicativa di accesso ≥ 1.000.000	Solo per prestazioni di professionisti esterni Soglia indicativa di accesso ≥ 1.000.000
Numero clienti	Non stabilito	Non stabilito	Circa 100 interventi annui
Valorizzazione collezioni Pianificazione eredità	Consulenza completa, acquisti e vendite	Sì	Sì
Opere su pegno	Sì	In genere no	In genere no
Consulenza acquisto fondi	Sì	Sì	Limitata
Tipologia investimento	Opere importanti, Arte Moderna	Antico e moderno storicizzato (unica opera) Contemporaneo (più lavori) e Arte moderna.	Variabile Arte Moderna
Storage	Partnership con società specializzate Italia e estero	Nessuna consulenza	Convenzione società specializzata
Assicurazione	Partnership società esterne	Sì	Sì, Lloyd's e altre società anglosassoni

Il *Private Banking*, a livello globale, ha subito una contrazione nell'ultimo anno, presentando una perdita di profittabilità del 30% solo in area Europea. La situazione

⁵⁰ Pirrelli M. (a cura di), *Investire in arte. Come entrare nel mercato dei beni artistici: investimenti diretti e indiretti*, Milano, Il Sole 24 Ore, in Le guide di Plus 24, N.9/2012.

però non appare critica come nel biennio 2008-2009, grazie ad una riduzione nei costi tra 2009 e 2011, buone performance finanziarie e, come osservato precedentemente, una crescita della popolazione *High Net Worth* (avente elevato patrimonio netto) del 2%.⁵¹

In tutto ciò i servizi *Art Banking* offerti continuano ad essere molteplici. Non solo la valutazione di patrimonio ma anche la consulenza per entrare nel mercato dell'arte e investire, come presumibile, sperando in un guadagno futuro.

Bisogna comunque fare attenzione a correlare arte e mercati finanziari, perché il bene artistico, fino ad ora considerato bene rifugio, divenendo *asset* finanziario come gli altri, potrebbe risentire di fluttuazioni e indebolimenti, quegli elementi tanto temuti dai *super-rich* secondo l'indagine presentata in Figura 1.

Inoltre c'è differenza nel rapporto tra arte e finanza rispetto al legame economia-arte.

Quando il momento finanziario non è propizio l'arte, come l'oro, può offrire protezione rispetto al rischio di inflazione, permettendo di tutelare i propri risparmi. Ma essa soffre delle crisi economiche. In fase di recessione anche il consumo di beni artistici sarà soggetto a riduzioni, sebbene con un tempo di reazione più graduale ed una rapida ripresa successiva.

Così fu dopo il crollo del '29, ed è avvenuto poi nel 1963, 1974, 1990; per quanto riguarda il momento attuale si è in via di monitoraggio del periodo 2008-2013. Con il rischio di bolla speculativa nel 2008 e il ridimensionamento dei prezzi tra 2011 e 2012, abbiamo osservato come continuano a verificarsi elevate aggiudicazioni all'asta, mentre a soffrire di più è il mercato delle opere medio-basse, dove il valore è soggetto ad aggiustamenti in negativo. Il mercato dell'arte insomma come qualsiasi altro mercato ha un andamento ciclico, che alterna fasi di espansione ad altre di profonda caduta.⁵²

Un'ulteriore considerazione mette in luce come, grazie al collezionismo bancario, molte opere, soprattutto offerte nel mercato antiquario e destinate alla dispersione, siano state preservate permettendo la pubblica fruizione ed evitando l'esportazione e l'inserimento in collezioni straniere o circuiti privati. L'acquisto dell'istituto di credito esclude altre alienazioni, dà garanzia di accessibilità e conservazione, permette il

⁵¹ Incorvati L., "L'industria del private banking tra ripiegamento e opportunità", in *Il Sole 24 Ore*, 24 giugno 2013, <<http://www.ilsole24ore.com/art/finanza-e-mercati/2013-06-24/industria-private-banking-ripiegamento-221555.shtml?uuid=Abgr577H>>, consultato il 2 luglio 2013.

⁵² Fiz A., *Investire in arte contemporanea*, Milano, ed. Franco Angeli, 1995, pp.21-22.

formarsi di collezioni di qualità che possono trovare anche posto all'interno di Musei e Gallerie.

Da citare poi l'impegno editoriale volto a supportare ricerche storico-artistiche e le sponsorizzazione per restauri o interventi di vario genere.

Le raccolte che la banca detiene, formatesi in seguito a cessioni di eredità, trasferimenti, acquisizioni di vario tipo, sono spesso gestite da fondazioni, ovvero enti senza fine di lucro aventi come scopo l'utilità sociale.⁵³

Tornando al caso italiano vediamo come per Intesa Sanpaolo sia importante l'attività di salvaguardia e valorizzazione dei beni culturali propri ed esterni che attua con un programma di restauro, includendo poi restituzioni, collaborazioni pubblico e privato, una prima relazione con le soprintendenze del Veneto, e tre sedi museali nelle quali è raccolta gran parte della collezione dell'istituto, perché il pubblico possa usufruirne.

Si tratta del progetto "Gallerie d'Italia", che prevede la selezione di 1000 opere da esporre fra le 10.000 di proprietà del Gruppo nei seguenti luoghi: Palazzo Leoni Montanari a Vicenza, che detiene una delle maggiori raccolte di icone russe oltre ad espressioni di pittura veneta settecentesca; Palazzo Zevallos Stigliano a Napoli; per concludere con le Gallerie di Piazza Scala a Milano, le quali presentano "Cantiere del '900. Opere dalle collezioni Intesa Sanpaolo", 189 opere d'arte novecentesca divise in dodici settori, e fino ad ottobre 2013 la monografia "63 e dintorni. Nuovi segni, nuove forme, nuove immagini".⁵⁴ La politica di gestione implica cataloghi, dati in rete, esposizioni temporanee, prestiti ad altri enti museali.⁵⁵

L'attività di UniCredit ha invece un orizzonte più internazionale con un interesse speciale all'arte contemporanea. Il nucleo di opere nasce con la banca stessa, fondata nel 1473 come Rolo Banca, allargandosi in seguito alle numerose fusioni successive.

UniCredit ha inoltre stabilito rapporti di partnership e collaborazioni a lungo termine con la Galleria Borghese a Roma, il Castello di Rivoli (Torino), il MAMbo a Bologna,

⁵³ Nell'ipotesi più ottimista viene ipotizzato un funzionamento delle fondazioni come altre collezioni o gallerie, in grado di finanziarsi tramite mostre ed eventi, ma anche occuparsi di prestiti, consulenze, e vendite. (Vedi Introduzione Nota 1).

⁵⁴ <www.gallerieditalia.com>, consultato 25 luglio 2013.

⁵⁵ La collezione comprende: ceramiche attiche e magno greche V-III sec. a.C., icone Russe XIII-XIX secolo, pittura e scultura XVI-XVIII secolo, pittura di genere), Settecento veneziano, Ottocento Italiano, Ottocento napoletano, Novecento (dove spicca il Nucleo di 2000 grafiche), e la raccolta storica numismatica, con monete dalla collezione Verri testimonianze delle Zecca di Milano.

il MART di Rovereto, la Fondazione Arnaldo Pomodoro di Milano, Artissima Torino e Manifesta 7.

Ai fini della gestione, inventariazione e catalogazione sono state ideate schede per ogni singola opera, divise in tre gruppi secondo il valore riconosciuto: elevato, medio, basso. In base a tale giudizio sono distribuite quindi le informazioni.

In seguito alla fusione con Capitalia nel 2007 il gruppo Unicredit ha ereditato circa 10.000 opere e possiede oggi una collezione di oltre 60.000 pezzi in continua espansione, grazie a un programma di acquisizioni varato da una commissione scientifica di esperti e diretto da Walter Guadagnini, docente di storia dell'arte contemporanea presso l'Università di Bologna, critico ed esperto di fotografia.

Le raccolte principali sono quelle di Austria, Germania e Italia, poi Russia e Turchia

La Bank Austria vanta circa 10.000 elementi, in prevalenza *Art Nouveau* ed Espressionismo Viennese, con focus su avanguardie post 1945 e arte contemporanea, inoltre include 400 fotografie, in prestito al Museo d'Arte Moderna di Salisburgo.

In Germania, la collezione di HypoVereinsbank è formata da 20.000 opere dall'antichità ai maestri della modernità, fino a lavori del XIX secolo, come la Scuola di Barbizon, Impressionismo ed Espressionismo tedeschi. In Italia si hanno beni dal XV secolo ai giorni nostri, compresi artisti importanti tra i quali Savoldo, Dosso Dossi, Guercino, Antonio Carneo, i moderni Sironi, Morandi, de Chirico, Carrà, e i contemporanei: Tirelli, Bianchi, Jodice, Basilico, Blake, Todosijevic, Beecroft, Vezzoli e Alexander Brodsky, sono solo alcuni nomi.⁵⁶

Infine, il progetto *UniCredit & Art* (2004), gestito fino al 2009 dalla *cultural manager* Catterina Seia come piano per il controllo degli investimenti artistici del gruppo, è collocato nella *Direzione Group Identity & Communications* e si propone di lanciare e sostenere giovani artisti, aprendosi ad altre espressioni quali fotografia, installazioni video. Attualmente quindi l'attenzione verso nuovi segmenti artistici tipici dell'arte contemporanea e l'impiego di risorse in progetti culturali sta portando a buoni risultati.⁵⁷

Particolare attenzione richiede il sito internet *unicreditgroup.eu.*, infatti seguendo la voce "Culture and Society", è possibile avere un quadro completo delle attività svolte.

⁵⁶ Lavinia Protasoni, email, 17 luglio 2013.

⁵⁷ "Quando la banca diventa una galleria d'arte", in *Il Giornale*, 21 maggio 2009.

<<http://www.ilgiornale.it/news/quando-banca-diventa-galleria-d-arte.html>>, consultato il 25 giugno 2013.

E' disponibile inoltre una sorta di museo virtuale, dove sono presentate le mostre organizzate in questi anni, le opere protagoniste e tutte le informazioni correlate.⁵⁸

Per esempio “Past Present Future. Highlights from the UniCredit Group Collection”, che fu lanciata nel 2009 a Vienna, per poi spostarsi a Verona e Instambul, e “Un Mondo Nuovo” allestita nella nuova sede milanese, la famosa *UniCredit Tower* in piazza Gae Aulenti, esponendo direttamente “in vetrina” le opere di 13 artisti facenti parte dell’*Unicredit Art Collection*. Mostra e sede sono state inaugurate nel medesimo momento, il 7 gennaio 2012, chiaro marchio che denota la politica d’impresa. Attualmente in preparazione “The Great Magic. Selected Works from the UniCredit Art Collection” dal 20 ottobre 2013 al Museo d’Arte Moderna di Bologna (MAMbo).

Ho avuto l’opportunità di prendere contatti con due professioniste del Gruppo UniCredit, che curano la cospicua collezione, svolgendo un lavoro di catalogazione, organizzazione, sviluppo di progetti espositivi, relazioni con il pubblico e con le altre filiali nazionali ed internazionali. Mi riferisco a Neve Virginia Mazzoleni, *manager* in *UniCredit - Artistic and Cultural Advisory*, e Lavinia Protasoni anch’essa collaboratrice nelle attività del Gruppo *Giving, Events & Art Management*.

Dal colloquio tenutosi ai piani della sopra citata *Unicredit Tower*, ho notato come l’arte sia per l’istituto un settore chiave, parte del nome societario e della connotazione europea, strumento nella costruzione di rapporti duratori con dipendenti, clienti, territorio.

A tal proposito il direttore della Collezione Peggy Guggenheim di Venezia, Philip Rylands, ha osservato come sta alle banche decidere se migliorare la qualità della loro collezione (*up-grading*), tramite vendite e acquisti selettivi, sviluppare la propria attività come un museo o invece passare la collezione in comodato a enti che hanno come *mission* la gestione di opere d’arte, rimborsando i costi correlati. Fermo restando che gli istituti di credito sarebbero per i musei soggetti molto interessanti in quanto possiedono due risorse essenziali: denaro e beni artistici.

Nell’ambito tutto italiano della gestione privata dei beni culturali si è già avviata la cooperazione tra musei pubblici ed istituzioni di credito private. Quello che per ora sembra mancare nei gruppi bancari, ad eccezione forse di UniCredit, è però

⁵⁸ <www.unicreditgroup.eu>, consultato il 12 luglio 2013.

l'organizzazione indipendente e museale delle proprie collezioni, sullo stampo della *Deutsche bank art collection*.⁵⁹

In sintesi l'*Art Advisory*, nato all'interno dell'*Art Banking* negli Stati Uniti agli inizi degli anni '80, come servizio destinato alla clientela *private*, sta divenendo sezione consolidata e strategica. Le banche possono muoversi accanto agli altri professionisti del settore, per costruire un'offerta completa, efficiente che sia comprensibile e sicura. Inoltre stiamo assistendo ad una trasformazione nel ruolo di tali istituti più vicini alla figura di moderni mecenati, nella gestione di investimenti, nella direzione e costruzione di nuovi patrimoni, azioni che aprono una molteplicità di prospettive.⁶⁰

In Italia i professionisti che fanno parte del settore non sembrano però ancora così attivi su diversi fronti; raramente si espongono in prima persona acquistando direttamente l'opera e suggerendo di diversificare una parte del proprio patrimonio in arte (la testimonianza di Alberto Fiz, responsabile *Art advisor* Intesa Sanpaolo potrebbe essere considerata quale eccezione che conferma la regola).

In genere preferiscono solo dispensare consigli, organizzare collezioni pre-esistenti e illustrare al cliente studi di settore che indicano il segmento artistico o l'autore su cui puntare. Come affermato il servizio è però in fase di sviluppo. Si individua un aumento nel numero di clienti *private* investitori, con un'attenzione particolare verso il segmento contemporaneo e la concorrenza tra i diversi istituti potrebbe essere motivo per un'ulteriore crescita.^{61,62}

Volendo riassumere i requisiti di un buon *Art advisor* possiamo individuare: la competenza e conoscenza del settore nel quale ci si muove; la riservatezza verso clienti che mettono nelle mani del professionista non semplicemente il loro denaro ma beni personali, spesso legati ad una storia familiare; la trasparenza e possibilità di dimostrare la fondatezza dei propri pareri appoggiandosi su periti esterni, indici di prezzo e principali *database*.

⁵⁹ Quaderno AIAF 138, *La gestione dell'arte nelle banche*, supplemento alla rivista aiaf n.67, luglio 2008.

⁶⁰ "Quando la banca diventa una galleria d'arte", in *Il Giornale*, 21 maggio 2009.

<<http://www.ilgiornale.it/news/quando-banca-diventa-galleria-d-arte.html>>, consultato il 25 giugno 2013.

⁶¹ Spampinato A., "Investire in arte. Consulenti, fondi e prezzi boom nuovo affare di banche e privati", in *Libero*, 19 marzo 2006 (dal 15 Luglio 2006 disponibile su <<http://www.eosarte.eu/?p=787>>), consultato l'8 giugno 2013.

⁶² Marchesoni M.A. e M. Pirrelli, "Art banking. un'inchiesta de il sole24ore sull'offerta di art advisor in banca", in *Il Sole 24 Ore*, 29 ottobre 2008, <<http://www.arteconomy24.ilsole24ore.com/news/cultura-tempo-libero/2008/10/art-advisory.php>>, consultato il 16 maggio 2013.

E' importante comprendere che pensare ad un'opera solo in termini di profitto non è corretto perché dovrà essere considerato l'elemento definito gusto, esperienza personale o intuizione. Gli istituti di credito sono chiamati ad assorbire tale nozione, se ritengono di poter trovare nel mercato dell'arte un buono sbocco per i loro affari. Il bene artistico è unico, immutabile, reale; ogni moneta è invece uguale a qualsiasi altra moneta dello stesso tipo, esiste rispetto a ciò che permette di acquistare, è mutevole e spesso assume forme immateriali.

L'*Art Banking* deve sapere coniugare tali due elementi non dimenticando le loro caratteristiche, essendo a conoscenza delle difficoltà interne del settore ma anche delle ampie possibilità di rinnovamento per quanto riguarda immagine, forma e funzioni istituzionali, e nel rapporto con la clientela.

L'attività di consulenza in arte dell'istituto ricade su un tessuto più ampio, che a sua volta come in un circolo andrà a produrre effetti positivi per la banca stessa, in termini di nuovi clienti interessanti o di un ipotetico allargamento della propria collezione. Quello che emerge ancora una volta è che la cultura, pur assumendo vesti finanziarie, è capace di attivare circuiti di relazioni, far evolvere servizi e funzioni, coinvolgere soggetti apparentemente lontani e formare nuovi profili professionali.

Le banche dovrebbero esserne a conoscenza, vista la loro attività passata, e poter riuscire quindi a affermare tale nozione. Sarebbe opportuno maturare questa consapevolezza e non perdere l'orientamento in un settore in crescita, intrecciato con altre dinamiche e interessi; non dimenticando che non è il prezzo a conferire all'oggetto il titolo "opera d'arte", ma è il bene artistico in sé, per le sue qualità intrinseche, a riflettere il dato valore monetario.

Solo dalla bellezza, dalla virtù e dalla verità dell'opera proviene la ricchezza, mai il contrario.

1.1. Qualche cenno storico

Il legame tra *intellectus* (spirituale) e *res* (materiale) ha influenzato la nozione di valore in Occidente a partire dal Rinascimento, questo si riflette nella produzione artistica ed è alla base della concezione per cui il prezzo di mercato di un'opera è maggiore rispetto al costo sostenuto per produrla, che includerebbe materiale, tecnica, lavoro, informazione e transazione.

Partendo da tale assioma possiamo osservare come l'attività delle banche in ambito artistico sia fin dall'inizio di vario genere ed intensità.

Acquisire dipinti, statue, disegni o rarità bibliografiche è pratica consueta nelle prime grandi famiglie di banchieri, spinti dalla volontà di giovare alla propria immagine e trovare investimenti sicuri; il rapporto banche arte è quindi molto antico, particolarmente in ambito nazionale.

La crescita e lo sviluppo della società Rinascimentale italiana fu possibile infatti grazie all'attività bancaria dei Medici a Firenze, che sostennero così il proprio mecenatismo⁶³, e ai banchieri Lombardi. Da non dimenticare poi i Chigi a Roma assieme al mercante Gaspare Roomer attivo a Napoli nel '600; non è un caso che le maggiori collezioni bancarie si trovino oggi a Siena, patria di Agostino Chigi, e appunto Napoli.

Nello stesso periodo in Europa del Nord i Fuggers, Welschers e Hochstetters permisero la divulgazione e introduzione delle opere fiamminghe in Italia e la diffusione dell'arte italiana all'estero, oltre a finanziare i grandi progetti voluti dai diversi Papi e dall'Imperatore del Sacro Romano Impero.⁶⁴ C'è poi da ricordare che le fonti più attendibili riguardanti opere d'arte, artisti, committenze, sono reperibili nelle cedole bancarie, si può così risalire alle presenze in un certo luogo, date e nomi degli esecutori, per i quali in molti casi non esisterebbe altra informazione.

Solo nel XVII secolo, per merito dell'ordine degli orafi londinesi, fu concepito però il denaro in forma di banconota e nacquero parallelamente importanti istituti di credito nel

⁶³ :«Le grandi famiglie di banchieri toscani hanno lasciato testimonianze del proprio talento finanziario non solo accumulando fortune, ma anche traducendole in opere d'arte che sono divenute parte del patrimonio culturale» ha ricordato nel 2012 Lorenzo Bini Smaghi, presidente della Fondazione Palazzo Strozzi di Firenze, in occasione della mostra "Denaro e Bellezza. I banchieri, Botticelli e il rogo delle vanità", (17 settembre 2011 - 22 gennaio 2012, Fondazione Palazzo Strozzi, a cura di Ludovica Sebgondi e Tim Parks), in Pierluigi Panza "Se esplose la bolla dell'arte. La finanza ha preso il posto dell'estetica. Ma affari (e creatività) sono in pericolo", in *Il Corriere della Sera-Cultura*, 29 dicembre 2011.

⁶⁴ Rappresentazione del legame moneta-arte si trova nell'opera di Quentin Metsys, *Il cambiavalute con la moglie*, 1514, olio su tavola, 71 x 67 cm, Musée du Louvre, Parigi.

nord Europa (per esempio la Dutch Wisselbank nel 1609) gestori di ingenti capitali. Artisti, come Tiziano e Rembrandt, impararono intanto il funzionamento del mondo finanziario, arrivando a pretendere sostanziali quote per la realizzazione delle loro opere, oltre e al di là l'effettiva quantità di materiale e di lavoro impiegati nella realizzazione.

Uno sviluppo cruciale nella concezione economica del bene artistico ci fu poi con l'introduzione del concetto di rischio assicurativo o sottoscritto (*underwritten risk*), grazie all'Edward Lloyd's coffee house menzionata per la prima volta nel 1688. Anche l'arte divenne qualcosa su cui rischiare del capitale, come lo storico tedesco Hans Floerke nel '900 afferma :«The Dutch carry out a kind of trade with it (art) they only invest so much into it in order to make something out of it.»(1905).

Proprio gli artisti fiamminghi comprenderanno in maniera chiara l'importanza della liquidità delle loro opere, utilizzandole per coprire debiti o occuparsi di altre esigenze finanziarie.⁶⁵

Il mercato dell'arte come lo conosciamo oggi è però il più grande progetto costruito da artisti e banchieri verso la metà del XIX secolo, grazie a consistenti somme di liquidità accessibili. Nello stesso periodo la figura del “mercante d'arte”, fra i più famosi ricordiamo i parigini Duret e Vollard, inizia a giocare un ruolo fondamentale nell'offrire supporto finanziario alle imprese artistiche, occupando il posto dei grandi mecenati del passato. Il ruolo di tali professionisti, a livello individuale o corporativo, sarà inoltre cruciale nell'incoraggiare gli artisti introducendo e diffondendo i loro lavori a livello globale, dove il mercato arriverà sempre più ad assomigliare ad una sorta di gioco o negoziazione tra espressione di sé (arte) ed espressione di potere (moneta).

Gerald Retlinger, figlio della famiglia di banchieri Retlinger, nel suo lavoro *The economics of Taste* (Londra, 1961), evidenzia come non si potessero impiegare grandi somme di denaro per acquistare opere d'arte prima che tali cifre fossero realmente disponibili. Fu solo durante il XIX secolo che industrializzazione e nascita del settore finanziario permisero di ottenere quella liquidità che ora si dà per scontata.

Ma se parametri sicuri nel definire il valore di un'opera si sono sempre cercati, tali criteri non sono stati espressi unicamente in termini finanziari.

⁶⁵ Robertson I., “Art, religion, history, money”, in Robertson I., *Understanding International Art Markets and Management*, Oxon, Routledge, 2005, pp.38-40.

Ritornando a Firenze nel '400, si noti come lo scambio tra Lorenzo il Magnifico e Sandro Botticelli, prendesse la forma di un rapporto duraturo con grandi commissioni per palazzi e chiese. Molto del valore non era monetario, si misurava rispetto a significato, religione, reputazione. Committente e artista erano considerati uomini più pii e dignitosi grazie al legame che instauravano l'uno con l'altro, e i banchieri commissionavano opere per assicurarsi un maggiore *status* sociale, non per fini speculativi.

Nella particolare congiuntura tra '700 e '800 il prezzo diviene invece metro per eccellenza del valore di un bene. Questo perché gli individui iniziano a concepire le opere d'arte come rappresentazioni non solo di antichi e reverenziali valori ma anche di importanti capitali futuri, conferendo meno peso al grado di antichità o alla capacità di conservazione nel tempo. In termini finanziari è il successivo *capital gain* che conta.⁶⁶

Tendenza ben esplicita nelle parole del giornalista Antonio Galdo, che attualmente parla del passaggio :«(...) Dall'incubo di perdere l'appuntamento con il capolavoro alla paura di restare intrappolati con opere che sarà sempre più difficile liquidare». L'arte nell'epoca della “finanziarizzazione” (come afferma il giornalista Pierluigi Panza nel suo articolo sul Corriere della Sera, del 29 dicembre 2012) e in particolare l'arte contemporanea, si configura quale “promessa di valore” non valore effettivo.

Mark C. Taylor della Columbia University in *Financialization of Art*, aggiunge :«Mentre nelle precedenti forme di capitalismo (agricoltura, beni industriali e di consumo) la gente scambiava soldi con beni materiali o lavoro, nel capitalismo finanziario si crea ricchezza attraverso la circolazione di segni.(...)», il bene artistico è uno di questi segni. Per l'influenza assunta nel futuro successo di un artista quindi oltre a critici, curatori e galleristi si è aggiunta la figura del finanziere, il “creatore del creatore (l'artista)”.⁶⁷

⁶⁶ Cohen R. "Gold, golden, glittering representations of value, or the unexpected double history of banking and the art world", in *The Believer*, Novembre/Dicembre 2012.

<http://www.believermag.com/issues/201211/?read=article_cohen>, consultato il 26 giugno 2013.

⁶⁷ Panza P. “Se esplode la bolla dell'arte. La finanza ha preso il posto dell'estetica. Ma affari (e creatività) sono in pericolo”. in *Il Corriere della Sera-Cultura*, 29 dicembre 2011.

<http://www.corriere.it/cultura/11_dicembre_29/panza-bolla-arte_e8d4c3de-3203-11e1-848c-416f55ac0aa7.shtml>, consultato il 6 luglio 2013.

Negli anni Settanta la recessione post guerra del Vietnam e la crisi petrolifera del 1973 portarono alla formazione di un mercato finanziario globale, che ha come fulcro gli Stati Uniti e la pop art di Andy Warhol, in cui la ricchezza nasce dalla circolazione di simboli, e l'arte ha ruolo di protagonista.

Tutto ciò potrebbe spiegare le incredibili quotazioni raggiunte attualmente da alcune opere d'arte contemporanea, capaci di superare alla prima vendita anche gli *Old Master*, già da tempo sul mercato.^{68,69}

Il fatto che molti galleristi siano sempre più anche “protettori” degli artisti, che promuovono e sostengono, porta in più ad una connessione stretta tra momento di creazione e momento della diffusione seguito da entrata finanziaria.

Inoltre il ruolo ormai fondamentale svolto dalle case d'asta nel mercato primario (artista-acquirente) e secondario (venditore-acquirente) ha reso il valore monetario fondamentale da conoscere e accessibile a tutti grazie ai cataloghi periodici. Questo permette una maggiore precisione nella valutazione dei beni artistici, i quali divengono pienamente beni commerciabili.

