

Investimenti Arteconomy



New York batte 2,2 mld di \$

Le case d'asta prevedono di vendere opere per 2,2 miliardi di dollari a New York, nonostante il raffreddamento del mercato, soprattutto delle opere di pittura fresca (articolo di apertura). Nelle prossime aste sono assenti i capolavori a nove

cifre. Christie's propone lavori per un valore tra 760 milioni e 1,1 miliardi da collezioni di un singoli proprietari (Alan Press e sua moglie Dorothy, Gerald Fineberg e Sophie Danforth, e SI Newhouse). Sotheby's stima valori tra 732,3 milioni e 1 miliardo di \$. (In foto di Gustav Klimt, «Isola nell'Attersee», 1901-02, da Sotheby's per 20-30 milioni di \$).



ONLINE

arteco-
nomy.com
a New York la
stagione delle
fiere: si comin-
cia con Tefaf e
Indipendent

Mercato. Per la nuova creatività prezzi in rialzo, preferita la pittura

Inflazione e mercato secondario fanno crescere i valori delle opere in galleria

Silvia Anna Barrilà

Alla fine l'inflazione ha fatto salire anche i prezzi dell'arte. È quanto emerge da un report di Artsy, piattaforma per la vendita online di opere d'arte, che tra marzo e aprile ha intervistato 886 galleristi di tutti i comparti del settore (sia suoi clienti che non), per la maggior parte negli Stati Uniti. A causa della svalutazione, si legge, il 66% delle gallerie che lavora nel mercato primario ha aumentato i prezzi delle opere. Un aumento che gli stessi galleristi, fino all'anno scorso, non avevano previsto.

Ma a far aumentare i prezzi, secondo il report, ci sono anche i valori sempre crescenti del mercato secondario, quello d'asta e delle gallerie che lavorano nella rivendita di opere già sul mercato, e la scarsità di offerta sul mercato primario. I due elementi sono collegati. Infatti, soprattutto nel mercato dell'arte ultra-contemporanea, cioè degli artisti nati dopo il 1975, la domanda è molto elevata per alcuni nomi "di tendenza" e il mercato primario, cioè i galleristi che rappresentano questi artisti, non riesce – o non vuole – soddisfarla, per cui crescono enormemente i prezzi sul secondario quando le opere compaiono in asta. Come detto più volte, la speculazione all'asta è sempre pericolosa per i giovani artisti, che vedono i loro prezzi crescere troppo velocemente. Non è detto, infatti, che si riesca a mantenere quei valori nel tempo e, soprattutto, che l'aumento dei prezzi sia motivato da un curriculum di mostre e acquisizioni da parte dei musei, veri certificatori del valore di un artista.

L'asta dei debuttanti

Sono diversi i giovanissimi che tra poco avranno il loro debutto da Phillips a New York: per esempio, di Jess Valice, californiana, classe 1996 – i



«Drunken Incantations». 2020 di Guglielmo Castelli

cui ritratti di persone con grandi occhi stanchi e orecchie fuori misura, espressione di esaurimento, stoicismo, melanconia, sono entrati già nelle case dei collezionisti da Miami a Dubai – è in asta il 16 maggio «Spring», 2020, stima 23-32 mila €; o di Sarah Cunningham, classe 1993, che dipinge tra astrattismo e figurazione, va in asta il 16 maggio «Moonlight Reflecting Petals», 2020, 18-27 mila €. Di Julien Nguyen, classe 1990, che ha collaborato alla passerella parigina della casa di moda Loeuwe, vanno all'asta ben quattro opere il 17 maggio con stime che arrivano a 180 mila €, ma il suo record ha già superato i 520 mila € lo scorso ottobre. I suoi dipinti mescolano riferimenti alla storia dell'arte, da Bosch al Rinascimento, a fatti legati al suo vissuto.

Anche un italiano come Guglielmo Castelli ha vissuto di recente un

aumento repentino dei prezzi ad un'asta internazionale. Apprezzato pittore torinese, classe 1987, fino a circa un anno fa le sue opere quotavano tra i 5 mila e i 35 mila €. Dal 2021 ha iniziato a lavorare con importanti gallerie internazionali come Rodeo e Mendes Wood, che a ottobre gli ha dedicato il suo stand a Paris+ par Art Basel. Lo scorso dicembre il debutto all'asta: due opere di piccole-medie dimensioni, stimate 8-12 mila € e 5-7 mila €, sono state vendute, rispettivamente, per 26 mila e 18 mila €. A marzo, poi, l'exploit a Londra: un olio su tela di grandi dimensioni, «Drunken Incantations» (2020), che era stato acquistato dalla sua prima galleria romana, Francesca Antonini, è passato da una stima di 34-45 mila € ad un risultato di 230 mila € da Sotheby's. La vendita, che Mendes Wood ha

preferito non commentare, ha preceduto di poco la sua mostra nella sede della galleria a New York, chiusa il 29 aprile.

