

MONTATO AD ARTE

Di Chiara De Luca

collaborazione di Alessia Marzi

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

Da Parigi a New York, da Milano a Pechino, l'arte durante l'emergenza sanitaria è stata messa in lockdown. E mentre le gallerie e i musei più famosi al mondo hanno digitalizzato le proprie esposizioni, gli artisti hanno cercato di reinventare il proprio lavoro in modalità smart-working. Come ha fatto lo street artist Banksy che per questo ha rischiato di mettere in crisi il proprio rapporto coniugale, come da lui stesso dichiarato: mia moglie odia quando lavoro da casa. Eppure la Signora Banksy non dovrebbe avere motivi per risentirsi, dal momento che l'asta on line di Sotheby's dedicata proprio a suo marito, solo 10 giorni prima aveva raggiunto circa 1 milione di sterline andando ben al di sopra delle stime iniziali.

FILIPPO LOTTI - DIRETTORE GENERALE SOTHEBY'S ITALIA

Con lo strumento dell'online, si arriva a colpire un mercato sempre più grande. Il cliente della casa d'asta non si sa chi è perché possono essere 5, 100, 1000 persone in giro per il mondo.

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

Nell'emergenza Covid, Sotheby's tra marzo e maggio 2020 ha realizzato 44 aste per un totale di circa 100 milioni di dollari, più o meno il ricavo totale delle vendite online che aveva realizzato durante tutto il 2019. Ma bisogna fare attenzione, perché in un mercato in crescita si rischia di prendere il bidone.

FILIPPO LOTTI - DIRETTORE GENERALE SOTHEBY'S ITALIA

Ci sono opere di altissima qualità artistica e attualmente di modesto valore commerciale.

CHIARA DE LUCA

E viceversa?

FILIPPO LOTTI - DIRETTORE GENERALE SOTHEBY'S ITALIA

Ci sono delle opere che direi sì, potrebbero essere considerate sopravvalutate.

CHIARA DE LUCA

La banana di Cattelan?

FILIPPO LOTTI - DIRETTORE GENERALE SOTHEBY'S ITALIA

Ohibò!

CHIARA DE LUCA

In quel caso?

FILIPPO LOTTI - DIRETTORE GENERALE SOTHEBY'S ITALIA

Lì si va dal fruttivendolo.

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

È andato dal fruttivendolo. L'artista Cattelan, ma invece di mangiarsela l'ha appesa al un muro. Questa non un'opera di natura morta, ma viva e va cambiata appena marcisce. La sua idea è stata sufficiente a farla diventare un'opera d'arte contemporanea.

CHIARA DE LUCA

In quel caso il valore commerciale e il valore artistico?

FILIPPO LOTTI DIRETTORE GENERALE SOTHEBY'S ITALIA

C'è arrivato Cattelan ad appiccicare la banana al muro; magari non mi piace lo stesso però sono entrato un pochino in sintonia con la testa di questa gente qua. È quello che è bello, per questo si raccolgono queste cose!

SIGFRIDO RANUCCI IN STUDIO

Poi uno si lamenta che il prezzo della frutta sale. Vabbè, ma qui va premiata la genialità ovviamente. Però serve a far capire come funziona il sistema dell'arte contemporanea. Per sopravvivere ha bisogno della ricerca costante delle vittime sacrificali. Buonasera. Maurizio Cattelan l'artista era ossessionato dall'idea di realizzare una scultura rappresentante una banana. Ed era talmente ossessionato che se ne portava dietro una vera lungo i suoi viaggi. E quando rientrava in albergo la sera, la appendeva al muro della propria stanza. Questo per trovare l'ispirazione. Poi aveva anche realizzato delle sculture in resina e in bronzo, ma non era soddisfatto. E allora si illumina la lampadina e dice "ma perché non uso la banana vera"? E così ha fatto. L'ha chiamata Comedian, e ha fatto certificare che fosse un'opera d'arte dal gallerista. Ha fatto un'edizione limitata, tre esemplari di banane, si sono presentati gli appassionati e le hanno acquistate ad un prezzo variabile dai 120.000 e i 150.000 dollari.

