



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea Magistrale  
In Economia e Gestione delle arti e delle attività culturali  
Ordinamento D.M. 270/2004

Tesi di Laurea

***Art Basel Fair: uno studio delle quotazioni ed il ranking degli artisti  
rappresentati in fiera dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito.***

**Relatrice**

Ch.ma Prof.ssa Stefania Funari

**Correlatrice**

Ch.ma Prof.ssa Elisabetta Lazzaro

**Laureanda**

Isabel Costanzi  
Matricola 871425

**Anno Accademico**

2018 / 2019



## Indice

<b>Introduzione</b> .....	6
<b>Capitolo I</b>	
<b>Le gallerie d'arte e gli artisti: relazioni tra i due attori</b> .....	9
1.1 Il Sistema dell'arte contemporanea e la nascita delle gallerie d'arte private.....	9
1.2 La struttura gerarchica delle gallerie d'arte contemporanea e i livelli di mercato in cui operano.....	13
1.3 Le gallerie d'arte contemporanea e la loro sostenibilità economica e artistico-culturale.....	17
1.3.1 Difficoltà e tendenze di mercato delle gallerie d'arte contemporanea nel mercato globale.....	21
1.3.2 Sfide economiche e progetti di collaborazione messi in pratica dalle gallerie d'arte contemporanea.....	24
1.4 Gli artisti emergenti e il ruolo di Gatekeeper delle gallerie d'arte.....	28
1.4.1 Gli artisti emergenti, gli artisti di mercato e gli artisti sensazionalistici e i segmenti di mercato nei quali si collocano.....	34
1.4.2 Gli artisti emergenti e le gallerie d'arte contemporanea come loro Gatekeepers.....	34
1.4.3 I rapporti contrattuali tra le gallerie d'arte e gli artisti.....	35
1.5 La selezione degli artisti da parte delle gallerie d'arte.....	37
1.5.1 I fattori che contribuiscono alla scelta degli artisti da parte delle gallerie d'arte.....	37
1.5.2 I fattori critici di successo. Due modelli a confronto: Rosen (1981) e Adler (1985).....	37
1.5.3 Le gallerie: l'investimento sugli artisti e le variabili di rischio.....	40
1.5.4 Le strategie di promozione delle gallerie d'arte contemporanea.....	41
1.5.5 L'intervento pubblico e le nuove tecnologie a sostegno degli artisti emergenti.....	44

## Capitolo II

### **Il rapporto tra le fiere e le gallerie d'arte contemporanea..... 46**

2.1 La fiera come mezzo di promozione internazionale per la galleria, all'intero di un mercato globalizzato.....46

2.2 La fiera come industria culturale creativa e il suo supporto alle gallerie d'arte contemporanea..... 55

2.3 La fiera come mezzo di internazionalizzazione e come supporto per la galleria nella promozione degli artisti emergenti..... 59

2.4 La fiera di Art Basel: la sua importanza a livello mondiale e le sezioni attraverso cui si articola.....63

2.5 La candidatura delle gallerie d'arte alla fiera di Art Basel e il comitato di selezione.....65

2.6 Il processo di selezione degli artisti da parte delle gallerie d'arte, ad Art Basel.....66

2.7 Il costo di Art Basel per le gallerie d'arte che vi espongono..... 67

## Capitolo III

### **Le gallerie d'arte con sede nel Regno Unito che hanno esposto ad Art Basel nel 2017.....70**

3.1 Il mercato dell'arte del Regno Unito.....70

3.1.1 Le conseguenze della Brexit sul mercato artistico del Regno Unito..... 80

3.2 Le gallerie d'arte contemporanea con sede nel Regno Unito che hanno esposto ad Art Basel 2017.....83

## **Capitolo IV**

### **Analisi empirica dei prezzi di aggiudicazione e del ranking degli artisti rappresentati dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito alla fiera di Art Basel 2017.....90**

4.1 La base dei dati e le variabili prese in esame.....90

4.2 Analisi dei dati anagrafici.....91

4.2.1 La nazionalità degli artisti rappresentati ad Art Basel Fair 2017 dalle gallerie con sede nel Regno Unito.....91

4.2.2. La concentrazione di artisti di sesso maschile e femminile rappresentati ad Art Basel Fair 2017 dalle gallerie con sede nel Regno Unito.....95

4.2.3 L'età degli artisti che hanno esposto alle tre fiere di Art Basel nel 2017.....99

4.2.4 Età al 2017 delle opere d'arte esposte alle tre fiere di Art Basel di quell'anno...102

4.2.5 Le opere d'arte esposte alle tre fiere di Art Basel 2017 eseguite in quello stesso anno..... 105

4.3 Analisi del ranking degli artisti rappresentati dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito durante la fiera di Art Basel nel 2017.....108

4.3.1 Il punteggio di ArtFacts.net e la sua utilità nell'ottenimento della classifica del ranking degli artisti.....108

4.3.2 Il punteggio degli artisti rappresentati alle tre fiere di Art Basel 2017 dalle gallerie con sede nel Regno Unito.....109

4.4 Analisi delle aggiudicazioni all'asta degli artisti rappresentati dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito durante la fiera di Art Basel 2017.....117

**Conclusioni.....125**

**Bibliografia.....129**

**Sitografia..... 137**

**Appendice. Le gallerie con sede nel Regno Unito che hanno partecipato ad Art Basel nel 2017** .....138

**Indice delle figure**.....147

**Indice delle tabelle**..... 150

## Introduzione

In un contesto globalizzato in cui il valore economico e qualitativo dell'arte contemporanea è fortemente influenzato da dinamiche sociali ed economiche; gli intermediari e le infrastrutture commerciali svolgono un ruolo importante nel collegare la domanda e l'offerta, che raramente si incontrano in una situazione di equilibrio di mercato. Tra questi intermediari, le gallerie d'arte contemporanea costituiscono il principale canale attraverso cui si concretizzano il successo e la carriera di un artista. Queste realtà, connotate da aspetti sia culturali che commerciali, operano a supporto degli artisti che rappresentano attraverso precise strategie di promozione, contribuendo alla loro affermazione all'interno dello scenario artistico mondiale. All'interno di questo contesto, definito da Francesco Poli (2011) come il "sistema dell'arte contemporanea" le fiere d'arte locali e internazionali hanno da sempre una grande rilevanza nelle strategie messe in pratica dalle gallerie d'arte a supporto della carriera dei propri artisti. Questi eventi commerciali hanno infatti una grande influenza sul prestigio e sulla visibilità degli attori che vi prendono parte, non giovando unicamente agli artisti che vi espongono ma anche a favore delle gallerie stesse che li rappresentano. Queste, infatti, attraverso le fiere possono beneficiare dell'attenzione di un gran numero di visitatori e collezionisti provenienti da ogni parte del mondo.

Negli ultimi decenni, gli eventi fieristici hanno visto uno sviluppo senza precedenti e molti ricercatori del settore di mercato culturale stanno ora rivolgendo l'attenzione verso questo fenomeno. Infatti, nel corso degli anni sono state effettuate svariate ricerche scientifiche di approccio sia empirico che accademico che hanno posto l'attenzione sull'influenza delle fiere d'arte sulle gallerie e sugli artisti che vi prendono parte. Questo elaborato si pone come un contributo di natura empirica a questo tipo di studi. In particolare, il caso-studio preso in esame in questa tesi costituisce uno degli eventi di arte moderna e contemporanea più influenti sul mercato artistico attuale: Art Basel Fair.

Questo lavoro di tesi è organizzato in due parti principali; nella prima parte, più teorica (capitoli 1, 2 e 3) si analizza, attraverso la consultazione e l'approfondimento della letteratura scientifica, il rapporto tra le gallerie d'arte contemporanea e gli artisti con i quali collaborano, con particolare riferimento al ruolo delle prime nella carriera dei secondi. In questo primo

capitolo verranno esposti anche i criteri di selezione considerati dalle gallerie al momento della scelta degli artisti da rappresentare. Il secondo capitolo si concentra sul rapporto tra le gallerie e le fiere d'arte contemporanea, mettendo in luce l'importanza di queste ultime e il loro ruolo primario nella promozione internazionale delle gallerie e degli artisti. In questo capitolo viene approfondito l'evento della fiera di Art Basel sia dal punto di vista storico-culturale che dal punto di vista economico e strutturale. Il terzo capitolo analizza il mercato dell'arte britannico, attraverso la consultazione di report economici e di articoli scientifici che ne hanno studiato l'andamento nell'ultimo decennio. La seconda parte della tesi si ha voluto dare un contributo di tipo empirico alla ricerca scientifica approfondita nei primi tre capitoli. Il quarto capitolo verterà sull'analisi empirica di informazioni riguardanti la fiera di Art Basel nel 2017, operando un confronto tra le varie le gallerie con sede nel Regno Unito che vi hanno esposto sulla base degli artisti che hanno rappresentato. Al fine di fornire un primo quadro generale del contesto in cui si colloca la nostra ricerca empirica, si è ritenuto opportuno analizzare in primo luogo le caratteristiche di sesso, nazionalità ed età degli artisti rappresentati dalle gallerie alle tre fiere di Basilea, Miami ed Hong Kong. Successivamente, ne verranno analizzati rispettivamente il ranking ed i prezzi di aggiudicazione all'asta durante il triennio 2016-2018, con lo scopo di rilevare un cambiamento in seguito alla loro partecipazione alla fiera. Inoltre, attraverso l'analisi dei punteggi di ranking (che esprimono in qualche modo l'importanza di un certo artista in comparazione con altri artisti) e delle aggiudicazioni, si è voluta indagare l'esistenza di una strategia attuata dalle gallerie nella scelta degli artisti da esporre alle diverse edizioni della fiera. Le informazioni utilizzate nell'analisi dei prezzi di aggiudicazione e del ranking degli artisti sono state ottenute, rispettivamente, dai database di Artprice.com e Artfacts.net.

## Capitolo I

### Le gallerie d'arte e gli artisti: relazioni tra i due attori

#### 1.1 Il Sistema dell'arte contemporanea e la nascita delle gallerie d'arte private

«Galleristi e artisti: gli uni non esistono senza gli altri. Come il regista non esisterebbe senza produttore o l'editore senza il giornalista, lo studioso senza biblioteca».

-*Massimo de Carlo*<sup>1</sup>.

In principio il mercato dell'arte presentava una struttura molto semplice che vedeva coinvolti solo gli artisti e i mecenati, che, direttamente legati tra loro, operavano su commissione; il mecenate indicava all'artista il soggetto, il tempo di esecuzione e l'opera da eseguire, concordandone in anticipo il prezzo e i materiali da impiegare<sup>2</sup>. Questa semplice struttura a doppio ruolo è rimasta invariata per secoli. Il valore delle opere dipendeva principalmente dal materiale utilizzato per crearle, e queste dovevano rispondere alle precise indicazioni di chi le aveva commissionate. Tuttavia, nel tempo, si sono sviluppati meccanismi sempre più complessi e articolati che hanno contribuito alla creazione del sistema come lo conosciamo oggi, composto da una fitta rete di soggetti e istituzioni che si influenzano vicendevolmente. Le Accademie di Belle Arti, nate in Francia nel XVII secolo, costituivano l'unico soggetto preposto alla formazione degli artisti e alla legittimazione del loro status. Ciò ne limitava tuttavia il linguaggio formale, a favore di un'arte statica e omologata che fosse in grado di soddisfare il gusto della classe nobile e alto-borghese. Questa situazione immobile e preconcepita del linguaggio artistico vide un primo crollo a partire dalla seconda metà dell'Ottocento, anni in cui nacquero i primi movimenti impressionisti d'avanguardia, che scossero la rigidità delle accademie contrapponendovi dei nuovi linguaggi indipendenti. Si assistette così a una prima evoluzione che dal sistema accademico portò, negli anni, al mercato dell'arte come lo conosciamo oggi. Le istituzioni accademiche, come ad esempio l'*Académie des Beaux Arts* di Parigi, non permettevano agli artisti di commercializzare le loro opere; il ruolo di venditore era esclusivo dei *courtiers*, così come le esposizioni avvenivano

---

<sup>1</sup> De Carlo, M. (2007). *Della galleria, dei galleristi e della nuova materialità dell'arte*, Equilibri.

<sup>2</sup> Guenzi M. (2014), *La struttura del sistema dell'arte contemporanea (seconda parte)*, Economia e Diritto, n. 5.

esclusivamente attraverso i *Salon*, i quali avevano un ruolo di primaria importanza nella promozione e nella carriera di un artista: durante queste esposizioni, due volte l'anno, una giuria di esperti costituita dai docenti delle accademie declamava gli artisti più meritevoli di attenzione. Le opere di questi artisti venivano poi acquistate dallo Stato per essere, successivamente, esposte nei maggiori musei e istituzioni storiche. Questo meccanismo escludeva in partenza gli artisti che non uniformavano il proprio gusto a quello della classe sociale che stava al potere. Nel 1855, il *Pavillon du Réalisme* di Gustave Courbet creò un primo moto di ribellione proprio di fronte agli spazi adibiti all'Esposizione Universale di Parigi. Qui, l'artista espose per la prima volta le opere che la giuria del Salon gli aveva rifiutato, dando vita al primo *Salon des Refusés*, che venne seguito da un eco di esposizioni "non ufficiali" e ben lontane dai dettami del mondo accademico, dando vita ad un genere di collezionismo tutto nuovo. Da qui, nacque la nuova figura del mercante d'arte (art dealer)<sup>3</sup>, che emerse in seguito all'aumento della domanda, nonché della conseguente esigenza di figure intermedie in grado di soddisfarla. In questo modo, gli artisti impressionisti non rivoluzionarono solamente i gusti di pubblico e mercato, ma anche la concezione di estetica che aveva contraddistinto la storia dell'arte fino ad allora, andando a fondare un nuovo sistema commerciale.

Figure come Paul Durand Ruel, Ambroise Vollard ed Daniel Henry Kahnweiler possono essere citate ad esempio come le figure simboliche del profilo del mercante d'arte. Questi, profondamente convinti della qualità dell'arte che promuovevano, contribuirono a diffondere in Europa e in America la novità dei movimenti artistici d'avanguardia. Le strategie di questi innovatori si basavano su contratti di esclusiva stipulati con gli artisti, concorrendo a creare un vero e proprio monopolio sulla loro produzione.

Il mercato artistico proseguì la propria evoluzione nel periodo tra le due guerre. All'*Hotel Drouot* di Parigi, a cavallo tra gli anni Venti e Trenta, vennero organizzate delle vendite all'incanto di opere d'arte contemporanea che riscossero un clamore e un profitto altissimi: da questo momento in poi, si assistette ad un progressivo allontanamento del gusto da ideali puramente artistici per avvicinarsi ad interessi anche speculativi. Di conseguenza, lo spettro

---

<sup>3</sup> Cfr. M. Guenzi, *La struttura del sistema dell'arte (prima parte)*, in *Economia dell'arte*, n°3, marzo 2014, pp.1-2.

dei collezionisti ai quali l'arte era rivolta si fece più ampia, raggiungendo anche l'alta borghesia e l'aristocrazia internazionale. Il boom degli anni Venti portò così ad un aumento delle gallerie d'arte contemporanea, partendo da Parigi per diffondersi in tutta Europa e nel Nuovo Continente. Seguì, nel 1929, un brusco arresto di questa espansione, che poi riprese con grande energia durante il periodo post-bellico. Nel secondo dopoguerra si assistette, infatti, all'affermazione (tutt'ora indiscussa) della supremazia della città di New York nel mercato dell'arte contemporanea: la città sostituì Parigi come centro culturale, anche grazie all'avvento del movimento avanguardistico dell'espressionismo astratto<sup>4</sup>. La potenza commerciale americana e la fuga degli artisti europei nel Nuovo Continente fecero di New York il nuovo centro protagonista del creare, vendere e promuovere arte<sup>5</sup>. L'*Armory Show* di New York, tenutasi nel 1913 presso l'armeria del 69° reggimento, consacrò poi in quegli anni la nascita dell'avanguardia americana e del suo sistema museale e di mercato, che prevedeva l'esposizione in contemporanea di più di mille opere di artisti di tutto il mondo.

L'interesse verso questo mercato vide crescere negli anni Quaranta il numero di gallerie d'arte: fu così che istituzioni come Sam Kootz, Betty Parsons e Peggy Guggenheim Art of This Century iniziarono a muovere i loro primi passi. Peggy Guggenheim ebbe un ruolo chiave nella diffusione dell'avanguardia europea nel Nuovo Continente e contribuì attivamente a dare vita, insieme a Leo Castelli<sup>6</sup>, al modello economico delle gallerie d'arte contemporanea che viene impiegato tutt'oggi.

L'espansione e il successo dell'arte contemporanea continuò negli anni Settanta sia in America che in Europa, confluendo in un vero e proprio boom nel corso degli anni Ottanta e Novanta che condusse ad un'euforica speculazione sugli artisti sensazionalistici<sup>7</sup>.

Al principio dell'arco di tempo che abbiamo delineato, il successo degli artisti rimaneva ancorato a fattori legati al merito come le proprie collaborazioni con istituzioni pubbliche, il giudizio della critica, l'attività artistica e il talento formale. Il valore economico dell'arte

---

<sup>4</sup> Cfr. F. Poli (2011), *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Bari, pp. 3-22.

<sup>5</sup> Cfr. C. Zampetti Egidi (2014), *Guida al mercato dell'arte contemporanea*, Skira, Milano-Ginevra, p. 29.

<sup>6</sup> Schjeldahl P. (2010), *Leo the Lion: How the Castelli gallery changed the art world*, the New Yorker, 2013.

<sup>7</sup> Zorloni A. (2011), *L'economia dell'arte contemporanea, Mercati, strategie e star system*, Franco De Angeli, Milano.

rappresentava infatti unicamente il suo valore d'acquisto, e non la qualità formale dell'opera in oggetto. In seguito, alla luce delle prime operazioni speculative, il mercato iniziò ad avere sempre più influenza sul valore artistico delle opere, determinandone così la qualità e il successo. I collezionisti infatti, oltre che al giudizio dei critici e alla consacrazione dell'artista da parte di istituzioni culturali, attribuiscono grande importanza all'*andamento del mercato*, il quale ha un ruolo primario nel determinarne il valore sia economico che culturale<sup>8</sup> dell'arte attuale.

Ad oggi, il mercato dell'arte coinvolge un complesso sistema di attori che consente l'incontro tra domanda (collezionisti e istituzioni culturali) e offerta (artisti) di opere d'arte attraverso l'intermediazione di gallerie d'arte e case d'asta<sup>9</sup>. All'interno di questo sistema, gli artisti sono responsabili dell'ideazione e, in gran parte, anche della produzione di opere d'arte. In passato la carriera degli artisti si articolava attraverso un percorso che spaziava da un primo riconoscimento da parte dei colleghi seguito dal successivo riconoscimento da parte di critica, venditori e collezionisti, per confluire infine nel riconoscimento da parte del pubblico. Ad oggi invece stiamo assistendo ad un cambiamento nel percorso di consacrazione di un artista che in alcuni casi si verifica inizialmente sul mercato e solo successivamente da parte della critica<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> Cfr. M. Bassetti, R. Pennisi (2010), *Il mercato dell'arte XXI secolo*, in "Enciclopedia Treccani".

<sup>9</sup> Horowitz, N. (2011), *Art of the Deal. Contemporary Art in a Global Financial Market*, Princeton University Press.

<sup>10</sup> Badia, F., Schiano Lo Moriello, V. (2015), *Evolution of the business model for contemporary art galleries. Current situation and future challenges*, IFKAD 2015, Culture, Innovation and Entrepreneurship: Connecting the Knowledge Dots, Bari (Italia), 10-12 giugno 2015, Publisher: Arts for Business, Editors: JC Spender, Giovanni Schiuma, Vito Albino, pp.1567-1581.