Esempio per eccellenza *For the Love of God*, teschio umano fuso in platino e coperto da 8.601 diamanti, dell'artista inglese Damien Hirst (leader dei *Young British Artists* sostenuti dal già indicato Chaeles Saatchi), realizzato e venduto nel 2007 dalla galleria White Cube di Londra al prezzo di 50 milioni di sterline,⁷⁰ divenuto simbolo di questa stretta relazione tra arte attuale e mercati finanziari. Poco dopo lo stesso Hirst eliminerà ogni intermediario proponendo direttamente i propri lavori all'asta e raggiungendo quotazioni elevatissime. Evento che coincise con la grande bolla speculativa del 2008 e il crollo delle maggiori banche statunitensi in seguito alla crisi dei mutui ipotecari *subprime*.

La concezione, da parte dei compratori, dell'arte come investimento ha diverse conseguenze. Essa può divenire strumento di allocazione bilanciata delle risorse nel proprio portafoglio, come dimostra la costruzione degli *art fund*, ma può anche fungere da garanzia per eventuali prestiti e permettere di ottenere più liquidità da utilizzare in

⁶⁸ Cohen R. "Gold, golden, glittering representations of value, or the unexpected double history of banking and the art world", in *The Believer*, Novembre/Dicembre 2012.

<http://www.believermag.com/issues/201211/?read=article_cohen>, consultato il 26 giugno 2013.

⁶⁹ Alberto Fiz, “Botticelli costa un terzo di Koons, I grandi del passato hanno prezzi più contenuti rispetto ai contemporanei”, in *Milano Finanza*, 26 gennaio 2013, pag.69, <<http://www.milanofinanza.it>>, consultato il 9 luglio 2013.

⁷⁰ Immagini del Teschio di Hirst circolano con velocità accendendo il dibattito riguardante quanto il contenuto dell'opera sia di matrice estetica, l'artista conferma di averla eseguita perché fosse : «The most expensive piece of art by a living artist». Due anni dopo la vendita, trapelò la notizia che l'opera fosse stata acquistata da una holding composta dal gallerista di Hirst, il suo manager, l'amico e miliardario russo Viktor Pinchuk e lo stesso Hirst. Molti hanno storpiato il nome dell'opera, più che *For the Love of God* si tratta di *For the Love of Zeros* (il denaro). “Hirst unveils £50m diamond skull”, in *BBc News*, 1 giugno 2007, <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6712015.stm>>, consultato l'8 luglio 2013.

vari ambiti.⁷¹ I fondi di investimento in arte nonostante la diffusione ed evoluzione sono ancora però strumenti incerti e limitati, il *British Rail and Art Fund* (1974) rimane l'unico esempio concreto. Per quanto riguarda la pratica dell'*art loan*, negli anni '80 i milionari e le istituzioni culturali giapponesi acquirenti di opere impressioniste e d'arte moderna, presero in prestito denaro a tali fini dalle banche locali, per poi assistere alla caduta del valore dei beni, ciò dimostra che la diligenza non è mai abbastanza per le banche in un settore poco trasparente come questo.⁷²

Parlando dello stretto legame costruito tra mondo della finanza e arte quale *asset class* di diversificazione, bene rifugio o strumento di fidelizzazione, volto a nuovi sviluppi imprenditoriali, abbiamo visto come tali consapevolezza abbiano favorito la crescita del servizio *Art Banking* presso diversi istituti di credito.

Il rapporto porta visibilità e quindi opportunità di ottenere maggiori entrate e costruire confronti redditizi per il futuro. Un vantaggio competitivo che si acquisisce anche rispetto alle altre “imprese”, basato sull'abilità di associare il proprio nome a settori portatori di fattori non solo commerciali. Ciò che è necessario capire è che l'investimento in cultura non è alternativo ad altre forme di comunicazione, ma si differenzia, può diventare ingrediente fondamentale nelle politiche di *brand*, nella catena del valore tra impresa e società. Si hanno benefici che ricadono in azienda e possono essere diffusi verso l'esterno; principi quali innovazione, attenzione, sensibilità estetica, richiesti da clienti facoltosi, ai quali gli istituti dovrebbero rispondere adeguatamente.^{73,74}

Resta centrale il problema della determinazione del valore e del prezzo associato; l'unicità di tali beni come approfondiremo esclude ogni possibilità di previsione. Le stesse banche potrebbero però avere un ruolo importante per la validazione⁷⁵ delle

⁷¹ Mc Andrews C., *Fine art and High Finance*, New York, Bloomberg Press, 2010, pp.119-120.

⁷² Robertson I., “The current and future value of art”, in Robertson I., *Understanding International Art Markets and Management*, Oxon, Routledge, 2005, p.251.

⁷³ “Le imprese e i finanziamenti alla cultura: analisi di un sistema ancora critico”, in *Arskey*, 9 aprile 2008, <http://www.teknemedia.net/magazine_detail.html?mId=4438>, consultato il 16 maggio 2013.

⁷⁴ Mandice S., “Art for business, Milano – 23 e 24 novembre 2007”, in *Arskey*, 4 dicembre 2007, <http://www.teknemedia.net/magazine_detail.html?mId=3560>, consultato il 16 maggio 2013.

Catterina Seia di Unicredit puntualizza questo in occasione del workshop “Art for business” tenutosi a Milano il 23 e 24 novembre 2007. L'arte non è più solo un surplus, il patrimonio dell'istituto deve essere “socializzato” partendo dall'interno per arrivare all'esterno.

⁷⁵ :<Per esempio una maggiore presenza degli Istituti di Credito sul mercato antiquario potrebbe compensare distorsioni prodotte dall'istituto della “notifica”, che concepito nel 1939 come freno alla dispersione all'estero di

opere, grazie alla riorganizzazione e valorizzazione di collezioni proprie e dei clienti, un piccolo passo in più verso il pieno riconoscimento della cultura come fonte di risorse economiche, sociali, relazionali.⁷⁶

opere d'arte di "importante interesse", è stato ed è usato in maniera indiscriminata. Lo strumento prevede la denuncia di possesso dell'opera d'arte in seguito alla quale la Sovrintendenza ai Beni Artistici può decidere, a sua discrezione, se l'opera è d'interesse artistico, nel qual caso ne stima il valore e il luogo di conservazione, cosicché il proprietario non può più venderlo all'estero mentre può farlo in Italia dove però lo Stato ha il diritto di prelazione. Questo a portato la scomparsa delle opere più importanti, rendendo più care che all'estero quelle di minore pregio, e impedendo al mercato l'unica funzione che può legittimarla sotto il profilo culturale ed economico: costituire riflesso veritiero di una scala di valori effettivi.

Le Banche potrebbero quindi indirizzare le loro scelte sulle opere "notificate" di sicura importanza, riducendo lo scarto fra valore economico che queste avrebbero sul mercato internazionale e quello inferiore che hanno sul mercato nazionale. Si otterrebbe un riallacciamento dei prezzi delle opere non notificate a quelli del mercato internazionale, e si attenuerebbe l'effetto della "notifica", svantaggioso soprattutto per lo Stato che risulta perdente contro il mercato clandestino.»

Federazione delle casse di risparmio delle Venezie, *Le banche e l'arte*, catalogo della mostra, "Le banche e l'arte", Roma, Castel Sant'Angelo, 4 Dicembre 1985 - 5 Gennaio 1986, Roma, De Luca Editore, 1986, pp.11-12.

⁷⁶ Quaderno AIAF 138, *La gestione dell'arte nelle banche*, supplemento alla rivista aiaf n.67, luglio 2008, p.33.

Capitolo 2

DARE UN PREZZO AL VALORE

In ogni sistema economico si definisce “mercato” il luogo dello scambio.

Gli agenti cedono e acquistano beni e servizi ai quali viene assegnato un prezzo, ovvero un quantitativo di moneta corrente mutevole rispetto a variazioni di domanda e offerta. In queste cifre i soggetti trovano tutta l’informazione necessaria ai fini della transazione.⁷⁷

Una volta messe a fuoco tali semplici constatazioni sarà opportuno analizzare la loro applicazione nella trattazione di beni unici come quelli artistici, sempre ricordando che la traduzione in denaro del valore oggettuale è cruciale in relazione al ruolo assunto dagli istituti bancari nel settore.

David Throsby identifica un bene come “artistico” quando all’atto della produzione sono associate invenzione e creatività, l’oggetto racchiude significati simbolici e persiste una sorta di “diritto d’autore”.⁷⁸

E’ ormai certo però che i beni artistici siano beni economici, prodotti in quanto “in grado di soddisfare un’esigenza”⁷⁹ il cui valore è misurato nel momento della compravendita. Essi generano utilità, dunque creatori e beneficiari finali cercheranno di trarre il maggior guadagno possibile in un’ottica di “massimizzazione”.^{80,81} Grazie alla componente economica l’oggetto diviene strumento di speculazione, investimento, o riserva di capitale, anche se un peso consistente detiene sempre l’elemento simbolico.

Il grande storico dell’arte Erwin Panofsky parla appunto di “bene semioforo”, “portatore di segno”, il quale necessita di una base concreta: tela, tavola, pietra, corpo o pellicola. E’ pertanto nella natura del bene artistico essere nel medesimo tempo oggetto e concetto.⁸²

⁷⁷ <<http://it.wikipedia.org/wiki/Prezzo>>, consultato il 23 agosto 2013.

⁷⁸ Throsby D.C., *Economics and Culture*, Cambridge University, 2001. Op.cit in Candela G. e A.E. Scorcu, *Il prezzo dei dipinti. Proposta per un numero indice delle aggiudicazioni d’asta*, Bologna, CLUEB, 1994, p.14.

⁷⁹ Vettese A., *Investire in Arte*, Milano, Il Sole 24 Ore, 1991, p.201.

⁸⁰ Chong D., “Stakeholder relationships in the market for contemporary art”, in Robertson I., *Understanding International Art Markets and Management*, Oxon, Routledge, 2005, p.89.

⁸¹ Grampp W., *Pricing the Priceless: Art, Artists and Economics*, New York, Basics Books, 1989, p.8. Op.cit. in Candela G. e A.E. Scorcu, *Il prezzo dei dipinti. Proposta per un numero indice delle aggiudicazioni d’asta*, Bologna, CLUEB, 1994, p.14.

⁸² Poli F, *Il sistema dell’arte contemporanea*, Bari, Ed. Laterza, 2011 (prima ed.1999), p.46.

Abbiamo parlato di unicità perché l'opera d'arte non potrà essere sostituita con un bene analogo dato il dividendo estetico implicito; il possesso inoltre non genera produttività e di conseguenza il compratore diviene anche monopolista.⁸³

Assimilabile a beni di lusso il prodotto gode di elasticità della domanda positiva, più che proporzionale rispetto al reddito; all'aumentare del denaro a disposizione un individuo tende a voler mostrare la sua nuova condizione e il bene artistico è in grado di svolgere tale compito in modo ottimale.⁸⁴

L'elasticità della domanda, rispetto alle variazioni di prezzo, sarà invece rigida poiché le eventuali oscillazioni non vanno ad influenzarne la richiesta, anzi la diminuzione di prezzo implica spesso una flessione negativa, quando invece all'aumento del costo si ha un incremento della domanda in quanto alla cifra più elevata è associato un piacere maggiore. Si genera così la "corsa all'acquisto", considerando sempre fasce elevate di potenziali acquirenti, che coinvolge i così detti "beni posizionali", quelli per i quali la soddisfazione nel consumo individuale è correlata al livello di consumo degli altri utenti.⁸⁵

Per alcuni prodotti il prezzo stesso determina il valore, infatti l'appagamento del possesso deriva dal denaro utilizzato nella transazione. Il fenomeno è conosciuto come fattore Veblen, dal nome dell'economista statunitense, Thorstein Veblen, che tratta il tema nel saggio *La teoria della classe agiata* (1899).⁸⁶

Sapere che altri individui non hanno interesse ad acquistare un dato oggetto influenza negativamente la sua valutazione. E' questo un comportamento rivelatore, quel mutamento o "obsolescenza" del gusto, che associato a scarsa trasparenza, informazione imperfetta, asimmetria, incrina calcoli e schemi analitici volti a prevedere valori e quotazioni nel mondo dell'arte.

Secondo Pierre Bourdieu è fondamentale la definizione sociale del "paradigma artistico": ciò che è o non è arte deriva dalla valutazione della società piuttosto che da caratteri psicologici dell'individuo o da caratteristiche materiali intrinseche del bene. (Bourdieu P., *La distinction: critique sociale du jugement*, Parigi, Editions de Minuit, 1979).

Opere citate in Candela G. e A.E. Scorcu, *Economia delle Arti*, Bologna, Zannichelli, 2004, pp.17-19.

⁸³ Vettese A., *Investire in Arte*, Il Sole 24 Ore, Milano, 1991, p.206.

⁸⁴ "(...) L'opera d'arte è una entità che esprime un determinato atteggiamento verso le cose, verso tutta la realtà; l'opera d'arte non comunica questo atteggiamento ma lo fa nascere direttamente nel fruitore. E' solo in questo senso che l'arte rappresenta una sfera autonoma." J. Mukarovsky, *Il significato dell'estetica*, Torino, Einaudi, 1973, p.88
Op.Cit in Poli F., *Il sistema dell'arte contemporanea*, Bari, Ed. Laterza, 2011 (prima ed.1999) p.45, nota 1.

⁸⁵ Hirsch F. in *Social limits to growth*, Cambridge-London, Harvard University Press, 1976, Op.Cit in Candela G. e A.E. Scorcu, *Economia delle Arti*, Bologna, Zannichelli, 2004, p.18.

⁸⁶ Thompson D., *Lo squalo da 12 milioni di dollari: la bizzarra e sorprendente economia dell'arte contemporanea*, Milano, Mondadori, 2009, p.269.

A fronte delle condizioni illustrate, i principali metodi statistici utilizzano stime e prezzi di aggiudicazione presenti nei cataloghi d'asta; precursore lo storico inglese Gerald Reitlinger con il volume *The Economics of Taste: the Rise and Fall of Picture Prices 1760-1960* (1961), importante riferimento negli studi successivi.⁸⁷

I dati del mercato d'asta sono pubblicati periodicamente, monitorabili, accessibili. Raccolti e analizzati, seguendo specifiche metodologie, vanno a costruire indici volti alla codifica e semplificazione del mercato. Ma non bisogna dimenticare che le informazioni conservano una certa parzialità, sono infatti, non tracciabili scambi privati e altri passaggi ugualmente influenti per ottenere un quadro esauriente.

Internet, riviste specializzate e numerose banche dati consultabili online, hanno cercato negli ultimi vent'anni di conferire chiarezza e tracciabilità ad un sistema arte ancora circoscritto. Rimangono pochi gli operatori che possiedono le informazioni utili e sanno utilizzarle correttamente, ad altri tali nozioni non sono raggiungibili o al contrario sono ottenibili solo sostenendo un determinato costo. C'è poi da evidenziare che, nonostante gli sforzi nello studio della determinazione del valore monetario conferito al bene artistico, non si possono ancora avere aspettative certe su andamenti futuri. Stabilito questo, risulta comunque utile osservare alcune delle ricerche maturate nell'ambito.

Per David Ricardo (1817) il valore delle opere d'arte non può essere determinato in base a lavoro e materiale utilizzati nella realizzazione, ciò indica la loro peculiarità e allo stesso tempo "rarità", che conduce al prezzo finale secondo comportamento, ricchezza e gusti dei potenziali compratori. Karl Marx parla nel merito di prezzo di monopolio, proprio perché determinato da chi acquista.⁸⁸

Dal punto di vista della teoria marginalista invece (sviluppatasi tra 1870-90) il valore monetario del prodotto deriva dal grado di soddisfazione che ogni soggetto consumatore trae, soddisfazione decrescente all'aumento della presenza del bene sul mercato e quindi alla sua acquisizione (utilità marginale); risulta dunque più naturale indagare le

⁸⁷ Reitlinger G., *The Economics of Taste: the rise and fall of picture prices 1760-1960*, Londra, Barrie and Rockliff 1961. Lo studioso analizza i prezzi di opere soggetti a transazioni prevalentemente all'asta, ma anche in parte tra collezionisti e collezionisti e musei. L'aspetto limitativo della ricerca consiste nel fatto che il campione considera solo certi artisti secondo il parere soggettivo dell'autore e le sue osservazioni all'epoca della pubblicazione del volume.

⁸⁸ Marx K., *il Capitale*, 1867, Libro III, tomo III.

Op.cit. in Moulin R., *La genèse de la rareté artistique*, in "Ethnologie française", t.9, n.2-3, marzo-settembre 1978. Op.Cit in Poli F, *Il sistema dell'arte contemporanea*, Bari, Ed. Laterza, 2011 (prima ed.1999), p.46.

quotazioni di opere d'arte per le quali il prezzo cresce in modo inversamente proporzionale rispetto alla presenza sul mercato.⁸⁹

Da tale assunto W.J. Baumol (1986) delinea il suo “modello del casinò”. Comprovato che il mercato dell'arte si distingue per le diverse modalità di determinazione del prezzo di equilibrio, i valori possono variare “senza alcuna logica” seguendo una “dinamica casuale”; questo implica che per stabilire il prezzo dei beni artistici non possa essere fatta nessuna considerazione partendo da informazioni passate.

Altri economisti hanno invece affrontato la problematica in modo diametralmente opposto, non soffermandosi sull'illogicità dei prezzi, alla ricerca di punti di riferimento capaci di condurre a metodologie di calcolo e previsione.

Tra questi B.S. Frey e W.W.Pommerehne nel 1989 indagarono le quotazioni raggiunte sul mercato da 100 artisti a loro contemporanei, considerando specifiche variabili per autore oltre al parere di critici ed esperti, volendo individuare un riscontro tra qualità artistica e prezzo di vendita.

Si arriva dunque alla formula «pricing the priceless» di W.Grampp (1989), dalla quale siamo partiti nella definizione di beni artistici quali prodotti creati per ottenere un profitto, cioè beni economici.⁹⁰ Ma come lo stesso Grampp afferma il mercato dell'arte :«(...) per coloro che amano il rischio e coloro che amano l'arte, è come una perla dentro un'ostrica».⁹¹

E' indispensabile essere consapevoli che si tratta di un contesto segmentato dove si possono attuare suddivisioni in relazione a parametri storici (antico, moderno, avanguardie, ultime tendenze) e rispetto al contesto geografico, tra piazze locali, nazionali, internazionali.⁹²

Fondamentale distinguere il mercato primario, che riguarda opere provenienti direttamente dall'artista e destinate principalmente a gallerie d'arte, musei, istituzioni; dal mercato secondario ovvero il passaggio successivo, da rivenditore ad acquirente finale. Infine il mercato d'asta considerato ormai settore distinto.⁹³

⁸⁹ Fiz A., *Investire in Arte Contemporanea*, Milano, Franco Angeli editore, 1995, p.47.

⁹⁰ Candela G. e A.E. Scorcu, *Il prezzo dei dipinti. Proposta per un numero indice delle aggiudicazioni d'asta*, Bologna, CLUEB, 1994, pp.12-15.

⁹¹ Grampp W., *Pricing the Priceless: Art, Artists and Economics*, New York, Basics Books, 1989.

⁹² Vettese A., *Investire in Arte*, Milano, Il Sole 24 Ore, 1991, pp.202-203.

⁹³ Candela G. e A.E. Scorcu, *Il prezzo dei dipinti. Proposta per un numero indice delle aggiudicazioni d'asta*, Bologna, CLUEB, 1994, p.15.

Celebre in quest'ultimo ambito la frase :«Cosa? Nessuno offre di più?» pronunciata dal maestro banditore di Sotheby's, Peter C. Wilson, a Londra nel 1958, durante la vendita del *Garçon au gilet rouge*, opera di Paul Cézanne aggiudicata per l'allora cifra record di 220.000£.⁹⁴ Il fatto viene raccontato dall'economista inglese Donald Thompson nel suo volume *Lo squalo da 12 milioni di dollari* (2008). Come rivela il titolo, Thompson cerca di cogliere i fattori determinanti le quotazioni di alcune opere contemporanee partendo ancora una volta da Damien Hirst, artista simbolo di quest'arte incompresa (eppure generatrice di flussi monetari consistenti) e dalla sua creazione *The Physical Impossibility Of Death In the Mind Of Someone Living* (1991), lo squalo imbalsamato in un cubo di sostanza resinosa venduto nel 2004, ormai in decomposizione, al manager americano Steven A. Cohen, per la cifra ufficiale di 8 milioni di dollari.⁹⁵

Come può accadere questo? Si domanda Thompson, interrogativo che non trova alcuna risposta precisa.⁹⁶

E' invece chiaro come gli artisti siano passati dalla critica del sistema "oppressore" a giocare con esso e sfruttare la loro immagine per trarre tutti i vantaggi impliciti, riuscendo perfettamente a mantenere una certa linea produttiva, padroneggiando il mercato e quasi sfidando tali numeri esorbitanti.

Andy Warhol è precursore ed esempio assoluto dell'atteggiamento in questione, come evidente nella seguente riflessione :«Diciamo che hai intenzione di comprare un quadro da 200.000 dollari. Il mio consiglio è di prendere quelle banconote, legarle insieme e appenderle direttamente alla parete, così quando qualcuno viene a farti visita la prima cosa che vede sono le banconote appese al muro».⁹⁷ Idea poi sviluppata nella serie dei

⁹⁴ Thompson D., *Lo squalo da 12 milioni di dollari: la bizzarra e sorprendente economia dell'arte contemporanea*, Milano, Mondadori, 2009, p.356.

⁹⁵ Lo squalo fu sostituito nel 2006, e dato in prestito al Metropolitan Museum of Art di New York dal 2007 al 2011, poi esposto alla Tate Modern Gallery di Londra nel 2012.

<http://en.wikipedia.org/wiki/The_Physical_Impossibility_of_Death_in_the_Mind_of_Someone_Living>, consultato il 13 settembre 2013.

⁹⁶ A proposito riporto la seguente riflessione del giornalista Ugo Nespolo :«Se intanto la formalina s'è intorbidita intorno al vitello squartato, il nostro capitale intellettuale non pare accresciuto, l'indice dell'investimento punta deciso al basso, vien da chiedersi - non fosse stato per la chimera del prezzo - se davvero avremmo voluto il salotto ingombro di quell'ingrigo cataletto. Per finire: se l'arte par hazard non avesse prezzo quale arte vorremmo possedere e sapremmo davvero apprezzare?» Nespolo U., "Il bello non è bello se non costa caro", in *la Stampa.it*, 25 settembre 2012.

<<http://www.lastampa.it/2012/09/25/cultura/arte/il-bello-non-e-bello-se-non-costa-car/pagina.html>>, consultato il 12 agosto 2013.

⁹⁷ Thompson D., *Lo squalo da 12 milioni di dollari: la bizzarra e sorprendente economia dell'arte contemporanea*, Milano, Mondadori, 2009, p.261.

dollar bills, serigrafie aventi come soggetto le banconote del dollaro, in diversi tagli, riprodotte una accanto all'altra.⁹⁸

L'attività bancaria, come rilevato più volte, riguarda "semplicemente" la gestione del denaro. Denaro che assume diverse forme, tra le quali l'arte occupa da sempre uno spazio notevole; per questo riconoscere i fattori che traducono l'apprezzamento artistico in moneta è fondamentale.

Sarà necessario partire dal concetto di stima di un'opera, strettamente correlato a quello di liquidità, cioè livello di monetizzazione senza cadere in perdite di capitale. La liquidità monetaria viene considerata per singola opera rispetto alle altre, e poi a livello superiore analizzando l'intero segmento di mercato artistico parallelamente ad altri mercati finanziari e reali.⁹⁹

Accanto a quelle definite caratteristiche "interne" proprie del bene stesso, si andranno quindi a pesare determinate forze "esterne".¹⁰⁰ I fattori interni a loro volta possono essere catalogati in oggettivi-indipendenti e soggettivi-dipendenti.

Può essere utile cercare di scomporre il bene artistico come una sorta di matricola, andando progressivamente ad individuarne gli elementi che lo compongono per giungere il più vicino possibile ad un valore economico corretto. Le caratteristiche vengono quindi riportate in modo più dettagliato nella seguente tabella esplicativa.¹⁰¹

⁹⁸ Poli F, *Il sistema dell'arte contemporanea*, Bari, Ed. Laterza, 2011 (prima ed.1999), pp. XI-XII.

⁹⁹ Candela G. e A.E. Scorcu, *Il prezzo dei dipinti. Proposta per un numero indice delle aggiudicazioni d'asta*, Bologna, CLUEB, 1994, p.57, p.64.

¹⁰⁰ Robertson I., "The current and future value of art", in Robertson I., *Understanding International Art Markets and Management*, Oxon, Routledge, 2005, p.228. Alla prima osservazione si noteranno supporto, soggetto, firma.

¹⁰¹ In vari testi le caratteristiche sono diversamente elencate, ricordiamo:

Fiz A., *Investire in Arte Contemporanea*, Milano, Franco Angeli editore, 1995, p.13.

Fiz. A., Mojana M. e P. Musile Tanzi, "Investire in arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*. Prossima pubblicazione settembre 2013, (cap.14).

Pirelli M. (a cura di), *Investire in arte. Come entrare nel mercato dei beni artistici: investimenti diretti e indiretti*, Milano, Il Sole 24 Ore, Le guide di Plus 24, N.9/2012, pp.12-13.

Tabella 2. Fattori oggettivi e soggettivi nella valutazione del bene artistico

Fattori OGGETTIVI	Fattori SOGGETTIVI
Autore , ruolo nella storia dell'arte, fama nazionale-internazionale	Importanza nel panorama artistico
Dimensioni, materiale , supporto, tecnica	Posizione museo e istituzioni pubbliche
Soggetto , contenuto iconografico, grado di commerciabilità	Presenza in mostre collettive internazionali (Documenta di Kassel, Biennale di Venezia)
Provenienza , vendite e acquisizioni precedenti, curriculum espositivo	Presenza in mostre mercato internazionali (Tefaf - Maastricht, Art Basel - Basilea, Frieze - Londra)
Autenticità	Influenza galleria, casa d'aste, critico , curatore museale
Qualità dell'opera all'interno della produzione dell'artista	Influenza collezionista
Stato di conservazione	Mezzi di comunicazione
Periodo di esecuzione	Andamento Gusto e Mode
Rarità	
Citazioni su pubblicazioni e cataloghi	

Alcuni punti sintetizzati nello schema precedente dovranno essere approfonditi per comprenderne meglio importanza e dinamiche.

Il primo elemento da definire è l'artista. Individuare l'autore significa anche recuperare la sua posizione a livello storico-stilistico, quindi: fama, qualità delle opere, tempo trascorso dalla prima mostra, compensi, esposizioni passate in musei e gallerie, precedenti quotazioni. Il livello cresce se il soggetto rientra in specifici movimenti artistici, proporzionalmente alla presenza del suo nome in pubblicazioni di settore. In base a queste informazioni è possibile associare ad ogni "maestro" un coefficiente nel quale confluiscono i dati opportunamente pesati.

