



PUBBLICO, PROFESSIONI E LUOGHI DELLA CULTURA

Alessia Zorloni

L'economia dell'arte contemporanea

Mercati, strategie e star system

Prefazione di Michele Trimarchi

**NUOVA
EDIZIONE**



FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Pubblico, professioni e luoghi della cultura

*Collana diretta da Francesco De Biase, Aldo Garbarini,
Loredana Perissinotto, Orlando Saggion*

L'intreccio tra professioni, pubblico e luoghi nei quali gli eventi ed i prodotti culturali si dispiegano e si "consumano" sembra essere sempre più un elemento significativo per l'approfondimento dello stato e dell'evoluzione della dinamica relativa alla domanda/offerta culturale, per definire le forme ed i modi della programmazione e della progettazione di iniziative e di eventi, nonché, più in generale, per l'elaborazione delle politiche culturali, in campo privato e pubblico.

Analizzare questi rapporti può contribuire non solo a comprendere le dinamiche oggi esistenti a livello di produzione culturale (dallo spettacolo dal vivo ai beni culturali, dalla televisione al ruolo della "rete", dalla composizione dei finanziamenti per la cultura alla riprogettazione degli spazi), ma anche ad ipotizzare le possibili linee di sviluppo future.

I luoghi, il pubblico e le professioni culturali sono infatti in continua trasformazione: fenomeni ed eventi politici, sociali ed economici modificano a volte tutti e tre gli ambiti, in altri casi esplicano i loro effetti esclusivamente su uno di essi.

Basta pensare ad esempio alla nascita e allo sviluppo di alcune figure professionali che, originate da trasformazioni in atto in alcuni campi socio-economici, hanno prodotto nuove metodologie, spazi e strumenti di lavoro, che a loro volta creano e rispondono a nuove modalità di fruizione e consumo culturale.

Il tutto avviene in una dimensione d'interazione, dove ogni singolo elemento può essere sia causa per la nascita di nuove situazioni, sia effetto/risultato dei cambiamenti in atto.

La collana si propone, in questo senso, come strumento di riflessione intorno ai processi ed alle mutazioni che stanno avvenendo nel mondo culturale. Non una collana settorialmente specialistica, centrata su singole specificità, ma fondata su temi ed approfondimenti che siano in grado di rappresentare quelle connessioni e problematicità sopra richiamate.

Approfondimenti, in sostanza, che siano in grado di privilegiare una visione metodologica pluridisciplinare e che, nell'insieme offerto dal "filo rosso" che li collega all'interno della collana, propongono uno sguardo d'insieme sui processi, le metodologie e le prospettive del settore.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.



PUBBLICO, PROFESSIONI E LUOGHI DELLA CULTURA

Alessia Zorloni

L'economia dell'arte contemporanea

Mercati, strategie e star system

Prefazione di Michele Trimarchi

FrancoAngeli

Immagine di copertina: 1\$ Silver Dollar
Serie 1899 with Double Eagles; 5\$ Dollars 1907 FED Washington,
Collezione Ricchebuono

Progetto grafico della copertina: Elena Pellegrini

2ª edizione. Copyright © 2011, 2016 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

| | | |
|--|------|----|
| Prefazione , di <i>Michele Trimarchi</i> | pag. | 9 |
| Introduzione | » | 11 |
| 1. Il sistema dell'arte contemporanea | » | 19 |
| Introduzione | » | 19 |
| 1. La definizione del sistema dell'arte | » | 23 |
| 2. La catena del valore | » | 28 |
| 3. L'origine della creatività individuale | » | 29 |
| 4. La creatività come risorsa economica | » | 29 |
| 5. Natura economica dei beni artistici: da bene di lusso a bene rifugio | » | 31 |
| 6. Le caratteristiche economiche della produzione artistica | » | 33 |
| 7. Il marketing degli artisti | » | 36 |
| 2. I mercati dell'arte contemporanea e i settori di supporto | » | 40 |
| 1. L'offerta di opere d'arte e la segmentazione del mercato | » | 41 |
| 2. La segmentazione orizzontale: il mercato primario e secondario | » | 43 |
| 3. La segmentazione verticale | » | 43 |
| 4. I settori di supporto e l'impatto economico | » | 49 |
| 4.1. L'editoria | » | 50 |
| 4.2. Le fiere | » | 51 |
| 4.3. Gli art advisory e i servizi offerti | » | 54 |
| 5. I caratteri strutturali del mercato | » | 57 |
| 6. I problemi di asimmetria informativa | » | 59 |
| 6.1. Il prezzo come indicatore della qualità nel mercato dell'arte contemporanea | » | 60 |

