

PAOLO TURATI

ECONOMIA DELL'ARTE GLOBALE

***L'Art Market* mondiale,
la sua evoluzione e le sue prospettive**

Prefazione di Massimo Sterpi



G. Giappichelli Editore

Prefazione

ETOLOGIA DEGLI SCAMBI DI OGGETTI ARTISTICI

Il concetto di mercato dell'arte è di per sé un ibrido tra un'acrobazia ed un ossimoro. L'arte, per definizione, non ha alcuna funzione pratica o utilitaristica, quindi il suo valore è soprattutto simbolico.

La peculiarità dell'oggetto artistico è poi confermata, al momento attuale, dalla paradossale inesistenza di una definizione universale di cosa sia arte. L'unico consenso esiste forse intorno ad una definizione relazionale che sfiora la tautologia: arte è oggi ciò che il mondo dell'arte riconosce come tale.

L'applicazione all'arte dei tipici criteri economici comporta quindi delle notevoli difficoltà e, spesso, evidenti forzature. Più che un mercato, al più potrebbe essere definito come uno pseudo-mercato.

Paolo Turati ha una bravura speciale. Da uomo di numeri, osserva il mercato dell'arte con la precisione di un entomologo. Di ogni numero analizza significati e, soprattutto, collegamenti, specie con i cicli storici. E, con mano ferma, ci mostra come le improvvise crescite o decrescite siano molto meno sorprendenti se analizzate in un contesto di più lungo periodo. La grande verità che emerge è che, pur dando atto della peculiarità e "imprendibilità" dell'oggetto artistico, il mercato dell'arte rimane un'attività profondamente umana e, in quanto tale, prevedibile e spiegabile nei suoi macro-elementi. Quindi, pur nell'impossibilità di prevedere esattamente – per fortuna ... – le sorti economiche della singola opera o artista, questo libro ci aiuta a comprendere le pulsioni, le reazioni pavloviane, i riti e le ricorrenze di questo pseudo-mercato.

Paolo Turati ha scritto questo bellissimo libro di etologia degli scambi di oggetti artistici.

A tutti noi, una buona e illuminante lettura.

Massimo Sterpi

INTRODUZIONE DELLA CURATRICE

A oltre dieci anni dall'uscita in libreria del suo saggio *“Arte in Vendita- Arte Moderna e Contemporanea occidentale, guida al collezionismo consapevole”* (con prefazione di Ugo Nespolo, 207 pagine, Ananke Edizioni-2009) l'autore dell'opera letteraria che segue a questa breve introduzione ha ritenuto fosse giunta l'ora di riprendere il tema, peraltro mai dismesso attraverso la propria attività nel Settore (anche come Curatore di Mostre pubbliche, coi relativi Cataloghi, quali quella di Torino su H. Hartung – “Lo Slancio”, Catalogo Allemandi, Torino, 2011 – e quella di Riccione su F. Fontana – “Paesaggi e paesaggi”, Catalogo Artestampa, Modena, 2013), con vari articoli di Stampa, interventi pubblici anche sui Media e lezioni in ambito di formazione universitaria e professionale che lo hanno visto occuparsi strutturalmente dell'argomento senza soluzione di continuità per tutto questo lasso di tempo. In questo decennio sono cambiate nell'Art Market globale più cose di quanto non fosse accaduto del Secolo precedente. Fra i vari accadimenti, una delle pietre miliari più recenti: l'11 Marzo 2021, a cinque ore dalla scadenza dell'asta online che lo vedeva come unico lotto, il monumentale EVERYDAYS: THE FIRST 5000 DAYS, un lavoro digitale di Beeple (Mike Winkelmann) totalmente NFT (acronimo di Not Fungible Token, ad identificare le opere crittografate uniche) proposto da Christie's (per la prima volta con la suddetta, esclusiva, connotazione) aveva l'offerta migliore (fatte online: ben 165) a 13 milioni 250 mila Dollari essendo partito come “starting bid” da 100 Dollari e senza stime. A fine sessione l'opera sarà poi stata aggiudicata per quasi 70 milioni di Dollari. Quello che è certo è che Christie's ha indubbiamente fatto un colpo da maestro e che il mercato dell'arte, da quel momento, non sarà più lo stesso e tenderà sempre più ad essere “blockchainizzato” (argomento sviluppato dall'autore in uno dei capitoli che seguiranno): come conseguenza di ciò e di tante altre cose accadute nell'ultimo decennio, anche formalmente attraverso la tesi “di scenario” sviluppata nelle pagine che seguiranno, la messa a disposizione ai lettori interessati alla questione di uno strumento critico e