Non bisogna dimenticare che un autore in genere realizza una molteplicità di lavori aventi diverse dimensioni e qualità in base anche al momento di produzione.¹⁰² Spesso i prezzi raggiunti dipendono dalla quantità di beni presenti nel mercato, per un soggetto affermato all'aumento della domanda corrisponde un incremento di prezzo unito

¹⁰² Misseri S.C., *La valutazione delle opere d'arte : metodo e processi*, Bologna, Calderini, 1988.

Benhamou F., *L'economia della cultura*, Bologna, Il Mulino, 2001.

Fiz A., *Investire in Arte Contemporanea*, Milano, Franco Angeli editore, 1995.

solitamente alla rarefazione delle opere sulle piazze commerciali, scarsità naturale o indotta da studiate strategie mercantili.¹⁰³

Soprattutto per l'arte contemporanea si parla infatti di *brand*, il nome di un artista e il suo prodotto sono sostenuti grazie ad una fitta rete di galleristi, istituzioni museali, collezionisti, che traggono vantaggio reciprocamente nel tessere tale struttura.

Strumento usato come riferimento nell'analisi di artisti contemporanei è la celebre classifica *Kunst Kompass*, pubblicata annualmente a novembre dalla rivista tedesca Capital, essa include i migliori 100 autori viventi e attivi nella scena internazionale. Il critico d'arte tedesco Willy Bongar creò e perfezionò il *ranking* tra 1970 e 1983 conferendo ad ogni soggetto un punteggio ricavato dal rapporto tra il prezzo medio, risultato delle quotazioni raggiunte da lavori considerati "tipici", e un valore aggregato il quale traduce i dati relativi alla presenza dell'artista in eventi culturali, collezioni, pubblicazioni, saggi critici, aventi ognuno pesi differenti.¹⁰⁴

David Galenson, professore di economia alla University of Chicago, fornisce alcuni riferimenti interessanti in merito; egli ritiene di poter suddividere gli autori aventi già una certa notorietà nel modo seguente. I "giovani innovatori", come Pablo Picasso, sperimentano nuovi linguaggi stilistici precocemente; se si considera l'investimento, le loro opere garantiscono i guadagni migliori, in quanto propongono codici originali che si diffonderanno nel futuro panorama artistico. Vi sono poi i "tardo innovatori", per esempio Paul Cézanne, che maturano una determinata pratica nel tempo giungendo all'apice della ricerca alla fine della loro carriera.¹⁰⁵ Il riconoscimento e l'incremento del valore monetario potrebbero essere successivi ma offrono maggiore solidità e sicurezza nel mantenimento di tale valore.

Raymonde Moulin in *L'Artiste, l'institution et le marché* (1992) distingue non a caso le così dette oleografie, ovvero dipinti di buona qualità ma stereotipati (in una situazione

¹⁰³ Poli F., *Il sistema dell'arte contemporanea*, Bari, Ed. Laterza, 2011 (prima ed.1999), p.53.

Vettese A., *Investire in Arte*, Milano, Il Sole 24 Ore, 1991, p.206.

"Il solo caso eccezionale in cui il valore è completamente determinato dalla domanda è il caso della merce la cui quantità è fissa, come, ad esempio, i quadri di Raffaello. il loro prezzo dipende dal desiderio che la gente prova per questi dipinti e dai mezzi che ha a disposizione per acquistarli (...)" in A. Marshall e M. Marshall, *Economia della produzione*, Milano, Isedi, 1975, p.122. Op.Cit in Candela G. e A.E. Scorcu, *Economia delle Arti*, Bologna, Zannichelli, 2004, p.23, nota 36.

¹⁰⁴ Poli F., *Il sistema dell'arte contemporanea*, Bari, Ed. Laterza, 2011 (prima ed.1999), pp. 53-55.

Angela Vettese osserva giustamente come il valore culturale di un'opera non possa essere calcolato riducendosi ad analizzare il numero di articoli o delle esposizioni in cui l'artista è presente. Vedi a proposito: Vettese A., *Investire in Arte*, Milano, Il Sole 24 Ore, 1991, pp.184-189.

¹⁰⁵ Thompson D., *Lo squalo da 12 milioni di dollari: la bizzarra e sorprendente economia dell'arte contemporanea*, Milano, Mondadori, 2009, pp.349-351.

di monopolio con ampio pubblico e larga offerta) dalle altre opere catalogate, aventi sicuro giudizio storico ed offerta rigida, ed infine dalle opere contemporanee caratterizzate da offerta elastica. Negli ultimi due casi ci si trova in una condizione di oligopolio.¹⁰⁶

La dimensione è un altro attributo significativo, per il quale in genere sono utilizzate specifiche tabelle a punti.

Considerando opere d'arte pittorica, la prima misurazione venne elaborata dai mercanti parigini all'inizio XX secolo; la quotazione di base può essere dunque determinata partendo dal punteggio associato ad ogni misura relativa ai tre formati: paesaggio (rettangolare), marine (panoramico), figure (quadrato).¹⁰⁷(Tabella 3)

Tabella 3: Misure correnti internazionali

PUNTI	PAYSAGE	MARINE	FIGURE
1	22x14	22x12	22x16
2	24x16	24x14	24x19
3	27x19	27x16	27x22
4	33x22	33x19	33x24
5	35x24	35x22	35x27
6	41x27	41x24	41x33
8	46x33	46x27	46x38
10	55x38	55x33	55x46
12	61x46	61x38	61x50
15	65x50	65x46	65x54
20	73x54	73x50	73x60
25	81x60	81x54	81x65
30	92x65	92x60	92x73
40	100x73	100x65	100x81
50	116x81	116x73	116x89
60	130x89	130x81	130x97
80	146x97	146x89	146x114
100	162x114	162x97	162x130
120	195x114	195x97	195x130

Tabella 4: Misure italiane adattate ai parametri internazionali

PUNTI	MISURE	PUNTI	MISURE
1	18x24	10	40x60
2	20x25	10	45x55
3	20x30	10	45x60
4	20x35	12	50x60
4	25x30	15	50x70
4	24x30	10	60x70
5	20x40	25	60x80
5	25x35	25	50x100
5	30x35	25	60x90
6	30x40	30	60x100
6	35x40	30	70x100
8	35x45	40	60x120
8	35x50	40	80x100
8	40x50	-	-

¹⁰⁶ Benhamou F., *L'economia della cultura*, Bologna, Il Mulino, 2001, p.66.

¹⁰⁷ Poli F., *Il sistema dell'arte contemporanea*, Bari, Ed. Laterza, 2011 (prima ed.1999), pp.50-51.

"Les formats de cadres sont normalisés dans le monde de la peinture et de l'encadrement. Les appellations pour désigner les formats sont assez imagées: format tableau Figure; format tableau Paysage; format tableau Marine. Il y a donc trois formats qui sont déclinés dans différentes dimensions, la *Figure*, le *Paysage*, la *Marine*. Le format *Figure* est presque carré, le format *Paysage* rectangulaire, et le format *Marine*, beaucoup plus panoramique." <<http://jeanconti.com/spip.php?article3>>, consultato il 13 settembre 2013.

<http://en.wikipedia.org/wiki/French_standard_sizes_for_oil_paintings>, consultato il 13 settembre 2013.

Altezza e larghezza rimangono fattore obiettivo, al quale si fa riferimento nella costruzione di stime certe, soprattutto quando sorgono dubbi sull'effettiva qualità della produzione artistica esaminata.¹⁰⁸ Certo è che non sempre ad opere di grandi dimensioni corrispondono cifre a più zeri, ampi formati trovano infatti riscontro limitato nel mercato collezionistico dove vengono preferite opere medio-piccole per ragioni di praticità; i grandi "quadri" sono quindi riservati ad esposizioni ed ambiti museali.

Fattori di ordine quantitativo (dimensioni opera) e qualitativo (coefficiente artista) sono associati per fornire una prima indicazione di prezzo, che risulterà più specifico se l'opera analizzata rientra già nella produzione rappresentativa dell'autore e riconosciuta a livello storico-critico.¹⁰⁹

Di seguito un esempio della formula base utilizzata, relativa ad un dipinto:

$$€ = b + h \times C$$

Prezzo Base = Base + Altezza * Coefficiente artista

Dimensioni opera: 50x70cm (500x700mm)

Coefficiente: 3

Formula: 500 mm + 700 mm = 1.200 * 3 (coefficiente) = € 3.600,00 (prezzo)¹¹⁰

Dopo artista e dimensioni, il terzo elemento chiave è la tecnica. Nella produzione pittorica persiste un ordinamento ben preciso per il quale ogni "pezzo" trova collocazione sul mercato.¹¹¹

L'olio su tela mantiene la posizione più elevata, per i colori seguono acrilici e tecniche miste (vernici, polimeri), nei supporti la tavola di legno, truciolato pressato, cartone e simili. I lavori su carta, a tempera, acquerello e pastelli (dato il minor impegno per la realizzazione) sono ritenuti di valore inferiore; infine si avranno disegni a penna, a matita e grafica seriale.

Per la scultura nelle gallerie e tra gli acquirenti privati circolano opere di piccolo formato, è necessario sottolineare che sono ritenuti originali i pezzi tirati fino a sei esemplari, oltre tale numero rientrano i multipli a cui è dato prezzo minore. La norma è

¹⁰⁸ Thompson D., *Lo squalo da 12 milioni di dollari: la bizzarra e sorprendente economia dell'arte contemporanea*, Milano, Mondadori, 2009, pp.269-270.

¹⁰⁹ Poli F., *Il sistema dell'arte contemporanea*, Bari, Ed. Laterza, 2011 (prima ed.1999), pp.50-51.

¹¹⁰ <<http://www.artingout.com/SERVIZI/QUOTAZIONI-ARTE/>>, consultato il 28 agosto 2013.

¹¹¹ Poli F., *Il sistema dell'arte contemporanea*, cit.pp.50-51.

poi soggetta a modifiche che dovranno essere conosciute nel momento della stima e dell'acquisto.

Certo nell'arte contemporanea tecniche e dimensioni non possono essere ridotte al linguaggio pittorico e scultoreo, vi sono espressioni sperimentali difficili da inquadrare. Si pensi a: *land art*, *body art*, arte povera, arte concettuale, *minimal art*, *video art*. L'indagine e la crescita personale di ogni artista possono toccare diverse correnti, questo richiede una differenziazione dell'approccio per la valutazione finale, rispetto alle molteplici tendenze.

Comporta inoltre una conoscenza di ciò che può essere commercializzato nel caso di azioni artistiche, come quelle citate, realizzate per un luogo e un tempo specifici, quindi aventi intrinseco carattere effimero. Di tali ricerche rimarranno progetti e oggetti, oppure entreranno nel mercato grazie a supporti video e fotografici. Una constatazione che apre ulteriori riflessioni: può infatti essere ritenuta opera d'arte una riproduzione in immagine di ciò che era l'opera d'arte stessa, ed essere venduta come tale?

L'arte contemporanea stimola molti quesiti relativi a restauro, conservazione, autenticità. Non è la pennellata che conta, ma l'idea dietro di essa, il significato che l'atto conduce e che rimane indipendentemente dalla tela o dal piedistallo.

Il supporto però è fondamentale nei circuiti di vendita, si ritorna dunque al processo di "tipizzazione" attuato in ambito pittorico, il cerchio si chiude. E' evidente come anche i risultati delle indagini artistiche più innovative e polemiche vengano inglobati nel celebre "sistema dell'arte", passo necessario per riuscire ad ottenere un adeguato riconoscimento culturale.

Tornando al problema della valutazione e alla trattazione dei fattori oggettivi, una delle prime informazioni da ottenere riguarda sicuramente la data di esecuzione dell'opera. Hanno peso maggiore i lavori realizzati dall'artista in relazione alla messa a punto di un linguaggio originale, decisivo per l'evoluzione di movimenti successivi sostenuti da storia e critica.¹¹² E' consigliato conoscere molto bene la biografia, il

¹¹² Poli F., *Il sistema dell'arte contemporanea*, Bari, Ed. Laterza, 2011 (prima ed.1999), pp.51-55.

curriculum e la carriera di un autore per individuarne la produzione significativa, che diverrà identificativa, associata alla sua firma e per questo più richiesta.¹¹³

Vi sono poi alcune “regole” nell’arte visiva che possono sembrare superficiali e ridicole eppure trovano un riscontro concreto. Per esempio il ritratto di una bella donna o di un bambino si rivaluterà sempre di più rispetto ad altri prototipi. Sono preferiti colori accesi, tele orizzontali, corpi nudi rispetto a corpi vestiti, il nudo femminile su quello maschile. Le figure attirano più dei paesaggi¹¹⁴; e ancora le acque calme, come quelle delle celebri *Ninfee* di Claude Monet, conferiscono una stima maggiore, mentre i mari agitati incrinano i prezzi.¹¹⁵

Per quanto riguarda il rapporto valore qualitativo e valore commerciale, sicuramente la qualità del prodotto artistico è condizione ritenuta necessaria per la sua affermazione, ma il rapporto tra riconoscimento storico-critico e livello delle quotazioni non è sempre consequenziale. Qui convergono fattori oggettivi (indipendenti) e soggettivi (dipendenti), nel tentativo di arrivare alla cifra conclusiva da associare al bene.

Tra i fattori soggettivi-dipendenti sono stati indicati collezionisti, gallerie, mostre mercato, musei, case d’asta, critici, i così detti *market maker*, i quali affiancano gli artisti e hanno un ruolo cruciale nella costruzione del prodotto “opera d’arte”.

Il valore artistico viene filtrato grazie a questi intermediari e trova riconoscimento nel contesto, soggetto a riclassificazioni nella gerarchia dei valori estetici e a nuove correnti riconosciute istituzionalmente.

Oggi assumono peso sempre maggiore gli “archi-musei” di arte contemporanea (si pensi al MOMA di New York, il Guggenheim di Bilbao, la Tate Modern Gallery di Londra o il Centre Pompidou a Parigi), le case d’asta e i ricchi collezionisti, gli HNWI (*High Net Worth Individual*) dei quali abbiamo parlato. Questi individui danno al sistema arte ma nel medesimo tempo ricevono, essi determinano e subiscono le mode, in un processo continuo di costruzione identitaria.^{116,117}

¹¹³ Pirrelli M. (a cura di), *Investire in arte. Come entrare nel mercato dei beni artistici: investimenti diretti e indiretti*, Milano, Il Sole 24 Ore, in *Le guide di Plus 24*, N.9/2012, pp.13-15.

¹¹⁴ Vettese A., *Investire in Arte*, Milano, Il Sole 24 Ore, 1991, p.217.

A proposito nelle pale d’altare rinascimentali il prezzo era proporzionale al numero e tipo di “personaggi” presenti.

¹¹⁵ Thompson D., *Lo squalo da 12 milioni di dollari: la bizzarra e sorprendente economia dell’arte contemporanea*, Milano, Mondadori, 2009, p.353.

¹¹⁶ Pirrelli M. (a cura di), *Investire in arte. Come entrare nel mercato dei beni artistici: investimenti diretti e indiretti*, Milano, Il Sole 24 Ore, in *Le guide di Plus 24*, N.9/2012, pp.12-13; pp.20-28.

Parlando infatti di gusto l'affermazione "conosco ciò che mi piace" sembra essere molto diffusa, tale sicurezza può portare a scelte dominate da sensazioni personali, poco attente all'effettiva convenienza di un acquisto e alle informazioni di cui abbiamo parlato. La frase assumerà tutt'altro peso se espressa dai pochi "eletti" che hanno capacità economiche e pieno accesso al settore così da poter influenzare l'orientamento estetico generale. Se ciò avviene anche l'arte "brutta" (ammettendo che un simile concetto esista) si rivelerà utile in quanto oggetto di scambio, essa avrà un valore ed un prezzo di partenza. Risalendo tale scala arriviamo all'idea per la quale specialisti e conoscitori non possono commettere errori; non si parla più di gusto mutevole ma di asserzioni stabili, la posizione di alcuni "lavori" (pensiamo per esempio all'arte rinascimentale italiana) rimarrà inviolata e il processo di storicizzazione bilancerà ogni possibile precedente squilibrio.¹¹⁸

Il fatto che un grande imprenditore investa il proprio *argent*, il critico metta in discussione il sapere personale, il gallerista o curatore, la propria immagine pubblica relazionale, dovrebbero essere garanzie della selezione di progetti validi.¹¹⁹

Ma accanto a tale apparente solidità, l'ingrediente incognito legato a chiare politiche di marketing e all'umana emozione dovrà sempre essere ponderato,¹²⁰ pur riconoscendo nel sistema in esame la capacità quasi immunitaria e graduale di rigettare le tendenze superficiali, appoggiate per meri interessi speculativi. In conclusione emergono e sopravvivono sono le proposte di reale valore artistico, quel qualcosa in più che il denaro, gli accordi e le conoscenze giuste non sono ancora fortunatamente in grado di creare e mantenere nel tempo.¹²¹

Come accennato anche variabili esterne all'opera e al settore arte condizionano i valori monetari finali, tra queste troviamo forze macroeconomiche e politiche le quali

¹¹⁷ Vettese A., *Investire in Arte*, Milano, Il Sole 24 Ore, 1991, pp.201-202.

¹¹⁸ :«Do not do unto others as you would they should do unto you. Their tastes may not be the same» (Hillier, 1974). Robertson I., "The current and future value of art", in Robertson I., *Understanding International Art Markets and Management*, Oxon, Routledge, 2005, pp.244-250.

¹¹⁹ Vettese A., *Investire in Arte*, Milano, Il Sole 24 Ore, 1991, pp.209-210.

¹²⁰ <http://en.wikipedia.org/wiki/art_valuation>, consultato il 10 aprile 2012.

¹²¹ Vettese A., *Investire in Arte*, Milano, Il Sole 24 Ore, 1991, p.253.

agiscono sui mercati finanziari.^{122,123} Potremo dunque distinguere due elementi: tempo e spazio.¹²⁴

Sappiamo che l'arte segue l'andamento dell'economia mondiale, se ci si trova in condizioni di recessione anche i prezzi di manufatti artistici avranno una flessione negativa, ma ciò avverrà con tempistiche più dilatate. Nel caso di crisi finanziarie e crollo di titoli azionari la dinamica è la stessa, anzi inizialmente i prezzi delle opere, viste come beni rifugio, rispondono positivamente, in seguito reagiscono più velocemente alla caduta.

Per quanto riguarda lo spazio, il bene artistico può raggiungere circuiti internazionali o rimanere in ambito nazionale-locale; molto dipende dall'attività dei *market maker* citati precedentemente. Le quotazioni più elevate sono raggiunte solitamente nelle grandi capitali: New York, Londra, Parigi, vi sono poi piazze in crescita come quelle asiatiche di Hong Kong, Beijing, Taipei. Il valore può essere inoltre condizionato da norme nazionali interne che limitano la circolazione e la diffusione di alcuni beni (si pensi in Italia alla legge 1089 del 1939 sulla notifica).¹²⁵

Certo è che se un'opera ottiene un dato riconoscimento, tale valore rimarrà immutato qualsiasi piazza commerciale essa raggiunga. Ciò distingue il bene artistico da un'azione ordinaria: il valore è racchiuso nell'opera, singola ed indivisibile.

Dopo aver cercato di classificare e analizzare le diverse componenti che concorrono nella determinazione del prezzo del "prodotto arte", è interessante notare come tali valori siano elaborati nel tentativo di interpretare analiticamente il mercato in questione.

¹²² Robertson I., "The current and future value of art", in Robertson I., *Understanding International Art Markets and Management*, Oxon, Routledge, 2005, pp.228-233.

¹²³ Candela G. e A.E. Scorcu, *Il prezzo dei dipinti. Proposta per un numero indice delle aggiudicazioni d'asta*, Bologna, CLUEB, 1994, pp.91-100.

¹²⁴ In economia e in finanza, un arbitraggio è un'operazione che consiste nell'acquistare un bene o un'attività finanziaria su un mercato rivendendolo su un altro mercato, sfruttando le differenze di prezzo al fine di ottenere un profitto. L'arbitraggio si differenzia dalla speculazione per il fatto che, mentre il primo è un modo di lucrare sulle differenze di prezzo presenti in luoghi diversi, la seconda opera sulle differenze di prezzo di uno stesso bene in tempi diversi. In altre parole, mentre la speculazione ricerca il lucro giocando sul fattore "tempo" (vendita successiva all'acquisto e viceversa), l'arbitraggio lo ricerca nel fattore "spazio" (acquisto e vendita su due mercati diversi). <<http://it.wikipedia.org/wiki/Arbitraggio>>, consultato il 20 agosto 2013.

¹²⁵ La legge italiana prevede che un'opera con più di cinquant'anni, di particolare valore storico-artistico, possa essere notificata, cioè vincolata al territorio nazionale, in base alla legge 1089 del 1939 integrata dalla legge 88 del 30 marzo 1998. Un dipinto di Canaletto pagato a Londra 6 milioni di euro, a Milano può non superare 1,5 milioni di euro. Fiz. A., Mojana M. e P. Musile Tanzi, "Investire in arte", in Musile Tanzi P. *Il manuale del Private Banker*. Prossima pubblicazione settembre 2013, (cap.14).

Gli indici del mercato dell'arte sono strumenti con i quali si cerca di attribuire un ordine statistico al settore, giungendo ad una "regola" per comprendere la genesi di alcuni prezzi e poter quindi formulare previsioni future. La parzialità dei risultati è sempre presente, perché come indicato, molte categorie d'arte sono soggette a fluttuazioni dovute a pressioni esterne o non reagiscono rapidamente in seguito a determinati eventi, questo non permette il monitoraggio immediato come nel caso dei mercati finanziari.¹²⁶ Nel procedimento di formulazione degli indici si è cercata comunque la correlazione con tali mercati dove il controllo dei prezzi è attività ordinaria.

J.P. Stein (1977) e J.E. Pesando (1993) si riferiscono a tal proposito al *Capital Asset Pricing Model (CAPM)*¹²⁷ studiando prezzi di opere d'arte moderna. La difficoltà sta nell'individuare un legame tra tassi di rendimento dei titoli azionari e dei beni artistici, viste le differenti ragioni che spingono all'acquisto e la molteplicità di opere e autori sul mercato.¹²⁸ Nel processo di costruzione degli indici volto allo sviluppo di una "teoria del valore" applicata all'opera d'arte, sono stati sempre considerate le quotazioni raggiunte nel mercato d'asta, ovvero i prezzi di aggiudicazione resi pubblici dagli agenti operanti in tale ambito (Christie's e Sotheby's detengono una sorta di oligopolio).

Tra le tecniche più utilizzate distinguiamo le seguenti:¹²⁹

Metodo delle doppie vendite - *Repeat Sales Regression (RSR)*¹³⁰

Analizza opere d'arte vendute almeno due volte in un dato intervallo di tempo e calcola il rendimento medio in base alla differenza di prezzo tra i due momenti della transazione.

¹²⁶ Robertson I., "The current and future value of art", in Robertson I., *Understanding International Art Markets and Management*, Oxon, Routledge, 2005, p.251.

¹²⁷ Il *Capital Asset Pricing Model (CAPM)* è un modello di equilibrio dei mercati finanziari, presentato da William Sharpe nel 1964. Il CAPM stabilisce una relazione tra il rendimento di un titolo e la sua rischiosità, misurata tramite un unico fattore di rischio, detto *beta*. <http://it.wikipedia.org/wiki/Capital_asset_pricing_model>, consultato il 13 settembre 2013.

¹²⁸ Candela G. e A.E. Scorcu, *Il prezzo dei dipinti. Proposta per un numero indice delle aggiudicazioni d'asta*, Bologna, CLUEB, 1994, pp.27-33.

¹²⁹ Robertson I., "The current and future value of art", in Robertson I., *Understanding International Art Markets and Management*, cit. p.235.

¹³⁰ La regressione risolve il problema di una relazione funzionale tra variabili misurate sulla base di dati campionari estratti da un'ipotetica popolazione infinita. In statistica la regressione lineare rappresenta un metodo di stima del valore atteso condizionato di una variabile dipendente Y, dati i valori di altre variabili indipendenti, X1,...,XK. <http://it.wikipedia.org/wiki/Analisi_della_regressione>, consultato il 2 settembre 2013.

La formula è applicata inizialmente ai mercati immobiliari e viene poi utilizzata da W.N. Goetzmann (1993) per costruire l'*Art Return Index* considerando le transazioni ripetute di opere pittoriche e i diversi prezzi associati, nel periodo 1715-1986.

J.E. Pesando (1993) propone un indice semestrale dei prezzi dal 1977 al 1992, concentrandosi sui dati riguardanti vendite di grafica seriale, in quanto più soggette a doppie vendite.

I limiti della *Repeat Sales Regression* sono molteplici, in primis vengono esclusi beni venduti una sola volta questo elimina una parte consistente del mercato e rende l'indagine non attendibile, inoltre sul breve periodo le osservazioni rilevabili risultano scarse, solo analizzando periodi temporali adeguatamente lunghi si otterranno dati sufficienti per la creazione dell'indice finale.

Metodo del dipinto rappresentativo - Hedonic Regression (HR)

Impiegato per rilevare le caratteristiche qualitative del mercato delle autovetture.

Nel settore artistico il prezzo di un dipinto sarebbe composto dall'andamento complessivo del mercato aggiustato per l'effetto esercitato dalle numerose caratteristiche che identificano il dipinto stesso (dimensione, tecnica, soggetto) dando meno importanza al cambiamento di valore nel tempo. Se si riesce a neutralizzare l'effetto di tutte questi attributi specifici, rimane il prezzo di un'opera standard dal quale si ricaverà l'indice. Nella regressione edonica ogni elemento dell'opera è oggetto di valutazione economica perché concorre nella determinazione dell'utilità del potenziale compratore.

Il metodo consente di stimare il prezzo delle singole caratteristiche e quello complessivo dell'opera standard basandosi su una banca dati non limitata alle doppie vendite. E' necessario però fare attenzione e non indicare troppi attributi per campioni di ampie dimensioni.

Metodo dei testimoni privilegiati

I dipinti sono vagliati da esperti del settore che individuano autori e opere costituenti un modello di riferimento per i valori monetari raggiunti in un determinato segmento artistico o più complessivamente nel mercato.

Il fatto di affidarsi a specialisti influenza l'indice data la soggettività implicita delle scelte, con il rischio di sovrastimare o sottostimare il dato settore.

Esempio di utilizzo della tecnica è il *Sotheby's Art Index*, nato dalla collaborazione tra la casa d'aste e il quotidiano britannico *The Times* nel 1967.