| | | | |
|-----------|---|------|-----|
| 7. | La segnalazione | pag. | 63 |
| 7.1. | La certificazione della qualità attraverso i premi | » | 66 |
| 7.2. | L'archivio come certificatore di autenticità | » | 68 |
| 8. | Assetto organizzativo, dimensioni e struttura del mercato primario | » | 71 |
| 9. | I rapporti tra artista e gallerista | » | 73 |
| 10. | La selezione degli artisti | » | 75 |
| 11. | Le case d'aste e il mercato secondario | » | 76 |
| 11.1. | Cenni di teoria economica delle aste | » | 78 |
| 11.2. | Le strategie degli operatori nelle aste di dipinti | » | 79 |
| 11.3. | Il giro d'affari nel mercato delle aste dei beni artistici | » | 82 |
| 11.4. | Il mercato dell'arte contemporanea | » | 85 |
| 11.5. | I segmenti di mercato | » | 87 |
| 12. | La fiscalità dell'arte in Italia | » | 93 |
| 13. | Il diritto di seguito | » | 97 |
| 14. | Il pagamento delle imposte con le opere d'arte | » | 98 |
| 3. | Valore e strategie di valorizzazione | » | 100 |
| 1. | Le variabili che influenzano le quotazioni | » | 100 |
| 2. | La notifica e il suo impatto sul mercato dell'arte contemporanea | » | 104 |
| 3. | Il sistema dei media e la spettacolarizzazione dell'arte | » | 105 |
| 4. | Mercato dell'arte ed economia dello star system | » | 109 |
| 4.1. | Gli effetti delle esternalità di rete nel mercato dell'arte contemporanea | » | 110 |
| 4.2. | Il feedback positivo e le strategie di valorizzazione | » | 112 |
| 5. | La valutazione a scopi assicurativi | » | 115 |
| 5.1. | Assicurare l'arte: polizze e coperture | » | 116 |
| 6. | La competitività dei paesi nella valorizzazione dell'arte contemporanea | » | 118 |
| 7. | La promozione dell'arte contemporanea in Italia | » | 121 |
| 8. | L'investimento in cultura dei privati e delle fondazioni | » | 125 |
| 9. | L'utilizzo della cultura come leva di marketing | » | 129 |
| 9.1. | Il rapporto tra arte e moda | » | 131 |
| 4. | Il collezionismo: motivazioni e modelli di consumo | » | 134 |
| 1. | Le caratteristiche della domanda collezionistica | » | 134 |
| 2. | Stima della funzione di domanda | » | 136 |
| 3. | Teorie sul consumo dei beni artistici e sul fenomeno della dipendenza razionale | » | 136 |
| 4. | Il reddito e la domanda potenziale | » | 138 |