## 1.2 La struttura gerarchica delle gallerie d'arte contemporanea e i livelli di mercato in cui operano

Le gallerie d'arte svolgono una funzione di notevole importanza all'interno del sistema dell'arte contemporanea descritto nel paragrafo 1.1, agendo all'interno di esso come delle vere e proprie imprese in cui i galleristi svolgono la funzione di promozione degli artisti che rappresentano. La promozione degli artisti è operata su due diversi livelli; può presentare sia aspetti culturali (attuata mediante l'organizzazione di mostre, eventi espositivi, redazione di cataloghi) che aspetti commerciali, assumendo le vesti di una vendita di un prodotto e segue le regole del marketing. Il lavoro di un buon commerciante d'arte consiste innanzitutto nella mediazione culturale al fine di consentire al pubblico di comprendere e apprezzare il lavoro degli artisti che rappresenta<sup>11</sup>. Alcune gallerie collaborano con le istituzioni culturali nell'organizzazione di mostre e progetti culturali e lavorano alla produzione di cataloghi e pubblicazioni, per facilitare la diffusione del lavoro dei loro artisti. Oltre al lavoro di mediazione culturale, i galleristi sono responsabili della promozione commerciale dei loro artisti, che realizzano attraverso l'organizzazione di mostre all'interno dei propri spazi e la partecipazione a fiere d'arte. È stato descritto nel paragrafo precedente il fenomeno della nascita della figura del mercante d'arte. Esiste, tuttavia, una netta distinzione tra questa figura e la figura del gallerista, che si pone come intermediario tra l'artista e il collezionista. Il modo in cui si articola il mercato delle gallerie d'arte contemporanea risulta in realtà alquanto complesso e articolato e le gallerie sono coinvolte all'interno di una fitta rete di relazioni interpersonali con una forte struttura gerarchica. Badia e Schiano Lo Moriello (2015) distinguono tre tipologie di gallerie d'arte: le gallerie di brand, le gallerie tradizionali e le gallerie commerciali. Le gallerie di *brand* sono caratterizzate da un'ampia disponibilità economica e alleanze strategiche con mercanti d'arte, oltre che da strette collaborazioni con i critici e i direttori di musei più influenti (Badia, Schiano Lo Moriello, 2015). Queste gallerie sono in contatto con i maggiori collezionisti internazionali e hanno diverse sedi in tutto il mondo e nelle principali capitali dell'arte contemporanea. Le gallerie di brand hanno pieno potere sull'andamento del mercato dell'arte di fascia più alta, influenzando secondo il loro

---

<sup>11</sup> Badia, F., Schiano Lo Moriello, V. (2015), *Evolution of the business model for contemporary art galleries. Current situation and future challenges*, IFKAD 2015, Culture, Innovation and Entrepreneurship: Connecting the Knowledge Dots, Bari (Italia), 10-12 giugno 2015, Publisher: Arts for Business, Editors: JC Spender, Giovanni Schiuma, Vito Albino, pp.1567-1581.

gusto e tramite le loro strategie di marketing, le tendenze e gli equilibri dell'arte contemporanea. Esercitando un vero e proprio controllo monopolistico o, più spesso, oligopolistico, queste detengono infatti il controllo della produzione degli artisti di maggior successo. Le gallerie d'arte sono organizzate come delle vere e proprie aziende e promuovono spesso opere di artisti già storicizzati muovendosi nel mercato secondario, oltre che promuovere nuove produzioni di artisti viventi, seppur "classici", all'interno del mercato primario. La loro clientela è composta, per la maggior parte, da grandi collezionisti, banche e musei. Molte di queste gallerie saranno oggetto della nostra ricerca empirica, e per citarne subito qualcuna possiamo indicare nomi come la Lisson Gallery, la galleria Larry Gagosian e il White Cube che hanno tutte sede nel Regno Unito.

Dopo le gallerie di *brand* si collocano le gallerie *tradizionali*, meno potenti e dotate di minor disponibilità economica ma con un ruolo primario nella scoperta di nuovi talenti. Queste si rivolgono ad un segmento di mercato abbastanza ampio e si occupano di organizzare e curare la promozione dell'artista, fornendogli un pass per mondo dell'arte contemporanea. Infatti, le gallerie tradizionali individuano gli artisti con un buon potenziale di successo e li promuovono tra i collezionisti a livello nazionale e locale, dando loro visibilità verso critici e curatori di musei influenti mediante l'organizzazione di mostre, fiere e collaborazioni con altre gallerie minori. In questo senso, spesso le gallerie tradizionali svolgono il ruolo di *Gatekeepers* per gli artisti emergenti<sup>12</sup>. Tuttavia, Bystryn (1978) spiega come questo tipo di gallerie svolgano l'importante ruolo di *Gatekeeper* non solo nei confronti degli artisti ma anche per le sopracitate gallerie di brand<sup>13</sup>. Infatti, le gallerie di brand sono legate alle gallerie tradizionali tramite una complessa rete relazionale e possono fare tesoro della preselezione degli artisti di talento attuata da queste ultime, al fine di individuare a loro volta quelli più meritevoli di interesse e sviluppare in questo modo delle nuove proficue collaborazioni.

In coda alle gallerie di brand e alle gallerie tradizionali si collocano le gallerie *commerciali* che, operando per lo più in ambito locale, di norma rappresentano artisti che non sono ancora

---

<sup>12</sup> *Gatekeepers*: coloro che hanno il potere di dare o negare l'accesso alla fascia più alta del mercato artistico. Sono esperti nel settore e capaci di ricevere informazioni in anticipo. C. Zampetti Egidì, *Guida al mercato...*, op. cit, p. 139.

<sup>13</sup> Bystryn M. (1978), *Art Galleries as Gatekeepers: The Case of the Abstract Expressionists*, Social Research Vol. 45, No. 2, pp. 390-408.

riusciti ad attirare l'attenzione delle gallerie maggiori. Le gallerie commerciali sono le più comuni nel mercato dell'arte contemporanea ed operano principalmente attraverso l'organizzazione di mostre e la partecipazione a fiere principalmente nazionali, collaborando occasionalmente con le istituzioni culturali locali. Tra le gallerie commerciali si collocano le cosiddette gallerie negozio che costituiscono delle realtà marginali che offrono all'artista la possibilità di esporre in cambio di un corrispettivo accordato. Le gallerie negozio, a differenza di quelle commerciali, antepongono la pubblicità allo scopo culturale. In questo caso la proposta di valore non riguarda la qualità delle opere esposte, ma lo spazio fisico (galleria, vetrina) che viene venduto a chiunque si definisca artista, in cambio di un compenso. La strategia curatoriale e il marketing di queste gallerie sono spesso assenti, i clienti sono acquirenti occasionali o visitatori che si imbattono nella galleria. La gestione di questo tipo di galleria è molto semplice e spesso non richiede l'utilizzo di dipendenti<sup>14</sup>. In questa struttura piramidale si articola una fitta rete di relazioni che regge l'intero sistema commerciale dell'arte contemporanea, influenzando direttamente sulle sue dinamiche di mercato<sup>15</sup>. Nel *mercato primario* le opere vengono proposte ad un pubblico per la prima volta e lo scambio avviene in forma diretta tra l'artista e il primo acquirente. In genere sono le gallerie commerciali ad operare principalmente in questo segmento di mercato, poiché le quotazioni degli artisti da esse rappresentati permettono loro di attuare politiche economiche flessibili e personalizzate. Le vendite che avvengono in galleria non hanno carattere pubblico (al contrario delle vendite all'incanto) e il prezzo si sottrae alle logiche di mercato tradizionale assumendo le tipiche caratteristiche di opacità e di non-trasparenza che lo contraddistinguono. L'incertezza del valore di un artista non dipende infatti dalla qualità delle sue opere, ma dal fatto di essere ancora in fase di riconoscimento culturale ed economico da parte del sistema<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Badia, F., Schiano Lo Moriello, V. (2015), *Evolution of the business model for contemporary art galleries. Current situation and future challenges*, IFKAD 2015, Culture, Innovation and Entrepreneurship: Connecting the Knowledge Dots, Bari (Italia), 10-12 giugno 2015, Publisher: Arts for Business, Editors: JC Spender, Giovanni Schiuma, Vito Albino, pp.1567-1581.

<sup>15</sup> Schönfeld, S. & Reinstaller, A. J Cult Econ (2007) *The effects of gallery and artist reputation on prices in the primary market for art: a note*. 31: 143.

<sup>16</sup> F. Poli (2011), *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Bari.

Il *mercato secondario* è invece legato al settore delle vendite all'asta, i cui dati sono di natura pubblica, trasparenti oltre che misurabili e confrontabili. Ai dati ufficiali delle vendite all'incanto si può avere accesso tramite appositi data-base presenti sul web, che permettono di seguire l'andamento di mercato e le quotazioni degli artisti che sono passati attraverso aste pubbliche. Per la ricerca di alcuni dati che sono oggetto del nostro studio infatti, ci siamo serviti della piattaforma ArtPrice.com<sup>17</sup>, la quale ci ha permesso di studiare i prezzi all'incanto di un insieme di artisti da noi selezionati in un determinato segmento temporale. Ciò che differenzia profondamente le gallerie d'arte dalle case d'asta è proprio il diverso livello di mercato nel quale esse agiscono; le gallerie nutrono infatti un interesse affinché il valore degli artisti che rappresentano possa salire in maniera graduale (così da invogliare i clienti ad investire nuovamente in artisti da loro rappresentati), le case d'asta, al contrario, cercano di massimizzare le quotazioni nel breve periodo, cercando di vendere al maggior prezzo di aggiudicazione possibile. Annukka Jyrämä (2002) sostiene che le gallerie d'arte contemporanea sono accomunate da un modello organizzativo univoco che le vede al centro di una fitta *rete focale* entro la quale gravitano tutta una serie di attori che le influenzano e ne sono, a loro volta, influenzati. La Figura 1.1 illustra la "rete foale" così come descritta in Jyrämä (2002)<sup>18</sup>.

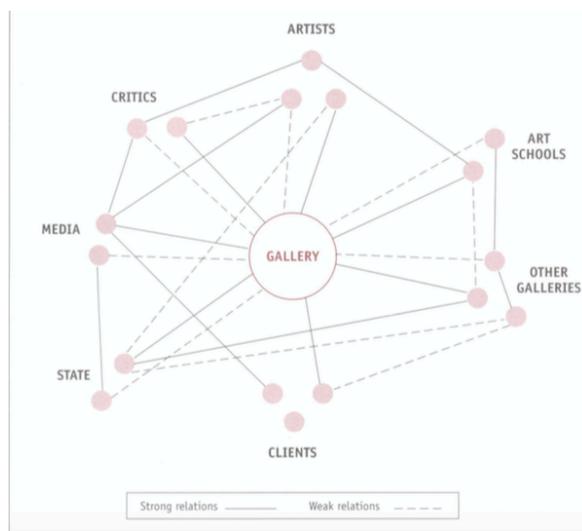


Figura 1.1 La Rete Focale, delle gallerie d'arte contemporanea. Fonte: Annukka Jyrämä, *Contemporary Art Markets — Structure and Actors: A Study of Art Galleries in Finland, Sweden, France and Great Britain*, *International Journal of Arts Management* Vol. 4, No. 2 (2002), pp. 50-65.

<sup>17</sup> <https://www.artprice.com>.

<sup>18</sup>Jyrämä, A. (2002), *Contemporary Art Markets — Structure and Actors: A Study of Art Galleries in Finland, Sweden, France and Great Britain*, *International Journal of Arts Management* Vol. 4, No. 2, pp. 50-65.

Critici, collezionisti, artisti, scuole d'arte, così come lo Stato, i media e altre gallerie concorrono per definire il prestigio e l'importanza della galleria all'interno del tessuto artistico locale e internazionale. Jyrämä (2002) spiega come ogni galleria, pur essendo una realtà a sé stante con modelli e trend propri, sia profondamente influenzata da altre gallerie facenti parte della propria rete. Infatti, dalla ricerca è emerso come l'organizzazione gerarchica tra le gallerie d'arte si articoli in modo tale che gli attori che condividono gli stessi interessi collaborino attivamente tra di loro nel perseguimento di obiettivi e di risultati comuni. Raramente però questo sistema di relazioni è guidato da dinamiche e interessi puramente culturali, quanto piuttosto da fenomeni di reciproca convenienza economica e di meccanismi di guadagno reciproco tra istituzioni. Secondo Jyrämä inoltre, questo implicito senso di appartenenza ad un sistema basato su un complesso tessuto di relazioni sociali a loro volta imperniate sulla fiducia reciproca, è dato da comprensibili ragioni di convenienza che permettono agli attori di rimanere a galla all'interno di un mare così "opaco" come quello dell'arte contemporanea. Secondo l'autrice, diversi attori hanno ruoli diversi e si relazionano l'uno con l'altro in modo informale in base alla dichiarazione implicita di "appartenenza" a un determinato cluster sociale. Nel suo studio afferma inoltre come le gallerie abbiano un ruolo centrale nel sistema di networking dell'arte attuale, poiché queste non costituiscono solo un intermediario necessario tra collezionisti e artisti, ma si impegnano anche nel processo di creazione di legittimità di questi ultimi collaborando con attori istituzionali come musei, fiere, critici d'arte, ecc. In Jyrämä (2002, p.58) si afferma infatti che: « [...] le gallerie stesse sono state gli attori chiave nella creazione e nel mantenimento del valore di mercato».

### 1.3 Le gallerie d'arte contemporanea e la loro sostenibilità economica e artistico-culturale.

Come meglio si vedrà nei paragrafi 1.3.4 e 1.3.5, il ruolo di intermediario della galleria è articolato e complesso, così come la sua attività nella promozione e nella garanzia della qualità artistica di chi rappresenta. La galleria assume infatti un ruolo sia artistico-culturale che prettamente commerciale nel lancio di un suo nuovo artista. L'organizzazione di mostre, la creazione del catalogo, l'ottenimento di recensioni da parte della critica rientrano nel confine culturale della mediazione. Dal lato economico, invece, le opere dell'artista vengono messi sullo stesso piano di una qualsiasi merce di scambio, che deve essere venduta

attraverso attente strategie di marketing e campagne di comunicazione. Nell'ultimo dei due casi descritti, il fine ultimo della galleria non è unicamente quello del profitto economico, quanto piuttosto quello del rafforzamento del proprio brand.

Le gallerie di brand sono in grado di vendere le opere di un artista anche a tre volte il prezzo di una galleria commerciale poiché il solo fatto che un artista sia da esse rappresentato costituisce una garanzia di prestigio e di qualità per il collezionista<sup>19</sup>. Per questo motivo, la sostenibilità di una galleria d'arte dipenderà in parte dalla sua capacità di generare un profitto economico derivante dalla vendita di opere d'arte e in parte dal suo contributo artistico e culturale<sup>20</sup>. In un contesto come questo, le sole abilità manageriali non sono sufficienti per garantire la sopravvivenza di una galleria d'arte. Infatti, una galleria deve anche essere riconosciuta culturalmente dagli esperti del settore per essere ben integrata all'interno del sistema dell'arte. Per una galleria d'arte contemporanea, pertanto, i due aspetti che assumono maggiore significato in termini di sostenibilità risultano essere sia la dimensione economica che quella sociale, che in questo caso consiste nel risultato della sua proposta artistico-culturale. Il modello di business di una galleria d'arte risulterà quindi sostenibile solo se sarà in grado di affrontare opportunamente i rischi e le opportunità del mercato senza trascurare la ricerca artistica e culturale.

La misurazione della sostenibilità delle gallerie d'arte contemporanea è tuttavia particolarmente complessa e i dati sulle transazioni in questo settore sono molto scarsi e frammentari.

Dal report di Art Basel e UBS sul mercato dell'arte contemporanea emerge chiaramente come lo stato di salute delle gallerie d'arte sia peggiore di quello delle case d'asta e che il rapporto tra le nuove aperture e le chiusure delle gallerie d'arte sia molto poco promettente.

---

<sup>19</sup> Thompson D. (2009), *Lo squalo da 12 milioni di dollari, La sorprendente economia dell'arte contemporanea*, Mondadori, Milano.

<sup>20</sup> Badia, F., Schiano Lo Moriello, V. (2015), *Evolution of the business model for contemporary art galleries. Current situation and future challenges*, IFKAD 2015, Culture, Innovation and Entrepreneurship: Connecting the Knowledge Dots, Bari (Italia), 10-12 giugno 2015, Publisher: Arts for Business, Editors: JC Spender, Giovanni Schiuma, Vito Albino, pp.1567-1581.

Il report di Art Basel e UBS appena citato riporta inoltre che circa l'80% delle nuove gallerie vengono chiuse entro i cinque anni dall'apertura<sup>21</sup>. Tuttavia, Badia e Schiano Lo Morello (2015) specificano che le performance economiche delle gallerie d'arte differiscono notevolmente a seconda dei modelli di business adottati dalle stesse<sup>22</sup>. Secondo i due autori infatti, il modello di business delle gallerie di brand e delle gallerie tradizionali appare economicamente sostenibile grazie a degli elementi chiave che lo rafforzano, che loro individuano nella collaborazione della galleria con i migliori artisti del mercato internazionale, la fascia economica alta dei clienti a cui la galleria si rivolge e l'internazionalizzazione della galleria che le consente di raggiungere paesi in rapida ascesa. Sempre secondo Badia e Schiano Lo Morello (2015), la situazione delle gallerie *commerciali* e delle *gallerie-negozio* risulta invece più complessa da valutare, poichè la loro sostenibilità finanziaria può dipendere talvolta anche da finanziamenti pubblici o da altre entrate che non derivano unicamente dalla vendita di opere d'arte.

Dal punto di vista della sostenibilità *artistica e culturale* i due autori individuano un insieme di parametri la cui presenza o assenza può essere considerata cruciale. Innanzitutto, è di primaria importanza la promozione di nuovi talenti, che come abbiamo visto viene svolta principalmente dalle gallerie commerciali e in misura minore anche dalle gallerie tradizionali. In secondo luogo è importante la presenza di recensioni nelle principali testate artistiche e l'attenzione dei critici, al fine di dare visibilità all'attività delle gallerie, sia tradizionali e di brand che commerciali e negozio. Anche la redazione di cataloghi e l'organizzazione di mostre è molto importante, al fine di diffondere il lavoro degli artisti, che come abbiamo visto talvolta costituiscono il "marchio di fabbrica" delle gallerie tradizionali. Infine, la collaborazione con istituzioni culturali come musei e altre istituzioni culturali sono indice di un forte impegno artistico e rappresentano un'attività estremamente rilevante, sia a livello internazionale per le gallerie di brand e le gallerie tradizionali, sia a livello locale per gallerie commerciali e gallerie-negozio.

---

<sup>21</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

<sup>22</sup> Badia, F., Schiano Lo Morello, V. (2015), *Evolution of the business model for contemporary art galleries. Current situation and future challenges*, IFKAD 2015, Culture, Innovation and Entrepreneurship: Connecting the Knowledge Dots, Bari (Italia), 10-12 giugno 2015, Publisher: Arts for Business, Editors: JC Spender, Giovanni Schiuma, Vito Albino, pp.1567-1581.

I due autori concludono che le gallerie di brand e le gallerie tradizionali dispongono di un profilo più elevato di sostenibilità grazie al trend positivo dell'alta fascia di mercato in cui operano. Le gallerie commerciali invece, pur presentando alcuni elementi positivi operando in un mercato di fascia media, non possono invece definirsi *sostenibili*. Anche nel caso delle gallerie-negozio il modello di business presenta diversi problemi strutturali, prevalentemente legati alle difficoltà del commercio al dettaglio e allo scopo commerciale che prevale chiaramente su quello culturale.