Erano accompagnate dal certificato di autenticità, ma anche dal manuale delle istruzioni perché la banana doveva essere sostituita, deve essere sostituita prima che marisca ogni 10 giorni. Ma perché un appassionato deve infilarsi in una storia del genere, ricomprare un'opera d'arte, una banana? Perché l'arte non è insita nell'oggetto dove viene rappresentata, che è sostituibile e rinnovabile, come abbiamo visto, quanto dall'artista che è colui che offre una soluzione all'enigma. E soprattutto contribuisce al valore di tutto quello che si muove intorno, compreso un signore che un giorno si presenta e la banana di Cattelan, se la mangia. La nostra Chiara De Luca.

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

Anche mangiare una banana prima che marisca può diventare espressione di arte contemporanea, purché lo si faccia con un artista e purché sia una banana d'autore. Così l'artista David Datuna ha ingurgitato la banana di Cattelan. Quello che poteva sembrare un sacrilegio consumato ai danni e all'insaputa di Cattelan, è poi diventato una performance: l'artista affamato. Quello che invece è certo e che poi Datuna si è anche ispirato al punto da proporre una mostra con altre opere commestibili.

PHILIPPE DAVERIO - STORICO DELL'ARTE

Cosa è il contemporaneo più famoso? Non è quello più importante, è quello più caro.

CHIARA DE LUCA

Quindi diciamo che la bravura sta anche nel posizionare bene sul mercato un'opera?

PHILIPPE DAVERIO - STORICO DELL'ARTE

L'abilità del mercante sta nella ricerca della vittima sacrificale. L'opera è ininfluente in quel gioco, cioè che conta è l'abilità che ha un sistema misto di mercato, di mostre, di musei pubblici, di comunicazioni di stampa, cioè di rumori... tutto questo meccanismo complessivo genera il mito.

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

Stati Uniti, Gran Bretagna e Cina gestiscono la fetta più grande del mercato. Il triangolo dell'arte infatti da solo gestisce l'84% del mercato globale. E in questo

scenario il fatturato dell'arte contemporanea è aumentato del 131% negli ultimi dieci anni. A Londra, Myfair è il quartier generale degli affari: mentre Crysti's e Sotheby's battono all'asta opere milionarie, le gallerie creano e curano l'immagine degli artisti.

ARNAUD WOLGENSINGER - DIRETTORE GENERALE GALLERIA ORLINSKI

È come un cantante, un'attrice o un artista; sono le persone che danno un valore alle opere: la domanda del cliente e il successo determinano il prezzo.

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

Il vero capolavoro lo realizzano quelli del marketing: feste, inaugurazioni, mostre dedicate e followers. E alla fine non è chiaro se il valore di un'opera è intrinseco o è dovuto all'abilità di un marketing estremo.

STEFANIA RULFI CASTELLINO - MANAGER GALLERIA ORLINSKI

La cosa che facciamo noi adesso, art advisor, è creare prima un'immagine, un'icona, qualcosa di frizzante che attiri il pubblico. E molte volte per tanti artisti non vengono comprate le opere d'arte in sé perché magari sono speciali, ma è l'artista che è speciale.

COLLEZIONISTA

Se potessi affrontare la spesa, mi piacerebbe acquistare un David Hockney. È appena stato venduto a 23 milioni.

COLLEZIONISTA

Penso sia molto difficile per un'artista perché deve trovare mille modi per proporre qualcosa di diverso e di nuovo. Abbiamo visto, un puma, un panda e un gorilla, ma il modo in cui è stato disegnato penso sia unico e io personalmente mi identifico con il gorilla.

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

Insomma si assiste ad uno scenario attraverso cui l'artista viene lanciato sul mercato e diventa egli stesso parte integrante dell'opera.

PAOLO SERAFINI – PROFESSORE ART MARKET – SAPIENZA UNIVERSITÀ DI ROMA

Oggi diciamo la gestione di un artista è proprio programmata a tavolino. Una volta che l'artista è entrato in scuderia, il gallerista inizia a promuoverlo, per cui cerca ovviamente di organizzare una mostra monografica, gli fa fare un bel catalogo e lo fa curare da un importatore critico, cerca di lavorare sulla stampa, in modo che ci siano recensioni positive e poi comincia a proporre ai musei un'opera magari in prestito oppure cerca di farne acquistare dal museo un'altra...

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

Una volta generato il mito, intervengono le auction house che scegliendo le opere da battere all'asta, danno all'artista un'aurea di sacralità, definitiva, ma soprattutto esclusiva.