| | |
|---|----------|
| 5. Il pubblico dell'arte contemporanea in Italia | pag. 141 |
| 6. La domanda privata | » 146 |
| 7. La segmentazione della domanda | » 147 |
| 8. Il collezionismo aziendale | » 149 |
| 9. Genesi e struttura delle <i>corporate collection</i> | » 152 |
| 9.1. JP Morgan | » 153 |
| 9.2. UBS | » 154 |
| 9.3. UniCredit | » 154 |
| 9.4. ING Group | » 156 |
| 9.5. Deutsche Bank | » 157 |
| 9.6. Unilever | » 157 |
| 9.7. La AkzoNobel Art Foundation | » 158 |
| 9.8. La Generali Foundation | » 159 |
| 9.9. La Fondazione per l'arte moderna e contemporanea CRT | » 159 |
| 10. Gli art hotel | » 160 |
| 10.1. 21c Museum Hotel | » 163 |
| 10.2. Le Méridien | » 164 |
| 10.3. Ritz-Carlton | » 165 |
| 11. La domanda speculativa | » 166 |
| 12. Caratteristiche della domanda speculativa | » 168 |
| 13. Come valutare l'investimento in arte | » 170 |
| 14. Indici per la valutazione degli investimenti in arte | » 171 |
| 15. I fondi di investimento in arte | » 175 |
| 15.1. La gestione e le modalità di funzionamento | » 176 |
| 15.2. La <i>due diligence</i> per investire in arte | » 178 |
| 15.3. Successo e insuccesso degli <i>art funds</i> | » 179 |
| 15.4. Best practice: il caso del The Fine Art Fund Group | » 181 |
| Case Histories , di <i>Sonia Pancheri</i> Maurizio Cattelan, Peter Doig, Damien Hirst, David Hockney, Jeffrey Koons, Takashi Murakami, Richard Prince, Gerhard Richter, Cindy Sherman, Zhang Xiaogang | » 184 |
| Riferimenti bibliografici | » 225 |

Prefazione

di *Michele Trimarchi**

L'arte è sempre stata contemporanea. Lo sappiamo bene, ma spesso finiamo per dimenticarlo. La lunga immersione nel paradigma manifatturiero ha generato un reticolo pedante di etichette con le quali siamo riusciti a rendere ogni cosa convenzionale; ha consolidato la preferenza per un mondo clonato, meccanico e in definitiva prevedibile; ha enfatizzato l'importanza e soprattutto il significato di una continua lotta dimensionale in cui la crescita viene confusa con l'accumulazione, la cultura con l'erudizione, l'economia con la finanza. È proprio da questa lettura parziale di un sistema complesso come quello dell'arte che scaturisce il bisogno di un'analisi economica che restituisca alla disciplina la propria natura di elaborazione filosofica capace di combinare principi socialmente forti, orientamenti tecnicamente credibili, processi strutturalmente efficaci e mercati affidabilmente sostenibili. Le ricadute finanziarie delle strategie e delle azioni economiche sono certo rilevanti, ma non sono l'unico obiettivo delle scelte individuali e collettive, né possono essere la più eloquente cartina di tornasole alla luce della quale valutare la pertinenza delle azioni stesse. Il peso dei profili simbolici e dialettici ha dato impulso a molte narrazioni antropologiche che hanno messo in risalto le motivazioni sociali (si potrebbe dire: mondane) di alcune scelte dei collezionisti e per questa via il ruolo delle case d'aste e dei galleristi. La difficoltà di misurare le variegata e spesso coesistenti motivazioni che governano le dinamiche di mercato ha cercato di irreggimentare il sistema dell'arte contemporanea in una lettura da manuale che ne sottolinea similitudini un po' semplicistiche con i mercati azionari. La prevalenza di aspetti speculativi nella discussione critica e specialistica intorno all'arte contemporanea ha finito per ottundere la spinta di fondo che anima e indirizza il mercato: il sentimento edonistico e il desiderio sistematico di condividere spazi della vita quotidiana con opere

* Economista della Cultura.

uniche e solide dal punto di vista semantico. Se in un arco temporale breve possono registrarsi picchi di scambi e ascese abnormi di quotazioni, nel lungo periodo il mercato si mostra pienamente in grado di valutare artisti e opere senza cadere in trappole facili.

L'arte contemporanea, che nel corso dei secoli ha sempre interpretato, anticipato e addirittura guidato lo *zeitgeist*, è renitente alle tassonomie e facilita l'esplorazione critica di una società in cui etichette e format perdono progressivamente valore, e nuovi approcci creativi e di scambio si vanno consolidando e diffondendo nonostante la paura che caratterizza ogni cambiamento. L'analisi economica risulta tanto più imprescindibile quanto meno appaiono necessari il racconto giornalistico che nasconde le complessità dietro una cortina di pettegolezzi da coiffeur, e l'illusione laboratoriale di poter fotografare gli orizzonti speculativi dell'arte stessa. L'analisi di Alessia Zorloni offre una visione d'insieme del sistema dell'arte contemporanea partendo da una prospettiva laica e pertanto libera da pregiudizi. La ricchezza dell'analisi, la profondità tagliente della visione critica di fondo, l'eloquenza dell'interpretazione discendono dalla evidente capacità di combinare e fertilizzare reciprocamente lo studio accademico, l'esperienza professionale e molta passione personale. In questo modo l'economia lascia (finalmente) il piedistallo artificiale di scienza astratta e torna sulla terra come disciplina che investiga sul comportamento, sulle sue motivazioni e sul suo impatto.