Attraverso il *case-study* della Galleria Continua (che ha sede a San Gimignano, Beijing, Les Moulins e L'Havana), celebre galleria tradizionale italiana che si sta avvicinando sempre più al raggiungimento dello status di galleria di brand, Badia e Schiano Lo Morello (2015) arrivano poi ad estrapolare un nucleo di quattro fattori di successo che potrebbero guidare alla ridefinizione dei modelli di business delle gallerie che ad oggi non risultano sostenibili, promuovendo una crescita sia economica che artistico-culturale. Il primo fattore individuato dagli autori consiste in un impegno della galleria ad estendersi sia su un fronte globale che sul fronte locale, unendo cioè uno sforzo di internazionalizzazione (verso un mercato sempre più globalizzato), ad un impegno a livello locale che riflette la capacità dell'arte di fungere da motore per lo sviluppo di un intero territorio (l'argomento verrà approfondito nel cap.2, par 2.2). Viene poi evidenziata l'importanza della creazione di *sinergie* tra le gallerie e altri soggetti esterni, coinvolgendo non solo musei e istituzioni culturali, ma anche aziende completamente estranee al sistema dell'arte o alcuni concorrenti diretti (come altre gallerie d'arte contemporanea), per perseguire l'obiettivo di una cooperazione finalizzata ad aumentare l'interesse e la conoscenza dell'arte contemporanea. In terzo luogo viene posta l'attenzione sull'importanza del supporto ai nuovi talenti e su come una galleria, seppur talvolta specializzata in un determinato movimento artistico o in un preciso periodo storico, dovrebbe sempre collaborare sia con artisti affermati che meno conosciuti, al fine di trarre non solo un *vantaggio finanziario*, apportato dalle maggiori entrate economiche derivanti dall'eventuale successo dell'artista, ma anche un *vantaggio culturale*, in quanto l'aiuto e la promozione dei giovani talenti contribuisce ad arricchire lo scenario artistico. Il quarto punto che viene individuato infine dai due autori come un potenziale contributo al miglioramento della sostenibilità delle gallerie d'arte contemporanea è la presenza di una *solida reputazione*, che garantirebbe alla galleria la fiducia dei suoi acquirenti e la stima degli esperti nel settore.

Attualmente, non tutti i modelli di business delle gallerie d'arte contemporanea sono sostenibili, e l'alta percentuale di gallerie in fase di chiusura che emerge dai risultati del report di UBS e Art Basel ne è la prova. In molti di questi casi, le gallerie dovrebbero implementare una serie di misure volte a raggiungere un equilibrio tra *profitto economico* e *valore artistico e culturale*. I quattro fattori chiave di successo che abbiamo appena elencato potrebbero rappresentare un buon contributo al raggiungimento di tale anche se vi sono alcuni limiti che non possono essere trascurati. Prima di tutto, gli aspetti artistici e culturali che abbiamo detto essere fondamentali nell'attività di una galleria d'arte, sono difficili da misurare per via dell'incapacità di quantificare numericamente aspetti come il valore culturale, la rilevanza storico-artistica o il contributo educativo. In secondo luogo, la mancanza di trasparenza nel settore delle gallerie d'arte influisce anch'essa negativamente sul mercato dell'arte, portando ad asimmetrie informative e opacità economiche riguardo alla condizione effettiva delle gallerie nel mercato mondiale. Infatti, le vendite di opere d'arte da parte delle gallerie e dei mercanti d'arte hanno carattere privato, con pochi dati aggiornati e disponibili al pubblico. Nel prossimo paragrafo, analizzeremo attraverso il supporto del report di UBS e Art Basel, *The global art Market 2018* questi dati, per approfondire le tendenze di mercato le difficoltà che le gallerie si trovano oggi ad affrontare.

### 1.3.1 Difficoltà e tendenze di mercato delle gallerie d'arte contemporanea nel mercato globale

Come in altri settori in cui dominano le piccole imprese e le vendite private per ovviare alla mancanza di informazioni disponibili, i sondaggi sono un elemento chiave per la ricerca sul mercato. Nel 2018, *Arts Economics*<sup>23</sup>, con l'assistenza delle associazioni di rivenditori di tutto il mondo, ha condotto il suo sondaggio globale annuale su un campione di oltre 6.500 rivenditori provenienti da Stati Uniti, Europa, Asia, Australia, Africa e America Latina. I risultati di questo sondaggio sono stati poi analizzati da McAndrew (2018) all'interno del report dal quale attingiamo per la redazione del presente paragrafo<sup>24</sup>. Per poter indagare nel

---

<sup>23</sup> *Arts Economics* è stata fondata dalla dottoressa Clare McAndrew nel 2005. McAndrew è un'economista specializzata in mercato dell'arte, dell'antiquariato e del collezionismo. Ha istituito Arts Economics per concentrare i propri sforzi sulla ricerca e sull'analisi del mercato dell'arte collaborando con una rete internazionale di consulenti privati e ricercatori accademici nella fornitura di servizi di ricerca e consulenza al settore commerciale e finanziario mondiale.

<sup>24</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

dettaglio i settori interessati, il sondaggio è stato integrato poi con interviste ai rivenditori in diversi stati e settori di mercato. Sono state inoltre utilizzate statistiche ufficiali e altri database per controllare e fare riferimenti incrociati dei dati ove possibile. I risultati hanno fornito alcuni spunti interessanti sulle tendenze di mercato e sulle sfide economiche che le gallerie d'arte di tutto il mondo hanno dovuto affrontare durante l'anno 2018.

Il valore totale delle vendite da parte dei galleristi e dei mercanti d'arte nel 2018 ha raggiunto circa i \$ 35,9 miliardi, in crescita del 7% rispetto all'anno precedente. E' interessante notare che *meno del 5% delle imprese prese in esame deteneva oltre il 50% del valore delle vendite nel settore*<sup>25</sup>. Il sondaggio di Arts Economics ha riguardato gallerie e mercanti di diverse fasce economiche, le quali hanno sottolineato la presenza di una netta linea di demarcazione tra *due segmenti di valore principali*: rivenditori più piccoli con livelli di fatturato inferiori a \$ 500.000 (gallerie commerciali e gallerie-negozio) e rivenditori più grandi con vendite tra \$ 1 milione e \$ 10 milioni (gallerie tradizionali e gallerie di brand).

Stando ai risultati del report citato, nel 2018 vi è stata una percentuale minore di rivenditori che hanno visto un aumento delle vendite, rispetto ai risultati del 2017. Tuttavia, dai sondaggi è emerso che i rivenditori che hanno potuto esperire un aumento del numero di vendite hanno comunque subito una diminuzione del fatturato medio del 5%. Questi dati, se posti in relazione con l'ottimo andamento del mercato globale emerso dal report di quello stesso anno, sottolineano come la fascia più alta del mercato e le grandi gallerie di brand tendano ad accentrare gran parte dell'economia su di loro, al punto tale da distorcere i risultati dei sondaggi.

Per i rivenditori di fascia più alta infatti (le gallerie di brand e quelle tradizionali) la crescita delle vendite ha continuato ad essere positiva e la maggior parte di loro ha registrato vendite stabili o moderatamente crescenti durante il 2018.

Il sondaggio analizzato ha riguardato i rivenditori di opere di diversi settori artistici, tra cui *belle arti, arti decorative e antiquariato*. La divisione degli intervistati tra questi segmenti era di circa l'80% per il settore delle belle arti, mentre il restante 20% era costituito da arte decorativa e oggetti d'antiquariato.

---

<sup>25</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

La *Tabella 1.2* illustra la suddivisione delle vendite dei diversi settori artistici di arte contemporanea congiuntamente ad altri settori (quali arte moderna e arte del primo e secondo dopo guerra); arte contemporanea dagli anni Sessanta in poi; arte moderna; arte antica (tra cui impressionismo, old masters, arte del XIX secolo e altre opere pre-moderne) e arte decorativa congiuntamente agli oggetti d'antiquariato.

<b>Settore</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Mediana 2018</b>
Solo Contemporaneo	\$ 3,35	\$ 3,59	\$ 0,84
Contemporaneo ed altri settori	\$ 5,10	\$ 5,40	\$ 0,88
Moderno	\$ 7,84	\$ 9,18	\$ 4,84
Altre categorie artistiche	\$ 3,01	\$ 2,97	\$ 2,10
Arti decorative e antichità	\$ 0,78	\$ 0,92	\$ 0,38

*Tabella 1.1: le vendite in miliardi di dollari delle gallerie d'arte nel 2017 e 2018 suddivise per settore artistico. Elaborazione personale basata su informazioni presenti in: McAndrew, C. (2018), The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report, Gremper AG.*

La tabella 1.1 mostra le vendite in miliardi delle gallerie d'arte nel 2017 e 2018 per ciascun segmento artistico. In tutti i segmenti considerati, la mediana del mercato è significativamente inferiore alla media. Ciò è indice del fatto che i valori delle vendite di questi settori sono fortemente distorte da alcuni rivenditori che presentano fatturati molto alti (le gallerie di brand), i quali fanno alzare le medie; mentre la maggior parte dei rivenditori si trova invece nella fascia più bassa. Come si osserva in tabella il settore dell'arte moderna è quello che nel 2018 ha registrato le vendite mediane più alte. E' interessante inoltre osservare come il settore dell'arte contemporanea presenti un fatturato medio di quattro volte superiore alla mediana.

Nel report di Art Basel e UBS che abbiamo esaminato si riporta poi che in tutti i settori artistici la vendita di opere di artisti di fascia alta (*blue-chip artists*) ha predominato nettamente sulla vendita di altri artisti: ciò dimostra che l'accentramento del mercato su poche gallerie si estende anche all'accentramento del mercato su pochi artisti di nicchia. Questo fenomeno, sempre secondo il sondaggio citato, non riguarda solamente il settore dell'arte contemporanea ma si estende a tutti i tipi di arte presi in esame. McAndrew (2018) spiega infatti che la moderata crescita dell'ultimo anno delle vendite medie del segmento dell'arte contemporanea (del 7%) è stata trainata per la maggior parte proprio dalle vendite delle

gallerie di brand. Queste hanno infatti rappresentato oltre il 95% della crescita del settore (McAndrew, 2018).

### 1.3.2 Sfide economiche e progetti di collaborazione messi in pratica dalle gallerie d'arte contemporanea

Opinione comune tra i rivenditori intervistati nel sondaggio di Art Basel e UBS è il fatto di star vivendo un periodo di cambiamento importante, guidato dalla necessità di creare *nuovi modelli e canali alternativi* per le vendite future. Questa speranza nella creazione di modi innovativi per espandere le loro attività è accompagnata tuttavia da un alone di incertezza che rende le loro prospettive per il futuro molto vaghe e incerte. Infatti, ad oggi, anche le imprese che realizzano i profitti più alti sono colpite dall'incertezza dell'andamento del mercato artistico attuale. La maggior parte delle gallerie commerciali che hanno partecipato al sondaggio ha affermato di avere difficoltà finanziarie e di basare la propria attività sulla vendita in conto deposito piuttosto che comprando in stock le opere degli artisti. Da ciò deriva la difficoltà delle gallerie nell'espandersi e aprirsi a nuove scoperte artistiche, vista la scarsità dei mezzi di investimento e di crediti esterni sia pubblici che privati.

Infatti, dal sondaggio è emerso come l'accesso al credito e al finanziamento da parte di terzi fosse la terza più grande sfida da affrontare dai rivenditori nei prossimi cinque anni, vicino al contesto economico e alla ricerca di nuovi clienti. Molte gallerie intervistate hanno riferito infatti che il 2018 è stato un anno in cui l'attenzione si è concentrata sul tentativo di trovare modi per tagliare o controllare i costi al fine di mantenere una redditività stabile di fronte a vendite incerte e volatili. Molte gallerie hanno riferito di essersi impegnate anche in grandi cambiamenti sperimentali nelle loro attività (o di averli comunque in programma), come il consolidamento o il cambio di sede, o la fusione permanente con altre imprese fino a lancio di progetti collaborativi ed esposizioni<sup>26</sup>.

La grande differenza che intercorre tra le prestazioni economiche delle gallerie di brand e quelle tradizionali e commerciali è quindi particolarmente marcata e negli ultimi anni è

---

<sup>26</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

andata sempre più accentuandosi a sfavore delle ultime, le quali hanno un ruolo chiave nella promozione di artisti e linguaggi meno conosciuti. A questo proposito, negli ultimi anni ci sono state preoccupazioni riguardo alla chiusura di molte gallerie di piccole e medie dimensioni attive nel mercato primario. Ciò è andato a creare un *gap* significativo nel mercato di questo particolare settore di gallerie e di artisti. Infatti, il problema non è semplicemente il numero di imprese che chiudono, ma che sono imprese in una parte specifica e importante per gli sviluppi culturali.

Come abbiamo visto nel paragrafo 1.1, le gallerie d'arte costituiscono degli importanti intermediari tra i collezionisti e gli artisti e sostengono direttamente la produzione e la promozione di questi ultimi svolgendo per loro il ruolo di Gatekeeper, amministratori e promotori. Tuttavia, per via delle asimmetrie informative presenti all'interno del mercato, i collezionisti sono sempre più diffidenti nei confronti delle opere di artisti nuovi o poco conosciuti, i quali non dispongono di informazioni di supporto utili alla garanzia della loro qualità (come i dati delle vendite passate o le grandi mostre a cui hanno partecipato). Di fronte a questa incertezza, i collezionisti riducono il rischio acquistando solo artisti noti o evitando in partenza questo settore di mercato. Ciò è coerente con quello che afferma George Akerlof (2016) in *The market of Lemons*<sup>27</sup>, il quale sostiene che nonostante l'acquirente talvolta sia disposto a pagare un prezzo elevato per un "buon artista", la loro paura che si riveli successivamente di qualità inferiore rispetto a quella che si aspettavano porta ad un restringimento del mercato e ad un abbassamento di prezzi del mercato primario. Pertanto, non è sempre facile per le gallerie stabilire un prezzo di mercato iniziale per gli artisti che promuovono, poiché un prezzo di mercato basso, se negli altri segmenti di mercato in genere aumenta la domanda, spesso nel mercato artistico allontana invece gli acquirenti. Allo stesso tempo, un prezzo iniziale troppo alto ridurrebbe anch'esso la domanda dei collezionisti, che non se la sentirebbero di investire su un artista di cui si conosce poco (si veda il paragrafo 1.5.3). Nel modello di business delle gallerie, la soluzione a questo problema consiste nello stabilire stretti rapporti interpersonali tra rivenditori e collezionisti, in modo che questi ultimi possano fidarsi dei prezzi e dei segnali che inviano<sup>28</sup>. Ciò richiede molto tempo e sforzi

---

<sup>27</sup> Akerlof G. A. (1970), *The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism*, Quarterly Journal of Economics, Vol. 84, n.3, pp. 488-500.

<sup>28</sup> Badia, F., Schiano Lo Moriello, V. (2015), *Evolution of the business model for contemporary art galleries. Current situation and future challenges*, IFKAD 2015, Culture, Innovation and Entrepreneurship: Connecting

considerevoli e spiega in parte il motivo per cui il mercato dell'arte rimane un mercato di nicchia in cui molti collezionisti tendono ad evitare artisti poco conosciuti in favore di quelli più affermati. I collezionisti tendono infatti ad affidarsi al giudizio di critici o di collezionisti di successo, curatori e gallerie di brand, piuttosto che dei propri gusti personali e ciò crea l'accentramento di mercato che troviamo oggi, dominato da pochissimi artisti di punta che dominano la fascia più alta del sistema dell'arte. La crescente importanza attribuita alla specializzazione in un determinato settore dell'arte può portare alcune gallerie a scegliere dei modelli di business caratterizzati da attività altamente specializzate, che si concentrano su campi e segmenti artistici molto ristretti costruendo una maggiore conoscenza e integrazione verticale all'interno di quelle nicchie specifiche (Badia, 2015) Sebbene ciò possa portare ad un grande successo in alcuni casi, ciò comporta anche molti rischi per le gallerie, dal momento che il successo del loro modello di business è limitato e dipende da un' area di mercato che è molto ristretta rispetto, ad esempio, a controparti specializzate in vari settori come le case d'asta. L'alta specializzazione delle gallerie in un singolo settore dell'arte è molto rischiosa per i rivenditori anche in una prospettiva di espansione della propria attività, poiché i loro profitti economici sono alla completa dipendenza dell'andamento economico di quel particolare settore artistico.

Per cercare di combattere alcuni di questi rischi e alleviare le pressioni finanziarie, le gallerie appartenenti alle fasce più basse del mercato stanno sperimentando sempre più modelli di collaborazione, sia nuovi che esistenti, inclusi spazi espositivi ed eventi condivisi, condivisione dei costi, e la fusione di parti o di tutte le loro attività.

Importanti modelli collaborativi, come Condo<sup>29</sup> e Okey Dokey, hanno contribuito nel 2018 a sfidare l'egemonia dei modelli fieristici (si veda il Capitolo Secondo) e offrendo alle gallerie più piccole delle opportunità di networking migliori con costi e rischi iniziali inferiori. Condo è stato lanciato a Londra nel 2016 e da allora ha lanciato diverse mostre su larga scala, tre a Londra e una a New York, con ulteriori edizioni previste anche per Città del Messico, Shanghai

---

the Knowledge Dots, Bari (Italia), 10-12 giugno 2015, Publisher: Arts for Business, Editors: JC Spender, Giovanni Schiuma, Vito Albino, pp.1567-1581.

<sup>29</sup> *Condo* prende il nome da "condominio" ed è una mostra collaborativa su larga scala di gallerie internazionali. Le gallerie ospitanti condividono i loro spazi con le gallerie in visita, sia co-curando insieme una mostra, sia condividendo le loro gallerie e allocando gli spazi. [www.condocomplex.org](http://www.condocomplex.org).

e San Paolo nel 2018<sup>30</sup>. Il concetto si basa sulla condivisione di spazi nelle gallerie di queste città che temporaneamente aprono i loro spazi espositivi (gratuitamente) a rivenditori stranieri in visita, a volte collaborando a mostre curate o semplicemente ospitando una mostra separata per la galleria ospitata. Ad esempio, la terza edizione di Condo London all'inizio del 2018 ha coinvolto 46 gallerie internazionali che presentano mostre ospitate da 17 spazi, tra cui Carlos Ishikawa, Sadie Coles HQ, Maureen Paley e Hollybush Gardens, durante un evento di quattro settimane tra gennaio e febbraio. Gli obiettivi principali del progetto consistono nell'affrontare due dei problemi più acuti delle gallerie d'arte contemporanea attuali: l'aumento dei costi degli spazi e la contemporanea riduzione del traffico pedonale, che ha ridotto il numero di visitatori all'interno delle gallerie. Il progetto mira a promuovere più gallerie organizzando mostre di diversi livelli artistici, partendo da artisti giovani fino ad arrivare ad artisti molto affermati, per un periodo di tempo più lungo di quanto non sarebbe quello di una fiera d'arte. L'inclusione di una vasta gamma di gallerie a diversi livelli consente così una collaborazione verticale nel settore, mentre la struttura dei costi favorevole e la durata prolungata sono state viste per i galleristi come un mezzo incoraggiante nell'assunzione di più rischi rispetto alle fiere d'arte, dove a volte l'attenzione deve essere orientata più commercialmente al fine di coprire i costi che ne derivano.

Al vertice del mercato, alcune delle più grandi gallerie sembrano continuare ad espandersi globalmente adottando approcci diversi, talvolta adattandosi ai gusti regionali, talvolta proponendo linguaggi del tutto nuovi in parti del mondo diverse. Nonostante una consistente parte di questa espansione internazionale sia stata guidata da iniziative digitali, l'importanza di una presenza fisica rimane molto forte in questo settore, e infatti molte gallerie di brand operano attraverso un numero sempre crescente di sedi in diverse località, oltre ad espandere la loro presenza attraverso fiere e altri eventi.