PIETRO DE BERNARDI – AMMINISTRATORE DELEGATO PANDOLFINI CASE D'ASTA

Ma sarà un giro di 500/600 nomi di artisti, quelli che valgono. I nomi sono quasi sempre quelli, è una cerchia ristretta.

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

Chi vivrà vedrà, insomma. Intanto il 72% dei collezionisti comunque sostiene di acquistare arte sì per passione, ma con un occhio al ritorno economico.

CHIARA DE LUCA

Secondo lei c'è il rischio che magari un'opera d'arte contemporanea che è stata venduta a una cifra abbastanza elevata, con il tempo possa essere svalutata?

CARLO ORSI – TRINITY FINE ART-LONDRA

È sempre successo. Ci sono a volte delle bolle che si creano, degli artisti che vengono sopravvalutati, un mercato che viene gonfiato e che poi in determinati momenti si sgonfia e chi ha comprato a prezzi alti rimane con, come si dice, le pive nel sacco.

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

Dunque solo il passare del tempo può fissare il valore di un capolavoro.

PAOLO SERAFINI – PROFESSORE ART MARKET – SAPIENZA UNIVERSITÀ DI ROMA

Lei immagini che negli anni '90 non c'era collezione dove non poteva non esserci un quadro di Battaglia e i quadri di Battaglia costavano delle cifre altissime, oggi in asta i quadri di Battaglia costano circa 5/10 mila euro a dire tanto.

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

Proprio per dare dei consigli giusti ai clienti le banche hanno creato dei settore dedicati all'Art Advisor e alla gestione del patrimonio artistico.

VERA CANEVAZZI - ART CONSULTANT

In primo luogo c'è il problema che è un mercato in liquido nel senso che io compro un'opera oggi ma non ho le garanzie domani di poterla rivendere; il secondo punto è che non è trasparente per cui come faccio io che sto comprando arte a sapere che l'opera che sto comprando vale veramente così e non molto meno?

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

A renderlo più trasparente ci sta provando una start up di Genova, l'unica al mondo che attraverso degli algoritmi cerca di dare a questi passion asset un valore oggettivo.

CHIARA DE LUCA

Voi fate una valutazione scientifica del prezzo di un opera d'arte per esempio...

FRANCESCO MAGAGNINI – AMMINISTRATORE DELEGATO KELLIFY SPA

Esatto noi riusciamo grazie alla matematica e all'intelligenza artificiale ad avere una fotografia più chiara di un mercato che ha molto bisogno di chiarezza e trasparenza.

CHIARA DE LUCA FUORI CAMPO

Si rivolgiamo al mercato finanziario e assicurativo. È una base di partenza che permette di valutare un investimento.

CHIARA DE LUCA

L'arte contemporanea vista come investimento?

PHILIPPE DAVERIO - STORICO DELL'ARTE

L'unico investimento che esiste è quello dell'autobus sui pedoni. Quello è un investimento. L'arte come investimento spesso assomiglia all'autobus e ai pedoni.

SIGFRIDO RANUCCI IN STUDIO 2 ANTEPRIMA

Un po' crudo Daverio, però un appassionato o uno che vuole fare un investimento come deve orientarsi?

Quello che è certo è che il fatturato del mondo dell'arte contemporanea è cresciuto a dismisura: il 480 per cento negli ultimi 20 anni. Ora però fare un investimento è rischioso. Questo perché se da una parte ci sono dei valori intrinseci all'opera, quali per esempio il nome dell'artista che l'ha realizzata, il periodo, la qualità, l'unicità, la dimensione o il fatto che sia accompagnata da un certificato, il numero delle pubblicazioni che la riguardano. Dall'altra però ci sono delle variabili che sono legate al gusto, al periodo, al momento e al luogo in cui quest'opera viene venduta. Ecco nell'immaginario l'artista deve lavorare pensando solo all'amore dell'arte, per l'arte, non a ottenere successo. Ecco, questo è falso, perché l'artista ha bisogno del successo, non tanto per se stesso, perché a volte il riconoscimento arriva postumo, quanto per la sopravvivenza dell'opera d'arte stessa. Ecco, secondo il grande Giorgio Gaber gli artisti si dividevano in due categorie: uno è quello che vuole passare alla storia, l'altro desidera solo passare alla cassa." E ai tempi del covid, c'è chi grazie alle sue performance social è passato all'incasso dei consensi.