conoscitivo che vada a “novare” il precedente volume è apparsa pertanto un’iniziativa ineludibile. Prendendo rilevantemente spunto in modo talora testuale da elaborati, da tabelle e da grafici rilasciati dai maggiori fornitori mondali di database del Settore, cercando di correlarli tra loro nel modo più funzionale possibile, l’autore non ha peraltro voluto utilizzare il criterio del *manuale*, nella stesura delle pagine che seguiranno. Troppo composite sono le Discipline che interessano l’Art Market globale: non sarebbero sufficienti mille pagine per coprire tutti gli ambiti in forma tecnicamente completa. Ha così scelto ancora una volta il taglio *saggistico* che, pur fornendo dati ed elementi in forma estremamente rigorosa tratti dalle suddette fonti primarie ed incontrovertibili, consente di non ossessionare eccessivamente il lettore: svariando di quando in quando fra un ambito e l’altro e concludendo che, alla fin fine, è il “tutt’uno” di questo ambiente entusiasmante, che a volte – e magari fin troppo spesso – propone l’obiettivo di unire l’utile del guadagno al dilettevole del possesso di un bene pregno di bellezza (e in questo senso l’autore non si è sottratto dall’impegno di fornire qualche strumento valutativo al lettore), che ha senso che venga percepito ed assorbito da chi, confidiamo, non disdegnerà la lettura di queste pagine.

Giulia Turati

Capitolo I

PARTIAMO DALLA FINE: TUTTO ORO QUEL CHE LUCCICA?

Quando si parla dell'Art Market internazionale, le prime immagini che si risvegliano nella memoria sono quelle delle grandi aggiudicazioni d'asta: le decine o le centinaia di milioni di Dollari pagati per questo dipinto o per quell'autovettura d'epoca diventata anch'essa nello scorrere del tempo dalla sua produzione un'opera d'arte. Ma non è che l'investimento in arte sia sempre rose e fiori. Uno studio di Artprice.com certifica che è maggiore la percentuale dei lotti acquistati in asta e successivamente rivenduti che ha accusato una perdita, anziché godere di un guadagno. Il mercato dell'arte è come tutti gli altri: ha i suoi alti e bassi e nel momento in cui scriviamo questo lavoro (inizio 2021) stiamo analizzando la fase catabolica rilevante del 2020 e gli auspici di una ripresa. Al di là dei seri momenti recessivi del mercato dell'arte culminati, nel decennio passato, a Novembre 2009 e a Febbraio 2017, la fase di profonda crisi "causa Covid" (ma non solo: il mercato si stava indebolendo da tempo per eccessivo disallineamento fra domanda e offerta dovuta ad una crescita eccessiva dei prezzi dei top lots), di gravità raramente vista tanto che il fatturato consuntivo dei principali operatori (case d'asta, fiere d'arte e dealers) nel 2020 si è ritrovato drasticamente ridotto (-16% Sotheby's, -25% Christie's), ci dà la possibilità di riflettere su quelle che erano state le fasi di instabilità del medesimo mercato dell'arte globale nei cento anni precedenti. Ecco qui di seguito una sintesi dei "momenti di gloria e di disgrazia", collegati ai principali eventi socio-culturali-economico-politici, di cui le case d'asta sono stati dei veri e propri templi nei quali in forma liturgica quei momenti si sono consumati.

- 1920: boom dell'economia americana mentre in Europa nascono il Bauhaus e il Surrealismo;
- dal 1926: grande speculazione in Borsa e boom anche del mercato dell'arte (col Moma, ad esempio, fondato a New York proprio nel 1929)



con, ad esempio, “Le Concert” di Matisse, acquistato nel 1926 per 20000 FF, che viene emblematicamente venduto nel maggio 1930 per 165000 FF;

- 24 ottobre 1929: crollo di Wall Street e, dal 1930, “Grande Depressione” e caduta correlata del mercato dell’arte, dove si registrano diminuzioni dei prezzi dal 60% fino all’80% per quanto, complessivamente, il calo delle quotazioni dei beni artistici sia inferiore a quello del mercato azionario;

- 1940: durante la Seconda guerra mondiale si registra una solida ripresa negli Stati Uniti del mercato degli Impressionisti e pittori Moderni, anche a seguito della fuga negli Usa di molti artisti europei tra cui Duchamp, Masson, Ernst e Matta;

- nascita dell’Action Painting a

cavallo del 1950, con un nuovo boom del mercato dell’arte che registra il suo massimo sviluppo tra il 1954 e il 1961, contestualmente alla crescita dell’arte informale in Europa;

