

Incontro online su “Il mercato dell'arte e dei beni da collezione: andamento delle aste 2019 e aspettative post-Covid” organizzato da Fondazione Courmayeur Mont Blanc in collaborazione con Deloitte Private
venerdì 18 dicembre 2020

Sono stati presentati venerdì 18 dicembre 2020 durante l'Incontro online “Il mercato dell'arte e dei beni da collezione: andamento delle aste 2019 e aspettative post-Covid”, organizzato da Fondazione Courmayeur Mont Blanc in collaborazione con Deloitte Private, i contenuti del Report Deloitte sull'andamento delle aste del 2019 e i risultati della Pulse Survey, lanciata da Deloitte Private, a fine agosto 2020, sulle aspettative degli operatori di settore sull'andamento del mercato post-Covid. Un nuovo Report sarà presentato a marzo 2021 con riferimento all'anno 2020.

Il presidente del Comitato Scientifico di Fondazione Courmayeur Mont Blanc, Lodovico Passerin d'Entrèves, ha dato il benvenuto a nome del Consiglio di Amministrazione e del Comitato Scientifico della Fondazione. *“L'Italia – ha esordito – è il Paese al mondo che conserva il maggior numero di beni e di istituzioni culturali, un settore rilevante dal punto di vista sociale, economico e culturale. Coinvolge operatori di cultura, università, gallerie d'arte, collezionisti e restauratori. È importante capire gli effetti della pandemia sul mondo dell'arte e, più in generale, sul mondo della cultura. È importante capire il cambio di paradigma relativo alla fruizione del patrimonio culturale e all'efficacia delle esperienze virtuali nel periodo di lockdown. Fondazione Courmayeur, nel quadro della collaborazione pluriennale con Deloitte, ha voluto approfondire l'impegno del mondo dell'arte per reagire alla crisi pandemica accelerando un processo di digitalizzazione già da tempo in atto, generando nuova attrattività, sia per le correnti artistiche locali che per le istituzioni culturali più consolidate. Le nuove tecnologie favoriscono le possibilità per i giovani di affacciarsi a questi mondi e, forse, in prospettiva, permetteranno di creare un mercato più ampio per opere dal valore più contenuto. Per i giovani artisti all'inizio delle loro carriere, siamo di fronte ad un ciclo di innovazione importante e a nuove opportunità”.* Il presidente ha concluso il suo intervento con un auspicio: *“Le opere d'arte – ha affermato – non possono non essere viste dal vivo. La gioia di visitare un museo, una mostra, una galleria, una sala d'aste non può essere sostituita dall'ambiente digitale. Mi auguro che nei prossimi mesi tutto questo sia di nuovo possibile”.*

Alessandro Puccioni, Partner Audit & Assurance Deloitte, ha ricordato la collaborazione pluriennale tra Deloitte e Fondazione Courmayeur Mont Blanc facendo riferimento ai precedenti workshop organizzati in sinergia con Deloitte Private su temi quali il passaggio generazionale e la gestione manageriale come asset di successo e quelli in programma legati alla tematica della *sustainability*. Citato anche il progetto ancora in corso su *Potenzialità e Talento* che ha dato la possibilità a neo laureati valdostani di essere collocati in aziende, a titolo gratuito per quest'ultime.

Ad Ernesto Lanzillo, Private & Family Business Leader Deloitte Italia, il compito di presentare al pubblico collegato le motivazioni che hanno spinto Deloitte Private a analizzare l'andamento del mercato dell'arte: *“Ormai – ha spiegato Ernesto Lanzillo – l'arte è un asset class, posizionato all'interno del portafoglio degli investitori, di conseguenza, le originarie e ordinarie motivazioni per cui un collezionista decide di acquistare un'opera, connesse alla passione, si affiancano a considerazioni legate alle possibilità di investire in maniera efficace la propria ricchezza, non solo per vantare uno status di collezionista, ma anche per disporre di un patrimonio artistico che abbia una sua redditività intrinseca e concorra ad equilibrare i rischi delle altre asset class di investimento del collezionista. Insieme ai collezionisti sul mercato dell'arte gravitano anche una serie di*

investitori privati che operano come accumulatori di opere d'arte che non hanno spesso una competenza specifica ma si fanno affiancare sempre più agli esperti di investimento e di finanza per scelte di investimento che prescindono dalla passione ma sono guidate dall'intento speculativo".