---

<sup>30</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

## 1.4 Gli artisti emergenti e il ruolo di Gatekeeper delle gallerie d'arte

### 1.4.1 Gli artisti emergenti, gli artisti di mercato e gli artisti sensazionalistici e i segmenti di mercato nei quali si collocano

La figura dell'artista si è evoluta: da semplice artigiano operante nelle botteghe, ha poi conquistato un ruolo professionale grazie alle accademie. Non è chiaro in realtà il momento preciso in cui il mestiere dell'artista abbia assunto i caratteri di un impiego vero e proprio, ma si presume che il momento sia attribuibile a quando gli artisti hanno iniziato a venire pagati per il lavoro che svolgevano (niente affatto una cosa scontata fino all'alto medioevo). Da quel momento in poi, l'artista doveva essere in grado di dimostrare competenze tecniche specifiche, creatività e talento, non più la sola capacità di esecuzione (Poli, 2011). Tuttavia, come si è detto, la piena affermazione della differenza tra l'impiego dell'artista e quello dell'artigiano è da ricondursi al secolo XVII, in cui si vede la scomparsa delle botteghe e delle corporazioni a favore della nascita delle prime accademie<sup>31</sup>. Alla figura dell'artista si accostano tre diversi ruoli, un ruolo culturale, contraddistinto dalla propria ricerca estetica e semantica, un ruolo sociale, in grado di rispecchiare la propria visione della società in cui opera e quello politico, dovuto alla capacità dell'arte di fungere da un elemento di denuncia. Il lavoro dell'artista è molto vario, e ad oggi gli artisti si differenziano tra di loro non solo per l'oggetto della propria attività creativa, ma anche per le motivazioni che li spingono nel darlo alla luce. Infatti, è possibile distinguere tra artisti *production oriented*, artisti la cui attenzione primaria è rivolta alla qualità della loro ricerca artistica; e artisti *promotion oriented*, i quali danno la priorità al fattore della notorietà, concentrandosi maggiormente sulla propria attività di promozione<sup>32</sup>. L'artista in entrambi i casi è soggetto a una forma di alienazione, secondo quanto teorizzato da Marx, per via del fatto di doversi interfacciare con i meccanismi di un sistema poco trasparente e gerarchizzato (quello dell'arte contemporanea), pieno di regole implicite e non codificate, poco trasparente e con una logica di profitto unica nel suo genere<sup>33</sup>. Nelle fasi di comunicazione e distribuzione, successive a quelle dell'ideazione e della produzione, le richieste del mercato costringono l'artista ad omologare la propria

---

<sup>31</sup> Heinich, N. (1993), *Du peintre à l'artiste. Artisans et académiciens à l'âge classique*, Éditions de Minuit, Paris.

<sup>32</sup> Zampetti Egidi, C. (2014), *Guida al mercato dell'arte contemporanea*, Skira, Milano-Ginevra.

<sup>33</sup> Poli F. (2011), *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Bari.

produzione per allinearla al gusto del maggior numero possibile di fruitori, incrementando così le vendite del proprio prodotto. Le due categorie naturalmente non prevedono divisioni così nette, tanto che spesso le due intenzioni si sovrappongono nella reale intenzione di un artista, ma c'è chi effettivamente dedica una vasta quantità di energie al secondo modello. Il percorso di affermazione artistica, d'altronde, non è affatto semplice e pochi sono gli artisti che assumono lo status di star, altri riescono ad entrare nel circuito delle gallerie tradizionali ed assumere un certo livello di importanza, ma molti sono quelli che non trovano un portavoce della loro attività, seppur valida<sup>34</sup>.

Il mestiere dell'artista varia molto in relazione al grado di successo che ottiene. Gli artisti marginali, non essendo rappresentati dalle gallerie, si occupano interamente sia del lato creativo che di quello esecutivo, oltre che della propria promozione. Gli artisti emergenti spesso delegano, invece, il ruolo promozionale alle gallerie, mentre gli artisti affermati svolgono per lo più un ruolo unicamente ideativo. Questi, istituendo delle vere e proprie equipe incaricate di seguire la produzione (che a loro volta delegano ad un soggetto terzo) affidano il lato commerciale a gallerie, mercanti, collezionisti, case d'asta, direttori dei musei e critici. «In una recente visita allo studio di Jeff Koons, Calvin Tomkins, critico d'arte del *New Yorker*, ha contato ottanta assistenti che si muovevano attorno a una serie di dipinti a vari stadi di lavorazione e preparazione. Quel giorno Jeff Koons aveva più dipendenti di una qualsiasi grande galleria americana. Ed è lo stesso Jeff Koons a dichiarare che lo studio gli costa 300.000 dollari di spese al mese»<sup>35</sup>.

Si possono distinguere tre diversi profili d'artista: gli artisti "emergenti", gli artisti "di mercato" e gli artisti "sensazionalistici". Gli artisti emergenti sono coloro che investono tutte le loro energie nella propria ricerca artistica non occupandosi, quindi, del loro "capitale relazionale"<sup>36</sup>. Questo tipo di capitale, tuttavia, è di primaria importanza per la loro promozione: infatti, spesso, pur essendo questi dotati di grandi capacità innovative, rimangono ai margini del sistema a causa della loro incapacità di esprimerle al grande

---

<sup>34</sup> Zorloni, A. (2011), *L'economia dell'arte contemporanea, Mercati, strategie e star system*, Franco De Angeli, Milano.

<sup>35</sup> De Carlo, M. (2007). *Della galleria, dei galleristi e della nuova materialità dell'arte*, Equilibri.

<sup>36</sup> Sacco, P. (2005), "La selezione dei giovani artisti nei mercati delle arti visive", in Santagata W. (a cura di) (2005), *Economia dell'arte. Istituzioni e mercati dell'arte e della cultura*, Torino, Utet, pp. 42-75.

pubblico. Gli artisti di mercato si concentrano invece sul proprio sostentamento, anche al costo di sacrificare la propria qualità artistica. La loro produzione generalmente è tesa a conformarsi con quella dei gusti del pubblico, operando sulla scia di stili già conosciuti e accettati dal sistema artistico, destinando buona parte del proprio tempo al conseguimento di un buon capitale relazionale. Gli artisti sensazionalistici infine perseguono l'obiettivo della celebrità attraverso la coltivazione del proprio capitale relazionale e la messa a frutto di ottime strategie di marketing. Assumono caratteri provocatori al fine di far parlare di sé, per arrivare a una notorietà che li avvicini al successo<sup>37</sup>. Nella storia dell'arte possiamo osservare infatti che, tra le molte le strategie adottate per riscuotere successo, lo scandalo è una di esse. Scandalizzare è ciò che porta un artista a rompere il legame con l'arte tradizionale, e questo distacco provoca un accentramento di attenzione. A titolo di esempio si può citare lo storico caso degli impressionisti i quali, come abbiamo visto nel paragrafo 1.1, sconvolgendo i principi del Salon tradizionale, hanno dato il via ad una forma d'arte che ha segnato per sempre la storia dell'arte. Riprendendo esempi più recenti invece, la mostra "Sensation" organizzata da Charles Saatchi alla Royal Academy di Londra nel 1997 venne poi riproposta a Berlino e successivamente a New York, dove attirò 12 mila spettatori; si trattò di un evento senza precedenti per l'arte contemporanea, che vide in quell'occasione svariate opere di artisti che avevano il preciso scopo di scandalizzare il pubblico. Tra questi Damien Hirst, Tracey Emin e Marc Quinn. L'apertura di Sensation alla Royal Academy of Arts provocò un furore pubblico e una frenesia dei media che commentarono le folli immagini controverse, contribuendo a rendere pubblico lo scandalo innalzato. Proprio questo fece sì che le quotazioni di quegli artisti si innalzassero, personaggi che tutt'oggi sono ancora protagonisti del mercato dell'arte<sup>38</sup>. Grazie all'abilità manageriale di Saatchi e all'estensione della sua rete di contatti di pubblicitario, la mostra fu l'evento artistico del momento e contribuì a portare alla ribalta una serie di giovani artisti inglesi come Jake & Dinos Chapman, Adam Chodzko, Mat Collishaw, Tracey Emin, Marcus Harvey, Damien Hirst, Gary Hume, Michael Landy, Abigail Lane, Sarah Lucas, Chris Ofili, Richard Patterson, Simon Patterson, Marc Quinn, Fiona Rae, Sam Taylor-Wood, Gavin Turk, Gillian Wearing e Rachel Whiteread.

---

<sup>37</sup> Heinich, N. (1993), *Du peintre à l'artiste. Artisans et académiciens à l'âge classique*, Éditions de Minuit, Paris.

<sup>38</sup> Zampetti Egidi, C. (2014), *Guida al mercato dell'arte contemporanea*, Skira, Milano-Ginevra pp. 57-58.

Questi tre differenti profili d'artista contribuiscono a stratificare il mercato artistico (sia primario che secondario) in tre diversi segmenti. Il mercato degli aspiranti artisti (anche detto "Junk Market"), il mercato degli artisti emergenti ("Alternative Market") e il mercato degli artisti affermati ("Avant-Garde Market")<sup>39</sup>. Il cosiddetto *Junk Market* rappresenta, in termini di quotazioni, lo strato più basso del mercato dell'arte contemporanea. Questo strato è composto dagli artisti agli esordi della loro carriera e che non sono ancora riusciti a farsi rappresentare da una galleria d'arte. Questi si trovano quindi in una condizione di invisibilità all'interno del sistema e vivono di fatto ai margini di esso. «Sebbene mossi da un impeto creativo che porta a sperimentare moltissimo all'interno della loro attività produttiva, il fine che molti di questi artisti si pongono (soprattutto quelli più giovani spinti dal desiderio e dalla speranza di farsi strada) è quello di entrare nel circuito delle gallerie, così da perdere la condizione di apolidi all'interno del sistema»<sup>40</sup>. Dal momento in cui il valore delle opere d'arte dipende molto dal giudizio attribuitogli dal sistema di attori che abbiamo approfondito nel paragrafo 1, il valore delle opere degli aspiranti artisti e di quelli emergenti risulta in un primo momento fortemente indeterminato. Per questo motivo l'attività che le gallerie mettono in atto una volta che hanno scelto di collaborare con un artista poco conosciuto è finalizzata a fungere da garante della qualità artistica (e quindi del prezzo), fornendo informazioni ai potenziali acquirenti attraverso operazioni di segnalazione (Guenzi, 2015). Il gallerista, quando sceglie di sostenere e promuovere un artista, si trova nella posizione di dover fare un investimento ad alto rischio, dovendo inizialmente anticipare le spese per la sua promozione, per poi eventualmente raccoglierne i frutti futuri. In particolare, le gallerie che operano nel mercato Alternative si trovano da un lato l'arduo compito di convincere i collezionisti della qualità delle opere di artisti che non hanno ancora ottenuto un'approvazione da parte del sistema dell'arte; dall'altra si trovano nella condizione di dover affrontare l'eventualità, nel caso in cui gli artisti da esse rappresentati abbiano ottenuto un certo successo, di essere da loro liquidate vedendo quindi vanificati i loro sforzi<sup>41</sup>. Infatti,

---

<sup>39</sup> Guenzi, M. (2015), *Il mercato degli aspiranti artisti (Junk Market)*, Economia e Diritto, n. 6.

<sup>40</sup> Guenzi, M. (2013), *Il mercato dell'arte contemporanea: politiche economiche, fiscali e diritto di seguito*, in G. Negri-Clementi - S. Stabile (a cura di), *Il diritto dell'arte, La circolazione delle opere d'arte*, Ginevra-Milano, Skira.

<sup>41</sup> Guenzi, M. (2014), *Il mercato degli artisti emergenti (Alternative Market) - Seconda parte*, Economia e Diritto, n. 7.

garantire che un'opera abbia un valore è un compito estremamente arduo e i collezionisti nutrono spesso forti dubbi sulle proprie scelte, essendo restii a comprare qualcosa di cui non sono convinti. Per questo motivo le gallerie tendono ad entrare direttamente nel processo decisionale del collezionista per mezzo della fiducia da lui accordatagli e delle proprie strategie di marketing (si veda il paragrafo 1.5.4) . Le strategie commerciali delle gallerie sono generalmente costituite su delle leve precise attraverso le quali tentano di convincere gli acquirenti. Lo fanno in parte attraverso i prezzi, che influenzano la percezione della qualità di un'opera da parte dei clienti, in parte attraverso la creazione di situazioni che danno visibilità ed esclusività all' artista mediante campagne di comunicazione ed eventi dedicati<sup>42</sup>. Gli artisti agli esordi non hanno elementi abbastanza forti per differenziarsi l'uno dall'altro e per quindi giustificare una differenza significativa nelle quotazioni. «Più in particolare una politica iniziale dei prezzi troppo bassa risulta infatti penalizzante, in quanto darebbe l'impressione che le opere in questione non siano di qualità; al contrario una politica dei prezzi agli esordi particolarmente "spumeggiante" determina che le quotazioni dell'artista crescano in maniera eccessiva con il conseguente rischio che a un certo punto si fermino, compromettendone la carriera»<sup>43</sup>. L' assenza di parametri obiettivi e trasparenti per la valutazione all' interno di questo preciso segmento di mercato porta ad inevitabili asimmetrie informative sul valore e sulla qualità dell'opera in oggetto. In presenza di asimmetrie informative infatti il prezzo, che potrebbe fungere da indicatore della qualità, perde di significato, poiché il compratore non sarà in grado di distinguere tra opere di qualità e opere di scarsa qualità. Come spesso accade, i migliori artisti di questo segmento di mercato tendono a non mettere in vendita le loro opere, poiché non vedono apprezzato l'impegno da loro profuso per realizzarle. Preferiscono accumulare i loro lavori nella speranza, un giorno, di venire notati da una galleria in grado di apprezzarli e dargli un riconoscimento che permetta loro di entrare all' interno del sistema<sup>44</sup>. Per quanto riguarda invece l'*Avant-Garde*

---

<sup>42</sup> Guenzi, M. (2015), *Il mercato degli artisti emergenti (Alternative Market)* – Seconda parte, Economia e Diritto, n. 8.

<sup>43</sup> Guenzi, M. (2014), *Anomalie del mercato dell'arte contemporanea – il meccanismo di formazione dei prezzi*, Economia e Diritto, n. 12.

<sup>44</sup> Guenzi, M. (2015), *Il mercato degli artisti emergenti (Alternative Market)* – Prima parte, Economia e Diritto, n. 6.

*Market*<sup>45</sup>, tra i numerosi artisti emergenti presenti sul mercato *Alternative*, solo in pochi riescono a distinguersi e ad approdare sul mercato d' avanguardia, costruendosi progressivamente una reputazione tale da permettere loro di esporre in contesti prestigiosi e di arrivare a vendere le loro opere a cifre di tutto rispetto. Gli artisti affermati vedono la loro presenza all' interno di un mercato secondario di compravendite private e aste (inesistente per gli artisti emergenti), oltre che un livello di quotazioni di gran lunga superiore a quelle degli artisti emergenti e un maggior grado di notorietà e reputazione. Gli artisti emergenti, una volta acquisita la notorietà, spesso lasciano la galleria di scoperta con cui hanno mosso i primi passi sul mercato per passare ad essere rappresentati da gallerie di maggior prestigio, stringendo accordi con più gallerie contemporaneamente che hanno sede in paesi diversi. La carriera di un artista affermato è contraddistinta da tutta una serie di accadimenti che ne consolideranno poi nel tempo la reputazione: le partecipazioni a biennali, a mostre in musei e in altri spazi istituzionali importanti; la presenza alle maggiori fiere internazionali; l'acquisto di opere da parte di musei e collezionisti importanti; i premi di rilevanza nazionale; le recensioni su riviste specializzate e saggi firmati da critici di rilievo sul proprio catalogo personale; l'acquisizione di un certo livello di notorietà presso gli addetti ai lavori, nonché infine l'aver una quotazione ufficiale consultabile dai collezionisti<sup>46</sup>. Il mercato d' *Avant-Garde* è fortemente condizionato dall' opinione dei personaggi più influenti del *sistema dell'arte* e le loro idee possono dar vita talvolta a dei conflitti d'interesse tra gli attori che ne fanno parte. «Così un critico che si dichiara indipendente, che abbia invece un contratto con una galleria, sarà interessato a tessere elogi nei confronti degli artisti di quest'ultima; d'altra parte un importante collezionista si renderà disponibile a comprare un artista emergente se la galleria gli concederà l'opportunità di accedere a dei pezzi importanti della sua collezione; la galleria o il collezionista a sua volta potranno chiedere ad un museo il lancio con una mostra di un artista emergente (o il suo acquisto nella collezione) in cambio di un prestito di opere di artisti rinomati; e come questi si possono citare tanti altri casi di intrecci e scambi di favore tra personaggi del sistema dell'arte» (Guenzi,2015).

---

<sup>45</sup> Guenzi, M. (2015), *Il segmento artisti affermati (Avant-Garde Market) – Prima parte*, Economia e Diritto, n. 10.

<sup>46</sup> Guenzi, M. (2015), *Il segmento artisti affermati (Avant-Garde Market) – Seconda parte*, Economia e Diritto, n. 10.

### 1.4.2 Gli artisti emergenti e le gallerie d'arte contemporanea come loro Gatekeepers

Possiamo distinguere tre tipi diversi di galleristi, classificandoli in “appassionati”, “speculatori” e “strategici”<sup>47</sup>. I primi esercitano la professione principalmente per passione e il loro intento è principalmente la promozione del merito e del valore dal punto di vista artistico. I galleristi speculatori invece sono interessati in via prioritaria al guadagno immediato e cercano di massimizzare i loro profitti il più possibile nel breve periodo. I galleristi strategici invece hanno l'ambizione di salire i gradini del sistema dell'arte al fine di ottenere potere di brand e notorietà. Alessia Zorloni<sup>48</sup> definisce una relazione di “monopolio bilaterale” tra l'artista e il gallerista, spiegando come lo sforzo creativo dell'artista sia necessario al gallerista quanto allo stesso tempo lo sforzo promozionale del gallerista sia necessario all'artista.

Gli artisti emergenti, agli inizi della loro carriera, muovono i loro primi passi cercando di stringere legami commerciali con le gallerie meno affermate. Queste hanno il compito di garantire ai collezionisti la qualità delle opere che gli vendono (tale meccanismo di garanzia viene comunemente chiamato *screening*), e lo fanno mediante l'elargizione di informazioni e segnali di valore delle opere (*signaling*), tra cui in primis il prezzo. Come spiega Bystrin<sup>49</sup>, il ruolo di *Gatekeeper* delle gallerie è fondamentale nel mercato artistico e nella carriera di un artista emergente, poiché queste fungono da garante della loro qualità artistica, aiutandoli ad introdursi nella complessa rete del sistema. La studiosa distingue infatti due fasi principali attraverso cui le gallerie d'arte fungono da *Gatekeeper* per gli artisti emergenti: nella prima fase, la galleria compie uno screening iniziale degli artisti che ritiene abbiano potenziale di crescita, provvedendo ad organizzare la loro prima personale e dando il via al processo di comunicazione iniziale (le strategie commerciali e di comunicazione per gli artisti emergenti verranno approfondite nel paragrafo 1.5.4). In un secondo momento, una seconda galleria

---

<sup>47</sup> Guenzi, M. (2014), *Anomalie del mercato dell'arte contemporanea: il problema della selezione avversa degli artisti*, Economia e Diritto, n. 11.

<sup>48</sup> Zorloni, A. (2011), *L'economia dell'arte contemporanea, Mercati, strategie e star system*, Franco De Angeli, Milano.

<sup>49</sup> Bystrin, M. (1978), *Art Galleries as Gatekeepers: The Case of the Abstract Expressionists*, Social Research Vol. 45, No. 2.

appartenente ad un gradino più alto della prima (avendo come riferimento la piramide gerarchica illustrata al paragrafo 1.2), fungerà da ulteriore “iniziatore” per l’artista, attestandone la validità e introducendolo nel sistema tramite le proprie strategie commerciali e di comunicazione (cfr. par. 1.5.4).

A conferma di ciò, Susanne Schönfeld e Andreas Reinstaller<sup>50</sup> affermano che, poiché il valore artistico nel mercato primario è altamente incerto, la buona reputazione di artisti e gallerie d’arte è di importanza primaria nel meccanismo della creazione del valore artistico e che le gallerie d’arte traggono infatti grandi benefici dal supporto alla reputazione degli artisti da esse rappresentati.

### 1.4.3 I rapporti contrattuali tra le gallerie d’arte e gli artisti

Il rapporto tra una galleria e l’artista può assumere, in termini economici, tre diverse nature: conto vendita, rapporto esclusivo o compravendita<sup>51</sup>. Il contratto di conto vendita è utilizzato principalmente dalle gallerie che collaborano occasionalmente con artisti differenti; la galleria riceve nei propri spazi le opere di un artista impegnandosi in questo modo a venderle o a restituirle entro un termine stabilito da questi, il quale mantiene la proprietà fino alla vendita. Nel caso di vendita, il ricavato viene suddiviso secondo una percentuale concordata precedentemente dalle due parti.