- Maggio 1962; crollo a Wall Street seguito nel 1963 dell’assassinio di John Kennedy: crisi del mercato dell’arte a partire dal 1962 con una forte caduta dei settori più speculati (arte astratta) mentre in parallelo nasce la Pop Art;

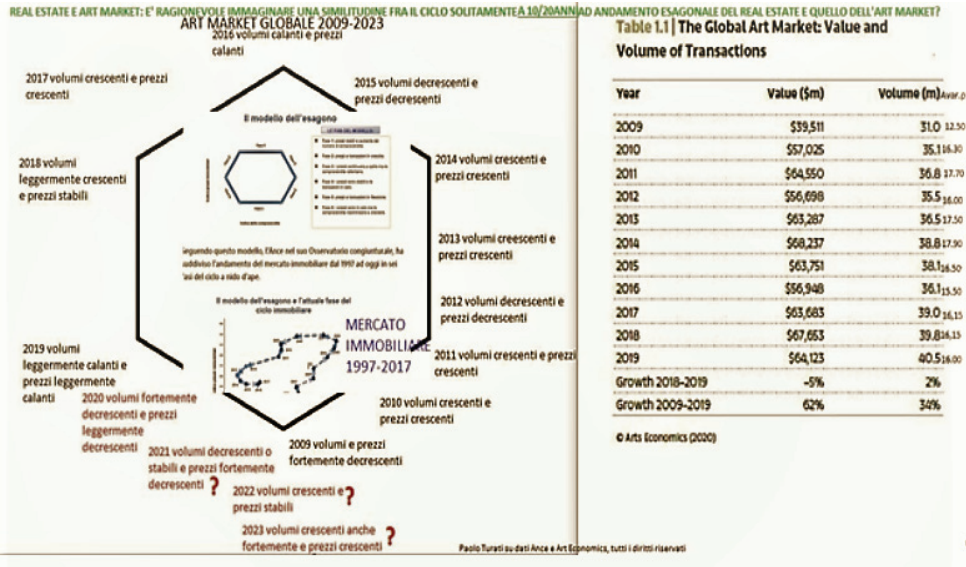
- 1967: svalutazione della sterlina e termine della supremazia artistica francese con definitivo trasferimento del centro del mercato artistico da Parigi a New York; a fine anni Sessanta: nuovo boom del mercato dell’arte con nascita di Movimenti importanti come il Minimalismo;

- 1970-1973: crisi energetica con inflazione a due cifre assieme a stagflazione e susseguente crollo del mercato dell’arte;

- 1980: primi segni di ripresa dell’Art Market con una lieve flessione nel 1981-82;

- 1984: nuovo boom del mercato dell'arte;
- 1988: grandi record alle aste;
- dalla primavera 1990: inizio di una rilevante flessione con diminuzione del 20-30% in prezzi e volumi soprattutto dell'arte d'avanguardia;
- 1997: nuovo boom nelle aste;
- 2000: andamento ancora in crescita;
- 2007: raggiunti i valori massimi, soprattutto per l'arte contemporanea;
- 2008: crollo del mercato con i più alti tassi storici di "invenduto" nell'arte contemporanea e forte discesa dei prezzi.

La tragica situazione in cui si è trovato l'Art Market globale a fine 2020 (il che ha porta ovviamente alla cancellazione di centinaia di migliaia di posti di lavoro fra i 3 milioni di addetti nel Mondo – l'ultima chiusura in ordine di tempo è stata quella della storica gallerista Goodman a Londra – del settore e fra i quasi 400 mila dell'indotto) ci induce in questa fase concitata a riflettere sul fatto se sia possibile immaginare modelli previsionali nell'investimento in arte. Un'idea empirica di primo acchito potrebbe essere quella di prendere a prestito qualche suggerimento da altri settori d'investimento "limitrofi" più istituzionalizzati, come quello Immobiliare. L'investimento in immobili e quello in arte hanno certamente delle similitudini, come il fatto che si tratti di beni patrimoniali "fisici" di regola poco speculati spesso utilizzati per tramandare ricchezza fra generazioni che si "prezzano" su mercati non ufficiali e tendenzialmente inefficienti. Ma davvero le dinamiche dei loro prezzi rispetto ai volumi possono avere delle analogie, magari anche solo alla lontana, come quella che parrebbe ravvisarsi nell'intorno del noto ciclo 10/20ennale "ad esagono" degli immobili? Abbiamo elaborato lo schema di cui più sotto traendo i dati Arts Economics in modo da proporre un modello previsionale di cui valutare di eventualmente avvalersi nei "turning points", come ad esempio proprio del 2020, verosimilmente "certificato" dal disastro londinese nell'Italian Sale di Ottobre 2020 da Christie's, con quasi il 50% (considerando 2 lotti ritirati, 13 invenduti e 2 garantiti da terze parti su 35) di lotti che non hanno trovato compratore (-65% delle stime pre-sale in valore nonostante il computo delle commissioni nel fatturato globale della Sessione) e solo 5 milioni di Sterline di incasso, di gran lunga il minore praticamente di sempre in questa tipologia di aste (siamo stati di fronte a un livello di fatturato di un'asta regionale).