Il profondo legame che negli ultimi anni ha unito il mondo dell'arte a quello della finanza è oggetto di approfondimento nei report e quindi nel corso di questo evento: *"è necessario – ha chiarito Ernesto Lanzillo – avvicinare questi due mondi. In Deloitte Private, lo stiamo facendo da diversi anni con eventi che si sviluppano sullo sfondo di studi e report per affiancare le conoscenze di natura artistica a quelle tecniche di ottimizzazione degli investimenti, fiscali e legali connesse alla gestione delle opere d'arte, in tema di provenienza delle opere e di privacy, affiancando il mondo dei tecnici al mondo degli umanisti e dei collezionisti".* È stata, quindi, illustrata l'agenda del Report, giunto alla terza edizione, con i diversi capitoli che ospitano analisi del mercato dell'arte sotto diversi punti di vista e approfondimenti sull'andamento delle tre principali case d'asta, analisi dei trend geografici, periodi artistici unitamente all'andamento degli investimenti su auto d'epoca, orologi, vini. La parte conclusiva è dedicata alle interviste ad esperti che nel 2019 avevano dato una loro visione della situazione di mercato all'affacciarsi della prima ondata pandemica. Al Report è stata, quindi, affiancata a settembre 2020 una *Pulse Survey* per verificare a posteriori, in apertura della seconda ondata pandemica, come fossero evolute le visioni degli esperti, dei fruitori dell'arte e dei tecnici sugli effetti del Covid sulla fruizione dell'arte.

Barbara Tagliaferri, Art & Finance Coordinator Deloitte ha, dunque, analizzato i trend di interesse e di servizio tenendo in considerazione anche gli esiti della *Pulse Survey* di settembre e ricordando come Deloitte *"da oltre dieci anni abbia posto al centro dei propri studi il settore Art and Finance grazie all'intuizione di Adriano Picinati Di Torcello che da subito aveva visto in modo visionario l'evoluzione di questo rapporto. Oggi appare evidente – ha aggiunto – come l'arte sia un asset gestito anche in termini di attenzione al valore finanziario. L'arte include sia la passione, ma anche l'attenzione all'investimento. È questo il risultato della survey che da dieci anni abbiamo rivolto agli operatori di settore e ai collezionisti. Si tratta di un trend consolidato".* Il focus di Deloitte riguarda il terzo attore che si è introdotto nel mondo del mercato dell'arte: *"L'asset Arte e Finanza – ha enunciato Barbara Tagliaferri – gode di un fine strategico perché si pone al centro di una rete che include i collezionisti, il mondo degli attori tradizionali e il nuovo attore costituito dal mondo della finanza, private banker e family officer sempre più riconosciuti dai collezionisti come punto di riferimento affidabile e, quindi, la figura alla quale chiedere consiglio sui propri investimenti. L'arte è vista come un asset. ma gode di peculiarità che la rendono affascinante. Un passion asset che richiede un grado di competenze specifiche con diversi servizi che il gestore patrimoniale può offrire a partire dalla protezione del valore, la gestione dei rischi e la filantropia".*

Sono state, poi, illustrate le conseguenze del primo periodo della pandemia sul mondo dell'arte chiarendo come l'appel di questo settore non sia diminuito come ha dichiarato l'81 per cento dei rispondenti all'indagine. Dalla riduzione dei fatturati delle case d'asta e mercanti d'arte è emerso, tuttavia, come l'acquisito *de viso* non possa essere sostituito, nella sua totalità, dalle vendite *online* che sono considerate comunque *"un momento importante per consolidare le relazioni con il pubblico".*

In relazione alle aspettative per un futuro che riesca a favorire la ripartenza, la risposta per la maggior parte dei partecipanti alla *survey* è stata l'implementazione di nuovi strumenti normativi volti a favorire l'intervento dei privati per dare maggior impulso al settore (34 per cento). Altro stimolo interessante derivato dalla *survey* ha riguardato la creazione di nuovi *market place* per realtà piccole e medie (27 per cento dei rispondenti). *"La sinergia tra realtà piccole e medie – ha chiarito Barbara Tagliaferri – può permettere un'ottimizzazione dei costi e un ampliamento del*

pubblico che può essere una modalità che anche per l'arte può portare a dei risultati positivi". Tra gli esperimenti già realizzati, citata la Milan Gallery Community. Per quanto riguarda le stime del fatturato e le tempistiche di ritorno ai livelli pre-Covid, la *survey* ha rivelato un sentiment non roseo. La quasi totalità si aspetta una contrazione pari o superiore al 25 per cento rispetto alla fine del 2019 (l'8 per cento stima la perdita oltre il 75 cento). Più della metà ritiene che ci vorranno uno o due anni per una normalizzazione.

Sull'impatto della pandemia sul mercato dell'arte nel breve periodo, la *survey* ha segnalato che secondo i rispondenti *"quando non sarà più necessario il distanziamento sociale, la fruizione del mondo dell'arte potrà riprendere. A lungo termine ci si aspetta che gli eventi fieristici, appuntamenti satelliti delle fiere più consolidate, subiscano una rarefazione a fronte di una concentrazione di operatori per la ricerca di economie di scala (lo dichiara l'8 per cento,) mentre per il 4 per cento si verificherà un calo nell'offerta e nell'acquisto"*.