In galleria si compra pittura

La pittura rimane il mezzo espressivo più importante per il business delle gallerie, sia astratta che figurativa (a sorpresa, secondo Artsy, la prima prevale sulla seconda in termini di vendite, nonostante il gran ritorno alla figurazione degli ultimi anni). Ma per molti la situazione è destinata a cambiare: i galleristi prevedono che, in termini di vendite, diventeranno più importanti la video art, finora una nicchia del mercato ma, oramai, sdoganata da mostre e bienali; la queer art, cioè l'arte che tratta tematiche Lgbtq+; e l'Afrofuturismo, movimento nato in Usa negli anni '70 che unisce tematiche black e science fiction. Wangechi Mutu è considerata erede di questa tradizione, di cui fanno parte Xenobia Bailey, Manzel Bowman, Devan Shimoyama e tanti altri. Ma, per ora, si continua a vendere bene l'arte figurativa, anche online. Secondo il report, nonostante il ritorno alla fisicità, il mercato online continua a crescere: il 38% delle gallerie nel 2022 ha aumentato il volume delle vendite sui siti e per un altro 34% sono rimaste costanti. Le piattaforme di e-commerce sembrano funzionare, soprattutto, se le gallerie accettano di pubblicare i prezzi. Ma, in questo Artsy rema certamente a suo favore. Molti collezionisti sono intimoriti dal cybercrime: secondo il report Hiscox sul mercato dell'arte online nel 2022, il 61% degli acquirenti d'arte ha dichiarato di aver paura delle truffe online, per cui il 27% ha deciso di evitare di comprare opere su questi canali. In Italia, inoltre, come sappiamo dai galleristi, il mercato dell'arte online non è ancora fonte di grandi incassi: Artsy e Instagram aiutano, sì, ad aumentare la visibilità, ma non riescono a sostituire la fiera come canale di vendita, nonostante i grossi investimenti necessari per parteciparvi. E, allora, chi può, sta preparando le valigie per New York, dove due settimane di appuntamenti all'asta e in fiera animeranno il mercato dell'arte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ferrari 275 gts. Collezione privata

Collezionare Da Azimut primo fondo d'investimento di auto storiche

Prodotto
per investitori
non professionali
e collezionisti

Marilena Pirrelli

Azimut ha avviato la raccolta del primo fondo d'investimento evergreen Esg – cioè senza durata – di auto storiche di almeno il valore di 1 milione di euro, segmento che, secondo l'ultimo report Car Auction Yearbook 2021-2022 by Historica Selecta, è salito del 64% in termini di fatturato. Il veicolo d'investimento, Azimut Sca-Sicav-Raif Automobile Heritage Enhancement (Azimut Ahe) è un fondo di investimento alternativo riservato (Fia) di diritto lussemburghese, gestito da Azimut Investments S.A.; prevede un investimento minimo rispettivamente nella Classe A di 125.000 € e per investitori non professionali e nella Classe C di 1 milione di € per collezionisti con diritto di conferimenti in kind, cioè che intendano conferire singole auto o intere collezioni coerenti con la politica d'investimento. Le commissioni di gestione sono per la Classe A del 2% e dell'1,5% per la Classe C, quelle di performance del 20% sull'overperformance del fondo rispetto alla media annuale (su anno solare) degli indici Us Cpi Urban Consumers Less Food & Energy & Shelter Nsa ed Eurostat Eurozone Core Muicp Nsa, in pratica dell'inflazione delle due aree.

L'obiettivo del rendimento è superiore al 7-10% annuo netto con una frequenza del Nav annuale a cura di un pool di periti qualificati e le valutazioni di mercato fanno riferimento, tra gli altri, agli indici Knight Frank, CS-Deloitte. I rimborsi sino al 15% dell'investimento saranno possibili ogni anno dopo i primi due. Con periodo di sottoscrizione e durata è illimitata, il fondo non ha un target di raccolta e verrà distribuito in Italia e all'estero (in 18 paesi). Azimut fa sapere che il mercato di riferimento è molto liquido, soprattutto negli States e in Europa e può supportare agevolmente oltre 1 miliardo di euro.

Il portafoglio è in fase di costruzione e investirà in auto con valore storico come Alfa Romeo, Bugatti, Ferrari, Maserati, McLaren, Mercedes, Pagani, Porsche ecc., attraverso le strategie di acquisto, restauro, acquisto e gestione di intere collezioni, acquisto di prototipi e opere d'arte legate al mondo auto. La partnership del gruppo Azimut con l'advisor del fondo, Alberto Schon, ceo di Rossocorsa (concessionaria d'auto) rende il processo di investimento strutturato. Nel comitato di investimenti vi è la presenza di esperti indipendenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Orologi di lusso Il second hand si aggiudica un terzo del mercato