Il contratto di esclusiva prevede invece l’obbligo per l’artista di riservare tutta la produzione alla galleria per un periodo massimo di 5 anni ricevendo, ove previsto, un reddito mensile. Il contratto di compravendita infine consiste nell’acquisto da parte di una galleria del totale della produzione creativa di un artista. Così facendo, la galleria ottiene la proprietà esclusiva delle opere; questo particolare tipo di accordo non è molto comune e viene stipulato solo nei casi in cui la galleria confidi con certezza nel talento di un artista, investendo con sicurezza nella sua produzione. « [il contratto di conto vendita] si configura come un mandato a vendere, in cui il gallerista risulta essere il mandatario che agisce per conto dell’artista. In

---

<sup>50</sup>Schönfeld, S. & Reinstaller, A. J Cult Econ (2007) *The effects of gallery and artist reputation on prices in the primary market for art: a note*. 31: 143.

<sup>51</sup> Negri-Clementi, G., Stabile, S. (2012) (a cura di), *Le relazioni tra artisti, gallerie e collezionisti*, Art&Law, n. 1.

questo caso, spesso accade che il mandato sia senza rappresentanza, cioè il gallerista agisce in nome proprio, con la conseguenza che la vendita farà capo a lui stesso e che si preoccuperà poi di trasferirne gli effetti, tolta la dovuta provvigione, al mandante, cioè l'artista» (De Carlo, 2007).<sup>52</sup>

Spesso inoltre i galleristi, volendo instaurare un rapporto più stretto con gli artisti, specie quelli emergenti, offrono loro un compenso forfettario (molto simile a uno stipendio vero e proprio) in cambio della produzione artistica di un determinato periodo, fissando anche un numero minimo di opere da eseguire entro dei limiti di tempo (e spesso dando loro anche indicazioni dei contenuti e delle tecniche da utilizzare). Questo tipo di rapporto limita fortemente la creatività dell'artista, che si trova così nelle condizioni di portare a termine dei lavori con il solo scopo di sottostare al contratto stipulato con il gallerista, e non per esprimere il proprio linguaggio interiore. Massimo de Carlo infatti, riferendosi all'attuale ruolo del gallerista sviluppatosi negli anni riporta:

«[...] ci piace ormai pensare al gallerista come a un vero e proprio produttore cinematografico, in realtà solo uno dei tanti servizi che il gallerista mette a disposizione dell'artista»<sup>53</sup>.

Sottostando a questo genere di accordo, l'artista, nonostante tragga beneficio e sicurezza economica dalla garanzia d'interesse della galleria verso la propria produzione, in realtà vede la propria libertà espressiva e creatività profondamente compromesse. Ciò succede a causa del suo tentativo di soddisfare il più possibile il gusto del pubblico, così da alimentare gli introiti del suo datore di lavoro, cioè la galleria, vista da De Carlo alla stregua di un vero e proprio produttore artistico; «...È nello studio (che una volta si chiamava bottega, poi factory e adesso è una vera e propria industria-laboratorio) che vengono create opere sempre più sofisticate. Opere che devono soddisfare una lunga rassegna di desideri ed eccitare una nuova società del capitale, brillante e decisa, pronta a partecipare al grande gioco dell'arte contemporanea» (De Carlo, 2007).

---

<sup>52</sup> Guenzi, M. (2014), *Anomalie del mercato dell'arte contemporanea: il problema della selezione avversa degli artisti*, Economia e Diritto, n. 11.

<sup>53</sup> De Carlo, M. (2007). *Della galleria, dei galleristi e della nuova materialità dell'arte*, Equilibri.

## 1.5 La selezione degli artisti da parte delle gallerie d'arte

### 1.5.1 I fattori che contribuiscono alla scelta degli artisti da parte delle gallerie d'arte

All'interno della propria rete focale (si veda par. 1.2), ogni galleria si trova a dover selezionare con cura gli artisti da rappresentare nei propri spazi, guidandoli così all'interno del complesso e articolato sistema relazionale di cui fa parte. Tra criteri di selezione di un artista vi è il criterio del merito, che secondo Sacco<sup>54</sup> si basa sulla capacità dell'artista di generare un linguaggio in grado di apportare idee e soluzioni formali innovative. Come spiegato nel paragrafo 1.1, il linguaggio dell'arte odierno fa riferimento al gusto estetico e agli ideali di una ristretta élite di esperti, la quale ha il compito di "eleggere" gli artisti che entreranno poi a far parte della storia dell'arte e delle fasce più alte del mercato.

Tuttavia, le gallerie nel loro processo di selezione degli artisti tendono in genere ad usare parametri diversi da quello del puro merito e del talento, sia in relazione alle difficoltà e all'alto grado di soggettività nel processo di formazione di un giudizio di valore, sia perché preferiscono utilizzare elementi oggettivi di più facile valutazione (e soprattutto di più alto valore segnaletico). Questi elementi sono: in primo luogo le motivazioni che muovono la ricerca degli artisti; in secondo luogo la tipologia di arte da essi prodotta e, in terzo luogo, le relazioni interpersonali comuni tra gallerista e artista.

Prendendo spunto dal modello interpretativo di Sacco (2005) si cercheranno ora di capire i meccanismi e i criteri di selezione degli artisti da parte delle gallerie.

### 1.5.2 I fattori critici di successo. Due modelli a confronto: Rosen (1981) e Adler (1985)

Nella prima fase del processo di selezione, gli artisti si presentano alle gallerie di scoperta illustrando loro le proprie qualità e ricerche artistiche, facendo riferimento in particolare all'accademia in cui hanno studiato (importante più che per il livello della formazione per il

---

<sup>54</sup>Sacco, P. (2005), *La selezione dei giovani artisti nei mercati delle arti visive*, in Santagata W. (a cura di) (2005), *Economia dell'arte. Istituzioni e mercati dell'arte e della cultura*, Torino, Utet, pp. 42-75.

capitale relazionale accumulato<sup>55</sup>), le mostre minori a cui hanno partecipato e il linguaggio artistico e formale che li contraddistingue.

Le gallerie procederanno da questo momento in poi alla valutazione del livello e della qualità dell'artista, e decideranno se rappresentarlo in base alle proprie esigenze e disponibilità economiche, una volta accertata la probabilità di successo dell'artista. Rosen (1981) e Adler (1985) hanno studiato a fondo i fattori che determinano il successo di un artista, indagandone gli aspetti determinanti e influenzanti le logiche interne.

Secondo Rosen (1981) ad essere premiato è il talento dell'artista. Questo fattore, essendo una risorsa poco comune e molto ricercata dai collezionisti, ha un ruolo primario nella scelta dell'artista da parte di una galleria d'arte<sup>56</sup>. Nel caso particolare dell'arte contemporanea tuttavia, se fosse davvero il talento il fattore di successo di un artista, vedremmo una maggiore attenzione nei confronti degli artisti più avanguardistici. Questi, vocati all'arte da valori non commerciali, sarebbero quelli più dotati di talento e creatività, non essendo essi interessati a soddisfare le aspettative di un pubblico. Tuttavia, a causa delle asimmetrie informative tipiche del mercato dell'arte contemporanea, l'artista per emergere ha bisogno dell'attività di screening e di signaling delle gallerie le quali, a loro volta (specie quando agiscono in chiave speculativa), sono assoggettate ad un *moral hazard*<sup>57</sup> di altre istituzioni che le spinge a selezionare gli artisti in base al giudizio e alle strategie di marketing di terze persone. Il risultato è che spesso vengono accreditati artisti non talentuosi a discapito di altri che, malgrado la loro abilità, non sono stati in grado di farsi strada all'interno del circuito relazionale delle gallerie. Il talento artistico non risulta essere quindi il primo metro di misura secondo cui i galleristi selezionano gli artisti, ne consegue che il modello di Rosen non sia ben applicabile al mercato dell'arte contemporanea.

Adler (1985) invece propone un'interpretazione diversa in cui viene premiata la capacità dell'artista di farsi notare<sup>58</sup>. A causa delle asimmetrie informative di cui abbiamo parlato, il collezionista tende infatti a concentrarsi su coloro dei quali riesce a reperire più informazioni

---

<sup>55</sup> Ad esempio, gli artisti della *Young British Generation (YBG)*, che hanno ormai acquisito un successo internazionale, hanno tutti frequentato il Goldsmith College di Londra negli anni Ottanta e sono stati lanciati insieme (si veda Thornton S. (2008), *Il giro del mondo dell'arte in sette giorni*, Feltrinelli, Milano).

<sup>56</sup> Rosen (1981), *The Economics of Superstars*, *American Economic Review*, Vol. 71, pp. 845-858.

<sup>57</sup> de la Rosa, L.E.(2011), *Overconfidence and Moral Hazard*, *Games and Economic Behavior*, Aarhus University.

<sup>58</sup> Adler (1985), *Stardom and Talent*, *American Economic Review*, Vol. 75, pp. 208-212.

e si affida così erroneamente a degli indici di qualità non obiettivi come la galleria che li rappresenta o il livello di prezzo raggiunto sul mercato. Da questo punto di vista le scelte dei collezionisti tenderanno a premiare le opere e gli artisti sensazionalistici, perché essi comportano minori costi di reperimento delle informazioni iniziali e quindi un minore costo totale. La scelta iniziale da parte dei collezionisti di investire sugli artisti sensazionalisti fa sì che, di conseguenza, alle gallerie convenga rappresentare questo genere di artisti. Ciò va a scapito, come abbiamo detto, degli artisti d'avanguardia, i cui costi di reperimento delle informazioni è più alto e quindi innescano una minore domanda. Gli artisti emergenti presentano inoltre un livello di rischio maggiore rispetto a quelli di mercato o agli artisti sensazionalisti, le cui opere sono più facilmente apprezzabili dai collezionisti (sia da un punto di vista puramente speculativo che del gusto). La comprensione dell'arte d'avanguardia, infatti, necessita di un continuo aggiornamento e di una conoscenza approfondita della storia dell'arte, caratteristiche che solo pochi collezionisti hanno.

Un altro motivo per cui il collezionista è interessato agli artisti più celebri è dato dalla loro componente di esclusività. Un nome, quanto più è noto, tanto più possiede un potere di appeal sulle masse. Il possesso di un'opera conosciuta nella propria collezione significa il possesso di un brand distintivo; se l'autore fosse meno noto e di conseguenza le sue opere avessero un prezzo minore, il suo grado di esclusività sarebbe, a parità di condizioni, minore. Il successo presenta quindi una forza attrattiva particolare, in grado di fare sentire importanti, quasi per "osmosi", coloro che riescono ad avere un rapporto di vicinanza con chi ha acquisito notorietà (si pensi ad esempio al caso dei cimeli di personaggi famosi acquisiti a prezzi fuori mercato). Si applica in questo caso il concetto di esternalità di rete, per cui la notorietà crea successo e il successo crea notorietà, instaurando dei circoli virtuosi che portano alla ribalta pochi artisti i quali, in breve tempo, si trasformano in quelle che Alessia Zorloni<sup>59</sup> definisce come *arti-star*, e raggiungono prezzi fuori mercato. Una volta raggiunto un certo livello di notorietà, essi creano una sorta di barriera all'entrata in grado di escludere dall'ingresso nel sistema i possibili artisti concorrenti, talvolta anche più meritevoli.

---

<sup>59</sup> Zorloni, A. (2011), *L'economia dell'arte contemporanea, Mercati, strategie e star system*, Franco De Angeli, Milano.

### 1.5.3 Le gallerie: l'investimento sugli artisti e le variabili di rischio

Il potenziale di vendita non è l'unico fattore considerato dalle gallerie di scoperta nel processo di selezione di un artista. Naturalmente, se l'artista non vende, i costi sostenuti dalla galleria per lanciarlo diventano *sunk cost* e l'investimento risulterà quindi improduttivo. Tuttavia, anche quando l'artista riesce a riscuotere particolare successo, il gallerista talvolta si deve interfacciare con un altro problema molto comune. Santagata spiega infatti il processo ricorrente secondo il quale l'artista, una volta ricevuti dei buoni riconoscimenti da parte del sistema, decida di abbandonare la galleria che lo ha scoperto per farsi rappresentare da una galleria più importante<sup>60</sup>. Quando ciò avviene, i costi iniziali di promozione sostenuti dalla galleria d'origine non vengono più recuperati.

Le gallerie che scoprono nuovi talenti tentano così di tutelarsi da questa eventualità, sia imponendo alti prezzi d'intermediazione (questo spiega il livello molto elevato dei costi di transazione per i giovani artisti) sia comprando in stock o in conto vendita un grande quantitativo di opere dell'artista ad un prezzo molto ridotto. Questa operazione di immagazzinamento delle opere infatti, in un'ottica di speranza che le quotazioni salgano, permette alla galleria di non venire esclusa dalla partecipazione ai profitti aggiuntivi.

Da questo punto di vista, quindi, gli artisti meno rischiosi per le gallerie di scoperta risultano essere quelli di mercato, perché da una parte vendono più di quelli d'avanguardia e allo stesso tempo dall'altra è difficile che lascino la galleria d'origine perché è improbabile che ottengano un successo tale da spingerli ad abbandonarla (come potrebbe facilmente avvenire per quelli sensazionalistici).

Le scelte delle gallerie appassionate ricadranno, così, principalmente sugli artisti d'avanguardia, mentre le gallerie commerciali sceglieranno soprattutto artisti di mercato e le gallerie tradizionali tenderanno invece a privilegiare gli artisti sensazionalistici. Tutto ciò avviene in un'ottica di diversificazione del portafoglio e comporta conseguenze dirette sulla loro attività commerciale. Investire in artisti d'avanguardia comporta infatti, di base, un grande rischio di per sè, in quanto risulta molto difficile garantire l'effettiva qualità di

---

<sup>60</sup> Santagata (2005), *Op. Cit.*, p. 37. Si tenga conto che tra artista e galleria il rapporto di rappresentanza raramente assume la forma di una contrattazione scritta. Molto più spesso, esso è il risultato di un accordo orale tra le parti, che può essere facilmente scisso qualora gli attori venissero meno agli impegni presi (Candela G. – Scorcu A. (2012), *Economia delle Arti*, Zanichelli).

un'opera per poterla rivendere successivamente ad un prezzo più alto<sup>61</sup>. Le opere d'arte avanguardistiche non sono quindi apprezzate dalla grande maggioranza dei collezionisti (se si escludono quelli "di tendenza"), in quanto ciò comporterebbe un processo di affinamento culturale e di raccolta di informazioni notevoli. La loro domanda risulta quindi essere di nicchia (Guenzi, 2014).

Le opere di mercato invece sono in genere più in linea con il gusto dei collezionisti e dei trend culturali: questo le rende poco rischiose da un punto di vista speculativo. Le opere sensazionalistiche infine, anche se non si allineano ai gusti dei collezionisti e destano dubbi circa il loro valore artistico, hanno tuttavia la capacità di fare notizia, e di influire così positivamente sulla notorietà e sulle quotazioni dell'artista. Tale forma di investimento è ottimale per una galleria che instaura un rapporto di medio-lungo periodo con l'artista, anche se gli artisti sensazionalistici tendono a cambiare spesso le loro gallerie di rappresentanza, continuando la loro ricerca di fama e di successo.

#### 1.5.4 Le strategie di promozione delle gallerie d'arte contemporanea

Le gallerie d'arte contemporanea, in base alla loro struttura, hanno diversi metodi di promozione degli artisti che rappresentano. Le gallerie di scoperta tendono ad assegnare un valore medio-basso agli artisti che sono agli esordi della loro carriera, a prescindere dal loro talento, non potendosi basare su dei valori di riferimento attraverso cui attuare delle politiche di prezzo. Queste quotazioni sono fissate, in genere, come né troppo basse (ciò toglierebbe valore all'artista e transitivamente alla galleria) né troppo alte (poiché iniziare con una quotazione alta significherebbe penalizzare le possibilità di crescita dell'artista e quindi la sua potenzialità come investimento)<sup>62</sup>.

I fattori che determinano la crescita nella carriera e nelle quotazioni di un artista sono molteplici e dipendono molto dalle strategie che la galleria di scoperta metterà in moto per lanciare l'artista. La promozione degli artisti agli esordi ha solitamente inizio a partire dall'organizzazione di mostre a loro dedicate, al fine di perseguire l'ottenimento di recensioni pubbliche che contribuiscano a rendere noto il suo nome. Successivamente, l'artista viene

---

<sup>61</sup> Guenzi, M. (2014), *Anomalie del mercato dell'arte contemporanea: il problema della selezione avversa degli artisti*, Economia e Diritto, n. 11.

<sup>62</sup> Guenzi, M. (2015), *La teoria della produzione del valore artistico*, Economia e Diritto, n. 15-16

rappresentato alle fiere nazionali a cui la galleria prende parte, e anche questo concorre all'accrescimento della sua notorietà.

Le gallerie, attraverso la loro attività di promozione, si fanno garanti del valore delle opere che vendono e degli artisti che rappresentano; al di là del valore materiale e dei costi sostenuti per la creazione del prodotto, è di primaria importanza che le gallerie si impegnino nel far comprendere al compratore il linguaggio e la qualità dell'artista che rappresentano. Convincendo il collezionista della qualità del prodotto offerto, infatti, il gallerista riuscirà a metterlo sul mercato ad un prezzo più alto, recuperando così i costi iniziali che aveva sostenuto per il lancio dell'artista. La comprensione profonda del linguaggio formale dell'artista è fondamentale in questa fase. Massimo De Carlo, celebre gallerista italiano, afferma infatti: "La condivisione di una sensibilità è il substrato necessario che fa capire l'opera, le istanze, le ragioni dell'artista e della sua arte in modo da poter essere fruita compiutamente da terzi (il pubblico) e poi, come logica conseguenza di un apprezzamento, venduta"<sup>63</sup>.

Per rendere i propri artisti più accattivanti agli occhi degli investitori, il gallerista fa perno su precise leve di marketing di cui dispone, come l'originalità e la qualità dell'opera, il prezzo (che è strettamente legato a questo primo aspetto e agisce come un fattore di rinforzo) e precise strategie di marketing atte a far aumentare il carattere di esclusività e limitatezza dell'opera, facendo sperare in una futura crescita dell'artista in termini di quotazioni.

Rimanendo nel contesto dei tre sottogruppi di artista (emergenti, di mercato e sensazionalistici) che abbiamo in precedenza individuato e alla luce delle logiche appena descritte, possiamo affermare quindi che gli artisti emergenti risulteranno essere appetibili per una galleria di scoperta solo qualora questa riesca a comprendere e a trasmettere bene ai collezionisti la portata della loro innovazione.

Il passo successivo per questo genere di artista sarà quello di riuscire a farsi rappresentare da una galleria tradizionale.

Le gallerie tradizionali e le gallerie di brand hanno un ruolo attivo anche nel mercato internazionale, rappresentando anche artisti stranieri. In genere esse operano anche sul mercato secondario, integrando la loro attività con quella dell'*art dealing*, e includono nel

---

<sup>63</sup> De Carlo, M. (2007). *Della galleria, dei galleristi e della nuova materialità dell'arte*, Equilibri.

loro portafoglio sia i migliori artisti sul mercato che artisti d'avanguardia. Anche in questo caso, la promozione degli artisti passa attraverso delle fasi comuni a quelle delle gallerie di scoperta, solo che si articola all'interno di istituzioni e mercati di fascia economica più alta. Per questi artisti vengono infatti organizzate mostre in musei e fondazioni storiche, pattuite recensioni e saggi critici su testate riconosciute, essi vengono rappresentati a fiere non più locali ma internazionali, oltre che essere sostenuti nell'ottenimento di prestigiosi premi e partecipazioni a biennali. La vendita sul mercato secondario contribuisce inoltre al loro riconoscimento a livello pubblico, attraverso contrattazioni private e la messa all'asta delle loro opere.