Pietro Ripa, Private Banker Fideuram, ha affrontato il mercato dell'arte dal punto di vista econometrico. *"Finanza dell'arte – ha dichiarato – può sembrare un ossimoro, creatività e numeri, ma non lo è, anche a fronte della crisi dei mercati tradizionali e della ricerca di ricavi più spinti in un settore a valenza internazionale"*. Pietro Ripa ha ripercorso l'andamento dei mercati regolamentati nell'ultimo triennio sottolineando come il mercato delle aste sia esploso raddoppiando il fatturato, nel giro di tre anni, e rimanendo un mercato non correlato con gli altri: *"il mercato della pittura – ha affermato – rappresenta il 75 per cento del complessivo mercato dell'arte mentre il 25 per cento rappresenta il segmento dei passion assets (fotografia, gioielli, design). Nel 2019, il mercato dei dipinti ha subito una contrazione del 18,6 per cento mentre quello dei passion assets una contrazione del 6,1 per cento. Non si rilevano, tuttavia, tendenze negative in relazione al numero delle transazioni, che si mantiene sui livelli degli anni precedenti, anche grazie al crescente numero di nuovi acquirenti attivi sulle piattaforme online"*.

Dell'andamento dei mercati nel 2019 sono stati presi in considerazione gli effetti di *"fattori esogeni come la continua tensione tra America e Cina sui dazi doganali con conseguente contrazione degli scambi e la messa in discussione della fiducia negli acquisti anche dei beni di lusso"* ed *"endogeni come la cautela di collezionisti e investitori più riflessivi nella proposta di acquisto e vendita"*. Presa in considerazione anche la contrazione nell'ultimo triennio del prezzo medio dei primi cinque *top lot* (Il record del 2019 è stata la vendita del *Salvator Mundi* a 80,8 milioni di dollari).

Per quanto concerne l'inizio del 2020, si è fatto riferimento alla cancellazione degli eventi fieristici più importanti con la conseguente riorganizzazione delle case d'asta con aste ibride o *cross category*, per cercare di allargare la base di collezionisti interessati. Dai dati è emerso come, nel primo semestre del 2020, il numero delle aste *live* si sia contratto a fronte di un aumento *dell'online* che non è però riuscito a sopperire la contrazione del fatturato. Il numero delle aste *live* si è ridotto del 65 per cento con una riduzione del fatturato del 75 per cento a fronte di una crescita *dell'online* del 270 per cento, ma con un aumento del fatturato del 48 cento e un valore medio di 135 mila dollari delle aste *live* e di soli 13 mila delle *online*. Le case d'asta sono cioè soltanto parzialmente riuscite a sopperire alla difficile situazione ricorrendo alle aste *online*. È stata, poi, portata all'attenzione del pubblico la contrazione già avvenuta nel triennio 2017 -2019 della fascia dei *top lot* sopra i 20 milioni di euro con un rallentamento della propensione a proporre sul mercato dall'8 al 4,4 per cento.

L'intervento di Pietro Ripa si è concluso con un paragone dell'attuale crisi mondiale con quella del 2009 in termini di impatto sul mondo dell'arte. *“L'analogia – ha – riguarda la caduta dei fatturati. Allora il mercato era molto sottile e non ancora sviluppato e questo rendeva difficile fare speculazioni. Nel 2009 i cataloghi si erano assottigliati, oggi i cataloghi online in termini di quantità tengono. Nel 2009, la crisi finanziaria si era tradotta in sfiducia per i consumi; nel 2020 la crisi nasce come crisi sanitaria e non è ancora una crisi complessiva come nel 2009. Penso che il mercato oggi stia tenendo anche in un contesto difficile”*. Paventato dall'esperto *“il rischio di un uso spropositato delle garanzie che possano lasciare spazio a speculazioni. Mi auguro che si usino le garanzie come tamponi, ma non quando si tornerà alla normalità. Se il 2019 è stato l'anno della cautela e della consapevolezza, cerchiamo nel 2020 di fare lo stesso sforzo nell'incertezza, ma con dedizione”*.

Roberta Ghilardi, di Deloitte, ha chiuso il panel presentando gli esiti della tavola rotonda del mese di giugno 2020 in cui professionisti ed esperti del settore, rappresentanti del mondo degli artisti, dei musei e delle fondazioni, delle gallerie, delle case d'asta e del mondo accademico si sono confrontati sulle prime conseguenze della pandemia sul mercato dei beni di collezione. Ha poi proseguito illustrando i risultati della *Pulse Survey*, lanciata al termine dell'estate, riguardante il periodo di riapertura dopo il primo *lockdown* e sottoposta a circa mille stakeholders.