Elaborazione e collage di due grafici tratti dall'Ance (Associazione nazionale costruttori edili) e da Arts Economics (Art Basel & UBS Report: The Art Market 2020)

Vediamo allora gli *ineludibili provvedimenti* che gli operatori del settore, case d'asta in primis stanno mettendo in atto per affrontare questo critico momento storico.

Nonostante l'enorme aumento delle *aste online* registrato nel 2020 dalle tre "Majors" occidentali (Christie's, Sotheby's e Phillips), il problema delle case d'asta ha ripetuto, peggiorato a causa del blocco da Covid-19, una tendenza già iniziata nell'anno precedente, che è il drastico calo delle entrate. Dopo un 2019 che si era chiuso, per il mercato globale delle aste d'arte, con un -17% rispetto al 2018, il primo trimestre del 2020 ha registrato un vero crollo del fatturato delle principali case d'asta. Le vendite totali di Christie's, Sotheby's e Phillips, da gennaio a marzo, sono infatti diminuite del 40%, passando da 1,4 miliardi di dollari nello stesso periodo del 2019 a 800 milioni nel 2020. Si è giunti così nel primo semestre del 2020 al più basso livello dal 2007. L'arrivo del Covid-19 ha sicuramente contribuito a minare la fiducia nel mercato tra i collezionisti ma il calo delle entrate non può essere attribuito solo alla chiusura delle aste in Europa e negli Stati Uniti perché in realtà stava già avvenendo, come abbiamo accennato sopra, prima di metà Marzo 2020. Le *aste online*, va detto subito, non sono attualmente in grado di competere con le aste dal vivo. A Maggio 2020 si è visto che tutte le aste di Christie's, Sotheby's e Phillips erano so-

lo online, ma nonostante un aumento medio del fatturato delle stesse aste online, rispetto al periodo corrispondente dell'anno prima, del 100% (da 1 a 2 milioni), i ricavi sono stati di soli 82 milioni di dollari contro 2,8 miliardi nello stesso mese dell'anno precedente. È indubbio che per altro verso le *vendite private* promosse dalle case d'aste abbiano migliorato la situazione generale del fatturato, ma si tratta certamente di numeri minimi rispetto alla situazione dell'anno precedente.

Negli ultimi periodi del secondo trimestre del 2020 le aste solo online avevano rappresentato quasi la metà degli eventi, ma solo poco più del 5% del fatturato, il che aveva convalidato la sensazione già consolidata circa il fatto che il problema di sostituire le aste dal vivo con aste online non si rivelasse nell'immediato e ancora per lungo tempo una soluzione del problema. I dati consuntivi delle vendite attraverso aste solo online nel 2020 paiono invero più lusinghieri come rilevano i principali fornitori di Art Market Data, da Artnet fino, segnatamente, ad Artprice.com. Le vendite all'asta solo online sono aumentate di oltre il 500%, raggiungendo più di 1,05 miliardi di dollari USA, superando questo importante traguardo per la prima volta. Considerate fino a qualche mese fa una parte marginale del mercato e tuttora assolutamente non determinanti per le sorti dell'andamento del mercato dell'arte, le aste solo online rappresentano comunque a fine 2020 il 14% delle vendite totali in tutto il mondo dal 9% dell'anno prima. In totale, nel 2020 si sono svolte oltre 640 aste online, in particolare durante la seconda metà dell'anno, il triplo rispetto al 2019. Sotheby's ha organizzato la maggior parte di queste aste (quasi 70%), seguita da Christie's (poco meno del 30%) e Phillips (attorno all'1%). Un dato significativo è che anche il prezzo medio per lotto nelle vendite solo online è aumentato del 150% circa negli ultimi dodici mesi, raggiungendo a cifra record per il settore di \$ 20.693.