Le gallerie di punta, che abbiamo definito di brand, sono un vero e proprio trampolino di lancio per l'ottenimento da parte di un artista di una posizione rilevante nell'elitario sistema dell'arte. Grazie al grado di estensione della loro rete focale (*cf. par. 1.2*), le gallerie di brand hanno infatti il potere di storicizzare gli artisti che rappresentano, facendo loro ottenere mostre, premi e riconoscimenti prestigiosi. Sostengono inoltre le loro quotazioni, insieme ai collezionisti che ne detengono le opere, intervenendo talvolta in asta grazie alle enormi risorse finanziarie di cui dispongono. Queste gallerie prediligono, nelle loro scelte, gli artisti sensazionalisti, contraddistinti dalle forti abilità di marketing di cui dispongono. Seguendo il principio del *branding*, gli artisti rappresentati da queste gallerie producono grandi quantità di lavori facilmente riconoscibili, non occupandosi in prima persona della produzione, che viene affidata a dei loro collaboratori operanti sotto la loro supervisione. Per gli artisti d'avanguardia, invece, è molto più difficile affermarsi e solo una piccolissima parte di essi riesce a scalare le vette del sistema. Allo stesso modo, secondo la classificazione delle gallerie che abbiamo operato nel paragrafo 1.2.2, i galleristi strategici, avendo un'ottica di medio-lungo periodo e conoscendo bene le leve del marketing, riusciranno ad avere maggiori probabilità di successo<sup>64</sup>.

---

<sup>64</sup> Guenzi, M. (2014), *Anomalie del mercato dell'arte contemporanea: il meccanismo di formazione dei prezzi*, Economia e Diritto, n.12.

### 1.5.5 L'intervento pubblico e le nuove tecnologie a sostegno degli artisti emergenti

Le sofisticate campagne di marketing degli artisti e delle gallerie di brand permettono ai primi di ottenere grande successo e ingenti profitti ai danni degli avanguardisti che, seppur dotati talvolta di grande talento, rimangono confinati ai margini del mercato. Come conseguenza di questo sistema, si è testimoni dell'obnubilazione della sperimentazione artistica in atto, a favore invece di poche "stelle" che spesso si rivelano "comete"<sup>65</sup>. Le istituzioni pubbliche si sono attivate verso un intervento correttivo, teso a premiare gli artisti più meritevoli attraverso operazioni di screening da parte di critici e di curatori legati al settore non profit, in modo da segnalare gli artisti che faticano a ottenere visibilità. Vengono inoltre incentivate, tramite fondi pubblici, le istituzioni che si occupano di promuovere l'attività di questi artisti attraverso l'organizzazione di mostre e premi indipendenti. Come esempio vorrei citare il caso di Christian Fogaroli (nato a Trento nel 1983), un artista emergente vincitore dell'*Italian Council Prize 2019*, un premio indetto dal *MiBACT* per la divulgazione dell'arte contemporanea italiana nel mondo. Durante un'intervista che ho potuto rivolgergli per la rivista *ArtsLife* è infatti emersa l'importanza di questi premi istituzionali per gli artisti che sono agli esordi della loro carriera. Sarebbe auspicabile inoltre un sostegno pubblico capace di fornire, tramite il web, degli *art hub* che siano in grado di mostrare le offerte più interessanti dell'arte d'avanguardia. Per *Internet Art Hub* si intendono quei siti web il cui compito è la diffusione tramite strumenti telematici dell'arte nei suoi aspetti culturali, sociali e commerciali<sup>66</sup>. In realtà non esiste una unica tipologia di *Internet Art Hub*, ma piuttosto diverse categorie di siti che si occupano dei molteplici aspetti dell'arte<sup>67</sup>. Il fenomeno degli *Art Hub* è molto recente ed è legato al diffondersi di Internet come mezzo di comunicazione, che sta modificando profondamente le forme di diffusione e

---

<sup>65</sup> Zorloni, A. (2011), *L'economia dell'arte contemporanea, Mercati, strategie e star system*, Franco De Angeli, Milano.

<sup>66</sup> Guenzi, M. (2014), *La struttura del sistema dell'arte, (quarta parte)*, in *Economia e diritto*, n. 7.

<sup>67</sup> Guenzi, M. (2014) spiega che in Italia gli *Internet Art Hub* hanno trovato come precursore le televendite di arte. Questo fenomeno, tipicamente italiano, ha visto utilizzare il mezzo televisivo come canale commerciale per la vendita di arte contemporanea direttamente da casa (vedi Orler-TV, a Mestre). In questo modo si è arrivati, per un settore tipicamente di nicchia, ad un pubblico decisamente più vasto, i cui parametri di valutazione tuttavia si fondavano su opere spesso di basso valore sia commerciale sia culturale. Guenzi, M. (2014), *La struttura del sistema dell'arte, (quarta parte)*, *Economia e diritto*, n. 7.

fruizione dell'arte. In primo luogo troviamo i *siti vetrina* (o blog) degli artisti, in gran parte marginali nel sistema, che cercano appunto, secondo un fenomeno denominato *the long tail*, di ottenere una visibilità attraverso questo canale. Una seconda categoria è costituita poi dalle piattaforme web dei musei, che espongono in maniera virtuale le proprie collezioni (alcuni sono in grado di simulare visite in 3D), e dai blog/riviste on-line che trattano argomenti artistici e culturali. Tra questi, la categoria che si è maggiormente sviluppata risulta però quella dei siti web che si occupano della segnalazione degli eventi d'arte, con notizie e recensioni ad essi connesse. Infine si sono sviluppati *hub* finalizzati alla vendita dell'arte: vi troviamo i siti vetrina delle gallerie o delle fiere, che in genere preferiscono non vendere direttamente su Internet, onde evitare di rendere pubblici i prezzi delle loro opere, ma utilizzare il web a soli fini espositivi. Guenzi (2014) spiega inoltre che alcune gallerie, specie quelle più importanti, considerano la loro attività come elitaria, basata su clienti selezionati e affidabili. Per questo motivo, queste offrono servizi esclusivi ad utenti cui offrono le credenziali di accesso in un'apposita area clienti. L'autore riporta l'esempio della galleria di brand Gagosian, che ha creato applicazioni per telefoni *mobile* per tenere la propria ristretta clientela aggiornata sulle sue ultime offerte commerciali<sup>68</sup>.

---

<sup>68</sup> Horovitz, N. (2012), "Internet and Commerce", in Lind M. – Velthuis O. (2012), *Contemporary Art and its Commercial Markets. A Report on Current Conditions and Future Scenarios*, Stoccolma.

## Capitolo II

### Il rapporto tra le fiere e le gallerie d'arte contemporanea

#### 2.1 La fiera come mezzo di promozione internazionale per la galleria, all'intero di un mercato globalizzato

Diversi gradi di internazionalizzazione possono riscontrarsi all'interno del mercato dell'arte contemporanea. A partire dagli anni Novanta infatti, il volume delle esportazioni globali delle opere d'arte si è notevolmente ampliato<sup>69</sup> nonostante molte gallerie continuino ad operare a livello locale. Le maggiori case d'asta inoltre, come esempio Sotheby's e Christie's, hanno diverse sedi in tutto il mondo e possono pertanto essere comparate a delle vere e proprie aziende multinazionali. Via via che il mercato artistico diventa sempre più internazionale i collezionisti, i critici, gli sponsor e i consulenti di questo settore diventano sempre più cosmopoliti e così anche gli artisti, i quali iniziano a lavorare in diversi paesi aprendosi a nuove nazioni, sia per lavoro che per ricerca<sup>70</sup>. Gli studiosi Johansson e Vahlne (1990) legano tale processo al concetto di *network*. Essi sostengono infatti che un'evoluzione in scala internazionale del mercato artistico si sia sviluppata in seguito alla presenza di network tra gli attori coinvolti all'interno del sistema dell'arte, costituiti dalle relazioni commerciali intrattenute con altri paesi per l'effetto dell'estensione geografica, della penetrazione e dell'integrazione internazionale<sup>71</sup>. Gli studiosi affermano che, anche al di fuori del contesto artistico, le *relazioni* tra organizzazioni commerciali possono rappresentare per le attività dei ponti vantaggiosi verso proficue relazioni commerciali. L'approccio di Johansson e Vahlne (1990) legato ai network sembra valido anche nel caso del settore dell'arte contemporanea. Codignola (2010) spiega infatti che i mercati in cui l'industria artistica è legata al commercio mondiale di opere d'arte (ieri primariamente Stati Uniti e Gran Bretagna, oggi anche Cina,

---

<sup>69</sup> www.artprice.com e L. Uusitalo e A. Jyrama, *Economic Trends and Changes in the Art Market*, Helsinki School of Business working paper n. w-20, 1992.

<sup>70</sup> Codignola, F. (2010), *Globalizzazione e mercato dell'arte contemporanea*, Tafters Journal, n.24.

<sup>71</sup> J.J. Johansson e J. Vahlne (1990), *The Mechanism of Internationalization*, in *International Management Review*, n.4.

Russia e India) sono i più orientati verso logiche tutte nuove di internazionalizzazione. Si sviluppa così un mercato dell'arte in cui i confini geografici sono sempre meno definiti, dove l'appartenenza al network (comprensivo di quei circoli artistici che decidono non solo il valore dell'opera d'arte, ma, in quanto custodi della conoscenza e dell'expertise, influenzano la domanda internazionale delle opere) risulta essere fondamentale. Questi network si possono osservare sia a livello individuale (artisti e mercanti) che a livello organizzativo (gallerie, musei, fiere e case d'asta) e locale. Come riportato in Codignola (2010): "[...] si potrebbe dunque considerare un simile cambiamento del generico mercato dell'arte come logica di adesione graduale ad una rete mondiale costituita da network". In una situazione in cui il mercato è globalizzato e in cui "l'immagine è tutto"<sup>72</sup>, anche nel settore artistico hanno assunto sempre più rilevanza l'immagine e la pubblicità; a tal proposito possiamo citare l'assunto di Andy Warhol per cui la pubblicità costituisce essa stessa una forma d'arte <sup>73</sup>. La competitività derivante dalla globalizzazione del mercato ha portato le gallerie d'arte contemporanea a doversi dotare sempre più di un'immagine di grande prestigio, sia a livello economico (ad esempio grazie al sostegno di finanziatori esterni), che di capacità relazionali attraverso le quali trarre un positivo riconoscimento da parte del *sistema*. Infatti, come abbiamo detto nel paragrafo 1.1, al vertice del sistema dell'arte contemporanea vige una strategia economico-commerciale basata sul controllo monopolistico (od oligopolistico) della produzione degli artisti (affermati o emergenti), i leader che determinano le tendenze dominanti sono pochi (Codignola, 2010). Pertanto, l'ingresso delle gallerie all'interno del mercato internazionale si compie dunque tramite una costruzione di filiali e attraverso collaborazioni strategiche con gallerie attive in diversi mercati e paesi. "La globalizzazione e l'aumento della concorrenza anche nel mercato dell'arte sono due fenomeni che hanno concorso all'ampliamento del sistema artistico contemporaneo il quale, progressivamente, è diventato sempre più rapido su scala internazionale. Allo stesso tempo, la logica commerciale risulta essere sempre più condizionante. Diventa così impossibile, per le nuove ricerche artistiche in quanto

---

<sup>72</sup> Klein, N. (2001), *No Logo. Economia globale e nuova contestazione*, Milano, Baldini & Castoldi.

<sup>73</sup> Grazioli, E. (2001), *Arte e pubblicità*, Mondadori, Milano.

espressioni di valori culturali, rispettare i tempi autonomi di maturazione”<sup>74</sup>. Secondo la logica di Codignola (2010) infatti, i prodotti artistici di valore dispongono della possibilità di emergere, ma solo nel caso in cui soddisfino le logiche di tale sistema globalizzato e complesso.

La globalizzazione del mercato attuale ha comportato dei cambiamenti anche nel comportamento dei collezionisti e dei mercanti d’arte i quali, sebbene prima evitassero talvolta l’intermediazione attuata dal gallerista comprando direttamente tramite le case d’asta, oggi sono ancora più incentivati a rivolgersi alle gallerie grazie all’avvento delle fiere di arte contemporanea (Codignola, 2010). In seguito all’esamina della struttura del mercato artistico globale odierno, è interessante analizzare il fenomeno delle fiere d’arte contemporanea. Queste, infatti, storicamente erano eventi esclusivamente rivolti al segmento dei collezionisti; oggi, invece, le fiere sono quantitativamente aumentate ampliando in maniera considerevole il loro target d’interesse internazionale. A contrastare la forte capacità finanziaria e il potere d’immagine delle vendite private di leader dell’incanto come Sotheby’s e Christie’s, le gallerie d’arte contemporanea hanno visto nelle grandi fiere d’arte una buona opportunità di competizione. Le fiere sono luoghi preposti alla compravendita di opere d’arte, entro il quale partecipano numerose istituzioni composte in prevalenza dalle gallerie d’arte, oltre che editori, enti di formazione e case d’asta. Queste istituzioni espongono le proprie opere negli *stand* appositamente assegnati loro dal comitato organizzatore<sup>75</sup>. Il primo fenomeno fieristico ebbe origine in Europa: la prima fiera d’arte contemporanea in assoluto si tenne nel 1967 a Colonia. Nel 1970 nacque poi Art Basel (si veda il cap. 2, par. 2.4), che al giorno d’oggi rappresenta l’evento fieristico più importante del mondo. Successivamente furono numerosissime le fiere che aprirono i battenti, sia in Europa, che in Italia (si citano Torino e Bologna), e più recentemente negli altri continenti (Guenzi, 2014). Abbiamo ritenuto importante rimarcare il fatto che in piena epoca di contestazione, contemporaneamente alla nascita della prima fiera di Art Cologne, fu imposto nel 1968 alla Biennale di Venezia il divieto di messa in vendita delle opere. Ciò ha contribuito a creare una netta linea di demarcazione tra eventi culturali ed eventi commerciali nel mondo dell’arte<sup>76</sup>.

---

<sup>74</sup> Codignola, F. (2010), *Globalizzazione e mercato dell’arte contemporanea*, Tafters Journal, n.24.

<sup>75</sup> Guenzi, M. (2014), *La struttura del sistema dell’arte (quarta parte)*, Economia e Diritto, n.12.

<sup>76</sup> Thornton, S. (2008), *Il giro del mondo dell’arte in sette giorni*, Feltrinelli, Milano.

La fiera nasce come un evento prettamente commerciale. Essa è in grado di competere sul mercato con le altre strutture di vendita come le gallerie e le case d'asta, poiché il collezionista ha la possibilità di poter scegliere tra una grandissima gamma di opere concentrate in un unico luogo senza doversi spostare, facilmente confrontabili sia visivamente che in termini di prezzi. La fiera rappresenta quindi per il collezionista un'ottima occasione per conoscere le tendenze di mercato, le evoluzioni dei trend e dei gusti e il cambiamento delle quotazioni degli artisti. Anche le gallerie d'arte traggono benefici dalle fiere. Queste per esse rappresentano infatti un fondamentale supporto alla vendita, grazie all'ingente numero di visitatori che avranno accesso, in un breve arco temporale, alle opere da loro esposte negli stand. In genere, le fiere d'arte contemporanea sono organizzate in modo da compiere una distinzione tra gallerie di brand e tradizionali e gallerie minori (gallerie commerciali e gallerie-negozio). Un'ulteriore segmentazione che talvolta è possibile osservare nel corso di questi eventi è la divisione tra gli spazi dedicati agli artisti affermati e a quelli dedicati agli artisti emergenti<sup>77</sup>. Le finalità di una fiera d'arte tuttavia non sono puramente commerciali; molto importante risulta essere infatti anche *l'attività relazionale* che questo tipo di eventi comporta. Le fiere sono invero il luogo d'incontro sia del prodotto artistico in sé e per sé che delle persone che vi ruotano attorno (galleristi, collezionisti, direttori di musei, critici, curatori, direttori di riviste, giornalisti, artisti e appassionati). All'interno di questo contesto, per le gallerie è fondamentale l'attività di acquisizione di nuovi clienti da fidelizzare, in modo da renderli frequentatori stabili della galleria<sup>78</sup>. Al giorno d'oggi, le fiere d'arte contemporanea rappresentano una delle istituzioni chiave nel mercato dell'arte globale. Christian Morgner (2014) definisce le fiere d'arte come "grandi raduni di opere d'arte, organizzati ad intervalli regolari e in luoghi particolari da commercianti d'arte e gallerie provenienti da tutto il mondo, per essere visitate da un pubblico internazionale"<sup>79</sup>. Come abbiamo detto, a metà del XX secolo le prime fiere d'arte sono emerse in paesi periferici della scena artistica. Le città "hotspot" europee e americane, in cui la creazione e il consumo

---

<sup>77</sup> Zorloni, A. (2011), *L'economia dell'arte contemporanea, Mercati, strategie e star system*, Franco De Angeli, Milano.

<sup>78</sup> Guenzi, M. (2014), *La struttura del sistema dell'arte (quarta parte)*, Economia e Diritto, n.12.

<sup>79</sup> Morgner, C. (2014). The Art Fair as Network. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 44(1), 33-46.

artistico erano intensi e il mercato dell'arte era già stabilito attraverso una ricca rete di gallerie, non necessitavano di una piattaforma di mercato supplementare per collegare queste attività tra di loro. Paesi europei come la Germania e la Svizzera mancavano invece di questa fitta rete di gallerie e non era presente nel loro territorio un mercato dell'arte ben sviluppato e dinamico. Da qui nacque la necessità di creare un sistema centrale che mettesse in comunicazione le gallerie, gli artisti, i collezionisti e gli altri attori del sistema dell'arte di cui si è parlato nel Capitolo Primo. Pertanto, le fiere d'arte sono nate in risposta alla crescente necessità di una struttura di mercato che potesse supportare l'offerta artistica esistente, collegandola alla domanda del mercato. Come abbiamo detto, le prime grandi fiere d'arte sono nate nelle città di Colonia (1967) e di Basilea (1970), le quali non presentavano un mercato dell'arte sviluppato e centrato. Il numero di fiere in tutto il mondo è poi cresciuto rapidamente, soprattutto negli ultimi decenni. Infatti, il successo delle prime fiere d'arte non ne ha incoraggiato lo sviluppo soltanto in paesi con mercati decentrati, ma anche in famosi punti di riferimento della scena artistica moderna e contemporanea, come New York (Frieze Art Fair), Londra (London Art Fair) e Parigi (FIAC). Questa tendenza crescente si può osservare nella Figura 2.1, che illustra una crescita significativa della nascita di nuove fiere d'arte negli anni dal 1955 al 2017.

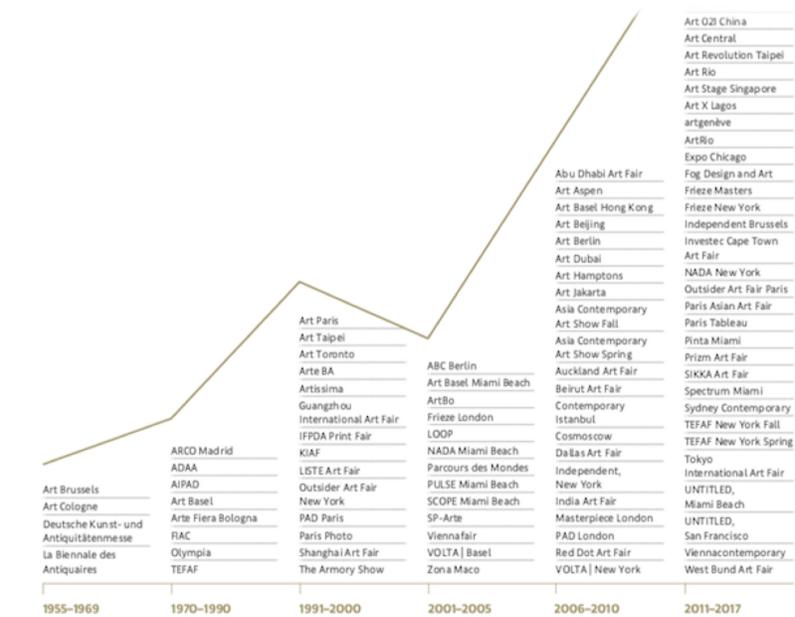


Figura 2.1: Linea temporale della nascita di nuove fiere d'arte, dal 1955 al 2017. Tratto da: McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

Le fiere d'arte si stanno evolvendo non solo in risposta alle dinamiche del sistema dell'arte e del suo mercato, ma anche in relazione alla nascita di altre fiere (Morgner, 2014)<sup>80</sup>. Questa industrializzazione della fiera rappresenta un "nuovo livello di mobilitazione dell'industria interna dell'arte"<sup>81</sup>, che sta portando alla creazione di marchi e categorie in cui le diverse fiere sono caratterizzate da aspetti diversi. Infatti, le fiere d'arte investono molto nel *branding* e nel *marketing* al fine di creare la propria identità e di differenziare la propria offerta (o il modo in cui commercializzano i propri prodotti) dai concorrenti<sup>82</sup>. Queste, svolgendo il ruolo di intermediari di mercato, sono in grado di collegare i diversi attori del sistema tra di loro attraverso una piattaforma unica e multifunzionale. Infatti, la sede commerciale della fiera non è solo un punto d'incontro per consumatori e fornitori, ma può anche rappresentare un'occasione interessante per formare network e alleanze tra le diverse figure del settore culturale. Pertanto, la fiera funge sia da piattaforma commerciale *business to business che business to consumer*<sup>83</sup>. Esistono varie tipologie di fiere in cui sembra sussistere una strategia competitiva basata sulla differenziazione delle proposte<sup>84</sup>. Vi sono infatti manifestazioni più esclusive, dotate di un numero più ristretto di espositori altamente selezionati, o altre strutturate come grandi mostre e dunque alla portata di un pubblico più ampio. Ciò che le accomuna è la caratteristica dell'*internazionalità*; oggi sia gli espositori che i visitatori e i potenziali acquirenti provengono davvero da ogni parte del mondo. Di globalizzazione si può anche parlare nel momento in cui si analizzano gli sponsor di questi grandi eventi. Infatti, la banca svizzera UBS sponsorizza Art Basel Miami e la tedesca Deutsche Bank sponsorizza la fiera londinese Frieze (vi sono molti altri casi di questo tipo). La fiera rappresenta dunque un

---

<sup>80</sup> Morgner, C. (2014). *The Art Fair as Network*. The Journal of Arts Management, Law, and Society, 44(1), 33-46.