Metodo del prezzo medio

Messo a punto dal matematico J.P Stein nel 1977 su monitoraggio di prezzi di aggiudicazione raggiunti all'asta negli Stati Uniti e in Gran Bretagna nel periodo 1947-1967. Si vuole determinare il valore del dipinto medio commercializzato in ogni seduta d'asta. In sostanza sono aggregate opere che presentano similarità, da tale aggregazione deriva un valore medio, si potranno poi rapportare le medie raggiunte in sedute differenti.

Tale formula è tuttavia fin troppo semplificatrice, inoltre originariamente Stein considera i lavori di artisti già deceduti al momento della transazione.^{131,132}

Nella costruzione e consultazione di tali indici si dovrà prestare particolare attenzione, l'aggregato deve essere aggiornato in seguito a introduzione di nuove opere o l'uscita di altre per decadimento. Vanno sempre considerati l'andamento dei consumi e la famosa obsolescenza del gusto.¹³³

Negli ultimi anni gli indici di prezzo sono stati soggetti a perfezionamento ma soffrono ancora di deviazioni per relativa scarsità di dati ed eterogeneità dei beni esaminati.¹³⁴

In un sistema efficiente gli agenti cercano di ottenere tutta l'informazione accessibile per prevedere il futuro valore di mercato del bene oggetto di scambio, in quanto non vi possono essere differenze tra tale cifra di partenza e l'effettivo importo finale. I prezzi incorporano l'informazione con molta rapidità aggiustandosi istantaneamente quando nuovi dati si rendono disponibili. E' stato dimostrato però che in ambito artistico la stima iniziale dà spesso un'indicazione sul valore dell'opera che non coincide con il

¹³¹ Candela G. e A.E. Scorcu, *Il prezzo dei dipinti. Proposta per un numero indice delle aggiudicazioni d'asta*, Bologna, CLUEB, 1994, pp.41-45; pp.49-55; pp.73-80.

¹³² Candela G. e A.E. Scorcu, *Economia delle Arti*, Bologna, Zannichelli, 2004, p.296.

¹³³ Candela G. e A.E. Scorcu, *Il prezzo dei dipinti. Proposta per un numero indice delle aggiudicazioni d'asta*, cit. p.91.

¹³⁴ Mc Andrews, *Fine art and High Finance*, New York, Bloomberg Press, 2010, pp.68-69.

prezzo finale; gli operatori potranno quindi pervenire a valutazioni differenti in relazione allo scopo dell' acquisto.¹³⁵

In conclusione individuare una cifra certa è impossibile, ma capire i meccanismi collettivi, culturali, economici che circondano il prodotto artistico può guidare il compratore a fare scelte oculate e a limitare l'incertezza.

Alla luce di questo, il monitoraggio sistematico dei prezzi si rivela necessario allo scopo di garantire e cercare la trasparenza in un mercato che assume sempre maggiore rilievo e mantiene parte delle sue attrattive proprio grazie all'imprevedibilità e alla presenza di fattori non calcolabili, riservando, certo, molte incognite ma anche piacevoli soddisfazioni di carattere monetario, emozionale, sociale.¹³⁶

Le banche dati disponibili online, di cui parleremo, utilizzano le metodologie sopra illustrate costruendo *report* relativi a singoli artisti o all'intero mercato. Forniscono una molteplicità di servizi e costituiscono un utile strumento per chi opera nel settore, dunque anche per gli *Art advisor*, attivi nel ramo *Private Banking*.

Queste figure sono destinate a suggerire, supportare, aiutare i clienti dell'ente a curare il proprio patrimonio artistico, a cui deve necessariamente essere conferito valore monetario, perché solo dopo tale riconoscimento potranno essere effettuate tutte le operazioni successive. Nel caso l'utente neofita voglia invece diversificare i propri investimenti scegliendo l'arte come nuova componente di portafoglio, egli sarà ugualmente assicurato sul buon fine dell'azione, in un ottica di contenimento del rischio.

Associare il prezzo all'oggetto è quindi fondamentale nell'attività svolta dai professionisti dell'*Art Banking*. Il collezionista o investitore vuole essere sicuro del valore di ciò che possiede, di pagare il giusto importo per un dato bene, vuole che il proprio denaro venga ben riposto. Qui riemerge la singolarità della sfera artistica, la questione ancora aperta. Forse non esiste "il prezzo giusto", esistono parametri, linee guida, elementi insindacabili, ma poi casualità e orientamenti personali sono dietro l'angolo.

¹³⁵ Candela G. e A.E. Scorcu, *Il prezzo dei dipinti. Proposta per un numero indice delle aggiudicazioni d'asta*, cit. pp.83-84.

¹³⁶ Mojana M. e A. Fiz. "Art banking: le caratteristiche del mercato dell'arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, Milano, Egea, 2007, p.378.

All'istituto bancario non resta che affidarsi a professionisti competenti in grado di studiare tali meccanismi, interpretarli e saperli applicare nella maniera adeguata.

2.1. La valutazione passo per passo

La valutazione di un bene “artistico”, come è stato osservato, si basa su un procedimento complesso. Accanto ad elementi da ritenere fissi e innegabili vi sono poi fattori che non potranno mai essere certi e resteranno legati alla sfera del casuale, della temporalità, degli uomini, ciò che essi pensano e vogliono comunicare.

All'interno del settore *Art Banking* sembra fondamentale dunque l'esperienza diretta dell'*Art advisor* e l'inserimento nella rete di rapporti che contraddistinguono il mondo dell'arte, oltre all'accesso a tutte le possibili informazioni.

Nell'ambito italiano, che stiamo esaminando, il panorama culturale e commerciale ha subito una molteplicità di trasformazioni in questi ultimi anni, per esempio, alcune case d'asta sono state chiuse o soggette a fallimento.

Alle cronache il caso Finarte-Semenzato. Finarte è attiva dal 1959 nel mercato italiano, nel 2001 subisce il passaggio di proprietà da Casimiro Porro (che poi fonderà la Porro & Co.) a Giorgio Corbelli, capo dell'azienda specializzata nel settore vendite Telemarket, mentre nel 2002 incorpora la casa d'aste veneziana Semenzato. Con l'uscita del presidente, Franco Semenzato, le entrate diminuiscono peggiorando ulteriormente tra 2005 e 2009. Dopo licenziamenti, svendite di proprietà e polemiche ora la società è in liquidazione dal giugno 2011.¹³⁷

Sono invece resiste e cresciute realtà minori come l'impresa Pandolfini, fondata nel 1924 a Firenze, che attualmente occupa la quinta posizione per fatturato nella classifica relativa al giro d'affari delle case d'asta in Italia, secondo il bilancio 2012.¹³⁸

Il mercato nazionale, se messo a confronto con le maggiori piazze estere, rimane comunque ridotto, soprattutto quello contemporaneo.¹³⁹ Il consulente, che offre il servizio ai clienti della banca, saprà leggere queste condizioni traendo le giuste conclusioni.

¹³⁷ Lucian Comoy, “Il dilemma di Finarte: liquidità o liquidazione”, in *Il Giornale dell'Arte*, numero 311, luglio 2011 <<http://www.ilgiornaledellarte.com/articoli/2011/7/109352.html>>, consultato il 2 luglio 2013.

¹³⁸ “Bilancio 2012. Il mercato dell'arte in Italia”, in *ArtsLife*, 28 dicembre 2012, <<http://www.artslife.com/2012/12/28/bilanci-2012-il-mercato-dellarte-in-italia>>, consultato il 19 settembre 2013.

¹³⁹ Alberto Fiz, testimonianza colloquio telefonico, 8 luglio 2013.

Le considerazioni fatte non devono inoltre ingannare nell'identificazione della figura "Art advisor", che non è né operatore nel mercato, né intermediario. Come afferma Alberto Fiz :«siamo arbitri non giocatori», la posizione è quella del cliente, non fa' differenza se quest'ultimo decide di acquistare o meno, nell'attività contano solo professionalità e conoscenza.¹⁴⁰

Alberto Fiz e Marina Mojana, come già spiegato, sono *Art advisor* del Gruppo Intesa Sanpaolo. Nello specifico Fiz tratta il comparto arte moderna tra '800 e '900, Futurismo fino al Contemporaneo (post anni '70), mentre Marina Mojana si occupa dell' Antico e Moderno storicizzato. Altri esperti, richiesti se necessario, trattano i settori "nicchia" quali antiquariato, numismatica, gioielleria.

Ma gli istituti italiani si pongono in modo eterogeneo rispetto alla gestione, organizzazione e inserimento nella loro struttura del settore arte, in quanto l'*Art Banking* implica una diversificazione della loro attività e dell'offerta. La problematica viene affrontata dagli stessi Fiz e Mojana nel *Manuale del Private Banker*, volume a cura di Paola Musile Tanzi, economista oltre che docente presso la Scuola di Direzione Aziendale dell'Università Bocconi (Milano) e l'Università di Perugia. L'opzione da valutare sarebbe quella definita *make or buy*, cioè decidere se presentare nuovi "prodotti", realizzati con risorse interne, o acquisirle all'esterno da terzi.

Per risorse intendiamo naturalmente le capacità professionali, ovvero la scelta di trovare le competenze adatte nel settore arte tra quelle già presenti nell'azienda, se opportunamente flessibili, o al contrario ottenere dall'esterno l'appoggio di specialisti costruendo partnership con enti e singoli soggetti che nel tempo potranno entrare a far parte dell'ente bancario. Si avranno in sintesi: acquisizione di conoscenze-*skills* dall'esterno, rapporti esclusivi, inserimento progressivo di altre competenze grazie a relazioni professionali con entità specializzate nel settore sul lungo periodo.¹⁴¹

Le informazioni evidenziano come esistano diverse tipologie di approccio e costruzione dei servizi inclusi nell'*Art Banking*, quale l'*Art Advisory*.

¹⁴⁰ Marina Mojana, testimonianza colloquio telefonico, 10 giugno 2013.

:«La società riceve un compenso (*fee*) dalla banca indipendentemente dal numero di consulenze fatte, e il servizio è offerto gratuitamente al cliente. Le consulenze coprono l'intero territorio nazionale e sono rivolte a clienti di fascia elevata (> 1.000.000 €)».

¹⁴¹ Fiz. A., Mojana M. e P. Musile Tanzi, "Investire in arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*. Prossima pubblicazione settembre 2013, (cap.14).

Intesa Sanpaolo ha deciso di separare la cura del proprio patrimonio dalle funzionalità commerciali, attuando una scelta strategica differente rispetto ad UniCredit.

Banca UniCredit ha infatti internalizzato il servizio *Art Advisory* nell'ambito *Private*, assumendo Domenico Filipponi, professionista già accreditato. L'attività rientra nel bilancio d'azienda ed è centro di costo, ovvero unità contabile alla quale sono destinate specifiche risorse economico-finanziarie.¹⁴² Sono inoltre curate iniziative culturali ad ampio raggio volte ad ottenere un duplice riflesso, interno ed esterno, sulla società bancaria e sul sociale, progetti dal carattere internazionale che valorizzano la stratificata collezione pur mantenendo uno sguardo speciale sul contemporaneo.

Durante il mio colloquio a Milano, presso la *UniCredit Tower*, ho potuto visitare il piano 12, uno spazio suddiviso in studi e sale nelle quali sono presenti opere di artisti compresi nella *UniCredit Art Collection*. Ad ogni ambiente è conferito il nome dell'autore corrispondente e può essere riservato per eventuali incontri, colloqui, conferenze. Insomma un approccio esplicito, il ruolo dell'arte nelle politiche aziendali è evidente ai professionisti e dipendenti del Gruppo, che pur appartenendo a settori diversi possono scoprire un nuovo interesse o almeno beneficiare esteticamente della visione, ma anche a clienti e collaboratori viene data una chiara immagine dell'impegno e della posizione presi dall'istituto. In riferimento vorrei citare una frase pronunciata dall'ex Amministratore Delegato, Alessandro Profumo, nell'intervista tenuta da Pierluigi Sacco, professore di Economia della Cultura dell'Università IUAV (Venezia), e pubblicata nel catalogo della mostra già menzionata "Past Present Future. Highlights from the UniCredit Group Collection" (2009) :«L'esperienza dell'arte mi arricchisce come individuo e quindi anche come manager».¹⁴³

Nonostante le distinte pianificazioni aziendali, la figura dell'*Art advisor* mantiene le caratteristiche chiave di cui abbiamo già parlato e la sua attività può essere distinta nei due seguenti rami:

- Protezione, consolidamento del patrimonio già posseduto

¹⁴² Giuseppina Delfino, testimonianza colloquio personale, Milano, 23 luglio 2013.

¹⁴³ Guadagnini W. (a cura di), *Past Present Future. Highlights from the UniCredit Group Collection*, catalogo della mostra "Past Present Future. Highlights from the UniCredit Group Collection", Vienna, Bank Austria Kunstforum 16.10.2009 – 10.01.2010, Milano, Skira Editore, 2009, p.22.

- Contenimento del rischio in vista di nuovi investimenti economici, differenziazione, acquisto

Soffermandoci sul processo valutativo, il professionista dovrà essere in grado da un lato di esprimere il giudizio su beni già posseduti, facenti parte di una collezione esistente, dall'altro di esporsi e consigliare su possibili investimenti futuri. Le due situazioni implicano approcci a problematiche distinte.

E' lo stesso Filipponi ad indicare i principali "strumenti" utilizzati per l'attività valutativa: la conoscenza personale del mercato associata ad un'esperienza pratica nel settore; il *network* di relazioni con specialisti esterni; le banche dati utilizzate per consultazione ¹⁴⁴

Arriviamo a comprendere come il *Private Banking*, nel settore "arte", faccia fronte a diverse esigenze di gestione e costruzione di patrimoni compositi, una sorta di mosaico con tasselli destinati a confluire in una visione finale il più possibile omogenea. Nella consulenza finalizzata alla gestione, alla vendita o all'acquisto, l'*Art advisor* dovrà rispondere a quesiti di natura legale, tecnica, pratica, assicurativa, ¹⁴⁵ analizzando attentamente ogni bene e stabilendo il grado di mantenimento del valore nel futuro. La protezione del cliente resta questione primaria e la motivazione ad essa legata è chiara: il denaro non deve essere perso. ¹⁴⁶

Lo schema seguente sintetizza i rapporti nell'erogazione del servizio tra: cliente - *banker* - *Art advisor*.

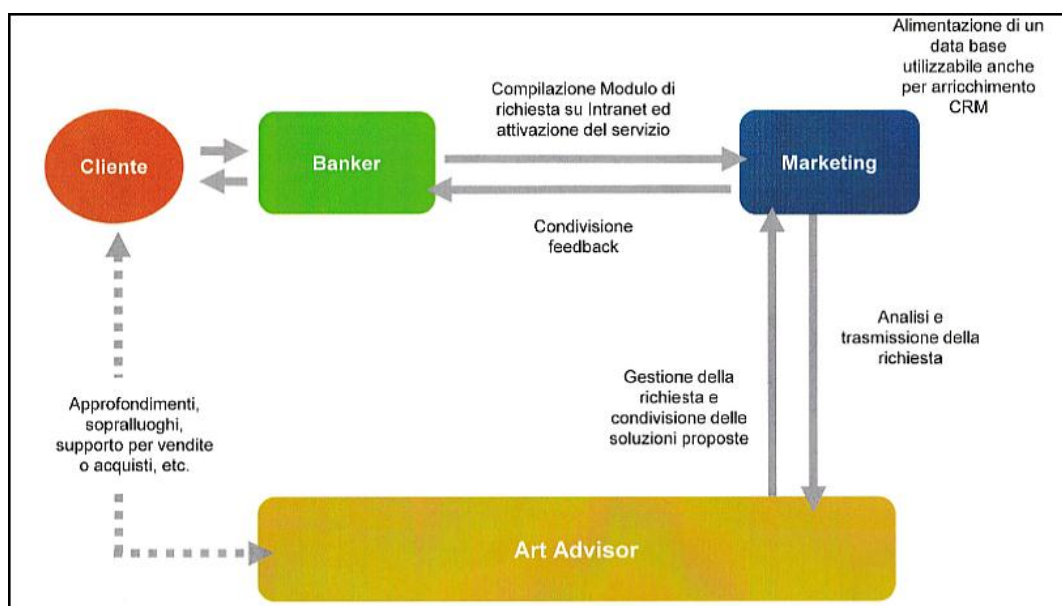
¹⁴⁴ I *database* fungono da supporto e non possono rispondere in maniera univoca.

¹⁴⁵ Fiz. A., Mojana M. e P. Musile Tanzi, "Investire in arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, Prossima pubblicazione settembre 2013, p.19(cap.14).

¹⁴⁶ Domenico Filipponi. testimonianza colloquio telefonico, 12 luglio 2013.

Figura 2: Il modello di servizio *Art Advisory*¹⁴⁷

Fonte: Intesa Sanpaolo Private Banking – Il servizio di *Art Advisory*



Cerchiamo di comprendere meglio tali relazioni andando ad approfondire l'attività in ambito valutativo declinata secondo il servizio richiesto.

2.1.a. Collezionismo: alla ricerca del tesoro perduto

Nella mia indagine ho potuto parlare con Giuseppina Delfino, attuale responsabile interna del servizio *Art Advisory* di *Intesa Sanpaolo Private*, settore marketing, che possiede un'ampia prospettiva sulle operazioni eseguite e gli utenti coinvolti.

La professionista sottolinea come il fulcro dell'attività per ogni *Art advisor* riguardi la valutazione a scopo successorio. Clienti della banca, in età avanzata ed in possesso di una cospicua collezione, sentono la necessità di avere un inventario e di conoscere il valore di ogni bene della loro raccolta per poterla poi dividere equamente tra gli eredi (in fondo questa considerazione, porta con sé una certa nota malinconica, il tema della *Vanitas* e del tempo che fugge così tanto indagato nella storia da artisti ed intellettuali).

¹⁴⁷ Il concetto di *Customer Relationship Management* (CRM) o gestione delle relazioni coi clienti è legato al concetto di fidelizzazione. In un'impresa *market-oriented* il mercato non è più rappresentato solo dal cliente ma dall'ambiente circostante, con il quale è necessario costruire relazioni stabili di breve e lungo periodo, considerando i valori del soggetto, della società e dell'ambiente. <http://it.wikipedia.org/wiki/Customer_relationship_management>, consultato il 26 luglio 2013.

Tale situazione viene definita :«valutazione di collezionisti defunti a beneficio di eredi inconsapevoli» e rientra nelle *three D* principali cause di cessione di patrimonio: *death, debt, divorce*.

A livello pratico il cliente richiede l'intervento del gestore bancario, l'*home banker* più vicino. Questo si reca nell'abitazione, o dove sono conservati i beni, trae una prima documentazione fotografica, proseguendo nella catalogazione e stilando l'elenco, più dettagliato possibile degli oggetti. Le informazioni verranno poi trasmesse all'*Art advisor* che fornirà una stima iniziale. Come già detto in Intesa Sanpaolo si tratta della società Eikonos Arte, altri istituti fanno riferimento a società esterne o al ramo specializzato interno. Gli esperti daranno il loro giudizio, individuando un valore indicativo da conferire all'opera e, se necessario, proponendo di ricercare l'attribuzione (appoggiandosi agli istituti ufficiali quali archivi, fondazioni, eredi).

Si farà inoltre utilizzo, a fine di comparazione, delle principali banche dati online, relative ai prezzi di aggiudicazione all'asta dei beni artistici, e di *expertise* esterne diversificate per competenza.

Solitamente il contatto diretto *Cliente-Art advisor* avviene in un secondo momento. Se l'esperto ritiene che il materiale fornitogli non sia sufficiente e di dover visionare i beni direttamente si recherà nella residenza del cliente assieme al gestore, condizione che potrebbe presentarsi anche a scopi commerciali, nel caso chi richiede la consulenza volesse passare alla vendita.¹⁴⁸ Dopo la visita e la completa valutazione, viene redatto un documento nel quale è presentato l'inventario finale dei beni nonché la stima commerciale associata. Durante le indagini può accadere che si scoprano veri e propri capolavori, ma possono ugualmente essere individuati falsi e beni di una qualità inferiore rispetto alle attese.

L'attività valutativa svolta dalla banca punta in questo senso alla sensibilizzazione dei soggetti *private* verso la catalogazione e la cura del proprio patrimonio, che solo così potrà mantenere il valore originariamente riconosciuto. C'è da dire che i clienti si dimostrano tendenzialmente conservatori, soprattutto in questi ultimi anni di crisi emerge una maggiore attenzione, quasi una ricerca del tesoro nascosto.¹⁴⁹

¹⁴⁸ Il sopralluogo e la visione diretta del bene sono importanti per verificare l'effettivo stato di conservazione, caratteristica fondamentale nella definizione del valore.

¹⁴⁹ Giuseppina Delfino, testimonianza colloquio personale, Milano, 23 luglio 2013.

La valutazione non riguarda solo collezioni ma anche singole opere. Ritornando al cambio generazionale può presentarsi il caso del possessore di un'ampia gamma di lavori d'arte contemporanea che i figli non sono in grado di mantenere viste le ampie dimensioni; pertanto egli viene costretto ad optare per la vendita dei beni e l'acquisto di un singolo pezzo di valore equivalente o vicino all'intera raccolta.

Nella gestione e consulenza di patrimoni esistenti vi sono alcune problematiche da evidenziare. Prima operazione sarà l'aggiornamento nelle stime delle opere ai valori attuali di mercato (rivalutazione) che comporterà un adeguamento anche della copertura assicurativa commisurata all'effettiva qualità del bene.

Si passa poi all'assistenza legale in caso di vendita o divisioni successorie, controlli su stato di conservazione e deterioramento degli oggetti, oltre ad eventuali restauri. Infine trasporto e trasloco che necessitano particolari attenzioni.¹⁵⁰

Nell'inventariazione di queste collezioni formate da elementi eterogenei dal punto di vista tecnico, artistico, storico, dove non sempre i beni hanno il valore che ci si aspetta, tema delicato da affrontare è quello dell'autenticazione. Verificarla ed ottenerla diviene cruciale per la futura collocazione dell'oggetto sul mercato, il riconoscimento e la vendita.¹⁵¹

Lo studio specializzato *II Art Advisory*, fondato nel 2007 tra New York e Firenze da Ivona Ivkovic (laureata in storia dell'arte presso l'Università degli Studi di Bologna e specializzata in *post-war* e arte contemporanea con esperienze in varie Gallerie a livello europeo) offre online una pagina web ricca di informazioni, tra le quali viene sottolineato come il Certificato di Autenticità o Autentica sia il “documento legale più importante che accompagna la vendita e l'acquisto di un opera d'arte. Secondo il decreto legislativo 1062 del 25/01/1971, ogni opera d'arte commercializzata in Italia deve essere autenticata con una fotografia dell'opera stessa con sul retro la dichiarazione di autenticità rilasciata dall'artista, corredata dalla sua firma. (...)”.

Per le opere donate, acquistate da intermediari e di artisti non più in vita, come spesso sono quelle conservate in raccolte famigliari, l'autentica può non essere presente, anche se si è quasi certi dell'originalità del bene. La questione è complicata e coinvolge determinate strutture di riferimento; sarà necessario rivolgersi a specialisti, con qualifica

¹⁵⁰ Domenico Filipponi, testimonianza colloquio telefonico, 12 luglio 2013.

¹⁵¹ Alberto Fiz, testimonianza colloquio telefonico, 8 luglio 2013.

di periti, la cui autorità è unica e avvallata dagli eredi dell'artista. Questa competenza prende generalmente la forma di Archivio Nazionale, Fondazione o Galleria d'arte autorizzata a rilasciare perizie ufficiali.¹⁵²

Nell'ambito italiano molto citate la Fondazione Fontana e la Fondazione De Chirico.¹⁵³

A livello internazionale pensiamo per Rubens al centro di studi *Rubenianum*, con sede ad Anversa¹⁵⁴ e al particolare caso della *Andy Warhol Foundation* che nei primi mesi del 2012 ha sciolto l'*Andy Warhol Art Authentication Board*, per concentrarsi sul lavoro di ricerca e approfondimento del catalogo già avviato.¹⁵⁵

Emerge in questi pochi tratti un contesto stratificato, una rete fatta di conoscenze del e nel "sistema".

Anche se non propriamente oggettivo, il giudizio dell'esperto è sempre vincolante e diviene quindi indispensabile per determinare la qualità dell'opera posseduta.

Sappiamo che il bene artistico presenta di per sé caratteristiche uniche. E' chiaro per esempio che se si parla di un maestro dell'arte antica (*Old Master*) come Tiziano la quotazione sarà molto alta, ma si scopriranno lavori che ne richiamano lo stile, che fanno parte della bottega o di esponenti minori, ed ecco che il valore può oscillare da 1 a 10 con molta facilità.¹⁵⁶

Come sottolineato ancora da Filipponi, quando si parla d'arte "non esistono valori certi". Se per un gioiello andare a stabilire la contropartita monetario è più semplice in seguito ad analisi chimiche del metallo o delle pietre con determinazione del carato, per il bene artistico l'indagine in laboratorio non è sufficiente, un dipinto può essere definito "del '500" ma l'informazione dovrà essere opportunamente integrata e la stessa tela divenuta "un Caravaggio" assumerà tutt'altro pregio.

Spostandosi a considerare la molteplicità di beni (dal quadro, al mobile, al tappeto fino all'argenteria) quando si trova davanti l'oggetto l'esperto *Art advisor* può dare la sua opinione, definire un certo valore, in base all' "occhio" personale, all'analisi storico-artistica e allo stato di conservazione riconosciuto.

¹⁵² <<http://www.iiartadvisory.com/concetti-base-certificato-dautenticita>>, consultato l'8 luglio 2013.

¹⁵³ Giuseppina Delfino prende come esempio il cliente, proprietario di un'ampia raccolta di opere di Giorgio De Chirico, alcune già autenticate, altre invece senza la certificazione necessaria, che richiese proprio la consulenza *Art advisor* al gestore bancario, per ottenere pieno riconoscimento di tutti i beni.

¹⁵⁴ <<http://www.rubenianum.be>>, consultato il 13 luglio 2013.

¹⁵⁵ <http://www.warholfoundation.org/legacy/authentication_procedure.html>, consultato il 9 luglio 2013.

¹⁵⁶ Alberto Fiz evidenzia il problema, testimonianza colloquio telefonico, 8 luglio 2013.

Fondamentale sarà poi il confronto e la raccolta di pareri degli specialisti del determinato segmento che andranno a confermare o meno l'opinione dell'esperto, conferendo l'autorità dovuta. Tutti i giudizi dovranno essere raccolti e presentati al cliente che richiede la consulenza, come prova del contenimento nel rischio di valutazione errata. Non bisogna infatti dimenticare che la parola del consulente bancario, seppur autorevole, rimane soggettiva e deve essere avvalorata dal "conoscitore" specifico.