Le più importanti case d'asta – insieme a gran parte del resto dell'industria artistica – hanno in effetti gareggiato per l'incremento delle vendite online dopo l'inizio del lockdown. Sotheby's, che nel 2020 è stata la più grande casa d'aste del Mondo e che è quella che ha prodotto più lavoro negli ultimi anni per sostenere la sua infrastruttura online, ha riferito che oltre il 70% delle sue aste si è tenuto online nel 2020, rispetto al 30% dello scorso anno. Inoltre, più del 40% degli offerenti nelle aste online era nuovo per Sotheby's. Grazie ai nuovi prodotti web e mobile, l'80% di tutte le offerte è stato effettuato nel 2020 online.

Christie's, nel 2020 al secondo posto nella classifica delle case d'asta al Mondo, ha parimenti registrato un totale record per le vendite digitali: oltre

300 milioni di dollari, in crescita di più del 260% rispetto al 2019. Anche Phillips ha aumentato notevolmente le offerte di vendita online. L'anno scorso aveva effettuato solo sette vendite online, mentre nel 2020 Phillips ha lanciato più di 20 aste solo online.

Non di meno, com'è evidente, si è registrato nel 2020 un impellente bisogno delle tre "Majors" di tornare alle Sessioni tradizionali, ormai spesso *ibridizzate*, come quelle di Sotheby's alla fine di giugno e quelle di Christie's (in particolare "One": tenuta sulle quattro principali Piazze mondiali senza soluzione di continuità "seguendo" il fuso orario) all'inizio di luglio 2020 (che hanno ciascuna fatturato circa 400 milioni) e quelle di Phillips (con il 100% dei lotti venduti nella vendita serale e realizzo sui 50 milioni), i cui 3 o 4 lotti principali (spesso garantiti da terzi o dalle stesse case d'asta), che si sono comportati assai bene come il Trittico ispirato all'Oresteia di Eschilo prodotto da Francis Bacon battuto da Sotheby's a 84 milioni e l'Arc de Triomphe di Renè Magritte a oltre 20 milioni di Christie's, rappresentavano da soli circa la metà del fatturato dell'asta.

D'altra parte, attualmente, l'1% dei migliori artisti trattati nell'asta (coloro che realizzano oltre 1 milione per lotto) crea oltre metà del fatturato globale annuale. Monet e Picasso generano oltre il 15% del fatturato rispettivamente di impressionismo e arte moderna, così come i primi venti artisti per fatturato annuo dell'arte del dopoguerra formano il 40% delle vendite totali del settore (e addirittura il 60% i primi venti del settore impressionismo e arte moderna).

Sempre più spesso, per mettere in evidenza impressionanti fatturati, le case d'asta battono quindi oggi giorno aste che vanno dall'Impressionismo al Contemporaneo (da qui il concetto di "cross category", che invero è spesso reso ancor più spinto inserendo nei cataloghi anche opere ad esempio di Design o Auto d'Epoca) ed è chiaro che i vari Dipartimenti saranno sempre più integrati l'uno all'altro, ovviamente riducendo posti di lavoro e costi.

I dati disponibili per il 2020 rispetto alle case d'asta sono, come abbiamo anticipato, impietosi. Secondo la Pi-Ex Ltd di Londra, primaria fornitrice indipendente di database sull'Art Market mondiale con cui l'autore di questo saggio ha il piacere di collaborare da tempo, il fatturato del primo trimestre 2020 (i mesi più colpiti sono stati Febbraio, Marzo, ma anche Aprile, Maggio e Giugno) delle Big Three occidentali è calato rispetto allo stesso periodo 2019 del 40% essenzialmente per il lockdown delle aste in sala (oltre il 30% negli Usa, poco meno di quella percentuale nel Regno Unito e attorno al 25% in Cina, il che evidenzia come anche il resto del mondo abbia avuto cali parimenti consistenti, visto che Usa, U.K. e Cina rappresentano assieme

oltre l'80% del mercato globale dell'arte). In realtà, lo abbiamo già incidentalmente accennato, si tratta di un fenomeno che ha iniziato a manifestarsi dal 2019, con la perdita del 17% del fatturato dei beni artistici worldwide passati in asta, e che si è riconfermato nello scorcio del 2020 prima dello stop alle vendite in presenza fisica. Questa situazione minaccia di proseguire sempre di più nel corso del tempo e diventare profonda per una congiuntura strutturale insita nel mercato ormai conclamata (il già citato disallineamento fra i livelli di prezzo oggi mediamente desiderati dai venditori e quelli spendibili da parte dei compratori), sicché le case d'asta stanno dannandosi pensando a come risolvere la questione. Allo stato, come visto sopra, i provvedimenti presi sono due (tre con la suddetta "ibridazione" delle aste, tenute con banditore a porte chiuse sempre più spesso anche accorpando Dipartimenti e ambiti merceologici dissimili nonché locations geografiche diversificate nel corso delle medesime Sessioni): l'aumento dell'attività delle vendite online e lo sviluppo delle private sales che però, al momento, non appaiono soluzioni in grado di contrastare completamente questa crisi. Quanto al primo aspetto, i dati di Pi-Ex confermano quello che abbiamo già osservato su quanto sia, pur in forte crescita, limitato l'impatto complessivo sui dati totali delle vendite online, osservando ad esempio che nelle ultime due settimane del primo trimestre 2020, le vendite digitali hanno rappresentato il 46% del numero di aste programmate e solo il 6% delle entrate totali.