Al giro di boa della seconda edizione, il libro conferma la solidità dell'impianto originario e ne spinge in avanti la soglia degli interrogativi critici. Il sistema dell'arte contemporanea è certamente unico e sostanzialmente diverso da ogni altro comparto dell'economia reale. Tuttavia, in uno snodo storico nel quale i valori simbolici e l'urgenza di rappresentazione del sé prevalgono lentamente sull'ansia funzionale e dimensionale, gli specifici processi economici presi in esame in questo libro possono fornire utili strumenti anche per comprendere l'economia nel suo complesso e le dinamiche sociali emergenti.

Da decorazione esteticamente sublime volta a costruire un passato per una borghesia che se ne sentiva – correttamente – priva, l'arte torna a offrirci uno specchio beffardo e ineludibile capace di mettere in risalto le fragilità che ci fanno temere i cambiamenti e ci suggeriscono di restare avvinghiati alla *comfort zone*. E ci aiuta a superarle mescolando ironia e disagio. L'autrice ne esamina le molteplici dimensioni e le indefinite implicazioni senza mai approdare in baie rassicuranti, ma al contrario scegliendo di navigare curiosamente in un oceano tutto da scoprire. Alla fine della lettura avremo le diottrie necessarie che ci aiuteranno a costruire le domande più efficaci per capire il sistema dell'arte contemporanea e in questo modo per disegnare una mappa critica che descriva la società dei prossimi anni.

Introduzione

Nel corso degli ultimi quarant'anni il mercato dell'arte contemporanea ha subito una sostanziale revisione, passando da circolo ristretto di *aficionados* a mercato industrializzato, che soddisfa i gusti di un numero crescente di cosiddetti *high net worth individuals*. Soprattutto dal 2009 l'incertezza economica ha incoraggiato gli investitori a cercare altri beni di investimento come l'arte e gli oggetti da collezione, e questo ha avuto un impatto significativo nel segmento più alto del mercato delle aste. Il trend di mercato che più ha influenzato le scelte dei collezionisti negli ultimi dieci anni riguarda l'apertura del mercato dell'arte a nuovi acquirenti, che hanno portato un generale incremento del valore dell'intero mercato delle opere d'arte. A guidare la crescita dei prezzi è stato il comparto dell'arte del dopoguerra e dell'arte contemporanea, rappresentato dai grandi nomi: Andy Warhol, Jeff Koons, Mark Rothko, Roy Lichtenstein, Alberto Giacometti, Picasso, Jean-Michel Basquiat, Francis Bacon, Amedeo Modigliani. Nella gara delle opere più costose, è Picasso a salire sul gradino più alto del podio con il dipinto *Les femmes d'Alger (Version 'O')*, realizzato nel 1955. Il capolavoro è stato battuto da Christie's a marzo 2015 per 179,4 milioni di dollari, diventando l'opera d'arte più cara mai venduta a un'asta. Il precedente prezzo più alto era stato raggiunto nel novembre 2013 quando il trittico di Francis Bacon, *Three Studies of Lucian Freud*, aveva raggiunto quota 142,4 milioni di dollari grazie all'offerta finale di Elaine Wynn, cofondatore dell'impero dei casinò Wynn. Dopo pochi mesi, a novembre 2015, è stato venduto a New York, per la cifra di 170,4 milioni di dollari, un nudo di donna di Amedeo Modigliani, *Nu couché*, il secondo prezzo più alto mai pagato per un'opera d'arte. Ad aggiudicarsi l'opera è stato Liu Yiqian, magnate cinese appassionato d'arte e fondatore di due musei privati a Shanghai, il Long Museum Pudong e il Long Museum West Bund. A detenere il titolo di artista vivente più quotato è invece Jeff Koons che con il suo *Balloon dog (orange)* ha sfiorato quota 60 milioni di dollari. Si tratta