Se i due pareri di stima si avvicinano, cosa che generalmente avviene, si potrà calcolare la media e presentare al cliente la cifra ipotizzata; se i pareri divergono in modo evidente saranno fatti ulteriori approfondimenti e analisi, interpellando altri soggetti, in un confronto multiplo.

Quello che risulta fondamentale è conoscere gli specialisti accreditati per ogni possibile elemento, il collezionista è quindi condotto, grazie all'*Art advisor*, in un tessuto di relazioni articolato che se agisse autonomamente forse non conoscerebbe. L'*advisor* bancario assume un ulteriore ruolo, fornendo la chiave di accesso ad una realtà spesso chiusa ed elitaria, per questo entrarvi diviene motivo di prestigio.¹⁵⁷

Dopo lo sguardo acuto del consulente e l'appoggio ad esperti esterni, il terzo ingrediente è costituito dai numerosi *database* presenti on-line. In conclusione esperienza, consultazione di specialisti del settore e banche dati portano alla costruzione delle forbici di stima finali.

Un patrimonio già consolidato è riflesso della storia personale, professionale del cliente e dei suoi gusti, costruito nel tempo passo dopo passo. L'attività valutativa associata, come si è cercato di mettere in luce è ampia e frammentaria, preceduta da una fase di ricognizione, accertamento di provenienza e autenticità, catalogazione, bibliografia, presenza in sedi espositive fino all'inventariazione finale.¹⁵⁸

Insieme di elementi volti al raggiungimento di un risultato quanto più coerente, che rispecchi e rispetti l'unicità dell'opera e della collezione di cui essa è parte.

¹⁵⁷ Domenico Filipponi, testimonianza colloquio telefonico, 12 luglio 2013.

¹⁵⁸ Maria Cristina Ragazzoni, email, 12-15 luglio 2013.

2.1.b. Quando acquistare, quando vendere

L'Art advisor non si occupa solo di gestione e catalogazione, a volte può essere chiamato per consigliare l'oggetto artistico da comprare nel dato momento pensando al valore che avrà in futuro, in vista di possibili vendite e cessioni. La dimestichezza con il mercato dell'arte, necessaria in questo caso, implica attività articolate quali il monitoraggio di prezzi, la conoscenza delle percentuali di venduto e invenduto per singolo artista, l'aggiornamento su ultime tendenze, mostre ed esposizioni, oltre alla consulenza legale, tecnica e assicurativa di cui già si accennava.

Per quanto riguarda la conoscenza di leggi e regolamenti, in sede d'acquisto si dovranno verificare nuovamente proprietà e originalità del bene, provenienza accertata con dovuta documentazione, presenza se necessario delle licenze di esportazione.

Il tema autenticità non è complesso solo nel segmento antico - moderno, infatti per l'arte contemporanea spesso non sono ancora individuate strutture accreditate o si hanno tecniche ed espressioni difficili da delineare e quindi "autenticare".¹⁵⁹ Se si parla di vendita questione spinosa è poi quella relativa all'obbligo del *droit de suite*, che vuole tutelare i creatori, i loro famigliari ed eredi diretti.^{160,161}

Negli ultimi anni la crisi ed una crescente prudenza hanno contratto il settore acquisti anche per il servizio *Art Banking*.

In passato il cliente cercava spesso l'Art advisor per essere accompagnato a fiere, aste e appuntamenti più importanti ottenendo supporto nella scelta. Oggi lo stesso cliente compra meno ma chiede di più, ciò significa un incremento della domanda su consulenze mirate e specifiche. L'utente vuole sapere non solo su quale artista o su

¹⁵⁹ Riferendosi all'arte contemporanea Sonia Farsetti, presidente dell'Associazione Nazionale Case d'Asta, afferma: «(...) Salvo il caso di autentiche rilasciate dall'artista stesso, il problema nasce quando dopo un certo lasso di tempo cambiano i referenti. Può capitare che il lavoro di un critico, riconosciuto come l'indiscusso esperto di un certo artista, venga contestato e smentito da un nuovo esperto non appena deceduto il primo». *La Gazzetta delle Aste*, n. 4, ottobre 2006. Op.Cit. in Fiz. A., Mojana M. e P. Musile Tanzi, "Investire in arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, prossima pubblicazione settembre 2013, (cap.14).

¹⁶⁰ D.L. 13 gennaio 2006 n. 118 in recepimento della Direttiva CE 27 settembre 2001, n. 84 in G.U.E. 13 ottobre 2001, n. 272. G. Candela, A. Cicchetti e N. Soldato ricordano che «Il Diritto di seguito è un intervento di legge specifico a tutela dei maestri dell'arte visiva che stabilisce la compartecipazione dell'artista all'incremento di valore realizzato da una sua opera nelle vendite successive alla prima [...] ha una durata pari all'intera vita dell'Autore e per i settanta anni successivi alla sua morte a favore dei suoi eredi, così come individuati da norme codicistiche e non può costituire oggetto di alienazione o rinuncia nemmeno preventiva.[...] Il diritto di seguito è dovuto solamente nel caso in cui il prezzo della vendita sia non inferiore a 3.000 euro e, in ogni caso, l'importo totale del compenso non può essere superiore a 12.500 euro». *La Gazzetta delle Aste*, n. 4, ottobre 2006.». Op.Cit. in Fiz. A., Mojana M. e P. Musile Tanzi, "Investire in arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, cit. (cap.14).

¹⁶¹ *Ibid.*

quale opera puntare, ma avendo già un obiettivo specifico, vuole essere sicuro che vi sia congruità nel prezzo e si stia agendo in modo corretto.

Non raro il caso di chi richiede consulenza per l'acquisto di un quadro destinato ad un dato ambiente della propria residenza, l'opera deve avere precise dimensioni, determinato soggetto e appartenere ad epoca stabilita.

C'è da dire poi che, come emerso dalle testimonianze dei principali operatori, in ambito Italiano sono rari gli acquisti a fine speculativo e sul breve termine, in genere la tendenza è l'acquisto finalizzato al possesso prolungato nel tempo.¹⁶²

Speculazione o meno lo scopo è sempre il medesimo: comprare al minimo per riuscire a vendere al massimo e almeno preservare il valore riconosciuto, per questo i clienti sono alla ricerca in particolare di sicurezza e garanzia.¹⁶³ Come accade in tutti i mercati, se si necessita di liquidità e si (s)vende nel momento sbagliato il guadagno è minore, se non si ha bisogno di liquidità e si offre cavalcando l'onda sarà molto più probabile ottenere un profitto.¹⁶⁴

In ambito artistico gli autori contemporanei, implicano sempre il rischio maggiore, dall'altro lato il moderno dà una buona risposta, anche se negli ultimi anni si è assistito ad un calo drammatico negli artisti italiani del dopoguerra come De Pisis e Sironi a fronte invece di valori ancora stellari per Lucio Fontana, Pietro Manzoni ed Enrico Castellani. E' comunque inevitabile notare come a livello di contrattazioni e vendite il fatturato relativo all'antico sia minore.

Alberto Fiz rileva che nell'ultimo anno tra Londra e New York, i risultati d'asta di Impressionisti, Moderni e Contemporanei hanno generato un business di circa 1 miliardo di euro, quando l'Antico ha mosso "appena" 60 milioni.¹⁶⁵

Insomma la clientela è sempre più consapevole, vede nell'arte il modo per soddisfare un desiderio, qualcosa che rimarrà e che potrà essere trasmesso come segno di sé agli eredi; un bene che forse finirà in qualche soffitta per essere riscoperto nel momento opportuno e nella speranza di trovare la pepita d'oro sognata, arrivando a chiamare la propria banca di fiducia per ottenere la garanzia che quella pepita non si riveli un comune sasso.

¹⁶² Giuseppina Delfino, testimonianza colloquio personale, Milano, 23 luglio 2013.

¹⁶³ Alberto Fiz, testimonianza colloquio telefonico, 8 luglio 2013.

¹⁶⁴ Marina Mojana, testimonianza colloquio telefonico, 10 giugno 2013.

¹⁶⁵ Alberto Fiz, testimonianza colloquio telefonico, 8 luglio 2013.

Come già osservato, dopo il 2008, anno indicativo dell'attuale crisi, è andata man mano a crescere la richiesta mirata di consulenza volta a nuovi investimenti, per cui l'arte diviene strumento di diversificazione del portafoglio¹⁶⁶ e copertura contro l'inflazione; il denaro è protetto, come dice Marina Mojana :«non sparisce, si sposta o si concentra in un'unica mano». Quello che conta è comprare con accuratezza e soprattutto saper conservare e mantenere in maniera adeguata nel tempo il proprio patrimonio.¹⁶⁷

In questo periodo di recessione un peso maggiore grava naturalmente sulla fascia media, anche nell'investimento in arte, rimane invece stabile la classe “inferiore” interessata all'acquisto di piccole opere, molte fotografie, stampe o grafiche con un budget minore di 10.000 euro. I capitali più cospicui non sono toccati dalla crisi e per questo l'arte diviene qualificata *asset class* alternativa, per coloro che possono permetterselo.

2.2. Altre “banche”: i database dell'arte

Nello studio del mercato dell'arte i prezzi delle opere accessibili a tutti rimangono quelli riguardanti le aggiudicazioni nelle più prestigiose e importanti case d'asta.

Siti specializzati, divenuti vere e proprie enciclopedie da consultare all'occorrenza,¹⁶⁸ raccolgono tali informazioni, costruiscono indici di prezzo utilizzando le metodologie già approfondite e offrono servizi sempre più ampi. Gli stessi professionisti intervistati in questa mia ricerca ne riconoscono l'utilità come strumenti di supporto.¹⁶⁹

Il loro ruolo non deve infatti essere sopravvalutato in quanto i dati recepiti verranno affiancati a conoscenze personali ed ulteriori informazioni.

UniCredit per esempio negli anni passati strinse un rapporto di collaborazione con ArsValue, per la costituzione dell'Indice di Mercato degli artisti italiani del dopoguerra. Collaborazione ora conclusa in quanto tale indice, rimanendo basato sulle transazioni

¹⁶⁶ Domenico Filipponi, testimonianza colloquio telefonico, 12 luglio 2013.

Da notare che, rispetto a quanto indicato da Giuseppina Delfino (Intesa Sanpaolo), Filipponi dopo il 2008, individua una crescita nella richiesta di supporto per nuovi acquisti e investimenti nel campo arte a fronte di una diminuzione delle valutazioni e gestioni di patrimoni già esistenti; indice questo probabilmente della diversa tipologia di clientela.

¹⁶⁷ Marina Mojana fa l'esempio di un cliente che negli anni '80 spese milioni per alcuni mobili, oggi i figli detengono forse 1/3 del valore originario.

¹⁶⁸ “Database, banca dati o base di dati, indica un archivio dati, o un insieme di archivi, in cui le informazioni in esso contenute sono strutturate e collegate tra loro secondo un particolare modello logico (relazionale, gerarchico, reticolare o a oggetti) e in modo tale da consentire la gestione/organizzazione efficiente dei dati stessi e l'interfacciamento con le richieste dell'utente. (...)”.

<<http://it.wikipedia.org/wiki/Database>>, consultato il 2 agosto 2013.

¹⁶⁹ Alberto Fiz, testimonianza colloquio telefonico, 8 luglio 2013.

avvenute in Italia, non si adeguò ai ben diversi valori internazionali (considerando che, per un'artista come Piero Manzoni, il 98% dei movimenti tocca le principali capitali estere).¹⁷⁰

Vediamo le caratteristiche di alcuni di questi dizionari elettronici concretamente utilizzati da *Art advisor* per valutazione e gestione di patrimoni preesistenti e per suggerimenti su vendita - acquisto; nello specifico: Artnet, Artprice, Arcadja, ArsValue. Ho scelto gli esempi indicati pensando fosse interessante affiancare due grandi nomi internazionali e due recenti realtà italiane, cercando di evidenziarne punti di forza e difetti. Essi si differenziano infatti per qualità e copertura di informazioni. (Tabella 5)

Merita particolare attenzione l'articolo "Primo semestre 2013: conti in miglioramento per Artnet, pesante deficit per Artprice" scritto da Maria Adelaide Marchesoni in *Il Sole 24 Ore, ArtEconomy 24* (10 settembre 2013), dove si parla dello stato di "salute" monetaria dei due magnati dell'informazione, delle prospettive future, ma anche di progetti innovativi, potenziali concorrenti o possibili "alleati", come Amazon art.

Il tipo di *database* al quale fare affidamento può dipendere dai fini della ricerca e dalla maggiore facilità nell'utilizzo. Le indicazioni dovranno sempre essere valutate con cautela ricordando che tutti gli indici di prezzo nel mercato dell'arte soffrono di deviazioni, in gran parte dovute al difficile accesso ai dati riguardanti compravendite e transazioni private, anche se negli ultimi anni la rete ha aperto nuove possibilità, offrendo maggiore accuratezza e trasparenza.

¹⁷⁰ Domenico Filipponi, testimonianza colloquio telefonico, 12 luglio 2013.

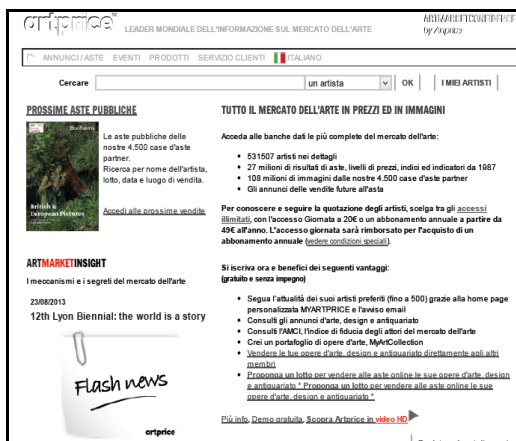
Tabella 5: Database - quattro esempi

La presente tabella ha come matrice il modello pubblicato nel volume *Fine Art and High Finance*, di Clare McAndrew (New York, Bloomberg Press, 2010).¹⁷¹ Ho apportato delle modifiche in relazione ad alcuni campi di ricerca (paese d'origine, anno fondazione, gallerie) aggiungendo i database italiani e aggiornando i dati secondo le indicazioni attuali.

	Artprice <i>www.artprice.com</i>	Artnet <i>www.artnet.com</i>	Arcadja <i>www.arcadja.com</i>	Arsvalue <i>www.arsvalue.com</i>
Paese d'origine	Francia	Stati Uniti-Germania	Italia	Italia
Anno fondazione	1987	1989	2002	2000
N. artisti	533.002	270.000	200.000	27.481
N. case d'asta	4.500	1.400	800	32
N. gallerie	Non analizzate	1.700 (35.000 artisti)	Non analizzate	26 (dati non inclusi nell'indice)
Copertura	Fine art Design Antiquariato (27 milioni di risultati)	Fine art, Design Arte decorative Fotografia e stampe (7 milioni di risultati)	Fine art (4milioni di risultati)	Fine art (283.000 di risultati)
Estensione temporale	Dal 1960 ad oggi	Dal 1985 ad oggi	1998 ad oggi	1995 ad oggi
Motore di ricerca	Avanzato	Avanzato	Moderato	Limitato
Attività correlate	- Artprice Indicator Service - Vendita – acquisto - Artprice Store - Partecipazione aste - Creazione portafoglio - Valutazione - ArtMarket Confidence Index - Artprice Images - Art MarketInsight	- Market Reports - Analytic Reports - artnet Galleries - Partecipazione aste (artnet Auctions) - Market Alert - artnet Insights	- Arcadja Auctions - Art Market Trends - Art News - Calendario aste - Sponsored Auctions	- Indici Mercato Italiano - Gallerie (pubblicità) - Artisti (pubblicità) - Partecipazione aste - Vendita - Acquisto - Consulenza gestione portafoglio - Archivi - Valutazione – Perizie - Storia dell'Arte
Iscrizione (fasce che includono diversi servizi da 1 giorno ad 1 anno)	20€ - 598€	19.50\$ - 12.456\$	8.90€ - 123.50€	30€ - 799€

¹⁷¹ Mc Andrews C., *Fine art and High Finance*, New York, Bloomberg Press, 2010, pp. 68-69.

2.2.a. Artprice - web.artprice.com



Prima società di servizi sul web quotata al *Nouveau Marché de Paris*, Artprice viene fondata nel 1987 ed è attualmente un nome di punta nella fornitura di dati sul mercato dell'arte. Direttamente controllata dal gruppo Serveur (60%) di Thierry Ehrmann, alcune delle sue quote fanno parte del fondo Internet di Arnault Europ @web il quale detiene il 17% del capitale. Il già menzionato Bernard Arnault è l'imprenditore francese a capo di LVMH¹⁷² che ha acquisito, alla fine degli anni '90, la stessa casa d'aste Philips¹⁷³.

Artprice tratta circa 500.000 artisti, contiene 700.000 biografie, 27 milioni di risultati di aggiudicazioni all'asta dettagliati.

Come genesi dell'attività, viene posta la raccolta di nozioni dai cataloghi e pubblicazioni, principalmente dal 1700 al 1970 su raggio globale.

Il documento di presentazione Artprice relativo all'anno 2012,¹⁷⁴ sottolinea l'importanza nella maturazione di un certo *savoir historique* senza il quale non sarebbe possibile la costruzione di standard adeguati né il monitoraggio delle diverse opere, comprendendo provenienza, attribuzione e peculiarità per autore.

Ad avvalorare tale livello l'aggiornamento costante delle banche dati nell'osservazione dell'attività di 4.500 case d'asta.

¹⁷² Louis Vuitton Moët Hennessy S.A.

¹⁷³ Gianola R. (a cura di), *Dizionario della New Economy*, Milano, Baldini&Castoldi s.r.l, 2000, p.30.

Vedi anche <<http://fr.wikipedia.org/wiki/Artprice>>; <<http://www.serveur.com>>, consultati il 17 settembre 2013.

¹⁷⁴ Presentation artprice, <<http://imgpublic.artprice.com/pdf/presentation-ag-2012.pdf>>, consultato il 5 agosto 2013.

I 2 milioni di utenti registrati possono muoversi in una vera e propria Piazza del Mercato Standardizzata mondiale, nella quale è concesso acquistare e vendere opere, sia a prezzo fisso sia al miglior offerente.

Individuare e analizzare un artista è relativamente semplice. Una volta che il nome verrà estratto dal sistema in seguito a ricerca diretta o dal dettagliato elenco alfabetico, saranno presentati tutti i dati accessibili: risultati d'asta (nel totale e suddivisi per tecnica di produzione), prezzi di aggiudicazione, immagini, stime prevendita, quotazioni e indici. *Artprice Images* dà inoltre accesso illimitato a un grande fondo costituito da 108 milioni di immagini e stampe di opere dal '700 ad oggi opportunamente commentate da storici professionisti. Tra i Dati Personali di ogni autore è poi presentata la biografia, vi sono eventualmente i prossimi passaggi in asta e la sezione "in Vendita" per sapere come acquistare o cedere i beni sulla piazza Artprice.

Il portale, come accennato, dà l'opportunità di comprare e vendere diversi lotti.

Proprio alla voce "Acquista e Vendi", è concesso scegliere tra:

- Arte, design e antiquariato
- Professionisti, artisti, privati
- Aste (prezzo di base) o annunci (prezzo fisso)

E' possibile inserire notifiche, selezionare gli autori che si ritiene utile controllare e fare una ricerca avanzata in base alla tipologia di opera.

La struttura Artprice si pone quale intermediatrice, garantendo un certo livello etico oltre alla dovuta visibilità. Gli agenti nello scambio hanno dunque l'opportunità di venire direttamente in contatto in modo sicuro (la società ha un accordo con *Interpol's Stolen Works of Art database* e un contatto costante con il servizio giudiziario in più di 70 paesi). Ogni cliente può anche creare il proprio *Artprice Store* così da poter gestire a piacimento annunci, vendite e acquisti.

Interessante il fatto che per "normalizzazione" si intenda il voler fornire dati a tariffe accessibili al grande pubblico, nella consapevolezza della sua importanza per la crescita del mercato stesso. L'informazione è risorsa chiave in questo senso.

E' sottolineato il supporto ai professionisti del settore. Per esempio più dell'80% delle case d'asta nel mondo compongono i loro cataloghi a partire dai dati offerti nei *database*, perché ritenuti completi e precisi. La collaborazione con Artprice permette

una contrazione dei tempi e la diffusione verso un più ampio bacino di clientela offrendo la possibilità alle case d'asta, le quali spendono in pubblicità e marketing circa il 70-80% delle loro risorse, di ottenere tale pubblicità ad un costo che non supera il 4,5%. Secondo Artprice il modello “piazza di mercato normalizzata” è approvato e valido nel settore arte specialmente in periodo di crisi.

Certo questa è la visione “ottimistica” di Thierry Ehrmann, presidente del gruppo, riportata in interviste, documenti di presentazione e pubblicizzazione. La realtà è che, nonostante l'aumento del fatturato in questa prima metà del 2013, gli ultimi tre anni sono stati molto duri, dati i costi legati all'apertura della sede in Asia, ad Hong Kong, nell'agosto 2012. L'azienda attualmente segna in bilancio un deficit di 179 mila €. ¹⁷⁵

Tornando al rapporto con le case d'asta dal 2008 la società è al centro di numerosi contenziosi, denunciata per aver pubblicato cataloghi che sarebbero soggetti a *copyright*. Ehrmann si difende evidenziando il fine pubblicitario dei dati e il fatto che i cataloghi, non essendo originali, non possono essere protetti da diritto d'autore. Si passa dalla causa intentata da Christie's, nella quale non è velata la competizione tra “magnati” per il controllo del mercato, ovvero Christie's - François Pinault contro Artprice - Bernard Arnault; alla recente condanna del luglio 2013 quando la Corte d'Appello di Parigi ha stabilito un risarcimento di circa 900.000€, a carico di Artprice, verso la casa d'aste Camard & Associates. ¹⁷⁶

L'attività del portale riguarda anche la messa a punto di *report* e articoli sull'andamento del mercato, fornendo un sommario annuale delle aste.

Si parla di “metodo econometrico irreprensibile”, nella costruzione di indici di valutazione, inclusi nell'*Artprice Indicator Service*, utilizzando il metodo delle doppie vendite (*Repeat Sales Regression*) per mercati omogenei.

Interessante poi l'*Art Market Confidence Index*. Questo strumento, lanciato il 28 gennaio 2008, mira a monitorare l'opinione degli operatori nel settore arte sulla situazione presente e le prospettive future. L'aggregato si basa sul modello utilizzato per

¹⁷⁵ Marchesoni M.A., “Primo semestre 2013: conti in miglioramento per Artnet, pesante deficit per Artprice”, in *Il Sole 24 Ore, ArtEconomy24*, 10 settembre 2013, <<http://www.arteconomy24.ilssole24ore.com/art/cultura-tempo-libero/2013-09-10/primo-semester-2013-conti-172131.php>>, consultato il 18 settembre 2013.

¹⁷⁶ Marchesoni M.A., “Artprice, condanna record da 900mila euro per la contraffazione di cataloghi aste”, in *Il Sole 24 Ore, ArtEconomy24*, 11 luglio 2013, <<http://www.arteconomy24.ilssole24ore.com/art/cultura-tempo-libero/2013-07-11/artprice-condanna-record-900mila-223009.php>>, consultato il 19 settembre 2013.

l'*Index of Consumer Sentiment* della University of Michigan. Ai 2.072.000 membri Artprice sono rivolte 4 domande, ma solo le ultime 1.000 risposte vengono utilizzate nel calcolo finale. Alla singola questione sono associati tre livelli di pareri: positivi, negativi, neutri. Si calcola quindi per ognuna la media delle percentuali di risposte positive meno la percentuale di risposte negative.

Artprice è stata la prima società del settore ad analizzare anche la fiducia dei consumatori e la loro composizione, in una politica d'azienda che mira all'acquisizione di nuovi clienti, da accompagnare progressivamente verso il servizio.

I così detti *silver surfers* o *Seniors* (più di 55 anni), ormai sono già integrati, mentre crescono i collezionisti più giovani, tra i 30 e 35 anni, grazie al successo dell'abbonamento Artprice su smartphone. Nel merito sono in elaborazione proprio pacchetti su misura che considerano la presenza al 70% di Internet mobile presso i clienti.

Per quanto riguarda il rapporto con l'utente, *My Art Collection by Artprice* permette al singolo soggetto di gestire la propria collezione e portafoglio d'arte, ottenendo una stima aggiornata a livello trimestrale per ogni opera e il rapporto opera-collezione.

Artpricing fornisce invece stima indicativa di un bene analizzando alcuni fattori chiave, sarà poi formulata una forbice di valori e individuata almeno un lavoro simile (se possibile è tracciato il mutamento della forbice di prezzo dal 1995 e sono segnalate altre 3 opere che possono rientrare nel campione). Infine *ArtMarketInsight* offre una molteplicità di articoli e approfondimenti per essere sempre aggiornati sulle ultime tendenze, non solo rispetto ad andamenti statistici ma anche in relazione a critiche e abitudini di consumo.¹⁷⁷

Artprice è la banca dati più matura e sviluppata, per anno di fondazione, molteplicità di dati, servizi. Ciò che la contraddistingue, rispetto ad altri *provider*, è sicuramente l'attenzione verso il "consumatore" tramite monitoraggio e costruzione di pacchetti servizi su misura. Qualità aggiunta è, per esempio, quella di poter trovare, data una specifica transazione, i collezionisti nel mondo che (grazie alla loro reputazione) permettono di duplicare o triplicare il prezzo di vendita dell'opera.

¹⁷⁷ Fonte: <<http://web.artprice.com/home>>, consultato il 16 settembre 2013.

Da poco è stato inoltre lanciato *Artprice Insider*, sorta di social network professionale associato al servizio “Vendita e Acquisto”, che vuole divenire spazio di dibattito e confronto.

Tutto è volto ad un solo obiettivo: più dati e conoscenza veicolano maggiore trasparenza, in un mondo dell’arte dove, secondo la filosofia Artprice, “il diritto all’errore deve essere pari a zero”.

Per quanto riguarda il prezzo dei servizi, l’80% di informazione è gratuita, il 20% è a pagamento, dai 20€ di accesso giornaliero per tutte le banche dati di artisti e aste, ai 598€ per l’abbonamento *expert* annuale che include una molteplicità di opzioni.

Malgrado le difficoltà dell’ultimo periodo Artprice è ancora punto di riferimento in quel mercato arte così bizzarro e osservato con nuove speranze in tempo di crisi. La società va assumendo inoltre un ruolo chiave nel processo di “de-materializzazione” della vecchia economia attuato in rete, anche se in questo caso i protagonisti sono ancora prezzi e arte.

2.2.b. Artnet - www.artnet.com | www.artnet.de | www.artnet.fr



Sotto il marchio artnet si identifica una società attiva da circa vent’anni, specializzata nell’archiviazione ed elaborazione dei dati derivanti dal mercato dell’arte, nel tentativo di fornire una molteplicità di servizi rivolti ad “addetti ai lavori”, collezionisti, utenti di vario genere, in un settore che ha ormai assunto caratteristiche di globalità.