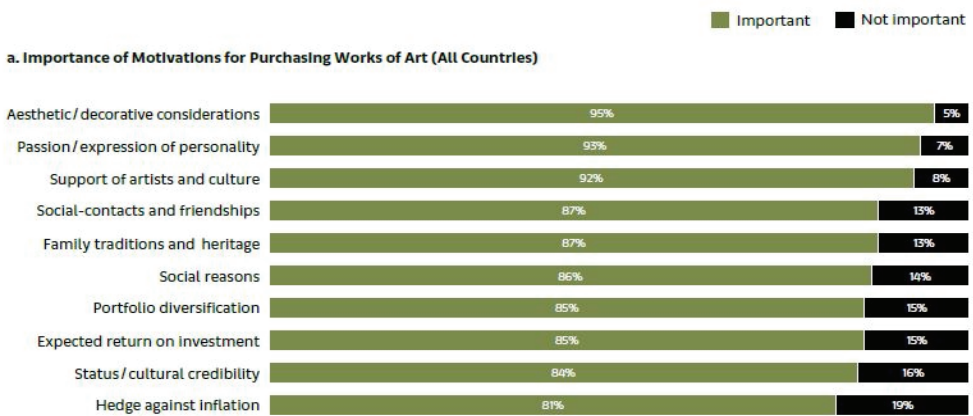
Un ulteriore aspetto che merita di essere sottolineato è che le aste online, bene che vada, superano raramente il fatturato di 10 milioni di Dollari e, più frequentemente, "battono" sotto i 3 milioni. Il fatto, poi, che il top lot più caro ("Ottobre a Cape Code" di Edward Hopper, 9,6 milioni) mai aggiudicato in un'asta online risalga a otto anni fa la dice lunga sulla ritrosia dei venditori sull'immettere lotti importanti nelle aste online. Differenziato il discorso per le private sales, che le case d'asta stanno ampliando da anni operando come veri e propri dealers generando normalmente (ma nel 2020, con \$ 1,5 miliardi su 5 di fatturato e con \$ 1,3 miliardi su 4,4 di fatturato rispettivamente sia Sotheby's che Christie's hanno raggiunto livelli mai toccati prima) da questo settore fra un quarto e un quinto delle loro vendite per valore. Qui si aggiunge peraltro, un secondo problema alla tradizionale ritrosia dei venditori di mettere in bella vista a disposizione di chiunque nelle virtual sales rooms delle case d'asta pezzi di valore molto alto. Nelle stime da proporre ai potenziali compratori, le case d'asta tendono a "prezzare" le opere come se si trattasse di immetterle in un catalogo d'asta dove, per paradigma, è la "gara" che valorizza equamente un'opera. Proporre ai venditori stime minime conservative, su cui non ci sarà gara ma solo un'e-

ventuale proposta di acquisto ancora più conservativa su cui “appoggiarsi” da parte di un potenziale compratore, non può che limitare la propensione dei venditori di proporre in questo modo sul mercato, sia in numero che in qualità, pezzi importanti. Basta visitare i siti di Sotheby’s, Christie’s e Phillips e ci si rende conto che le sales rooms delle private sales non contengono granché di straordinario, anzi Per altro verso va detto che c’è ancora sempre molta liquidità a livello mondiale disponibile per essere investita in opere d’arte, purché ci sia qualità da comprare: pertanto è possibile che prima o poi si giunga a strutturare una buona pratica, e allo stesso momento efficiente, anche in questa metodologia commerciale.