del valore più alto assegnato all'opera di un artista ancora in vita e si deve al fatto che è l'unico esemplare dei cinque identici realizzati da Koons con colori differenti. Ad avere quello giallo è il miliardario Steven Cohen, il blu è del finanziere Eli Broad, il magenta è del magnate francese Francois Pinault e il rosso dell'industriale greco Dakis Joannous. Si dà enfasi a questi risultati per meglio comprendere le logiche che stanno alla base della crescita del mercato dell'arte. In particolare, i collezionisti dei paesi emergenti stanno alimentando il cosiddetto mercato dei capolavori. Questo segmento artistico presenta anche un tasso di redditività interessante per gli investitori e, con lo sviluppo del settore museale privato, è diventato il fulcro di rivalità internazionali. Secondo le stime di Larry's List (2014) ci sono circa 350 musei fondati da collezionisti privati nel mondo, il 72% dei quali è stato fondato dopo il 2000. Il settore museale, avido di opere importanti, è diventato una realtà economica nel XXI secolo e uno dei fattori principali alla base della spettacolare crescita del mercato dell'arte contemporanea.

L'acquisto di opere d'arte (e particolarmente quelle di artisti ormai apprezzati a livello internazionale e quindi, di un certo impegno monetario) può essere considerato come un buon investimento dal punto di vista finanziario. Questa indicazione non si riferisce ai rendimenti medi che si possono ottenere dalla detenzione, in un portafoglio, di opere d'arte, caratterizzate da un rischio particolarmente elevato e da costi di transazione molto superiori a quelli delle attività finanziarie. La giustificazione finanziaria della detenzione di asset artistici deriva dalla scarsa correlazione dei loro rendimenti con quelli delle altre attività e, quindi, dalla loro capacità di diversificazione del portafoglio. A livello empirico, questo si traduce nell'utilizzo delle opere d'arte come *buffer* di ricchezza, da valorizzare senza urgenza, al momento più opportuno. Detto questo, qualora si decida di acquistare un'opera d'arte, ancor prima di valutare il beneficio economico legato ad un eventuale rendimento, si deve comprendere come il possesso di un'opera d'arte sia caratterizzato innanzitutto dal beneficio simbolico ed emotivo che deriva dalla fruizione estetica del proprio acquisto, il cosiddetto dividendo estetico. Questo vantaggio esperienziale è anche il motivo per cui molti collezionisti, pur consapevoli dell'accresciuto valore del loro acquisto, decidono di non vendere ed è la ragione per cui nelle case d'aste si usa dire che le opere arrivano sul mercato principalmente a causa delle "4 D", ossia *death, divorce, disease, debt*. Investire in arte, quindi, è un'operazione delicata e complessa: non basta saper riconoscere un'opera d'arte e stimarne il possibile valore economico, bisogna anche conoscere il mercato e comprendere le regole e i meccanismi economici su cui si regge.

Questo volume rappresenta, almeno nelle sue intenzioni, un primo tentativo di elaborazione di un quadro teorico e analitico, tipicamente eco-