“The Company”, così come viene chiamata, è composta da *Artnet Worldwide Corp.*, fondata dall’artista Pierre Sernet a New York nel 1989, e da *Artnet.com AG* nata in

Germania nel 1998 per essere poi resa pubblica l'anno seguente nel *Neuer Markt* della borsa di Francoforte. Nel 2002 la società cambia nome in artnet AG ed è ora quotata al *Geregelter Markt*. Le principali sedi si trovano a New York, Berlino e Londra.¹⁷⁸

Osservando l'ampiezza e la dispersione del mercato artistico artnet ha cercato di perfezionare gli strumenti per aiutare nella lettura delle informazioni rilevanti, tracciando utili linee guida. Attualmente è qualificato come uno dei più completi *provider* nel quale i servizi offerti vogliono garantire maggiore trasparenza, comunicazione e velocità parallelamente ad una riduzione dei costi.

Punto di forza della società è la base clienti, che include le maggiori case d'asta oltre a mercanti, musei, compagnie assicurative. La portata degli utenti e la reputazione a livello mondiale sono così divenuti fattori decisivi per il successo dell'intero gruppo. Illustriamo alcuni servizi presenti online.

Tra i primi prodotti sviluppati l'*artnet Price Database* (1989), diffuso su internet nel 1995 in contemporanea all'*artnet Galleries*, che raccoglie i portali delle maggiori gallerie presenti al mondo rispettivamente al segmento artistico trattato. Vengono effettuate indagini su mercato e tendenze disponendo di 1.700 gallerie, in un raggio che include circa 60 paesi, 170.000 opere d'arte, 35.000 artisti.¹⁷⁹

L'*artnet Price Database* è un ampio archivio illustrato riguardante *Fine Art, Design* e *Arti Decorative*¹⁸⁰ dove sono riportate caratteristiche oggettive, transazioni e prezzi.

Include oltre 7 milioni di risultati provenienti da 1.400 case d'asta internazionali su un campione di 270.000 artisti, dagli *Old Master* all'arte contemporanea.

L'*artnet Price Database* aiuta nell'individuazione del momento opportuno per eventuali vendite e acquisti, capire quanto si dovrebbe pagare una data opera, qual è il valore di un bene già presente nel mercato secondario da tempo, qual è il peso che fattori oggettivi e soggettivi hanno sul risultato economico finale. Il *Database* raccoglie cifre relative a transazioni d'asta a partire dal 1985 fino ad oggi, è accessibile tramite un motore di ricerca con la possibilità di specificare autore, titolo, soggetto, tecnica, dimensioni, anno d'esecuzione, fascia di prezzo di vendita, numero di vendite.

¹⁷⁸ Amministratore delegato del gruppo fino al 2012, prima della successione del figlio Jacob Pabst, era Hans Neuendorf gallerista e mercante d'arte tedesco tra i più influenti.

¹⁷⁹ <<http://www.artnet.com/about us>>, Company Background, consultato il 13 settembre 2013.

¹⁸⁰ L'*Artnet Price Database Decorative Art*, lanciato nel 2009, include record d'asta per una gamma molto varia di antichità e arti decorative, inclusi mobili, porcellane, ceramiche, vetri, tappeti, orologi, gioielli e libri.

Quando l'artista viene selezionato dal lotto, le transazioni relative sono dunque visionabili. I risultati possono essere ordinati a piacimento, su base cronologica e di prezzo; tutti i lavori saranno disposti verticalmente come richiesto, con un centinaio di dipinti per pagina. Le informazioni non possono essere però scaricate liberamente e le immagini sono accessibili per alcune opere solo in miniatura rispetto al tipo di sottoscrizione.¹⁸¹

Il costo di accesso varia dai 29.59\$ giornalieri ai 1.986\$ annuali per il *Price Database Fine Art and Design Specialist*, in relazione alla tipologia di dati forniti, al tempo di consultazione e al livello di specializzazione.

Ma il progetto artnet cresciuto più velocemente è sicuramente *artnet Auctions*. Fondata nel 2008, è la prima piattaforma online per l'acquisto e la vendita di quadri moderni e contemporanei, sculture, fotografie, stampe e altro ancora, che permette di eseguire scambi veloci a costi minori. Sono stimati circa 18.000 compratori e venditori registrati in oltre 100 paesi.

Il prodotto più recente è invece *artnet Analytics* (2011), analisi specifica sui valori monetari rintracciabili nel *Price Database*. Il servizio offerto fa parte dell'*artnet Market Reports* che permette di monitorare artisti e categorie sulla base di specifiche metodologie. Gli analisti hanno catalogato opere vendute nel mercato pubblico globale delle aste dal 1983 ad oggi per andare a costituire gli *artnet Indices*, offrendo ai lettori riferimenti su liquidità, volatilità, volume di vendite, prezzi.

Da considerare però che molte case d'asta riportano i prezzi delle transazioni includendo già il premio per il compratore, ovvero la parte che l'acquirente dovrà pagare alla casa d'asta in veste di mediatrice, in altri casi viene invece solo riportato il prezzo di aggiudicazione. Per evitare ulteriori distorsioni artnet applica una formula a tutti i prezzi registrati, aggiungendo automaticamente il *buyer's premium* previsto.

I principali reports offerti sono i seguenti:

- *artnet Analytics Single Artist Report*: monitoraggio performance di tutte le opere rispetto all'artista selezionato.(costo: 186\$)
- *artnet Analytics Comparable Sets Report*: monitoraggio performance di una o più serie comparabili di dati per singolo artista, confrontando e combinando i diversi indici a propria scelta. (costo: 186\$)

¹⁸¹ Mc Andrews, *Fine art and High Finance*, New York, Bloomberg press, 2010, pp. 68-69.

- *artnet Analytics Multiple Sets Report*: unione e confronto tra performance di più artisti selezionati. (costo: 186\$)

- *artnet Analytics Prepared Report*: report preparato su argomenti e tendenze distinti.

I prezzi possono variare (costo: 18-548\$)

(Risulta molto utile l'accesso gratuito ai singoli esempi direttamente nel sito).¹⁸²

L'obiettivo è stabilire solidi modelli in riferimento a performance di singoli autori (per il momento ne sono monitorati più di 840), opere o correnti artistiche sul mercato, così da poter confrontare tali risultati ad indici finanziari, quali S&P 500 e Dow Jones, ai rendimenti di società quotate normalmente in borsa o di *asset* alternativi come l'oro. Nel calcolo sono andati a confluire due metodi statistici già osservati ed utilizzati nell'elaborazione di tali aggregati di dati.

Parliamo della Regressione Edonica (*Hedonic Regression*) che considera tutte le peculiarità del bene artistico conferendo un determinato peso, per andare poi ad elidere tali caratteri facendo emergere il prezzo di un "opera standard". Beni aventi caratteri analoghi come genere, periodo di esecuzione, materiale, dimensione, colore e stile, vanno a comporre gruppi logici, in linea con le regole dell'USPAP (*Uniform Standards of Professional Appraisal Practice*).¹⁸³ Il risultato è poi opportunamente corretto con il metodo delle Doppie Vendite (*Repeat Sales Regression*) osservando i mutamenti di prezzo nelle vendite ripetute degli oggetti inclusi nel campione.

Quindi ogni opera sarà considerata individualmente, per poi rientrare in un aggregato più ampio ed omogeneo in base alle vendite avvenute. La combinazione dei due approcci dovrebbe garantire una migliore coerenza e completezza dell'indice finale.¹⁸⁴

L'*Artnet Index system* è costruito dunque su tre livelli: *Comparable Identification, Artist Index Value Calculation, Market Index Value Calculation*.

¹⁸² <<http://www.artnet.com/marketanalyst/media/docs/SelectedSetsReportSample.pdf>>, vedi esempio, consultato il 10 settembre 2013.

¹⁸³ *Uniform Standards of Professional Appraisal Practice* (USPAP), sono standard di controllo aventi applicabilità negli Stati Uniti o territori annessi, relativi a beni immobili, beni mobili, beni immateriali. Sono poi associate analisi di valutazioni effettuate su diversi *core business*. Il sistema nasce nel 1980 da un comitato congiunto che rappresenta le principali *appraisal organizations* di Stati Uniti e Canada.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Uniform_Standards_of_Professional_Appraisal_Practice>

In merito vedi anche <<http://www.uspap.org/#/22/zoomed>>, consultati il 13 settembre 2013.

¹⁸⁴ *Introduction to artnet Indices*, 8 Novembre 2012, New York, Artnet Worldwide Corporation,

<<http://www.artnet.com/analytics/reports/introduction-to-artnet-indices>>, consultato il 20 agosto 2013

Al primo stadio, esperti d'arte esaminano, ricercano e raggruppano dati relativi alle vendite di un singolo artista in Serie Comparabili (*Comparable Set*) in base a valutazioni e competenze storiche-artistiche, per andare a creare una sorta di *catalogue raisonné*. Quando necessario, periti esterni possono essere consultati nella selezione degli attributi che più condizionano il mercato del dato autore. Analisti estrarranno le registrazioni d'asta dall'*artnet Price Database* individuando le caratteristiche chiave delle opere per affinare l'ordinamento o rilevare aberrazione e valori anomali. Gli specialisti determinano il valore dell'indice dell'artista per periodi diversi, che verrà unito ad indici riguardanti altri artisti giungendo infine all'aggregato complessivo di mercato.

I *Market Reports* presentano una visione più ampia delle quotazioni nel settore, permettendo di scegliere quali beni acquistare e vendere (consultando parallelamente il *Price Database*). E' possibile anche seguire l'andamento di artisti già presenti nella propria collezione e avere una visione veloce del volume di vendite grazie al rapporto tra lotti venduti e invenduti, prezzi di aggiudicazione e stime.

Artnet Analytics Reports fornisce informazioni con un'interfaccia visuale e pratica, grazie alla quale le principali tendenze, registrate in tabelle e grafici, sono consultabili seguendo l'andamento mensile o annuale.

Gli artisti sono classificati come segue:

- Determinazione posizione autore nel dato settore di mercato, sulla base di stile, anno di nascita e morte, movimenti artistici associati.
- Calcolo della totalità di lotti venduti e prezzo medio annuale per artista, (stampe escluse)
- Moltiplicazione del prezzo medio per i lotti venduti, ottenendo m .
- Formulazione della classifica complessiva per il dato anno usando il valore m in un decadimento esponenziale di 5 anni.
- Inclusione degli artisti con il più alto punteggio annuale complessivo nel calcolo dell'indice settoriale per l'anno considerato.

Come sottolineato, oltre all'indice specifico per artista, artnet calcola indici per interi mercati dell'arte. Il primo fu l'*artnet C50TM Index* basato sulle performance di 50 autori maggiormente quotati annualmente nel segmento arte contemporanea, seguito poi

dall'*Impressionist Art Index* e il *Modern Art Index*. Quando tutti gli indici di valutazione vengono computati l'aggregato risultante è presentato online in un report interattivo da stampare o salvare in pdf. L'utente potrà sempre cambiare il peso degli autori inclusi nel *ranking* in base a personali interessi e alla composizione della propria collezione, richiedendo *report* personalizzati costruiti dagli analisti artnet.

Quando nuovi lotti sono aggiunti all'*artnet Price Database*, artista e settore di mercato sono aggiornati ed integrati su base mensile. E' attivato un sistema automatico di rettifica il quale controlla se il dato passato cade entro l'intervallo della più recente stima. Nel caso ciò non avvenga il valore dell'indice preesistente sarà rimpiazzato con quello più recente, nel sistema gestionale avviene quindi un monitoraggio costante volto a massimizzare l'accuratezza e garantire una certa dinamicità.¹⁸⁵

Prodotto consolidato l'*artnet Market Alert*, permette di essere informati sulle possibilità di acquisto presso le principali gallerie internazionali, case d'asta esterne e nelle sessioni dell'*artnet Auctions*; ricevendo email di avviso quando le opere del proprio autore favorito sono presenti sul mercato.

Dopo la chiusura nel 2012 di *artnet Magazine*, primo editoriali sull'arte presente online lanciato a New York nel 1995, nel 2013 vien inaugurato *artnet Insights* una sezione del sito con approfondimenti e articoli di vario genere.

Nel 2004 si va a rafforzare il rapporto con la casa d'aste Sotheby's seguito nel 2007 dalla collaborazione con la grande fiera Art Basel e Art Basel Miami Beach.¹⁸⁶

I punti di forza rispetto ad altri *database* stanno sicuramente nell'ampiezza dei servizi disponibili e dei dati riguardanti mercato d'asta e transazioni avvenute in galleria, oltre all'organizzazione di sessioni di vendita nel sito stesso. Agli utenti sono dunque forniti molteplici strumenti per intuire e stimare il valore del loro patrimonio artistico, cosa e quando è opportuno vendere o comprare. Per il futuro gli operatori artnet vorrebbero aumentare l'offerta di opere superiori a 10.000 dollari, eliminando eventuali commissioni per il venditore in caso di cifre maggiori, con l'intento di elevare

¹⁸⁵ *Artnet Analytics – artnet Indices White Paper*, <<http://www.artnet.com/analytics/reports/white-paper>>, consultato il 20 agosto 2013.

¹⁸⁶ <<http://en.wikipedia.org/wiki/Artnet>>, consultato il 13 settembre 2013.

il livello di opere presentate e incrementare i prezzi medi: ad una riduzione dei beni offerti dovrebbe corrispondere un aumento di ricavi.¹⁸⁷

Se si vuole sottolineare un elemento negativo si potrebbe parlare degli oneri da sostenere per l'accesso ai *report*, ma è un “dazio” commisurato al livello dei servizi. Indicativa a riguardo l'affermazione di Hans Neuendorf, ex-amministratore delegato del gruppo :«More and better information creates confidence», parole che riassumono anche lo scopo dell'attività svolta da artnet.

2.2.c. Arcadja - www.arcadja.com/auctions/it/



Arcadja è una società italiana fondata a Brescia nel 2002.

Nel 2005 viene lanciato il portale online grazie alla collaborazione di professionisti esperti in web design, tecnologia, marketing, comunicazione archiviazione e gestione dati. La pagina è rivolta agli operatori nel mercato dell'arte e nasce come “negozio virtuale”, permettendo di eseguire compravendite. Nel 2006 l'offerta si amplia grazie alle relazioni più strette con varie case d'asta e i contatti con istituzioni artistiche nazionali ma anche internazionali.

Nel gennaio 2007, dopo una fase di raccolta ed elaborazione dati, è avvenuto l'aggiornamento dell'archivio di risultati d'asta, strumento efficiente per gli operatori interessati e attivi nel mercato.

¹⁸⁷ Marchesoni M.A., “Primo semestre 2013: conti in miglioramento per Artnet, pesante deficit per Artprice”, in *Il Sole 24 Ore*, *ArtEconomy24*, 10 settembre 2013, <<http://www.arteconomy24.ilsole24ore.com/art/cultura-tempo-libero/2013-09-10/primo-semestre-2013-conti-172131.php>>, consultato il 18 settembre 2013.

Altre informazioni sono integrate tra 2008 e 2009, l'ottimizzazione prevede un incremento dei dati a catalogo e l'offerta di nuovi servizi.

Negli ultimi anni inoltre il sito ha reso disponibile l'accesso in quattro lingue: italiano, inglese, francese e spagnolo. Per quanto riguarda gli strumenti offerti, in prima linea troviamo "Arcadia Auctions", che comprende l'archivio di dati relativo ai singoli artisti, l'attività delle maggiori case d'asta, il *Calendario* e *Art News*, sorta di editoriale sull'arte in rete, scaricabile previa registrazione gratuita.

Alla voce "artisti", tutti gli autori vengono classificati in ordine alfabetico, mentre prezzi e quotazioni riguardano vendite all'asta su raggio globale. La ricerca si focalizza su specifiche opere, periodo di esecuzione, vendite passate, valori di stima e aggiudicazione. Queste ultime cifre sono convertite in quattro valute ed è indicato, se presente, il *buyer's premium*.

Gli artisti sono comunque velocemente rintracciabili scrivendo il nome nel motore di ricerca della *home page*. E' possibile seguire l'autore a cui si è interessati tramite allerte inviate via mail, visionare le vendite previste in futuro e, nel caso le opere monitorate per il dato soggetto siano più di 50, ottenere anche *report* statistici che individuano: percentuali di lotti venduti ed invenduti, rapporto tra indice dell'artista e indici finanziari, prezzi medi realizzati contro la stima attesa della casa d'aste, percentuali di lotti che oltrepassano la stima superiore (l'anno base d'analisi è il 1998). I *report* permettono di risparmiare tempo in ulteriori ricerche, fornendo subito un quadro delle performance dell'artista nel tempo e potendo valutare la correttezza o meno di una eventuale compravendita.

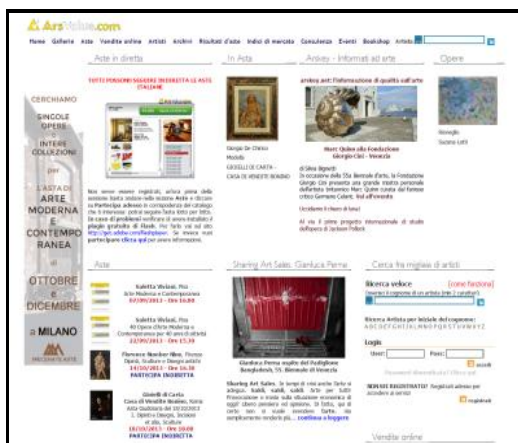
Grazie al *Calendario* sono visionabili i principali appuntamenti d'asta a cadenza settimanale ed è comunque presentata una lista in presa diretta nella pagina iniziale del portale.

Alle case d'asta è proposto anche il servizio *Sponsored Auction*, ovvero la possibilità di pubblicare i cataloghi di vendita visionabili dagli utenti, i quali a loro volta potranno fare offerte d'acquisto (il costo per la pubblicazione è 159€).

I limiti di Arcadja risiedono nella ristrettezza del campione di dati a disposizione in quanto sono considerate solo le vendite avvenute nel mercato d'asta da circa 10 anni, tralasciando le transazioni in galleria. Tra gli aspetti positivi evidente la chiarezza e semplicità con le quali gli strumenti sono presentati, oltre al prezzo di accesso

competitivo, comprensivo di tutti i servizi (8.90€ per un giorno fino a 123.50€ per un anno). Il portale punta su una certa “italianità” come garanzia, pur mantenendo il profilo aperto a livello internazionale.¹⁸⁸

2.2.d. ArsValue - www.arsvalue.com



ArsValue S.r.l. nasce nel giugno 2000 ad Asti, su iniziativa di professionisti attivi parallelamente nel mondo della finanza e dell’arte. L’impresa ha come centro l’ambito italiano, ma i servizi presentati sono comunque molteplici.

Partiamo dunque da “Aste” che permette di visionare opere d’arte Antica, Moderna, ‘800 e contemporanea in vendita in Italia, consentendo di comunicare precedentemente la propria offerta sui pezzi di interesse. E’ possibile in certi casi visionare anche gli interi cataloghi, se messi a disposizione, con tutte le opere comprese nella sessione.

Alla voce “Le aste in cifre” sono riportati i *top lot* mensili. In corrispondenza di “Mercato delle aste” sono consultabili i comunicati stampa diffusi in relazioni alle sessioni di vendite. In “Case d’asta” vengono elencate infine tutte le strutture che collaborano con ArsValue.

Nell’apposito comparto sono indicate le gallerie d’arte moderna e contemporanea, trattate sempre su raggio nazionale. Ad ognuna corrisponde uno spazio dove sono riportati gli artisti dei quali la galleria si occupa, opere corrispondenti, eventuali mostre ed altri eventi in programma. Il collezionista può quindi osservare i “pezzi” di interesse da casa, per poi prendere accordi diretti con gli operatori.

¹⁸⁸ <www.arcadja.com>, consultato il 12 settembre 2013.

Interessante la sessione “Artisti”, una sorta di atelier virtuale, dove sono raccolti alcuni autori contemporanei. Per ogni soggetto viene fornita una lista di opere in vendita corredate da immagini e breve didascalia (autore, titolo, tecnica, altezza, larghezza, data). Sono ricordati gli eventi a cui l’artista ha partecipato, oltre ad una breve biografia e i contatti per eventuali compravendite. Autori emergenti hanno l’opportunità di farsi conoscere ad un ampio bacino di utenti, mentre il pubblico scopre nuovi nomi e possibilità di investimento.

Al termine “Archivi” troviamo enti e fondazioni aventi il compito di rilasciare autentiche, certificare e catalogare, il lavoro di artisti riconosciuti. L’utente potrà quindi sapere a chi rivolgersi in caso di dubbi su opere già possedute e su nuovi acquisti. Dall’altro lato tali istituzioni avranno un controllo migliore del mercato (gli autori monitorati sono indicati alla pagina corrispondente).

Registrarsi al servizio “Vendite online” permette invece di partecipare a vendite a prezzo fisso e al migliore offerente. Nel primo caso il venditore pubblica un’inserzione con prezzo e durata definiti; il potenziale compratore può concludere la compravendita quando preferisce, prima della chiusura, confermando il prezzo segnalato. Nella vendita al miglior offerente ancora una volta il venditore decide il prezzo e la durata della transazione, il cliente può confermare il valore di partenza o fare offerte superiori. Naturalmente solo ai venditori professionisti è permesso pubblicare opere da mettere in vendita.

Forse la parte più consistente del portale è però “Risultati d’aste”, un archivio che comprende circa 283.000 prezzi d’asta in Italia negli ultimi dodici anni, relativi ad opere di arte moderna e contemporanea (come evidenziato i prezzi di aggiudicazione non includono i diritti d’asta). Per avere un accesso totale all’archivio è necessario essere utenti registrati con abbonamento oppure tramite crediti e i dati sono ottenibili al costo di 1 credito per “interrogazione” (i crediti sono venduti a pacchetto di 30 per 1 mese, 100 per 3 mesi, 300 per 12 mesi, al rispettivo costo di 39€, 98€, 199€).

La ricerca avviene per singola opera (indicando negli appositi spazi: titolo, misurazioni, valore presunto, periodo d’esecuzione) e per artista. Ad ogni autore è associata una tabella che indica le tecniche utilizzate nella produzione, la totalità delle vendite per

tecnica, le transazioni negli ultimi 12 mesi, 3 anni e 5 anni. Solitamente gli ultimi risultati sono visionabili gratuitamente.¹⁸⁹

Metodi di monitoraggio dell'ambito finanziario, anche in questo caso, sono applicati ai prezzi di aggiudicazione d'asta, potendo osservare l'andamento nel valore di opere di un singolo artista e del mercato dell'arte italiano nel suo complesso. La metodologia utilizzata, l'*equivalent sales index*, ha alcune peculiarità rispetto alle altre presenti sul mercato ma è importante sottolineare il fatto che sia stata lanciata nel 2006 in collaborazione con *UniCredit Private Banking* (UPB).

Nell'ottica bancaria l'indice nasceva con l'intento di fornire ai clienti *private* una maggiore trasparenza e migliore lettura del settore. UPB perseguiva il suo obiettivo quale azienda: fornire una consulenza completa, nella protezione di patrimoni consolidati o nel contenimento del rischio per nuovi investimenti. Come già indicato la collaborazione tra *ArsValue* e *UniCredit* si è conclusa pochi anni dopo. Il gruppo bancario non ha infatti ritenuto utile proseguire il progetto data la limitazione dell'aggregato al mercato nazionale, non adeguato ai ben diversi valori internazionali.

L'indice però rimane tra le offerte di punta di *ArsValue*; i dati sono prelevati dal *database* dal 1995 ad oggi, considerando 27.481 autori, 200 gruppi di opere raggruppate per tecnica e supporto, oltre a 5 categorie dimensionali.

Per ogni artista sono costruiti 3 indici relativi a:

- classi dimensionali, basato sulle rivalutazioni semestrali delle opere di ogni classe, per artista e tecnica pittorica.
- tecniche pittoriche, basato sulle performance semestrali dei singoli indici di classe dimensionale pesati per i controvalori aggiudicati di ogni classe per artista.
- artista, basato sulle performance semestrali dei singoli indici delle tecniche pittoriche pesate per i controvalori aggiudicati di ogni tecnica pittorica.

Sono poi selezionati i 50, 100 e 200 artisti più rappresentativi del mercato i cui indici, aggregati con metodologia *equally weighted* o del dipinto medio, costituiscono gli indici: *ArsValue 50*, *ArsValue 100* e *ArsValue 200*.

La parte relativa a questi indici generali e correnti artistiche è gratuita come le osservazioni seguenti: i primi tre artisti rivalutati maggiormente negli ultimi 3, 6 e 10

¹⁸⁹<http://www.arsvalue.com/webapp/ars_risultatiaste/dettaglio_opera.aspx?opr=2745316&art=12795903&ses=867>
Consultato il 10 settembre 2013.

anni; i primi tre artisti più liquidi in termini di numero di opere battute in asta negli ultimi 12 anni; i tre artisti più rischiosi e i tre meno rischiosi per volatilità dei rendimenti; il grafico relativo al rapporto rendimento-rischio; i primi 5 lotti in termini di prezzo di aggiudicazione delle aste. Per visualizzare gli stessi dati su un bacino di 100 autori, le classifiche top 10, gli aggregati relativi ai singoli artisti e il confronto tra di essi (fino a 10), è necessario essere utenti registrati con 30 crediti o acquistare un abbonamento.

Proseguendo, alla voce “Consulenza” troviamo diversi elementi utili:

Amministra la tua collezione permette di costruire un inventario delle opere possedute controllando le variazioni di valore nel tempo per avere una visione completa e organizzata dei beni. In *Quanto Vale* sono eseguiti calcoli sui prezzi delle opere vendute in asta in Italia negli ultimi 3 anni, analizzando i dati dall'archivio di *ArsValue.com*. È sufficiente indicare artista, tecnica e dimensioni del lavoro per ottenere il prezzo medio derivato dal mercato delle aste (prezzi di aggiudicazione). Vengono considerati beni con proprietà analoghe a quelle inserite nel sistema ma il valore di un'opera di elevata qualità potrebbe allontanarsi dal valore medio del mercato in questione che comprende i prezzi dei capolavori come delle opere minori. La medesima considerazione deve essere fatta nel caso l'opera, di cui si richiede la valutazione, non abbia una qualità molto elevata.

Il bene in questione deve comunque rientrare nel servizio “Risultati d'aste” e in certi casi, sebbene l'artista sia individuabile, vi sono tecniche con un numero di opere minori che quindi non consentono ulteriori analisi (da notare che il primo accesso è gratuito, poi il servizio è utilizzabile a 19€ all'anno, senza limiti di richieste).