Rende il 20% l'anno un caveau di Rolex, Patek Philippe e Audemars Piguet

Lucilla Incorvati

Moda per qualcuno, arte per altri: gli orologi di lusso di seconda mano stanno conquistando sempre più ammiratori, con un valore in crescita del 7% annuo e fino al 27% dal 2020 al 2022. Secondo uno studio di BCG e WatchBox, la piattaforma globale di orologi di lusso da collezione, il comparto si aggiudica un terzo dei 75 miliardi di dollari del mercato degli orologi di lusso. «Nonostante le più ampie flessioni dei mercati durante la pandemia, un portafoglio di investimento (o un caveau!) composto da Rolex, Patek Philippe e Audemars Piguet ha visto il proprio valore crescere del 20% annuo fra il 2018 e il 2022, rispetto a un tasso annuo dell'8% per l'indice S&P 500» sottolinea Filippo Bianchi, senior partner BCG. Sebbene i prezzi siano diminuiti durante il 2022, facendo eco al calo delle azioni e degli scambi di criptovalute, gli orologi

**LE VENDITE ONLINE
DI PEZZI USATI
SUPERANO GIÀ
LE VENDITE IN ASTA
E QUELLE IN NEGOZIO**

hanno ottenuto buoni risultati rispetto alle azioni. I prezzi degli orologi di lusso hanno sovraperformato l'S&P anche durante la recessione del 2007-2009 e ci sono voluti meno di due anni per riprendersi dal crollo del 2008. Il segmento sta crescendo più velocemente del mercato di prima mano, spinto dalla domanda di investitori facoltosi in cerca di investimenti alternativi per diversificare e proteggersi dall'inflazione. Inoltre, rispetto al passato l'attuale mercato è trasparente, alimentato dalla condivisione di informazioni online, supportato da servizi di autenticazione e da acquirenti esperti e venditori affermati. Il mercato dell'usato è fondamentale per i collezionisti che ricercano orologi rari e particolari, visto che quasi il 95% degli orologi non è più in produzione. Lo sviluppo di piattaforme online di terze parti come WatchBox, Chrono24 e Watchfinder hanno promosso la crescita del mercato, in particolare tra la generazione Z e i millennial che si sentono a proprio agio nell'acquistare online. Le vendite digitali superano le vendite fisiche all'asta e in negozio e si avviano entro il 2026 a rappresentare quasi il 60% del mercato degli orologi di lusso di seconda mano. I modelli più richiesti sul mercato dell'usato sono Patek Philippe Nautilus, Audemars Piguet Royal Oak e Rolex Daytona GMT-Master e ottengono fino al 200% dei prezzi di mercato di prima mano. I Rolex Cosmograph Daytona, con un prezzo al dettaglio di 14.800 dollari, sono stati recentemente venduti dai 24.250 agli 38.500 dollari. Intanto Phillips ha messo in asta a New York per un milione di dollari l'orologio da tasca numero due di Roger Smith, pietra miliare dell'orologeria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Arte e Instagram: una relazione non binaria

SOCIAL MEDIA

Nicola Zanella

Quanto i social media influenzano il mercato dell'arte? Nel 2022 il 74% (l'84% tra gli under 35) dei collezionisti ha approcciato il mondo dell'arte attraverso Instagram, un'ascesa inarrestabile visto che nel 2015 erano soltanto il 34 per cento. Questo è uno dei dati più significativi che emerge dalla ricerca «Hiscox online art trade report 2023» di Hiscox e ArtTactic che dal 2015 offre un monitoraggio sul rapporto tra arte e mondo digitale. Quello di Instagram è un vero e proprio monopolio se confrontato con altri social network, infatti i collezionisti che nel 2022 per interessi artistici hanno utilizzato Facebook sono stati il 12% contro il 52% del 2015, il 18% LinkedIn rispetto al 27%, l'11% twitter contro il 26% e il 3% TikTok.

Inoltre ben il 29% afferma di aver utilizzato Instagram per comprare opere (il 42% tra gli under 35). Ten-

denza confermata anche dal collezionista italiano Daniele Ascarelli che tramite il social network ha acquisito due lavori senza averli visti dal vivo di Su Yu-xin da Madeln Gallery e Michelle Uckotter da Maria Bernheim

I collezionisti nel loro costante processo di raccolta di informazioni, seguono soprattutto i profili di gallerie, artisti, fiere, musei ma anche di altri collezionisti. Il mondo digitale non è una trasposizione fedele del mondo reale, e segue regole proprie. Ad esempio, i collezionisti più seguiti non sono certo quelli con le collezioni più prestigiose; il rapporto tra numero di followers e potere acquisitivo è blandamente correlato, con conseguente rischio di distorsioni del mercato.

Il profilo del mondo dell'arte più seguito? Quello di Banksy con 12,1 milioni di followers. Un dato che racconta le proporzioni con altri mondi, e evidenzia come il sistema dell'arte sia una nicchia che difficilmente ha le dimensioni dei fenomeni di massa, per spiegarci: il calciatore più seguito



Su Instagram. Post di Giulio Alvirgini (@makeitaliangreatagain)

è Ronaldo con 579 milioni, nella musica la cantante Selena Gomez di seguaci ne ha 412 milioni.

E poi ci sono i creators, creature nate da e per Instagram, raccontano il mondo dell'arte sfruttando le potenzialità del linguaggio digitale, e fanno presa su un largo pubblico spesso di non adepti: ai Selfie-ad-arte di Clelia Patella (@cleliart) si è

COURTESY INSTAGRAM

© RIPRODUZIONE RISERVATA