nomico, specificatamente utilizzabile per comprendere il sistema dell'arte contemporanea. Il volume analizza il sistema dell'arte contemporanea attraverso l'analisi dei comportamenti dei suoi principali operatori, sia sul versante della domanda (visitatori, collezionisti, imprese private) che su quello dell'offerta (gli artisti, i galleristi, le case d'aste e le fiere). Il quadro di riferimento concettuale ed analitico – prioritario anche se non esclusivo – è quello della moderna teoria dell'impresa e dell'organizzazione industriale. Vengono inoltre proposti alcuni modelli mutuati dalla teoria dei contratti, che possono essere utili per comprendere il ruolo cruciale che l'informazione riveste in questo mercato. Il volume è arricchito anche dell'esperienza sul campo. Il libro, infatti, nasce da una passione personale nei confronti dell'arte contemporanea e da un contatto diretto e approfondito con galleristi, critici, direttori di musei, artisti e dai tanti operatori del settore che ho avuto la fortuna e il piacere di conoscere, frequentare e osservare in questi anni. Proprio per il suo carattere esplorativo il volume mantiene un'eterogeneità di contenuti e di approcci che ha l'obiettivo di collegare tra loro i diversi aspetti del mercato dell'arte e di integrare, attraverso modelli teorici e analisi empirica, l'economia industriale a discipline come la storia dell'arte, il marketing e la finanza, per analizzare e comprendere il mercato dell'arte contemporanea da una prospettiva interdisciplinare. Pur non essendo un manuale nel senso stretto del termine, il libro passa in rassegna le principali fasi della filiera produttiva del settore, offrendo in modo sintetico ed efficace una panoramica di tutti gli attori presenti nel sistema dell'arte, e supportandola spesso con dati e informazioni di valore tanto concettuale quanto pratico. Si tratta quindi di un testo che potrà essere utilizzato sia dagli studenti desiderosi di comprendere meglio le complesse dinamiche che regolano i mercati dell'arte contemporanea, che da manager culturali, collezionisti, potenziali investitori o semplici appassionati d'arte che hanno bisogno di un testo di rapida consultazione per avere informazioni e riferimenti di base. Il lavoro è organizzato come segue. Nel capitolo 1 verrà definito il sistema dell'arte contemporanea e sarà presentata quella che gli economisti chiamano la filiera produttiva, ossia una scomposizione del processo produttivo per fasi o stadi, a cui partecipano soggetti che svolgono ruoli diversi, ma che sono collegati all'interno di una stessa catena produttiva. Dopo avere presentato la filiera del sistema dell'arte contemporanea, il capitolo 2 è dedicato all'analisi della struttura del settore e in particolare all'analisi dell'offerta. In questo contesto vengono analizzati i principali aspetti economici dei mercati dell'arte contemporanea, presentati i diversi segmenti di mercato, cercando poi di misurare il giro d'affari del mercato dell'arte a livello globale, distinto per intermediari (gallerie e case d'aste), per comparti (pitture, sculture, video, fotografia e designart) e per classificazione territoriale degli scambi. Il capitolo 3

analizza le variabili che influiscono sulle quotazioni di un'opera e approfondisce i meccanismi economici che portano al successo alcuni artisti e al fallimento altri. In questo capitolo si evidenzia come i mercati dell'arte contemporanea, o per lo meno parte rilevante di essi, rappresentino oramai dei contesti globali nei quali operano acquirenti e venditori di ogni parte del mondo, che si concentrano su particolari piazze per valorizzare i beni oggetto di scambio. Questo fa sì che l'andamento dei prezzi e della domanda nei mercati locali, come quello italiano, sia direttamente influenzato dalle dinamiche (e dalle regole) proprie di altri contesti. Sempre all'interno dell'analisi della struttura del settore, il capitolo 4 si occupa specificatamente dell'analisi della domanda. Come è possibile segmentare la domanda collezionistica? Quali sono le modalità di acquisto? Qual è il pubblico dell'arte contemporanea? Per quali motivi nascono le collezioni aziendali? Come funzionano i fondi di investimento in arte? A queste domande il capitolo 4 cerca di dare una risposta. Infine il testo si conclude con dieci case histories in cui vengono riportate alcune informazioni economiche sugli artisti contemporanei più noti a livello internazionale. Ogni scheda è caratterizzata da una grande sinteticità e si articola in due parti: un breve ritratto dell'artista e una nota esplicativa delle quotazioni.