Valutazione Opere consiste in un procedimento analogo. Indicati artista, tecnica, dimensioni, sono selezionate automaticamente dall'archivio le opere che hanno caratteristiche simili vendute nelle aste italiane degli ultimi 3 anni. Si potranno quindi selezionare i beni che più si avvicinano alle proprietà ricercate e verrà riportata la loro valutazione media aggiornata.

Per quanto riguarda *Stime e Perizie*, è possibile richiedere giudizi personalizzati ai quali gli specialisti *ArsValue* risponderanno inviando il *report* comprensivo di stima minima e stima massima del bene, oltre a riferimenti sui passaggi in asta di opere analoghe (fino

a tre), ad un costo di 79€ per stima. La perizia riguarda invece l'acquisto e successivamente la determinazione del montante assicurativo (costo di ogni intervento è 299€ i.v.a. compresa). Sono poi inclusi consigli per collezionare o meglio per investire in arte, brevi accenni volti a spiegare i punti di forza dell'investimento, fiscalità, fruibilità, diversificazione, modalità di investimento ed acquisto.

Molto ricca la pagina "Storia dell'arte", con le biografie degli artisti, un glossario, l'elenco dei movimenti artistici del '900 e l'esplicazione di alcune tecniche divise per grafica, pittura, scultura. Vi sono anche l'*Art Allocation* (in costruzione), *Newsletter* e *Analisi di Mercato* con diversi approfondimenti critici. Nella sezione "Eventi" sono indicati principali appuntamenti, esposizioni e mostre in Italia, è poi in corso la collaborazione con l'editoriale sull'arte contemporanea online *Arskey*, inoltre *ArsValue* affianca *Il Sole 24 Ore* in *ArtEconomy24*, fornendo ai lettori i servizi sopra elencati.

Il *database*, come evidente, sviluppa la sua attività in diversi comparti e in una molteplicità di voci. Oltre a risultati d'asta, indici di prezzo generali e specifici, è sottolineata la possibilità di partecipare alle aste in presa diretta, con la presentazione di opere vendute in galleria e compravendite mediate, in un'ottica *business to consumer*. Interessante poi la sezione relativa ad archivi e organizzazioni specializzate nella certificazione dell'autenticità dei beni artistici.

I prezzi di utilizzo rimangono nella media, dai 34€ per consultazione giornaliera dei risultati d'asta ai 799€ dell'abbonamento cumulativo *Professional* avente durata annuale, che include tutti i servizi.

Di negativo è possibile osservare come l'interfaccia risulti in parte dispersiva e frammentaria, inoltre tutte le considerazioni soffrono della ristrettezza dati, delimitati dalle seguenti caratteristiche: aste, arte moderna e contemporanea, Italia.

Dimostrazioni di come quantità non sia sempre sinonimo di qualità.

Capitolo 3

IL CLIENTE

Il *Private Banking* è un servizio a tutto tondo volto ad aiutare il cliente nella gestione della sua ricchezza fornendo la dovuta consulenza, vi è quindi una forte componente relazionale. Lo scopo è risolvere i problemi dando risposte certe a individui che occupano già una posizione “elevata” a livello patrimoniale.

Art Advisory, inserita tra le attività *Private* nel segmento *Art Banking*, diviene quindi importante nella costruzione e nel rafforzamento del rapporto con tale clientela selezionata, dove l’investimento in arte costituisce una delle possibilità nel controllo generale del proprio capitale, per esigenze di diversificazione e in parte per un reale interesse verso il settore.¹⁹⁰

Il grafico illustrato presenta i risultati dello studio elaborato dall’istituto londinese ArtTactic in collaborazione con la società di consulenza finanziaria Deloitte.

Nello specifico Deloitte è un’entità composita; sotto tale marchio operano professionisti di tutto il mondo per offrire controllo, consulenza finanziaria, gestione del rischio e servizi fiscali a clienti selezionati. L’azienda viene fondata nel 1854 dal contabile londinese William Welch, (il quale gestì per esempio l’ *English Railways*). Decisivo sarà, pochi anni dopo, l’incontro con il manager George Touche e l’ingresso, nel 1968, del terzo partner, Nobuzo Tohmatsu, che determinerà l’apertura al mercato nipponico. Nel 1999 Deloitte Touche Tohmatsu assorbe la Touche Ross Luxembourg SàRL (*Société à responsabilité limitée*), anch’essa nata come semplice ufficio contabile in Lussemburgo negli anni ’50. Oggi tutte le filiali fanno parte di Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), società privata con sede sempre nel Regno Unito. Ogni singolo membro fornisce servizi in una data area geografica ed è soggetto alle leggi e ai regolamenti professionali dei paesi in cui opera.¹⁹¹

ArtTactic è invece un istituto di ricerche nel mercato dell’arte volte ad indirizzare l’investimento e fornire tutte le informazioni necessarie. Nasce a Londra nel 2001 su

¹⁹⁰ Alberto Fiz, testimonianza colloquio telefonico, 8 luglio 2013.

¹⁹¹ <<http://www.deloitte.com>>, consultato il 25 giugno 2013.

iniziativa di Anders Petterson, impiegato fino al 1999 ai vertici del gruppo americano JP Morgan & Co. Dal mese di luglio ad ottobre 2011 Art Tactic conduce in collaborazione con Deloitte indagini volte all'approfondimento del rapporto arte e finanza, i risultati degli studi sono consultabili nell'*Art & Finance Report 2011*, pubblicato ad aprile 2012 (molti dei dati sono forniti da 19 istituti bancari con sede in Lussemburgo).¹⁹²

Nel marzo 2013 è presentato l'*Art & Finance Report 2013* (che analizza l'andamento del settore nel periodo trascorso dal primo *Report*) da cui è stato ricavato il grafico seguente, interessante perché sono illustrati i principali fattori che porterebbero le banche ad includere l'arte tra i servizi *private*.

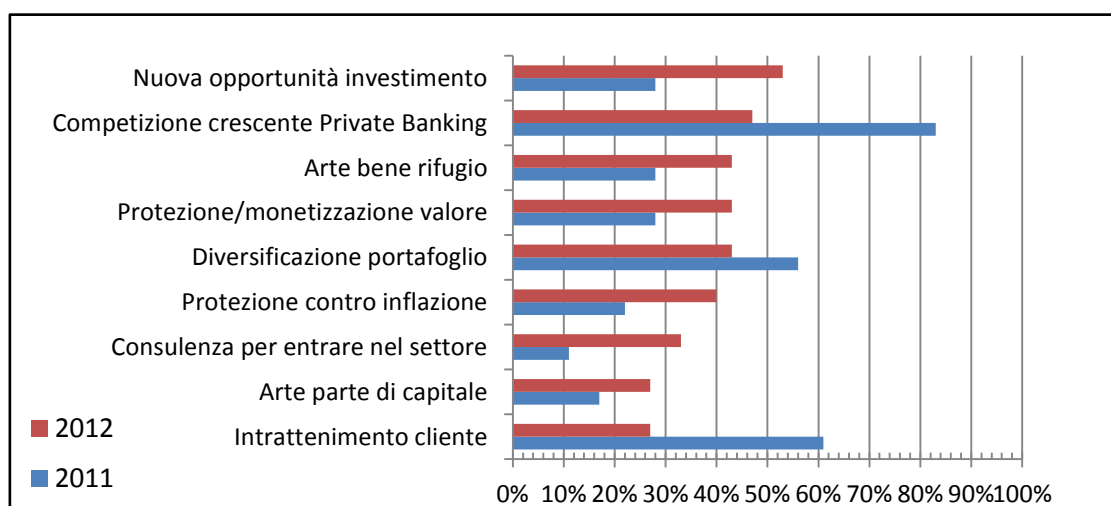


Figura 3: Motivazioni per includere l'arte tra i servizi *Private Banking*

Fonte dati: Deloitte Luxembourg and ArtTactic, *Art & Finance Report 2013*

Unità di misura in percentuale (%)

L'indagine è sviluppata tramite questionari e interviste rivolte ad una trentina d'istituti bancari di Lussemburgo, ma anche Spagna e Polonia, oltre a questo sono consultati 112 professionisti nel mondo dell'arte (galleristi, mercanti, case d'asta) e 81 collezionisti.

Come si nota nei rispettivi *Report* che si riferiscono al 2011 e 2012, le testimonianze degli istituti bancari sono cresciute nei due anni, passando da 19 a 30, indice della loro presenza sempre più ampia e articolata nel settore.

Ecco quindi le cause che supportano l'introduzione del servizio *Art Banking* all'interno del comparto *Private*:

¹⁹² <<http://www.arttactic.com/market-analysis/art-finance/art-a-finance.html>>, consultato il 20 maggio 2013.

- presentazione di una nuova opportunità d'investimento, data la precaria situazione economica (53%)
- competizione crescente nel *Private Banking* che spinge alla ricerca di prodotti e soluzioni innovative (47%)
- concezione del bene artistico come “riserva di valore” o bene rifugio (43%)
- supporto per la copertura e monetizzazione del valore di beni artistici (43%)
- diversificazione del portafoglio (43%)
- protezione contro l'inflazione (40%)
- aiuto nella comprensione e primo approccio con il settore arte (33%)
- arte quale porzione sempre più sostanziale nel capitale dei clienti (27 %).
- intrattenimento clientela (27 %);

Ciò che contraddistingue l'investimento nel bene artistico è la sua materialità che porta le problematiche di gestione, stima e conservazione già affrontate.^{193,194}

Marina Mojana definisce il servizio *Art Advisory* come un valore aggiunto, le banche (almeno quelle italiane) sono ancora lontane dal divenire “mercanti d'arte” e coloro che chiedono consiglio per l'acquisto sono limitati a fronte delle richieste per catalogazione o valutazione di patrimoni consolidati.

Per l'istituto si tratta di sostenere un costo che assicura però copertura in altri termini, può essere proposto al nuovo cliente per fidelizzarlo o permette di recarsi direttamente nella sua residenza, visionarne l'effettivo patrimonio e magari scoprire in quel momento ulteriori beni di valore.

Abbiamo già affermato che, nei casi di consulenza su collezioni esistenti, l'*Art Advisory* diviene cruciale nel mantenimento del rapporto con le generazioni successive.

Una funzione molto importante avvalorata da ciò che emerge nel Bilancio 2012 Intesa Sanpaolo (dati elaborati in collaborazione con AIPB Associazione Italiana Private Banking). I Clienti ISPB (Intesa Sanpaolo *Private Banking*) con meno di 50 anni sono appena il 20% del totale, il 54% è compreso fra 51 e 75 anni e la parte di soggetti fra i 50 e i 65 anni corrisponde al 30% della Clientela. L'età media è di circa 63 anni.¹⁹⁵

¹⁹³ Fiz. A., Mojana M. e P. Musile Tanzi, “Investire in arte”, in Musile Tanzi P. *Il manuale del Private Banker*, prossima pubblicazione settembre 2013, (cap.14).

¹⁹⁴ Deloitte Luxembourg and ArtTactic, *Art & Finance Report 2013*, p.34.

¹⁹⁵ Intesa Sanpaolo Private Banking, *Bilancio d'esercizio 2012*, Milano, marzo 2013, p.55.

Un dato, quello dell'“anzianità” della clientela, giustificato naturalmente dall'elevato reddito che richiede una stabilità professionale e una posizione maturate nel tempo (ricordiamo che la soglia indicativa di accesso per i servizi ISPB è 1 milione di euro).

Vediamo quindi come sono presentate le informazioni nei due seguenti grafici.

Figura 4: Distribuzione della clientela ISPB per fasce d'età (%)

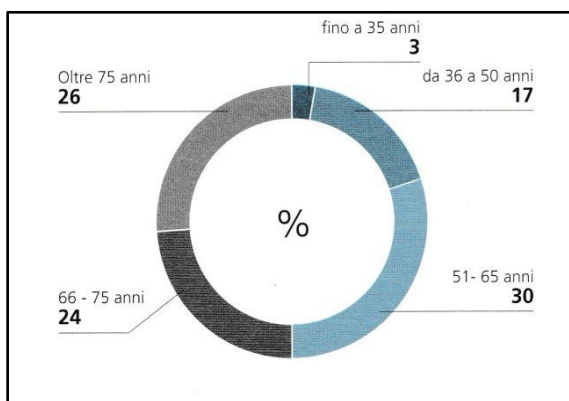
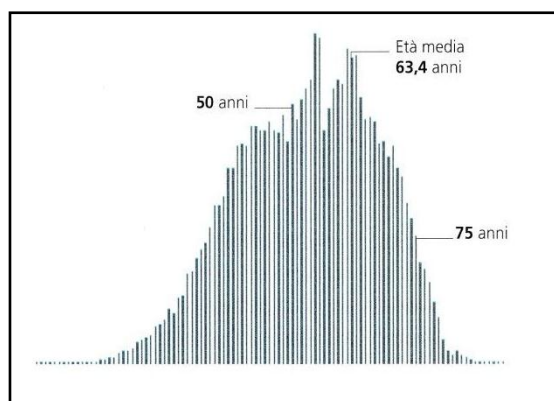


Figura 5: Distribuzione della clientela ISPB per età (%)



Fonte dati: documento AIPB - Prometeia - Stima del mercato 2012.

Giuseppina Delfino, responsabile del settore *Private Banking* di Intesa Sanpaolo, nel nostro incontro tenutosi presso la sede di Milano, ha stimato indicativamente che il 20-30% dei clienti in questione richiedano il servizio *Art Advisory*, anche se come già affermato, in aumento sono le domande mirate, ovvero i soggetti sanno già quello che vogliono, secondo una scelta che coniuga carattere estetico ed economico.¹⁹⁶

Per ciò che riguarda la composizione delle collezioni è ancora il contemporaneo ad assicurare maggiore movimento, accanto a patrimoni storici, parti di cospicue eredità che rimangono uno zoccolo duro.¹⁹⁷

In base ai due settori d'attività che occupano l'*Art advisor* (consolidamento-investimento) si potrà attuare la rispettiva scrematura della clientela all'interno delle generazioni considerate.

Clienti di età avanzata (+ 60) hanno già costruito una importante raccolta e necessitano consulenza relativa ad eventuali cessioni agli eredi.

¹⁹⁶ Giuseppina Delfino, testimonianza colloquio personale, Milano 23 luglio 2013.

¹⁹⁷ Alberto Fiz, testimonianza colloquio telefonico, 8 luglio 2013.

Clienti più giovani (40-60) imprenditori e professionisti, hanno atteggiamenti diversi essendo più attivi sul mercato, richiedono quindi una consulenza per investimento e diversificazione del proprio portafoglio.

Differenziazione non solo nella scelta della voce “arte” tra i diversi *asset*, ma anche all’interno dell’ambito tra vari autori, tecniche, correnti, allo scopo di diminuire correlazioni e fattore rischio.

UniCredit per esempio offre il *Report* di Portafoglio Artistico, una presentazione facile e chiara al cliente di come sia distribuito l’investimento consentendo inoltre uno sguardo ravvicinato sul mercato.¹⁹⁸ (soglia di accesso ai servizi *private* di circa 500.000€). Il report, accessibile online dal portale della banca e presente nell’area riservata di ogni utente, permette la visione totale della propria collezione, il “rendiconto opere” con dettagli sui singoli beni, prezzo di acquisto, rivalutazione, rendimento annuo e periodico, infine le opere vendute o che si vorrebbero acquistare.

Un’interfaccia pratica e veloce, ancora una volta allo scopo di facilitare la comunicazione e il rapporto con questo specifico ambito.

Immagine	Dati Opera	Prezzo acquisto	%	valutazione al 16/12/2008	%	rendimento di periodo	rendimento medio annuo	azioni
	Artista: Alogliero Bicchi Titolo: Positivo negativo Tecnica: ADAZZO Dimensioni: 107 x 108 cm Anno di esecuzione: 1988 Data di acquisto: 08/04/2003	€ 60.000,00	5,91%	€ 199.000,00	14,17%	231,67%	40,66%	rivaluta opra modifca rimuovi vendi opera vedi scheda
	Artista: Eudio Fontana Titolo: Concetto spaziale, affese Tecnica: IDROPIITTURA SU TELA Dimensioni: 92 x 73 cm Anno di esecuzione: 1961 Data di acquisto: 22/11/2004	€ 510.000,00	50,25%	€ 685.000,00	48,79%	34,31%	8,43%	rivaluta opra modifca rimuovi vendi opera vedi scheda
	Artista: Giorgio Morandi Titolo: Natura morta Tecnica: OLIO SU TELA Dimensioni: 46 x 48 cm Anno di esecuzione: 1948 Data di acquisto: 26/05/2001	€ 445.000,00	43,84%	€ 520.000,00	37,04%	16,85%	2,23%	rivaluta opra modifca rimuovi vendi opera vedi scheda
		€ 1.015.000,00		€ 1.404.000,00				TOTALI

Figura 6: Esempio di Report portafoglio artistico UniCredit Private Banking

Fonte dati: UniCredit Private Banking brochure. www.unicredit.it.

¹⁹⁸ Domenico Filipponi, testimonianza colloquio telefonico, 12 luglio 2013.

Maria Cristina Ragazzoni di Banca Aletti stima un centinaio di interventi *Art Advisory* all'anno, alcuni terminano con una sola prestazione (singola stima) altri riguardano gestioni più complesse.

La fascia d'età è avanzata, dai 40 agli 80 anni, distribuita su un'area geografica nazionale, con un patrimonio minimo finanziario di 1 milione di euro. L'età sembra nuovamente indicativa del servizio richiesto. La clientela "anziana" o gli eredi sottopongono collezioni di arte antica per dismissioni e inventari, le persone più giovani si orientano invece sull'arte moderna e contemporanea. Chi investe generalmente punta sull'arte moderna storicizzata che offre una maggiore sicurezza nel mercato dato il riconoscimento critico.

La molteplicità di soggetti, che negli ultimi anni si dimostrano sempre più interessati ad ottenere il supporto del consulente bancario nel segmento arte, permette di delineare tre tipologie di clienti, non statiche e che vanno progressivamente a sovrapporsi o completarsi, essi sono:

- collezionista esperto
- neofita
- erede

Art Advisory affianca il cliente esperto nell'organizzazione, consolidamento, cura della raccolta artistica. Aiuta coloro che si affacciano al settore nella maggiore comprensione per la futura costruzione di una collezione personale o per singole azioni, infine dà assistenza nel caso di eredità quando soggetti disinteressati vengono in possesso di oggetti di grande valore.¹⁹⁹

Nell'articolo "Art banking. Un'inchiesta de il Sole24ore sull'offerta di art advisor in banca" di Maria Adelaide Marchesoni e Marilena Pirrelli, pubblicato il 29 ottobre 2008 su *ArtEconomy24*; si cerca dunque di tracciare "l'*identikit* del cliente private che si avvale del servizio di *Art Advisory*".

I risultati dimostrano come il servizio sia utilizzato principalmente da uomini e numerose coppie. Banca UBS ha suddiviso la clientela che richiede tale supporto in: famiglie, esecutori testamentari, imprenditori e *manager*.

¹⁹⁹ Fiz. A., Mojana M. e P. Musile Tanzi, "Investire in arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, prossima pubblicazione settembre 2013, (cap.14).

I fruitori hanno generalmente più di 40 anni, un'educazione medio-alta e possiedono già opere d'arte. Per quanto riguarda le preferenze, le risposte sono distinte rispetto ai diversi istituti bancari.

Si appoggiano sugli *Old Master*, che offrono maggiori sicurezze, i clienti di Deutsche Bank Italia, mentre è superiore la domanda nel comparto moderno per quelli di Mps, BnlBnp, Intesa Sanpaolo e Unione Fiduciaria. Consulenze e suggerimenti sono richiesti per il contemporaneo ma le tendenze differiscono. Se si ritiene opportuno, gli istituti cercano di soddisfare anche desideri più specifici magari riguardanti arte cinese, indiana e del medio oriente.²⁰⁰

Recentemente, sempre in *Il Sole 24Ore*, è stato pubblicato un approfondimento a cura di Domenico Filipponi e Alessandra Gregori, *Art advisor* di Unione Fiduciaria S.p.a. (società che riunisce circa trenta Banche Popolari italiane, specializzata nella consulenza per l'amministrazione di beni immobiliari e artistici) dove sono presentati quattro tipologie di cliente, in base a fascia d'età, patrimonio, scopo dell'investimento, livello di rischio. Gli autori trattano soggetti con disponibilità liquide limitate, non sono inclusi quindi i clienti aventi già un certo capitale a cui sono rivolti i servizi *Private*. L'analisi evidenzia come l'arte possa divenire settore di investimento proficuo cercando di dare consigli nell'impiego dei propri risparmi in modo calibrato, secondo le possibilità e i personali interessi.

Ecco che il giovane 28enne, con 6000€ di patrimonio, sarà orientato verso una spesa contenuta: multipli e stampe di artisti riconosciuti; una coppia quasi coetanea (30 anni) con 33.000€ di reddito punterà invece sulla fotografia d'autore e opere su carta; i cinquantenni, figlio a carico, 80.000€ di capitale, potranno permettersi artisti famosi magari guardando alle tecniche meno care; infine i pensionati con 65.000 di patrimonio potrebbero considerare qualche "pezzo" di artisti contemporanei affermati.

Forse i profili presentati godono di una categorizzazione troppo rigida ed ipotesi difficili da mettere in pratica, osservando che attualmente, almeno in ambito nazionale, non sembrano molti gli investitori, nella fascia medio-bassa, disposti a far fruttare il loro denaro acquistando beni artistici.²⁰¹ Lo studio rimane comunque un ottimo esempio di

²⁰⁰ Marchesoni M.A. e M.Pirrelli, "Art banking. un'inchiesta de il sole24ore sull'offerta di art advisor in banca", in *Il Sole 24 Ore, ArtEconomy24*, 29 ottobre 2008. <<http://www.arteconomy24.ilssole24ore.com/news/cultura-tempo-libero/2008/10/art-advisory.php>>, consultato il 16 maggio 2013.

²⁰¹ Vedi i confronti nel sito <www.finanzaonline.com>.

come, alle differenti esigenze proprie di una cliente eterogenea per età e disponibilità economica, il mondo dell'arte possa offrire un'altrettanta molteplicità di prodotti e possibilità.²⁰²

Dalle analisi è emerso che lo 0,4% della popolazione locale di ogni Paese rientra nella fascia *private*.²⁰³

I dati AIPB delineano un mercato *private* italiano formato da circa 606 mila famiglie. Il 68% di queste, con il 33,5% del patrimonio, posizionato nella fascia fra 500 mila e 1 milione di euro. Le famiglie aventi un patrimonio tra 1 e 5 milioni di euro sono il 27%, esse controllano il 36% degli *asset* totali. I nuclei che rientrano nel segmento elevato, superiore a 5 milioni di euro, sono il 4,7% e possiedono il 30% della ricchezza.

(Figura 7)

Per quanto riguarda la composizione del portafoglio delle famiglie *private* italiane nel triennio 2009-2012. Il portafoglio medio a fine 2012 è composto dal 14% di liquidità, 24% di obbligazioni, 15% di titoli di Stato e dal comparto azionario al 6% sul totale. Gli strumenti del risparmio gestito pesano per il 21%, mentre i prodotti assicurativi arrivano a una quota del 19% sul totale. (Figura 8)

Figura 7: Distribuzione della ricchezza finanziaria *private* per fasce di patrimonio al 2012 (%)

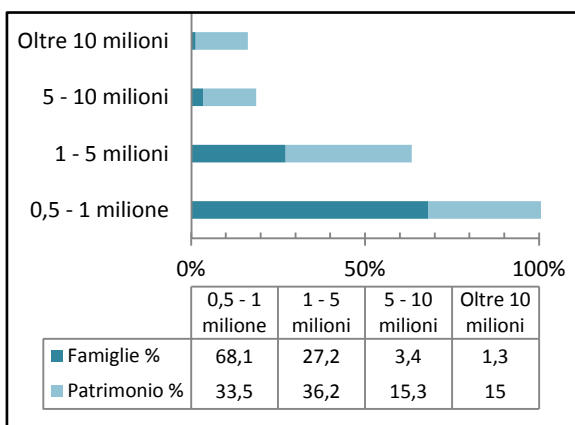
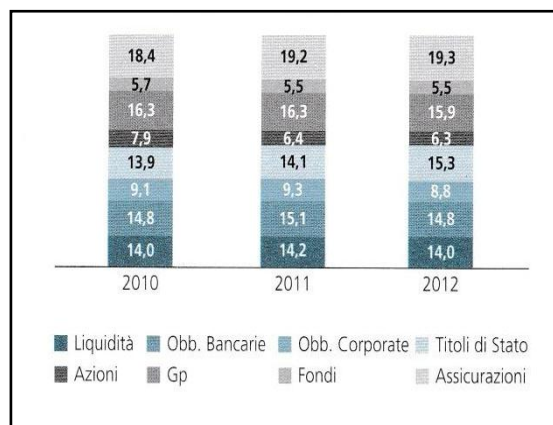


Figura 8: Asset mix medio delle famiglie *private* italiane nel 2009 - 2012 (%)



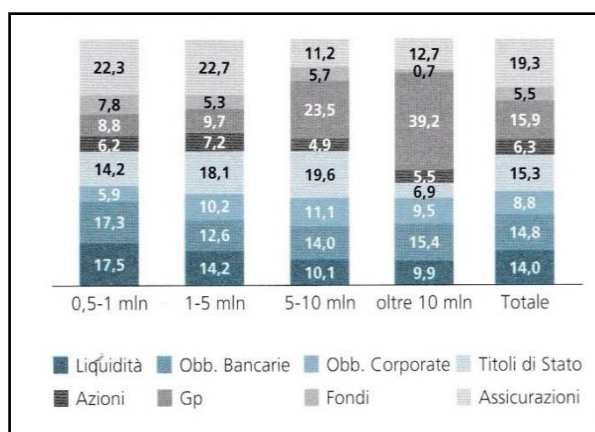
Fonte dati: documento AIPB - Prometeia - Stima del mercato 2012.

²⁰² Pirrelli.M. (a cura di), "Arte. Un utile straordinario. Il mercato del bello anticipa la ripresa", in *Il Sole 24Ore*, 17 agosto 2013, p.6.

²⁰³ Pirelli. M, *La carica dei nuovi ricchi*, in Quaderno AIAF 138, *La gestione dell'arte nelle banche*, supplemento alla rivista aiaf n.67, luglio 2008, p.31.

Da una fascia patrimoniale all'altra si riscontrano differenze importanti in termini di composizione del portafoglio. Nei comparti con più elevato patrimonio medio, fra 5 e 10 milioni e oltre 10 milioni, pesano di più le gestioni patrimoniali (rispettivamente 23,5% e 39,2%) tra cui ricade anche il settore arte, mentre si rileva una presenza minore di strumenti assicurativi e liquidità. (Figura 9)

Figura 9: Asset mix medio per fascia patrimoniale nel 2012 (%)



Fonte dati: documento AIPB - Prometeia - Stima del mercato 2012.