Da vent’anni si sta incrementando sempre più il “servizio” telematico che sostiene informaticamente il mercato dell’arte, in particolare, ma non solo, rispetto alle aste (tradizionali e online). Tutte le case d’asta si sono ormai dotate di sofisticati siti propri con calendari, informazioni dettagliate sui lotti (con tanto di ingrandimenti delle immagini di estrema precisione) e aste in diretta in cui si può intervenire anche, e sempre più spesso solo, con offerte online. Il Coronavirus ha infatti, come abbiamo visto, imposto una moltiplicazione delle aste online e delle aste cosiddette ibride (a porte chiuse con banditore, non raramente connotate dall’essere anche cross-category), sebbene, come abbiamo rilevato, il fatturato perso dalle aste in presenza non sia risultato compensato dall’aumento, pur triple digit, delle sessioni tenutesi solo online nel corso del 2020.

Vari operatori specializzati hanno creato piattaforme operative e informative free e a pagamento con banche dati ricchissime, come Artprice.com o Artnet (che opera a sua volta anche bandendo aste online) e Gallerie importanti si sono specializzate sull’espositività collaterale o esclusiva online, una fra tutte queste ultime la Saatchi Gallery online. Costoro sono peraltro oggi, assieme alle case d’asta ed ai dealers principali, possessori di una massa di dati relativi alla clientela potenziale davvero impressionante e che solo parzialmente viene sfruttata in termini di marketing per stanare i clienti “prospect” più interessanti in funzione (ad esempio, si veda il grafico sotto) delle preferenze, dell’indole, del motivo del perché si collezioni arte, dei gusti e delle disponibilità di questi ultimi. Indubbiamente sarà una miniera d’oro per chi riuscirà a far fruttare questi dati indipendentemente dall’attività del commercio di beni artistici.

Figure 6.25 | Motivations for Purchasing Art



© Arts Economics (2019)

Fonte: Arts Economics, Art Basel & UBS Report: The Art Market 2020

Se facciamo una retrospettiva, sull’ultimo anno “normale”, il 2019, il *mercato dell’arte online* ha raggiunto un livello stimato di circa \$ 6 miliardi, rappresentando attorno al 9% del valore delle vendite globali. Le vendite online hanno mantenuto il ritmo dell’anno precedente nelle principali case d’asta, mentre le case d’asta di secondo livello hanno registrato un incremento ben superiore in gran parte prodotto su piattaforme di terze parti. Tendenza stabile rispetto al 2018, quando i dealers hanno riferito di aver realizzato il 6% delle loro vendite totali online, una quota a sua volta stabile rispetto al 2017. Circa la metà (il 52%) di questa tipologia di acquirenti ha rappresentato nuova clientela, in aumento del 7% rispetto al 2018.

Sulla base di un’indagine di Arts Economics sui principali cinque mercati nazionali nel 2018, il 93% di collezionisti “High Net Worth Millennials” ha riferito di aver comprato opere d’arte o oggetti da una piattaforma online, percentuale assai superiore rispetto alla maggior parte dei “baby boomers”, che raramente avevano comprato arte online prima d’ora. Ad integrazione di questa tendenza, appare ghiotta l’opportunità di sfruttare questo momento complesso, in cui il mercato dell’arte mondiale ha perso il 30% di fatturato rispetto al 2019, di una strutturazione sempre più istituzionalizzata (peraltro già oggi portata avanti in sessioni molto importanti da parte di principali case d’asta) di un apparato formale di validazione dell’autenticità di beni particolari come le opere d’arte circa le quali, come noto, giuridicamente “il

possesto vale titolo”, valevole erga omnes che trova presumibilmente nella Blockchain una più che verosimile forma di realizzazione.

Le conseguenze della recente pandemia che in poche settimane ha cambiato in modo radicale il futuro del mercato dell’arte suggeriscono in ogni caso la conferma, che stava già da tempo prendendo corpo, di un core business sempre più da “attenzionare” in cui le stesse grandi case d’asta, oltre alle principali gallerie, stanno, come abbiamo fatto rilevare in precedenza, velocemente riconvertendo gran parte della propria attività. Per la prima volta nella storia, a Marzo 2020 le aste online (ovviamente per la chiusura delle Salesrooms in buona parte del Mondo) di Christie’s, Sotheby’s e Phillips hanno rappresentato il 60% delle sessioni totali delle aste d’arte. Nello stesso mese, il fatturato dei tre big players è stato pari a quello disastroso dello stesso mese del 2009 (in piena bufera subprime) e equivalente alla metà del Marzo 2016. Le case d’asta stanno in ogni modo sempre più espandendo il business online, che nel 2019 aveva rappresentato, come detto sopra, poco meno del 10% dell’insieme delle aste, ed è immaginabile che il cambiamento epocale a cui stiamo assistendo, che forzosamente imporrà in futuro e in modo sempre più strutturale il distanziamento sociale, porterà le transazioni online a livelli sinora ritenuti inimmaginabili. Che poi questo basti come “sucedaneo” alle aste in presenza nel futuro è, lo ribadiamo, tutto da vedersi.