Questo libro si basa su un lavoro di raccolta, elaborazione e interpretazione di dati, casi e teorie che è durato diversi anni e che ha coinvolto numerose persone, in Italia e all'estero. Benché le radici e lo stimolo intellettuale di questo lavoro siano legate alla mia attività di ricerca, prima presso l'Istituto di Economia e Marketing dell'Università IULM di Milano, poi alla Kunsthalle di Vienna e infine presso la sede milanese di The Boston Consulting Group, l'ispirazione di fondo e gli spunti più interessanti mi sono stati offerti da galleristi, critici, direttori di museo, artisti e dai tanti operatori del settore che ho avuto il piacere di conoscere in questi anni. Un sincero ringraziamento va a tutti coloro che hanno accettato di raccontare le loro storie e di fornire dati. Oltre agli operatori del settore un ringraziamento particolare va a Federico Lalatta Costerbosa per aver letto la prima edizione del libro e fornito utili suggerimenti; a Sonia Pancheri per il supporto editoriale nella seconda edizione; ai miei tesisti, Sara Bellavite, Alberto Maria Casciello, Francesca Muscella e Caterina Verardi, che mi hanno fornito interessanti fonti di ispirazione; e agli esperti del settore che hanno realizzato conferenze o seminari per il mio corso di Teorie e Forme del Mercato dell'Arte all'Università IULM: Domenico Filipponi, Federica Bonacasa, Cristina Resti, Franco Dante, Silvia Stabile, Mariolina Bassetti e i tanti altri il cui nome sto scordando. Questo libro ha un debito profondo verso coloro che hanno contribuito a costruire le mie conoscenze più specifiche nel campo dell'economia dell'arte e della cultura. In particolare ringrazio Pierluigi Sacco e Michele Trimarchi che da anni sono una fonte

continua di confronto, stimolo e ispirazione. Questo libro non sarebbe mai nato senza il supporto del prof. Carlo A. Ricciardi. Il più sentito ringraziamento va a lui con il quale ho avuto la fortuna di lavorare per sei anni all'Istituto di Economia e Marketing dell'Università IULM di Milano e che ricorderò sempre per l'onestà intellettuale, la competenza, la professionalità, il senso del rispetto e uno spiccato senso dell'umorismo. Un grande uomo. Severo, esigente, apparentemente burbero, in realtà profondamente umano, che tra una battuta e un aneddoto, oltre ad avermi fatto apprezzare una materia ostica come l'economia politica, mi ha trasmesso valori importanti come la lealtà e la correttezza sul lavoro. Il mio ultimo ringraziamento va ai miei genitori che in questi anni non hanno mai capito bene cosa stessi ricercando ma mi hanno sempre sostenuta e mi hanno insegnato a perseguire le mie idee e i miei progetti con coraggio e determinazione.

Alessia Zorloni

Modern paintings are like women, you'll never enjoy them if you try to understand them.

Freddie Mercury

1. Il sistema dell'arte contemporanea

Introduzione

La vicinanza tra i temi dell'arte e quelli dell'economia ha radici recenti e la trattazione congiunta di questi problemi si suole indicare con il nome di economia dell'arte, per alcuni denominazione affascinante, per altri invece blasfema, a seconda che si ritenga o meno che il valore dell'economia abbia qualcosa a che fare con il valore dell'arte. Secondo Candela e Castellani (2000) arte ed economia sono più vicine di quanto si possa comunemente pensare. Infatti, se razionalità, creatività, metodo, intuizione e casualità sono gli ingredienti comuni all'economia e all'arte, la differenza risiede soltanto nella diversa priorità con cui questi ingredienti vengono combinati. Se l'arte è intuizione, non si può certo affermare che sia priva di razionalità, o che non applichi il metodo razionale nella sua ricerca; basti pensare, per esempio, all'astrattismo geometrico di Piet Mondrian, al pointillisme di George Seurat o all'Optical Art di Victor Vasarely che utilizzò le ricerche scientifiche dell'oculistica e della percezione visiva per dare rilievo alle proprie forme artistiche, o ancora le applicazioni scientifiche di M.C. Escher che utilizza la capacità di calcolo dei computer per produrre la bellezza dei frattali. Inoltre, anche se i surrealisti hanno affermato più volte che solo l'irrazionalità può darci l'arte, la razionalità è divenuta elemento costitutivo di alcune correnti contemporanee: dal Dadaismo alle provocazioni intellettuali di Piero Manzoni (come la nota *Merda d'artista*) fino a quella corrente che si riconosce esplicitamente sotto il nome di Concettualismo e che privilegia il processo mentale sulla realizzazione tecnica (Candela e Castellani, 2000). Nel corso della storia le attività economiche sono state spesso ritratte nelle opere d'arte: i cambiavalute erano un soggetto popolare nella pittura olandese del XVI secolo, mentre all'inizio del XX secolo si raffiguravano i processi e i macchinari industriali. Ne è un esempio Andreas Gursky, che nelle sue fotografie ha rappresentato spesso