In merito alla distribuzione territoriale della ricchezza, essa rimane concentrata nelle regioni del Nord, dove i nuclei con un patrimonio finanziario di oltre 500 mila euro possiedono il 68% della ricchezza *private* italiana, rispetto al 18,4% sul totale nel Centro, e il 13,7% ripartito fra il Sud e le Isole.

Il Bilancio Intesa evidenzia come nel biennio 2009-2010 il benessere finanziario detenuto dalle famiglie *Private*, sia cresciuto. Nel 2011 si è notata una flessione dell'1,6% della ricchezza stimata rispetto al 2010 (878 miliardi di euro a fronte degli 892 nell'anno precedente). Fenomeno prevedibile dato l'andamento negativo dei mercati finanziari nel 2011, che ha portato la svalutazione degli *asset*. A fine 2012 i dati AIPB e Prometeia²⁰⁴ rilevano un incremento del 2,3% nel mercato potenziale *private* che risulta principalmente dalla rivalutazione dei medesimi *asset* finanziari in un contesto di riduzione di nuovi investimento.

²⁰⁴ Associazione italiana nata a Bologna nel 1974, e corrispondente società fondata nel 1981, fornisce consulenza, svolge attività di ricerca e di analisi economiche-finanziarie. <<http://www.prometeia.it>>, consultato il 29 luglio 2013.

La tavola riassume quindi l'evoluzione della ricchezza delle famiglie *private* italiane nel periodo 2009-12.

	2009	2010	2011	2012
Stock (mid. di euro)	869	892	878	898
Variazione	8,0%	2,7%	- 1,6%	2,3%
Effetto Performance	3,3%	0,5%	-2,4%	2,5%
Effetto Flusso²⁰⁵	4,7%	2,2%	0,8%	-0,2%

Tabella 6: Evoluzione della ricchezza delle famiglie private italiane nel periodo 2009-2012
Fonte dati: documento AIPB - Prometeia - Stima del mercato 2012.

In generale il patrimonio medio di queste famiglie è di 1,48 milioni di euro, un aumento rispetto al 2011 dell'1,9%.

Nel 2012 i nuclei con una ricchezza compresa fra 500 mila ed 1 milione di euro hanno osservato un trend positivo (+ 2,3%), mentre l'incremento per i soggetti con un *asset* maggiore ai 10 milioni di euro si è fermata allo 0,4%.

Con un mercato potenziale di 898 miliardi di euro, la posizione degli operatori specializzati *Private Banking* ammonta a circa 431 miliardi, il 48% della ricchezza potenziale stimata per i clienti *private* italiani. Intesa San Paolo ha una quota in tale mercato del 17,4% (pari a 75,2 miliardi di euro) tale quota sale al 20% in quanto ISPB detiene una soglia di accesso di 1 milione di euro, superiore a quella fissata da AIPB, ovvero 500 mila euro.

Per quanto riguarda la collocazione di Banca Intesa rispetto alle caratteristiche della clientela, la tabella 7 mette in rapporto la distribuzione dei patrimoni dei clienti ISPB con la ricchezza delle famiglie *private* italiane per fasce, calcolata da AIPB. Emerge come la distribuzione della ricchezza dei clienti ISPB sia maggiore nel segmento fra 1 e 5 milioni di euro (45%) e oltre i 10 milioni di euro (30%).

²⁰⁵ Risultante dalla raccolta netta degli strumenti finanziari detenuti dalle famiglie *private* e dall'effetto legato alle entrate ed uscite delle famiglie dal mondo *private*.

Continuando l'analisi (Tabella8) viene proposto un confronto fra la distribuzione del patrimonio delle famiglie *private* e della clientela Intesa Sanpaolo nelle principali regioni italiane.

Classi di Patrimonio	% Patrimonio Famiglie Private	% Patrimonio Clienti ISPB	Posizione competitiva ISPB
Oltre 10 min €	15%	30%	▲
Fra 5 e 10 min €	15%	13%	~
Fra 1 e 5 min €	36%	45%	▲
Fra 500 e 1 min €	34%	12%	▼

Tabella 7: Confronto distribuzione patrimonio famiglie italiane e patrimonio clienti ISPB per classi

Fonte dati: documento AIPB - Prometeia - Stima del mercato 2012.

Aree territoriali	% Patrimonio Famiglie Private	% Patrimonio Clienti ISPB	Posizione competitiva ISPB
Piemonte	10,4%	18,6%	▲
Lombardia	29,8%	38,4%	▲
Triveneto	13,8%	14,7%	▲
Emilia Romagna	11,1%	5,5%	▼
Toscana	6,6%	5,8%	▼
Lazio	8,9%	4,0%	▼
Campania, Sud e Isole	13,7%	9,2%	▼

Tabella 8: Confronto distribuzione patrimonio famiglie italiane e patrimonio clienti ISPB a livello regionale

Fonte dati: documento AIPB - Prometeia - Stima del mercato 2012.

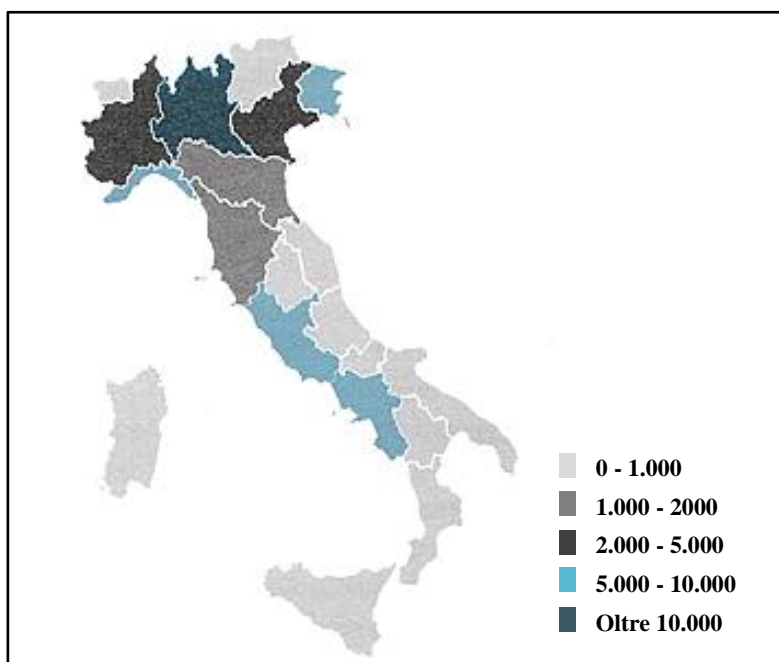
L'istituto detiene la sua base storica in area lombarda, piemontese e nel Triveneto, non stupisce quindi che il 38,4% dei patrimoni dei clienti siano concentrati in Lombardia, il Piemonte ha il 18,6% segue Triveneto con il 14,7%.²⁰⁶

La cartina mostra chiaramente quanto affermato in relazione alla distribuzione territoriale della clientela *private* di Intesa Sanpaolo, al 31 dicembre 2012.

²⁰⁶Intesa Sanpaolo Private Banking, *Bilancio d'esercizio 2012*, Milano, marzo 2013, pp.25-28, pp.55-58.

Figura 10: Distribuzione territoriale della clientela ISPB

Fonte dati: documento AIPB - Prometeia - Stima del mercato 2012.



I soggetti *private* sono informati tramite una *newsletter* riservata al settore *Private Top*. La pubblicazione è mensile ed include informazioni più ampie, riguardanti la gestione globale del patrimonio,²⁰⁷ con interventi del Servizio Studi Intesa Sanpaolo, di Eikonos Arte (focus sul mercato dell'Arte) e di Nomisma sull'andamento del mercato immobiliare.

Nomisma è un istituto privato di ricerca economica nato a Bologna nel 1981 per volere dei vertici di BNL e l'appoggio di altri istituti nazionali ed esteri. Nel 2004 inizia l'indagine nel settore arte con il "Laboratorio sul Commercio dei Beni Artistici" (LCBA), dal 2010 divenuto "Osservatorio sul Mercato dei Beni Artistici" (OMBA), collaborando con economisti dell'Università di Bologna tra i quali il docente Guido Candela. Dal 2010 è anche presentato annualmente il *Rapporto sul Mercato dei Beni Artistici*, rivolto a tutti gli operatori del settore e integrato da due approfondimenti su arte moderna-contemporanea e antiquariato.²⁰⁸

ISPB ha cercato nel 2012 di organizzare iniziative sul territorio per ampliare il sostegno a livello commerciale, fidelizzare la base clienti, acquisire nuova clientela, rafforzare e

²⁰⁷ Alberto Fiz, testimonianza colloquio telefonico, 8 luglio 2013.

²⁰⁸ <www.nomisma.it>, consultato il 20 settembre 2013.

diffondere il *brand*. Si sono realizzati a livello nazionale eventi e sponsorizzazioni, occasioni d'incontro che permettono di approfondire tematiche finanziarie e culturali. Gli appuntamenti hanno avuto come sedi luoghi che riflettono interessi e stili di vita della clientela, in particolare per arte e collezionismo, sono state organizzate serate nelle più importanti sedi museali, concerti e visite in palazzi storici come la Palazzina di Caccia Stupinigi (Torino), Palazzo Tè a Mantova, Palazzo del Podestà a Bergamo.²⁰⁹

Nonostante sia evidente l'intesa attività di Intesa Sanpaolo, UniCredit e altri gruppi bancari italiani, volta ad integrare la cultura nelle proprie politiche d'azienda e funzionalità, secondo uno studio presentato nell'anno 2012, il 47% delle famiglie *private* (intervistate da AIPB) possiede opere d'arte ma solo l'8% si indirizza alle banche per la gestione, protezione, compravendita. Può consolare che l'83% dei clienti in questione si riveli comunque interessato a ricevere almeno un servizio dall'istituto di credito (rispetto 75% del 2009)²¹⁰ cercando di unire, alla gestione accurata del patrimonio, l'entrata in quel "sistema" ristretto di cui tanto abbiamo parlato, elevando così il proprio *status* sociale.²¹¹

A dimostrazione le stime eseguite negli anni passati da Price Waterhouse²¹² per le quali i servizi di *Art Advisory* forniti dalle banche sarebbero cresciuti dopo il 2008 dal 30 al 50%, con più del 3-5% dei portafogli probabilmente diversificati in arte.²¹³

La clientela *private* che si rivolge al settore è quindi sempre più ampia ed esigente. Questo richiede un aggiornamento costante dei professionisti, delle loro conoscenze sul mercato e su un mondo dinamico, così da garantire il livello del servizio che tutti si aspettano, rafforzando in un'unica mossa il proprio ruolo e l'immagine stessa dell'istituto bancario.

²⁰⁹ Inoltre nel 2012 ISPB ha rinnovato la sponsorizzazione di Art First, fiera internazionale di arte contemporanea con sede a Bologna, che ha registrato nel 2012 oltre 30.000 visitatori.

Tutti i dati e le tabelle riportate sono contenute nel Bilancio 2012 di Intesa Sanpaolo in collaborazione con l'associazione AIPB e la società Prometeia.

²¹⁰ Pirelli M. (a cura di) *Investire in arte. Come entrare nel mercato dei beni artistici: investimenti diretti e indiretti*, Milano, Il Sole 24 Ore, Le guide di Plus 24, N.9/2012, pp.61-62.

²¹¹ Mojana M. e A. Fiz. "Art banking: le caratteristiche del mercato dell'arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, Milano, Egea, 2007, p.363.

²¹² PricewaterhouseCoopers (PwC) è un network distribuito in 158 Paesi con oltre 169.000 professionisti, che fornisce servizi professionali di revisione di bilancio, *advisory* e consulenza legale e fiscale.

<<http://www.pwc.com/it/it/index.jhtml>>, consultato il 30 luglio 2013.

²¹³ Quaderno AIAF 138, *La gestione dell'arte nelle banche*, supplemento alla rivista aiaf n.67, luglio 2008.

CONCLUSIONE

La ricerca ha voluto analizzare il rapporto tra fruitori di beni artistici, individui generalmente proprietari di ingenti capitali (*High Net Worth Individual*), ed istituti bancari.

Abbiamo notato come le banche includano nei servizi *Private*, volti alla gestione di un patrimonio eterogeneo, un valido supporto in caso tale ricchezza sia già costituita o voglia essere impiegata nel comparto esaminato. Questo richiama il termine *Art Banking*, ovvero tutte le attività che possono legare cliente e banca grazie al “prodotto arte”. Definiamo invece *Art Advisory*, la consulenza correlata, osservando in che modo la figura dell’*Art advisor* sia cruciale, indipendentemente dalle modalità di integrazione nell’organigramma d’impresa (costruzione interna o acquisizione esterna).

Dopo aver citato esempi internazionali, aventi il merito di essere stati i primi ad assumere un ruolo nel settore, il lavoro si è interessato a specifici casi nazionali per coglierne: caratteristiche, situazione attuale e prossime tendenze.

E’ stato poi rilevato, quale compito primario del professionista *advisor*, l’associazione di un valore monetario al bene artistico. Dall’analisi generale sui fattori determinanti tale cifra, il focus si è spostato quindi sul processo operativo che unisce utente, banca e consulente; adattato alle singole richieste. A prescindere dalle divisioni implicite, sono dunque stabiliti gli strumenti per ottenere una valutazione economica-artistica corretta. Essi sono: esperienza e conoscenza dell’*Art advisor*, parere di periti ed istituti specializzati, dati pubblicati nei *database* online (dei quali sono proposti quattro modelli).

L’indagine è terminata parlando del cliente, attorno al quale è costruito il servizio stesso. Vengono delineate alcune tipologie standard, osservando la differenziazione della domanda in base alla fascia d’età, che si mantiene comunque elevata, per dare una panoramica più ampia sul mercato bancario *Private* (soprattutto in merito alla domanda di servizi *Art Advisory*), sull’evoluzione e divisione della ricchezza e sulla relativa distribuzione territoriale.

Il cliente rimane tematica di partenza per ulteriori riflessioni. Voler gestire il proprio patrimonio in maniera adeguata e pensare all'arte in termini monetari conduce infatti ad una visione che supera i limiti della relazione tra istituto e utente. *Art Banking*, può così coinvolgere soggetti normalmente distanti al sistema arte, talvolta sottovalutato e guardato con diffidenza, fornendo l'appoggio necessario. In quest'ottica la comunicazione verso i potenziali *stakeholder* diviene elemento cruciale.

Non è un caso che i principali gruppi bancari da me citati stiano perfezionando il settore, rispetto a *marketing* e presentazione al pubblico, consapevoli di come questo permetta una crescita sul piano aziendale ed allo stesso tempo su quello relazionale. Sicuro punto di forza riguarda l'impiego di persone competenti: *manager*, consulenti, ma anche storici, giornalisti, curatori; i quali, rapportandosi con enti e specialisti indipendenti, garantiscono il livello dell'offerta richiesto. A colpirmi è stata la disponibilità, nel raccontare la propria attività, dimostrata dai professionisti interpellati. Persone che contribuiscono alla crescita di un servizio ancora poco conosciuto (forse a causa della selettività degli utenti) e alla relativa definizione di una identità societaria.

Ritengo di dover evidenziare alcuni possibili sviluppi dell'ambito studiato. Per esempio *Art Advisory* potrebbe essere integrato in maniera completa nella struttura organizzativa bancaria, su modello UniCredit, promuovendo artisti contemporanei, oltre a costruire per ogni cliente una scheda riassuntiva di passaggi patrimoniale e operazioni svolte, permettendo un monitoraggio costante.

In merito al problema valutativo, sappiamo che il mercato dell'arte è entità in perenne movimento ma la rete internet sembra fornire maggiori informazioni e strumenti in grado di costruire aspettative quasi certe sulle future tendenze.

Non è inoltre da sottovalutare, rispetto all'andamento economico-finanziario, il fatto che nuovi ricchi possano affacciarsi sulla scena o che, sebbene non destinataria dei servizi *private*, una fascia di consumatori medio bassa sia maggiormente disposta ad investire in opere d'arte come *asset* alternativo sicuro e piacevole.

Il bene artistico, è risaputo, ha la capacità di assumere molteplici funzioni e i servizi *Art Banking* ne sono la prova, rivelando un potere di connessione tra soggetti appartenenti a sfere diverse nello svolgimento di attività composite.

Per la banca sarà importante riconoscere tale risorsa sapendola valorizzare al meglio, adattandosi alle richieste della clientela pur non dimenticando la propria originaria *mission* d'impresa. Una consapevolezza già presente nelle Voci che costituiscono il fulcro del progetto, esempi concreti di come l'arte possa realmente divenire: affare bancario.

BIBLIOGRAFIA

BENHAMOU F. (2001), *L'economia della cultura*, Bologna, Il Mulino.

CANDELA G. E SCORCU A.E. (1994), *Il prezzo dei dipinti. Proposta per un numero indice delle aggiudicazioni d'asta*, Bologna, CLUEB, pp.12-15, pp.23-57, p.64, pp.73-80, pp.91-100.

CANDELA G. E SCORCU A.E. (2004), *Economia delle Arti*, Bologna, CLUEB, pp.17-19.

COHEN R. (2012), "Gold, Golden, Glittering representations of value, or the unexpected double history of banking and the art world", in *The Believer*, novembre/dicembre 2012.

COMOY L. (2011), "Il dilemma di Finarte: liquidità o liquidazione", in *Il Giornale dell'Arte*, numero 311, luglio 2011.

DELOITTE LUXEMBOURG AND ARTTACTIC (2012), *Art & Finance Report 2011*.

DELOITTE LUXEMBOURG AND ARTTACTIC (2013), *Art & Finance Report 2013*.

ECONOMIC AND FINANCIAL INDICATORS (2013), "The Rich", in *the Economist*, 22 giugno 2013.

FEDERAZIONE DELLE CASSE DI RISPARMIO DELLE VENEZIE (1986), *Le banche e l'arte*, catalogo della mostra "Le banche e l'arte", Roma, Castel Sant'Angelo, 4 dicembre 1985 - 5 gennaio 1986, Roma, De Luca Editore, 1986, pp.11-12, pp.16-17.

FIZ A. (1995), *Investire in arte contemporanea*, Milano, Franco Angeli Editore.

FIZ A. (2013), "Botticelli costa un terzo di Koons. I grandi del passato hanno prezzi più contenuti rispetto ai contemporanei", in *Milano Finanza*, 26 gennaio 2013, p.47, p.69.

FIZ. A., MOJANA M. E P. MUSILE TANZI (inedito 2013), "Investire in arte", in Musile Tanzi P., *Il manuale del Private Banker*, (cap.14).

GERLIS M. (2012), "Need a loan? Use your art. Lending against art seems to be booming, but interest rates can be sky-high and banks are taking few risks", in *the Art Newspaper*, 28 settembre 2012.

GIANOLA R. (a cura di) (2000), *Dizionario della New Economy*, Milano, Baldini&Castoldi s.r.l, p.30.

GRAMPP W. (1989), *Pricing the Priceless: Art, Artists and Economics*, New York, Basics Books.

GUADAGNINI W. (a cura di) (2009), *Past Present Future. Highlights from the UniCredit Group Collection*, catalogo della mostra "Past Present Future. Highlights from the

UniCredit Group Collection”, Vienna, Bank Austria Kunstforum, 16 ottobre 2009 – 10 gennaio 2010, Milano, Skira Editore, 2009, p.22.

INCORVATI L. (2013), “L'industria del private banking tra ripiegamento e opportunità”, in *Il Sole 24 Ore*, 24 giugno 2013.

INTESA SANPAOLO PRIVATE BANKING (2013), *Bilancio d'esercizio 2012*, Milano.

IL SOLE 24 ORE (2012), “Art advisory, consulenza in opera d'arte e preziosi”, (www.ilsole24ore.com/pdf2010/.../Art-Advisory-Preziosi-2012.pdf).

MANDICE S. (2008), “Art for business, Milano – 23 e 24 novembre 2007”, in *Artkey*, n.2 - dicembre 2007/gennaio 2008.

MANDICE S. (2008), “Le imprese e i finanziamenti alla cultura: analisi di un sistema ancora critico”, in *Artkey*, n.4, aprile/maggio 2008.

MARCHESONI M.A. E PIRRELLI M. (2008), “Un'inchiesta de Il Sole 24 Ore sull'offerta di art advisor in Banca”, in *Il Sole 24 Ore, ArtEconomy24*, 29 ottobre 2008.

MARCHESONI M.A. (2013), “Artprice, condanna record da 900mila euro per la contraffazione di cataloghi aste”, in *Il Sole 24 Ore, ArtEconomy24*, 11 luglio 2013.

MARCHESONI M.A. (2013), “Primo semestre 2013: conti in miglioramento per Artnet, pesante deficit per Artprice”, in *Il Sole 24 Ore, ArtEconomy24*, 10 settembre 2013.

MCANDREW C. (2010), *Fine Art and High Finance*, New York, Bloomberg Press, pp.68-69, pp. 115-120, pp.128-129.

MCCARTHY T. (1993), “The last of the big spender: Ryoei Saito last week: under arrest and in deep trouble, a far cry from his coup at Christie's”, in *The Independent*, 16 Novembre 1993.

MISSERI S.C. (1988), *La valutazione delle opere d'arte: metodo e processi*, Bologna, Ed. Calderini, p.135, pp.142-145.

MUSILE TANZI P. (a cura di) (2007), *Il manuale del Private Banker*. Milano, Egea, pp. XII-XIII, pp. 363-381.

PANZA P. (2011), “Se esplose la bolla dell'arte. La finanza ha preso il posto dell'estetica. Ma affari (e creatività) sono in pericolo”, in *Il Corriere della Sera*, 29 dicembre 2011.

PIRRELLI M. (a cura di) (2012), *Investire in arte. Come entrare nel mercato dei beni artistici: investimenti diretti e indiretti*, Milano, Il Sole 24 Ore, Le guide di Plus 24, N.9/2012.

PIRRELLI M. (2013), “Arte. Un utile straordinario. Il mercato del bello anticipa la ripresa”, in *Il Sole 24Ore*, N.224, 17 agosto 2013, p.6.

POLI F. (2011), *Il sistema dell'arte contemporanea*, Bari, Ed.Laterza (prima ed.1999), pp. XI-XII, pp.45-46, pp.50-53.

QUADERNO AIAF 138 (2008), *La gestione dell'arte nelle banche*, supplemento alla rivista aiaf n.67, luglio 2008.

REDAZIONE (2009), “Quando la banca diventa una galleria d'arte”, in *Il Giornale.it*, 21 maggio 2009.

REITLINGER G. (1961), *The Economics Of Taste: the rise and fall of picture prices 1760-1960*, Londra, Barrie and Rockliff.

ROBERTSON I. (a cura di) (2005), *Understanding international art markets and management*, Londra (Oxon) e New York, Routledge, pp.1-9, pp.37-61, p.89, pp.228-259.

SPAMPINATO A. (2006), “Investire in arte. Consulenti, fondi e prezzi boom nuovo affare di banche e privati”, in *Liberio.it*, 19 marzo 2006.

THOMPSON D. (2009), *Lo squalo da 12 milioni di dollari: la bizzarra e sorprendente economia dell'arte contemporanea*, Milano, Mondadori, pp.261-271, pp.349-356.

VETTESE A. (1991), *Investire in Arte*, Milano, Il Sole 24 Ore, pp.184-189, pp.201-217, p.253.

ZINGARELLI (2000), vocabolario della lingua italiana. Bologna, Zannichelli.

SITOGRAFIA

en.wikipedia.org/wiki/Artnet, consultato il 13 settembre 2013

en.wikipedia.org/wiki/art_valuation, consultato il 10 aprile 2013

it.wikipedia.org/wiki/Analisi_della_regressione, consultato il 2 settembre 2013

it.wikipedia.org/wiki/Banca, consultato il 25 giugno 2012

it.wikipedia.org/wiki/Capital_asset_pricing_model, consultato il 13 settembre 2013

it.wikipedia.org/wiki/Customer_relationship_management, consultato il 26 luglio 2013

it.wikipedia.org/wiki/Database, consultato il 2 agosto 2013

it.wikipedia.org/wiki/Prezzo, consultato il 23 agosto 2013

jeanconti.com, consultato il 13 settembre 2013

web.artprice.com, consultato il 16 settembre 2013

www.aipb.it, consultato il 17 giugno 2013

www.alettibank.it, consultato il 10 luglio 2013.

www.arcadja.com, consultato il 12 settembre 2013

www.arsvalue.com, consultato il 27 luglio 2013

www.arteconomy24.ilsole24ore.com, consultato il 16 maggio 2013

www.artfin.it, consultato il 20 settembre 2012

www.artingout.com/servizi/quotazioni-arte, consultato il 28 agosto 2013

www.artloss.com, consultato il 18 giugno 2013

www.artnet.com, consultato il 25 giugno 2013

www.artslife.com, consultato il 10 luglio 2013

www.artserviceadvisory.it, consultato il 20 settembre 2013

www.arttactic.com, consultato il 20 maggio 2013

www.believermag.com, consultato il 26 giugno 2013

www.corriere.it/cultura, consultato il 6 luglio 2013

www.deloitte.com, consultato il 25 giugno 2013

www.economist.com, consultato il 25 giugno 2013

www.eikonosarte.net, consultato il 6 giugno 2013

www.eosarte.eu, consultato l'8 giugno 2013

www.finanzaonline.com, consultato il 18 maggio 2013

www.iiartadvisory.com, consultato l'8 luglio 2013

www.ilgiornale.it, consultato il 25 giugno 2013

www.ilgiornaledellarte.com, consultato il 2 luglio 2013

www.ilsole24ore.com/art/finanza-e-mercati, consultato il 2 luglio 2013

www.ilsole24ore.com/art/notizie, consultato il 19 settembre 2013

www.independent.co.uk, consultato il 25 giugno 2013

www.lastampa.it, consultato il 12 agosto 2013

www.gallerieditalia.com, consultato il 25 luglio 2013

www.milanofinanza.it, consultato il 9 luglio 2013

www.newyorker.com, consultato il 19 settembre 2013

www.nomisma.it, consultato il 20 settembre 2013

www.opencare.it, consultato il 20 settembre 2013

www.privatebank.citibank.com, consultato il 10 settembre 2013

www.prometeia.it, consultato il 29 luglio 2013

www.pwc.com, consultato il 30 luglio 2013

www.rubenianum.be, consultato il 13 luglio 2013

www.teknemedia.net, consultato il 16 maggio 2013

www.theguardian.com, consultato il 19 settembre 2013

www.theartnewspaper.com, consultato il 13 maggio 2013

www.unicreditgroup.eu, consultato il 12 luglio 2013

www.warholfoundation.org, consultato il 9 luglio 2013