<sup>81</sup> Baia Curioni, S. (2012). *A fairy tale: the art system, globalization, and the fair movement*. In M. Lind and O. Velthuis (Ed.), *Contemporary art and its commercial markets: conditions and future scenario's* (pp. 115-152). Berlin: Sternberg Press.

<sup>82</sup> Thompson, D. (2009), *Lo squalo da 12 milioni di dollari, La sorprendente economia dell'arte contemporanea*, Mondadori, Milano.

<sup>83</sup> Monteiro Christoph D'Andrea, F.A., Rigon, F., Lopes de Almeida, A.C., Bertran da Silveira, F., Slongo, L.A. (2019). *Co-creation: a B2C and B2B comparative analysis*. Marketing Intelligence & Planning.

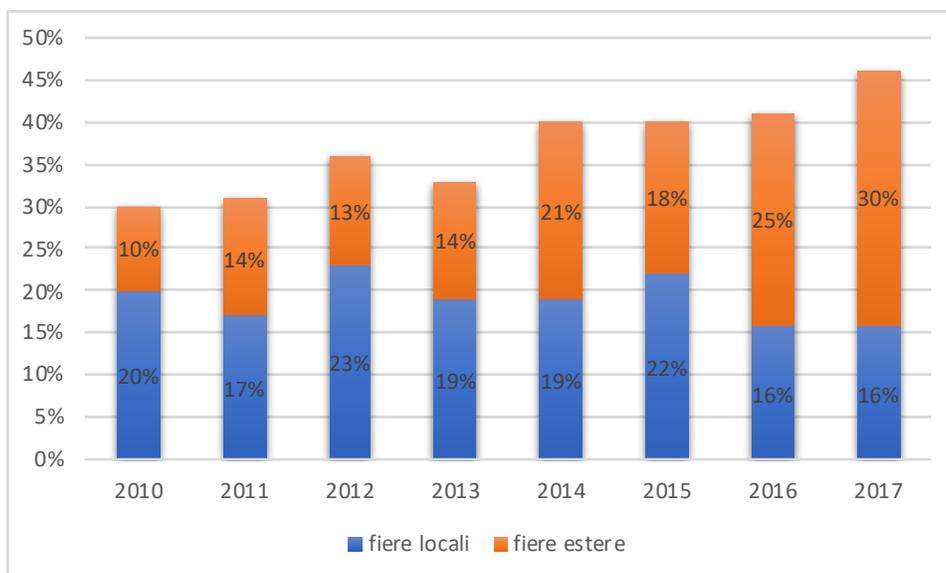
<sup>84</sup> Codignola, F. (2010), *Globalizzazione e mercato dell'arte contemporanea*, Tafter Journal, n.24.

momento di confronto molto importante, che riunisce un numero molto alto di potenziali acquirenti in un'unica occasione in cui possono agevolmente paragonare i prezzi delle opere e avere contatti con diverse gallerie<sup>85</sup>. Per questo motivo, per molti artisti questi eventi rappresentano una buona occasione per ottenere maggiore visibilità all'interno della scena artistica, con un conseguente aumento del prezzo delle loro opere<sup>86</sup>. L'autore osserva infatti che le fiere attraggono un numero enorme di visitatori e, di conseguenza, le opere d'arte sono soggette ad un'attenzione maggiore da parte del pubblico rispetto a quella che avrebbero generalmente all'interno di una galleria (Van Hest, 2012). Van Hest osserva inoltre che la qualità artistica presente in fiera è inferiore rispetto a quella esposta nelle gallerie d'arte che vi partecipano. L'autore attribuisce la causa di questo fatto alla quantità limitata di spazio (che comporta una selezione limitata di opere d'arte) e all'enorme flusso di persone che rendono questo evento commerciale anche un evento sociale. A questo proposito gli artisti, attraverso le fiere, hanno l'opportunità di espandere la loro rete di relazioni e stabilire connessioni con altri attori del settore che possono influenzare positivamente la loro carriera. Le fiere d'arte contemporanea rappresentano uno spazio aperto che permette di osservare ciò che accade all'interno della scena artistica attuale, le sue tendenze principali e i temi più di moda. Molte persone che non sono direttamente coinvolte nel mondo dell'arte hanno l'opportunità di osservare ciò che sta accadendo all'interno dei principali settori creativi contemporanei. Inoltre, mentre le case d'asta operando nel mercato secondario (si veda par. 1.2), le fiere d'arte presentano anche artisti presenti sul mercato per la prima volta e opere d'arte che non sono mai state vendute prima. Alla luce di quanto appena descritto, le fiere d'arte offrono numerosi vantaggi; nel report di Art Basel & UBS le gallerie hanno riferito di aver realizzato il 46% delle loro vendite totali del 2017 in occasione di fiere d'arte (in crescita del 5% sulle vendite medie registrate nel 2016). La Figura 2.2 riporta la percentuale delle vendite dei rivenditori alle fiere d'arte dal 2010 al 2017.

---

<sup>85</sup> Codignola, F. (2010), *Globalizzazione e mercato dell'arte contemporanea*, Tafter Journal, n.24.

<sup>86</sup> Van Hest, F. (2012). *Territorial factors in a globalised art world? The visibility of countries in international contemporary art events.* (Doctoral Dissertation). Erasmus University Rotterdam/Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Rotterdam, Paris.



*Figura 2.2.: La percentuale di vendite alle fiere sia locali che internazionali delle gallerie d'arte. Dati dal 2010 al 2017. Elaborazione personale basata su informazioni presenti in: McAndrew, C. (2018), The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report, Gremper AG.*

Il 2017 ha registrato la quota più alta di vendite nel periodo, con un aumento del 16% rispetto al 2010. Mentre la quota delle vendite alle fiere locali si presenta stabile su base annua, le vendite alle fiere internazionali sono aumentate di cinque punti percentuali fino a raggiungere il 30%. Sebbene la quota delle vendite attribuita al canale della fiera d'arte abbia oscillato, è rimasta costantemente pari o superiore a un terzo delle vendite totali in ciascuno degli ultimi sei anni<sup>87</sup>. Questi dati mostrano la crescente importanza delle fiere d'arte, che permettono alle gallerie di competere con il tradizionale sistema delle aste. A questo proposito, uno studio qualitativo condotto all'interno del TEFAF Art Market Report suggerisce infatti che «molti collezionisti affermati tendono a fare acquisti principalmente in gallerie e fiere piuttosto che acquistare tramite casa d'aste»<sup>88</sup>. Ciò si verifica probabilmente perché la fiera offre la possibilità di osservare più da vicino il mercato primario, dando al collezionista la possibilità di instaurare un contatto diretto con il venditore e talvolta con l'artista, oltre che di confrontare contemporaneamente diverse gallerie e fare una scelta più ponderata. Secondo Graddy (2009), le fiere d'arte possono essere definite come una "forza

<sup>87</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

<sup>88</sup> TEFAF Art Market Report 2013.

livellatrice di eguaglianza<sup>89</sup> che consente alle gallerie d'arte di competere con il sistema delle case d'asta. L'autore afferma infatti che attualmente la qualità e la quantità delle opere presentate in fiera dalle gallerie d'arte contemporanea equivale a quelle dell'intera stagione delle case d'asta. Questi eventi non hanno solo un impatto economico diretto sugli attori che hanno preso parte alla fiera d'arte, ma anche sui rivenditori che sono indirettamente coinvolti in essa, come ristoratori, albergatori e il turismo cittadino. A questo proposito Barragàn (2008) spiega il ruolo che le città ospitanti svolgono durante le fiere d'arte e i flussi economici che ne conseguono. L'autore afferma che le fiere d'arte si stanno evolvendo come "centri di intrattenimento urbano" come reazione alla crescente concorrenza presente all'interno del mercato dell'arte<sup>90</sup>. In particolare, Barragàn sottolinea il ruolo di *branding* di queste fiere che riescono a riportare l'attenzione su "città precedentemente ininfluenti nella mappa del mercato dell'arte globale". Basilea rappresenta un chiaro esempio di questo fenomeno, poiché la città svizzera ha tratto enormi benefici dalla propria fiera d'arte in termini di aumento di turismo e di mercato<sup>91</sup>. Un altro esempio è la città di Kassel (Germania) che, grazie alla mostra d'arte *Documenta*, attira un numero enorme di visitatori<sup>92</sup>, aumentando l'economia turistica di una città che non era mai stata una meta di interesse artistico prima di allora. Baia Curioni (2012) spiega l'evoluzione contemporanea della fiera attraverso una prospettiva macroeconomica<sup>93</sup>. A suo avviso, le fiere d'arte si sono sviluppate in risposta ad una crescita del mercato dell'arte e al conseguente aumento di un approccio industriale e di massa dell'arte, in seguito alla rivoluzione artistica concettuale che negli anni Settanta e Ottanta ha rivoluzionato la struttura dell'industria artistica. Il "mercato artistico di massa" è ad oggi il risultato finale di questi cambiamenti e trova la sua principale

---

<sup>89</sup> Graddy, K. (2009). Don Thompson: The \$12 Million Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art. *Journal of Cultural Economic*, 33(3).

<sup>90</sup> Barragàn, P. (2008). *The Art Fair Age*. New York: Charta editors.

<sup>91</sup> La città di Basilea ospita in media otto fiere ogni anno (Art Basel, Scope Basel, PrintBasel, Design Basel, Bâletina, Liste, Volta Show e The Solo Project), McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

<sup>92</sup> 650.000 visitatori nel 2002, 754.000 nel 2007 e 904.992 nel 2012 ([www.documenta.de](http://www.documenta.de)).

<sup>93</sup> Baia Curioni, S. (2012). A fairy tale: the art system, globalization, and the fair movement. In M. Lind and O. Velthuis (Ed.), *Contemporary art and its commercial markets: conditions and future scenario's* (pp. 115-152). Berlin: Sternberg Press.

rappresentazione nella fiera d'arte che, a lungo termine, ha influenzato la produzione artistica<sup>94</sup>. Questo sviluppo non è visto come una tendenza positiva per la scena artistica. I ricercatori di TEFAF hanno condotto uno studio qualitativo sulle fiere d'arte, chiedendo ai commercianti d'arte se vedessero il continuo sviluppo delle fiere d'arte come un segno positivo per il mercato dell'arte o meno. Il 51% del campione ha avuto una visione ottimistica e il 49% è stato piuttosto scettico. In conclusione, le fiere d'arte si stanno evolvendo e occupano una posizione importante tra le piattaforme del mercato dell'arte poiché offrono numerosi vantaggi sia economici che sociali. Malgrado questo fenomeno influenzi talvolta la creazione del bene culturale e il modo in cui questo viene commercializzato, la sua crescita e la sua importanza sono in continua espansione e nel 2017 le vendite effettuate alle fiere hanno raggiunto quasi i \$15,5 miliardi, con un aumento annuale del 17%<sup>95</sup>.

## 2.2 La fiera come industria culturale creativa e il suo supporto alle gallerie d'arte contemporanea

Il mondo dell'arte contemporanea, negli ultimi sessant'anni, ha accettato con riluttanza gli elementi puramente finanziari e di intrattenimento che contraddistinguono l'industria culturale e creativa in generale. In realtà, i forti valori simbolici che sono il cardine della produzione artistica si distanziano parecchio dagli approcci della produzione industriale e le attività commerciali che oggi operano nel settore artistico uniscono l'aspetto economico che quello culturale nella gestione delle loro attività<sup>96</sup>.

Fu durante gli anni '70 che le industrie culturali creative emersero per la prima volta nel panorama storico-artistico mondiale, anni in cui l'approccio economico e sociale iniziò ad incontrare gli ideali artistici e culturali. In questo contesto, gli eventi come le fiere d'arte contemporanea (che come abbiamo detto hanno le loro radici nella stessa epoca) hanno sviluppato diverse funzioni legate all'industria culturale (Cardinale Ciccotti, 2014). In oltre quarant'anni di storia dell'arte contemporanea, lo sviluppo del mercato artistico ha

---

<sup>94</sup> Poli, F. (2011), *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Bari.

<sup>95</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

<sup>96</sup> Cardinale Ciccotti, E. (2014), *Contemporary art fairs as new forms of cultural consumption and urban experience*, Tafer Journal, n.74.

contribuito alla diffusione delle industrie culturali creando nuovi scopi e nuovi valori dell'arte. Negli ultimi anni è stato applicato un approccio consapevole all'interno dei diversi sistemi dell'industria culturale; essi si sono concentrati sulla creatività umana, sull'informazione e sull'innovazione come fonti di sviluppo economico strategico a livello internazionale<sup>97</sup>. Le fiere d'arte sono una realtà commerciale che è nata all'interno di un contesto artistico di tipo contemporaneo e che pertanto è subordinata alle sue regole e aspetti specifici (Cardinale Ciccotti, 2014). E' importante sottolineare che le industrie culturali e creative, specialmente nell'era digitale, influenzano la crescita, sia in termini quantitativi che qualitativi, delle imprese private che mirano a creare reti internazionali, attraverso la creazione di sinergie e network specifici (si veda il paragrafo precedente). Cardinale Ciccotti (2014) osserva che le pratiche più frequenti adottate dalle industrie appartenenti ai settori delle belle arti, del design, della moda o della musica condividono spesso delle linee guida comuni in termini di produzione, comunicazione ed esperienza del prodotto offerto. Nel caso dell'arte contemporanea, le attività commerciali che operano in questo settore attuano delle politiche economiche volte a far confluire gli aspetti più tradizionali con quelli più innovativi del mercato. Infatti, secondo l'autrice la dimensione culturale (profondamente radicata in logiche e ideali più tradizionali) si fonde con l'innovazione degli attuali processi di globalizzazione, volti all'internazionalizzazione attraverso un orientamento alla produzione e al marketing che a loro volta portano alla creazione di nuove reti di affiliazione soprattutto grazie alle nuove forme di intrattenimento e comunicazione. Le fiere d'arte contemporanea hanno contribuito alla creazione di network tra le industrie del settore creativo e ad una maggiore complessità dei tradizionali sistemi culturali e creativi<sup>98</sup>. La nascita delle nuove industrie culturali, di cui fanno parte anche le fiere d'arte, è stata fondamentale nel sostegno e nello sviluppo delle gallerie d'arte contemporanea, che proprio grazie a questi network hanno avuto la possibilità di ampliare il loro mercato e la loro visibilità. Questa interconnessione tra la dimensione culturale e commerciale delle fiere d'arte viene definita da Cardinale Ciccotti (2014) come «[...]

---

<sup>97</sup> Santagata, W. *Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo*, Università Bocconi Editore, Milano, 2009, pp. 4-10.

<sup>98</sup> Codignola, F. (2010), *Globalizzazione e mercato dell'arte contemporanea*, Tafter Journal, n.24.

un'eredità della nozione debordiana di "Society of the Spectacle" (1967)», la cui evoluzione trova posto nell'attuale cultura urbana degli Urban Entertainment Centers<sup>99</sup>.

Queste organizzazioni culturali, oltre a promuovere le ultime tendenze all'interno dei settori artistici a cui si riferiscono, sono in grado di raggiungere non solo un pubblico specializzato, ma attirano l'interesse e l'attenzione anche di un pubblico meno informato. Le fiere d'arte contemporanea costituiscono uno di quei rari momenti in cui le parti interessate di un'industria culturale e creativa incontrano il grande pubblico in un contesto che può essere affrontato attraverso diverse angolazioni: business, informazione, networking o consumo culturale. Da questo punto di vista, esse rappresentano un canale fondamentale per fornire nuove opportunità economiche alle gallerie d'arte contemporanea, soddisfacendo le loro esigenze di networking e contribuendo a dare loro visibilità nei confronti di operatori sia culturali che non, e sia locali che stranieri (Cardinale Ciccotti, 2014).

“Le fiere d'arte contemporanea riproducono il cosmo dell'arte per tutte le presenze, sia per i professionisti che per i dilettanti, dando loro l'opportunità di tenersi aggiornati sulle ultime tendenze, per arricchire le loro conoscenze e capacità di networking, il tutto in una sede specifica e in una determinata data” (Cardinale Ciccotti, 2014).

Un'analisi regionale e locale è utile al fine di comprendere l'influenza economica e culturale delle fiere d'arte contemporanea all'interno del contesto urbano nel quale vengono organizzate. Specie nei centri più antichi ed affermati del mercato dell'arte contemporanea (come Londra, Parigi, New York o Miami), si evidenziano alcune tendenze comuni che hanno contribuito al boom di crescita a livello mondiale del numero di fiere d'arte contemporanea organizzate ogni anno (Cardinale Ciccotti, 2014). Una di queste tendenze consiste nella proliferazione dei cosiddetti *eventi-satellite*. Questa espressione, originariamente utilizzata dalla stampa americana in riferimento ai numerosi eventi fieristici organizzati nelle città di New York e Miami negli anni Novanta, voleva descrivere la presenza di eventi minori organizzati nelle città in questione in occasione di fiere che erano ormai consolidate all'interno dello scenario artistico mondiale. Cardinale Ciccotti (2014) spiega che ad oggi queste nuove fiere d'arte rappresentano per le gallerie d'arte la possibilità di sfruttare l'atmosfera e l'entusiasmo culturali creatisi attorno a una fiera d'arte storicizzata e

---

<sup>99</sup> Cardinale Ciccotti, E. (2014), *Contemporary art fairs as new forms of cultural consumption and urban experience*, Tafer Journal, n.74.

conosciuta. Come nel caso di Art Basel a Basilea, Art Basel Miami o Frieze, Fiac e Arco, le città ospitanti - Basilea, Miami, Londra, Parigi e Madrid - hanno visto non solo la nascita di molte fiere d'arte alternative, ma anche di eventi-satellite correlati all'arte contemporanea. Gli *eventi-satellite* hanno, infatti, ampiamente contribuito a suscitare sia l'interesse di un pubblico meno esperto che l'attenzione dei collezionisti e dei professionisti del settore, offrendo loro un contenuto culturale alternativo che si separa dal focus dell'evento fieristico principale. Questi particolari eventi rappresentano infatti un'offerta alternativa di arte contemporanea che si dissocia dalla controparte di alto livello dell'evento principale<sup>100</sup>. Lo sviluppo di queste nuove fiere ha portato le più storicizzate ad aumentare i propri sforzi per aggiornare le proprie strutture tradizionali<sup>101</sup>. Infatti, nel 1991 che Art Cologne si è aperto alla nuova arte emergente con la sezione "Förderprogramm für junge Künstler", l'attuale programma "Nuove posizioni". In occasione del 150° anniversario dalla sua fondazione, Art Basel è stata la prima fiera d'arte a proporre una sezione interamente dedicata alla fotografia all'interno dei propri stand.