In parallelo e con “numeri” ad oggi più corposi rispetto alle vendite online, le Private Sales delle case d’asta e delle gallerie stanno assumendo, come si osservava in precedenza e pur con i limiti che le connotano, in ogni caso un ruolo non irrilevante nell’immediato. Le Big three Auction Houses presumibilmente raddoppieranno in modo stabile il 20% circa di fatturato realizzato negli anni precedenti grazie alle Compravendite a trattativa privata. Ad oggi 3 o 4 lotti importanti vengono mediamente transati ogni giorno da parte delle principali case d’asta, il che significa che ogni mese “riviene” loro quello che in condizioni normali sarebbe il fatturato di una Sessione offline di medio livello. Immaginando che se non ci sarà (e non ci sarà) una soluzione a brevissimo del problema Covid 19, non è peregrino ipotizzare che le trattative private si confermeranno come fonte importante del fatturato, seguito a distanza non eccessiva dalle aste online.

Altro ambito in cui viene mantenuta la massima attenzione da parte degli operatori nella sostenibilità nel loro business è quello delle mega-aste. Possiamo tranquillamente dire che, da sempre, i fatturati importanti le case d’asta li ricavano nelle cosiddette Mega-Sales, normalmente tenute a New York a Maggio e a Novembre, anche se in passato abbiamo avuto Mega

Sales a Parigi, come la vendita della Collezione di Ives Saint-Laurent da Christie's nel 2009 (370 milioni di Euro) e a Londra. Erano i tempi d'oro delle mega-aste: si pensi che a fine 2008 l'asta "Beautiful into my head forever" aveva realizzato 200 milioni di Sterline a Londra su oltre 200 opere recenti di Damien Hirst il cui mercato, da allora, si è peraltro enormemente indebolito. Fra le recenti Mega sales di New York ricordiamo la vendita per mezzo miliardo di Dollari della Collezione A. Alfred Taubman da Sotheby's, di cui fu Ceo, nel 2016 e la vendita della Rockefeller Collection da Christie's (quasi un miliardo di Dollari) nel 2018, oltre che, nello stesso anno, la vendita della Barney A. Ebsworth Collection (317 milioni di dollari), la prima mega asta effettuata con l'utilizzo collaterale della tecnologia Blockchain. Peraltro, spesso è il nome della Collezione in vendita citato nel titolo stesso dell'asta che crea un effetto simil *feticistico* e aiuta il banditore ad aumentare i prezzi oltre il loro valore di mercato: un esempio eclatante di qualche anno fa è stato proprio quello della sopra citata collezione d'arte di Yves Saint Laurent venduta da Christie's a Parigi. Le case d'asta anche quest'anno si sono sforzate di tenere mega sales non appena hanno potuto per resistere ad una crisi dell'Art Market dovuta alla Pandemia ma non solo. La principale differenza rispetto alla grave crisi di 12 anni fa (quando dimezzarono) è che mediamente i prezzi sono, finora, mediamente resistenti, il che dimostra che c'è ancora molta liquidità pronta ad essere dirottata sulle opere di qualità dell'Art Market mondiale. L'attuale calo di fatturato, in realtà, sconta, ribadiamo, una situazione di contrazione degli affari già resasi evidente nel recente passato, principalmente dovuta, cosa di cui abbiamo già fatto cenno ma che ulteriormente rimarchiamo in quanto importante, ad un rilevante disallineamento fra domanda e offerta, il che obbliga spesso le case d'asta a rischiare in proprio o avvalersi di terzi che lo facciano al posto loro al fine di rilasciare garanzie su lotti immessi in catalogo in modo da indurre i venditori a affidare loro in vendita delle opere d'arte importanti. In un contesto in cui quasi nessuna location è stata risparmiata dalle restrizioni della pandemia, un fattore che ha contribuito a mantenere pesante la situazione è legata al fatto che, nonostante un'alta percentuale dei lotti venduti, ci sono stati pochi capolavori immessi in asta e, come si sa, sono i top lots che generano fatturato. Un altro aspetto interessante da notare è relativo alle comparazioni sui prezzi che consentono le aste ibride (caratterizzate, come dicevamo, dalla presenza di un banditore a porte chiuse, sempre più spesso contaminando fra loro i vari Dipartimenti delle Belle Arti per periodo di produzione nonché diversificando le categorie merceologiche inserite nella stessa asta, come ad