A rappresentare, durante il panel, il mondo dell'arte l'artista Ugo Nespolo; per le case d'asta erano presenti Cristiano De Lorenzo, direttore di Christie's Italia, e Maurizio Piumatti, General Manager della casa d'aste italiana Wannenes; per le gallerie d'arte Antonio Addamiano, delegato ANGAMC (Associazione Nazionale Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea), mentre per il segmento di musei e fondazioni era presente Arturo Galansino, direttore generale della Fondazione Palazzo Strozzi di Firenze. Per il mondo accademico il panel ha contato sulla presenza di Pierluigi Sacco, professore di economia della cultura presso l'Università IULM e Elena Croci, docente di Comunicazione e Marketing Culturale presso l'Accademia di Brera.

“Innovazione, digitalizzazione, sostenibilità e cambio di paradigma – ha commentato Roberta Ghilardi – sono le cifre chiave del processo ripensamento del mondo dell'arte e della cultura che la pandemia ha innescato. Tra i principali esiti della tavola rotonda, infatti, è emerso che, nonostante le complessità del contesto, il mondo dell'arte ha saputo reagire con grande tenacia alla crisi pandemica, implementando o rafforzando strategie digitali che hanno contribuito a tenere alta l'attenzione del pubblico anche nel periodo del primo lockdown. Sarebbe auspicabile assistere alla creazione di sempre più numerose reti a livello locale e nazionale per una maggiore attrattività per le realtà anche satellite del mondo artistico, nell'intento di distribuire in modo più diffuso il turismo e favorire una maggiore accessibilità e fruizione dell'arte emergente e dei luoghi della cultura di piccole e medie dimensioni”.

L'indagine ha consentito di esaminare l'impatto che la pandemia ha avuto sui consumi culturali: il 71 per cento dei rispondenti ha confermato che la pandemia ha avuto elevata influenza sulle abitudini di consumo e di fruizione dell'arte e della cultura. Tra le variabili di maggiore impatto sono state indicate la necessità di organizzarsi e prenotare con anticipo, per il 42 per cento dei rispondenti; il timore del contagio, considerato un freno, nel periodo estivo, alla visita di musei e mostre dal 34 per cento del campione; il 14 per cento ha fatto invece riferimento alla ridotta disponibilità economica. Per quanto riguarda l'efficacia degli strumenti online durante il periodo del primo *lockdown*, è emersa la volontà degli appassionati di prendere parte fisicamente a mostre ed esposizioni: soltanto il 28 per cento dei rispondenti alla *Pulse Survey* ha attribuito un punteggio elevato all'efficacia degli strumenti *online* nel sostituire la fruizione dell'arte dal vivo, ma il 31 per cento ne ha confermato la scarsa efficacia. Migliori i punteggi raggiunti dal lato dell'efficacia

nell'acquisto *online* di opere d'arte: per il 47 per cento dei rispondenti, le piattaforme *virtuali* sono efficaci per l'acquisto di opere d'arte, ma il 29 ne conferma la scarsa efficacia.

“Gli elementi esperienziali – ha confermato Roberta Ghilardi – influiscono sulle scelte di acquisto e sulla decisione definitiva. Il 53 per cento afferma che l’online potrà sostituire parzialmente i servizi tradizionalmente offerti dal vivo, ma non in quota superiore al 25 per cento. Per il 29 per cento, i servizi online potranno sostituire il live tra il 25 il 50 per cento. Il 10 per cento ritiene invece che l’online non potrà sostituire le aste dal vivo. Circa l’80 per cento dei rispondenti è dell’opinione che lo switch al digitale potrà avvenire tra i prossimi sei mesi e due anni. Dal lato dell’offerta, tra gli operatori del settore, il 55 per cento ha una piattaforma online e il 58 per cento di questi ha avviato la presenza digitale durante il lockdown. Per il 58 per cento degli operatori del settore partecipanti, inoltre, l’utilizzo dell’online è risultato efficace. Per quanto riguarda infine le competenze e le figure professionali per la ripresa del mercato dell’arte e dei beni da collezione: il 56 per cento dei rispondenti afferma che sono necessarie nuove figure professionali e il 94 per cento sostiene che al fine di accelerare la ripresa siano necessarie nuove competenze. I dati – ha concluso Roberta Ghilardi – saranno da rivalutare alla luce dell’evoluzione della pandemia e degli esiti della seconda Pulse Survey, lanciata a gennaio, i cui risultati saranno illustrati nel nuovo report che sarà presentato nel mese di marzo”.