Molte fiere d'arte collaterali hanno mirato e mirano tutt'oggi ad offrire contenuti alternativi e facilmente fruibili dai visitatori grazie a specifici programmi dedicati ad un pubblico meno esperto. Spesso concentrandosi su correnti marginali, come la video-arte, la fotografia o l'arte di strada, questi eventi collaterali stravolgono i canoni tradizionali, talvolta organizzando eventi basati su mostre personali o fiere d'arte in camere d'albergo<sup>102</sup>. Nell'ultimo decennio, queste nuove iniziative hanno attratto l'attenzione dei segmenti di mercato di fascia più alta, contribuendo a dare agli artisti una visibilità che prima non avevano (Cardinale Ciccotti, 2014).

Gli *eventi-satellite* costituiscono, infine, un mezzo di promozione per il turismo culturale di una città, creando in alcune di esse delle settimane di eventi contraddistinti da un'enorme portata culturale. Questa offerta culturale "parallela" funziona grazie all'integrazione delle

---

<sup>100</sup> Pedersen J., Moeran B., *Negotiating Values in the Creative Industries Fairs, Festivals and Competitive Events*, Cambridge University Press, 2011, pp. 66-67.

<sup>101</sup> Cardinale Ciccotti, E. (2014), *Contemporary art fairs as new forms of cultural consumption and urban experience*, Tafer Journal, n.74.

<sup>102</sup> Cardinale Ciccotti, E. (2014), *Contemporary art fairs as new forms of cultural consumption and urban experience*, Tafer Journal, n.74.

fiere d'arte storicizzate con contenuti alternativi in grado di coinvolgere musei, istituzioni private e fondazioni. Tutti questi eventi, nei casi più rilevanti, contribuiscono alla crescita economica della città ospitante (Cardinale Ciccotti, 2014). Questo fenomeno è comunemente noto come "settimana dell'arte". Le dinamiche e gli attori che operano all'interno delle "settimane dell'arte" attirano l'attenzione su sistemi culturali più ampi che mirano a crescere insieme alle fiere d'arte contemporanee ufficiali e di alta qualità.

### 2.3 La fiera come mezzo di internazionalizzazione e come supporto per la galleria nella promozione degli artisti emergenti

Il valore fortemente soggettivo dell'arte contemporanea si fonda, come abbiamo detto, sui contributi e sulla costruzione del significato costruita attraverso il lavoro di intermediari e di attori interni al sistema dell'arte. All'interno di questo contesto, secondo Garutti (2014) le fiere d'arte svolgono a loro volta un ruolo chiave nell'intermediazione e nella costruzione di valore artistico<sup>103</sup>. Secondo Soo Hee e Jin Woo Lee (2016) le fiere d'arte contemporanea hanno il potere di contribuire a determinare il valore e il significato delle opere esposte. I due autori, attraverso il caso studio della fiera d'arte contemporanea londinese "Frieze-London" sono riusciti a confermare il ruolo determinante delle fiere d'arte nella creazione del valore artistico dei giovani artisti emergenti, spiegando come esse influiscano positivamente sul lancio del brand culturale dei giovani artisti emergenti. Queste intervengono nella loro scoperta da parte dei collezionisti e delle gallerie che a loro volta li introducono all'interno dello scenario artistico contemporaneo<sup>104</sup>. In questo senso, i due autori spiegano che gli artisti emergenti vengono dunque *brandizzati* attraverso il mezzo delle fiere d'arte, le quali secondo loro non si differenziano dagli altri attori coinvolti nel processo di creazione di valore dei prodotti culturali. Infatti, le fiere d'arte contemporanea concorrono a scoprire, introdurre e selezionare le opere d'arte dei giovani artisti in collaborazione con gli intermediari tradizionali (si veda Curioni, Forti e Leone, 2015) come rivenditori, gallerie,

---

<sup>103</sup> Garutti, F. (2014), *Fairland: Explorations, Insights and Outlooks on the Future of Art Fairs*, F. Garutti, 13-24. Roma, Koenig Books & Mousse.

<sup>104</sup> Soo Hee Lee & Jin Woo Lee (2016) *Art Fairs as a Medium for Branding Young and Emerging Artists: The Case of Frieze London*, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 46:3, 95-106.

critici, musei, media e case d'asta<sup>105</sup>. Tuttavia, prima di essere presentati alle fiere d'arte, gli artisti emergenti necessitano di essere selezionati dalle gallerie operanti come Gatekeeper all'interno del sistema<sup>106</sup>. Pertanto, come insiste Curioni et al. (2015) il tradizionale ruolo di Gatekeeper delle gallerie d'arte rimane tutt'oggi di primaria importanza per la carriera di un artista. Infatti, come abbiamo descritto nel capitolo primo<sup>107</sup>, le interazioni tra gli intermediari dello scenario artistico contemporaneo sono complesse (si veda anche Jyrämä e Äyväri 2006) e i loro ruoli spesso si sovrappongono<sup>108</sup>. Riconoscendo questa interdipendenza, Soo Hee Lee e Jin Woo Lee prevedono infatti che le fiere d'arte contemporanea non saranno mai in grado di soppiantare il ruolo degli intermediari tradizionali, seppur influenzandone notevolmente il comportamento grazie al loro status di mercato consolidato. Maggiore è il numero degli intermediari tradizionali che vogliono esporre le loro opere all'interno degli stand della fiera, maggiore è il potere che le fiere guadagnano nel controllarle tramite il rigoroso sistema di selezione<sup>109</sup>. I membri facenti parte dei comitati di selezione accrescono il prestigio della fiera d'arte e di conseguenza il suo potere di Gatekeeping (si veda Velthuis, 2014); il loro gusto estetico avrà così un profondo impatto sul mercato. Transitivamente, le fiere d'arte contemporanea di prestigio avranno un ruolo di Gatekeeper nei confronti dei Gatekeeper tradizionali, oltre a quello di produttori di gusto<sup>110</sup>.

---

<sup>105</sup> Curioni, S. B., L. Forti, and L. Leone (2015). *Making Visible: Artists and Galleries in the Global Art System*. In *Cosmopolitan Canvases: The Globalization of Markets for Contemporary Art*, p. 55–77. Oxford, UK: Oxford University Press.

<sup>106</sup> Velthuis, O. 2014. *The Impact of Globalisation on the Contemporary Art Market*. In *Risk and Uncertainty in the Art World*, edited by A. M. Dempster, 87–108. London, UK: Bloomsbury.

<sup>108</sup> Äyväri A.; Jyrämä A. (2006), *Role of different actors within the context of contemporary art market*, Helsinki School of Economics.

<sup>109</sup> Soo Hee Lee & Jin Woo Lee (2016) *Art Fairs as a Medium for Branding Young and Emerging Artists: The Case of Frieze London*, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 46:3, 95-106.

<sup>110</sup> Bowley, G. (2015). *At Art Basel, a Powerful Jury Controls the Market*. *The New York Times*, Giugno 14. Disponibile a <http://www.nytimes.com/2015/06/15/arts/design/at-art-basel-a-powerful-jury-controls-the-market.html>.

Moulin (1995, pag. 36) afferma che «il mercato e il museo contribuiscono indissolubilmente alla definizione e alla creazione di una gerarchia di valori artistici ... »<sup>111</sup>. Soo Hee Lee e Jin Woo Lee aggiungono alle istituzioni individuate da Moulin anche le fiere d'arte contemporanea di prestigio. I due autori spiegano infatti che il caso-studio di Frieze London da loro analizzato ha messo in luce la forte influenza della fiera sul potenziamento del valore artistico degli artisti in termini della loro consacrazione. Tuttavia, gli autori hanno spiegato come Frieze London non dia la possibilità a una grande fetta di artisti giovani ed emergenti di esporre all'interno dei propri stand, a causa degli spazi altamente limitati della prestigiosa fiera. In virtù di questa limitazione, una moltitudine di eventi alternativi (fiere d'arte a prezzi accessibili e mercati online per artisti emergenti) sono emersi negli ultimi nel mercato dell'arte contemporanea per consentire ad artisti meno conosciuti di esporre e valorizzare il loro lavoro. Queste nuove piattaforme, insieme alle fiere e ai festival alternativi più celebri, possono essere utilizzati dagli artisti meno conosciuti come un prezioso strumento per far conoscere il proprio brand. Pertanto, Soo Hee Lee e Jin Woo Lee (2016) suggeriscono che la ricerca futura potrebbe incentrarsi su queste piattaforme alternative per promuovere il branding degli artisti più giovani ed emergenti.

La partecipazione alle fiere d'arte contemporanea è un'attività di primaria importanza nel modello di business delle gallerie, poiché costituisce un mezzo chiave per la loro internazionalizzazione<sup>112</sup>. Le gallerie d'arte attuano infatti tutta una serie di attività commerciali volte al loro inserimento nel mercato internazionale che ampliano la loro influenza all'interno dello scenario artistico contemporaneo. Fournier e Roy-Valex (2002) classificano le strategie di internazionalizzazione in varie attività quali la partecipazione su base pluriennale alle fiere internazionali; la collaborazione con gallerie d'arte straniere; la coltivazione dei contatti con i direttori delle fiere e i collezionisti; la periodica visita alle fiere; la creazione di network che permettano un interscambio di artisti e l'organizzazione di mostre dei propri artisti presso queste gallerie associate. Oltre a queste attività, gli autori individuano altre strategie di internazionalizzazione quali l'organizzazione di mostre presso

---

<sup>111</sup> Moulin, R. (1995). *The Museum and the Marketplace*. *International Journal of Political Economy* 25 (2):33-62.

<sup>112</sup> Fournier, M., Roy-Valex, M. (2002). *Art contemporain et internationalisation: Les galeries québécoises et les foires*. *Le territoires de l'art*, Vol. 34, n. 2.

musei e istituzioni culturali straniere; la partecipazione alle Biennali d'arte; l'organizzazione di "viaggi culturali" per collezionisti; lo sviluppo digitale e la vendita tramite piattaforme online; la pubblicazione di cataloghi per mostre e fiere locali; l'acquisto di spazi pubblicitari su riviste d'arte straniere. Queste importanti attività elencate da Fournier e Roy-Valex (2002) consentono alle gallerie una progressiva penetrazione all'interno del mercato internazionale. I due obiettivi principali perseguiti dalle gallerie d'arte sono l'acquisizione di una maggiore visibilità e la creazione di nuove reti relazionali<sup>113</sup>. Tuttavia, l'adempimento di queste attività è fortemente vincolato dalle possibilità economiche e dalla sostenibilità finanziaria della galleria. Infatti, sebbene vi siano prove di una grande concentrazione di gallerie alle fiere d'arte contemporanea più prestigiose del mondo, Clare McAndrew (2018) spiega come dal sondaggio condotto da Arts Economics sia stato rilevato che la maggior parte dei galleristi partecipanti alle fiere abbia affermato di avere difficoltà a sostenerne i costi, specie le gallerie nuove ed emergenti (che sono proprio quelle che necessitano maggiormente di un canale di visibilità internazionale per i loro artisti). L'autrice riporta poi la citazione di un gallerista partecipante alla fiera Art Basel di Basilea nel 2018: «Alcuni colleghi e io abbiamo discusso della sostenibilità delle fiere diversi anni fa: eravamo esausti e preoccupati di quanto costassero. Io continuo a parteciparvi, ma alcuni di loro hanno smesso. Quelli che lo hanno fatto ora sono fuori dal mercato». Alcuni rivenditori ritenevano inoltre che in futuro potrebbe crescere l'interesse a partecipare alle fiere di maggior prestigio, abbandonando quelle minori e locali: «In futuro, abbandoneremo tutte le fiere più piccole e parteciperemo solo a fiere globali veramente buone, grandi e che ci offrono un enorme raggio d'azione internazionale. Invece di partecipare a fiere più piccole, ci concentreremo piuttosto su nuovi progetti di collaborazione». Sempre secondo McAndrew (2018), alcuni rivenditori erano invece meno preoccupati riguardo ai costi delle fiere e le consideravano come un'utile piattaforma espositiva internazionale per mostrare i nuovi lavori dei loro artisti e incontrare nuovi collezionisti, « [...] lasciando che le vendite avvenissero durante il resto dell'anno»<sup>114</sup>. Lo sviluppo di progetti e nuovi modelli di collaborazione ibrida nel settore delle gallerie d'arte come *Condo* e *Okey Dokey* (cfr. cap.1, par 1.3.6) suggerisce un tentativo tra di esse di

---

<sup>113</sup> Yogeve, T., Grund, T. (2012). *Network dynamics and markets structure: the case of art fairs*. Sociological focus, 45:1, 23-40.

<sup>114</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

offrire alternative al modello fieristico tradizionale. Le ragioni della tendenza verso queste nuove alternative ibride fornite dalle gallerie durante l'indagine di Arts Economics non consistevano solamente nella riduzione dei costi, quanto piuttosto anche nella possibilità di sfuggire alle restrizioni del calendario delle fiere d'arte e di offrire agli acquirenti maggiori opportunità di esposizione delle opere, più lunghe e riflessive (McAndrew, 2018).

#### 2.4 La fiera di Art Basel: la sua importanza a livello mondiale e le sezioni attraverso cui si articola

Art Basel è stata fondata nel 1970 a Basilea dai galleristi Ernst Beyeler, Trudi Bruckner e Balz Hilt. Sin dalla sua prima edizione la fiera ha riscosso un grande successo, vedendo la partecipazione di ben 90 gallerie d'arte e 16.300 visitatori<sup>115</sup>. Da allora, questo evento internazionale offre ogni anno un tema artistico diverso, come quello del 1974 dedicato alle "Neue Tendenzen" (nuove tendenze) ideato con lo scopo di promuovere gli artisti giovani ed emergenti di quel periodo. Negli anni seguenti, Art Basel ha visto aumentare il numero di gallerie espositrici nei propri stand e ciò ha portato ad un aumento del loro prestigio e del numero di visitatori alla fiera, che ad oggi rappresenta la più importante fiera d'arte internazionale d'arte moderna e contemporanea. Molte ragioni spiegano la posizione centrale di Art Basel nel sistema artistico globale. In primo luogo, il suo impegno verso un continuo rinnovamento e un orientamento aperto alle nuove tendenze di mercato le permette di mantenere una posizione primaria nello scenario artistico mondiale (Barragàn, 2008). In secondo luogo, Art Basel ha affrontato positivamente l'aumento della concorrenza dovuto al boom di diffusione di nuove fiere d'arte degli ultimi dieci anni. Infatti, l'organizzazione ha risposto con la creazione di eventi speculari nelle città di Miami nel 2002 e di Hong Kong nel 2013. L'ubicazione della fiera, che ogni anno si tiene nella città svizzera di Basilea, offre inoltre alle gallerie e ai collezionisti un vantaggio competitivo per via del suo status di "paradiso finanziario" che favorisce nel proprio territorio le transazioni ad alto costo. La città di Basilea è una chiara esemplificazione della teoria di Barragàn (2008) esposta nel paragrafo precedente, che sottolinea il potere che le fiere d'arte contemporanea hanno per le loro città ospitanti, in quanto strumenti di promozione turistica e culturale del

---

<sup>115</sup> [www.artbasel.com](http://www.artbasel.com).

territorio. La città di Basilea è infatti influenzata positivamente dalla fiera di Art Basel, sia dal punto di vista culturale che economico<sup>116</sup>.

Art Basel è da decenni una delle fiere d'arte contemporanea più grandi e celebri del mondo. A rafforzare il prestigio dell'evento non sono solamente la sua storia e la sua lunga tradizione artistica, ma anche i numeri contribuiscono a confermare il primato della kermesse svizzera. Infatti, sotto la guida del direttore globale di Art Basel, Marc Spiegler, solo l'esposizione di Basilea del 2017 (non contando le consorelle di Miami e Hong-Kong) ha riunito ben 291 gallerie provenienti da 35 diversi paesi, che hanno a loro volta rappresentato le opere moderne e contemporanee di oltre 4.000 artisti differenti. Nel 2017 hanno partecipato inoltre importanti collezionisti privati provenienti da Europa, America, Asia e Africa, oltre che i rappresentanti di oltre 300 musei e istituzioni<sup>117</sup>. Da un lato, l'esclusività della fiera all'interno dello scenario artistico globale può comportare una distorsione nella selezione delle gallerie che possono parteciparvi, andando a favorire unicamente quelle che operano su un mercato di fascia alta. Dall'altro lato, questa fiera ha il potere di agire come garante della qualità artistica esposta nei propri stand, oltre che dell'esclusività delle gallerie che vi hanno accesso. Il buon andamento di Art Basel in termini di offerta è stato studiato da Battaglia (2015) che ha riportato un significativo aumento delle gallerie che vi hanno partecipato nell'arco temporale dal 2002 al 2012, da 260 gallerie partecipanti nel 2002 a 310 nel 2012<sup>118</sup>. Stando a questi dati, la crisi economica del 2009 non ha influito minimamente sulla crescita di Art Basel e ciò va a confermare l'opinione di McAndrew (2018) secondo cui la fiera di Basilea non mostra un'elevata sensibilità nei confronti degli shock economici esterni<sup>119</sup>. Sempre secondo Battaglia (2015), anche il numero di artisti partecipanti alla fiera di Art Basel è salito, passando da un valore di 3000 artisti totali nel 2002 a 4000 nel 2012. Come detto precedentemente, Art Basel è in continua evoluzione nel restare al passo coi tempi e proprio questo suo impegno verso il rinnovamento costituisce uno dei suoi maggiori punti di forza. Oggi, la fiera di Art Basel della città di Basilea si articola per sezioni. La sezione

---

<sup>116</sup>Barragàn, P. (2008). *The Art Fair Age*. New York: Charta editors.

<sup>117</sup> [www.artbasel.com](http://www.artbasel.com).

<sup>118</sup> Battaglia, F. (2015), *The Art Basel Effect*, Master Program in Cultural Economics & Entrepreneurship Erasmus School of History, Culture and Communication Erasmus University Rotterdam

<sup>119</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

principale è quella denominata *Galleries*, dedicata ad opere d'arte moderne e contemporanee che spaziano dai dipinti alle sculture, dalle installazioni alla fotografia, dalla stampa alla video-arte. Vi sono poi la sezione *Feature* che ospita artisti affermati accomunati da un tema deciso dalla commissione e la sezione *Statements*, che presenta progetti individuali proposti da artisti emergenti che concorrono attraverso questi per il premio *Baloise Art Prize*. La sezione *Edition* è poi dedicata agli editori, i quali espongono le loro pubblicazioni frutto della loro collaborazione con artisti affermati; mentre *Unlimited* è una piattaforma espositiva completamente nuova, dedicata a progetti che si distanziano dal tradizionale *stand* tramite l'esposizione di sculture e dipinti di grandi dimensioni, proiezioni video, installazioni su grande scala e performance dal vivo. Infine, la sezione *Parcours* è si compone di sculture sparse per la città e performance site-specific; mentre le sezioni *Film e Magazine* analizzano il ruolo chiave dei media nella società contemporanea. A Miami la fiera si articola attraverso la sezione *Nova*, dove vengono esposti artisti le cui opere sono state create negli ultimi tre anni; la sezione *Positions*, dedicata ai nuovi talenti; la sezione *Kabinett* che ospita i progetti di singoli artisti scelti dalle loro gallerie di rappresentanza e la sezione *Survey*, dedicata invece agli artisti affermati. Negli spazi di Hong Kong troviamo invece le sezioni *Insights*, dedicate ad artisti di origine asiatica; *Discoveries*, dedicata alle opere site-specific di artisti emergenti ed *Encounters*, che ospita sculture e installazioni di grandi dimensioni<sup>120</sup>.

## 2.5 La candidatura delle gallerie d'arte alla fiera di Art Basel e il comitato di selezione

La domanda di partecipazione alla fiera di Art Basel viene compilata dalle gallerie dapprima tramite un'*online application* in cui ciascuna galleria si candida per la partecipazione alla fiera in una o più sezioni specifiche. Per ciascuna sezione, a seconda del genere di progetto della galleria che si candida, sono richiesti dal comitato di selezione differenti requisiti di partecipazione. Ad esempio, per partecipare alla sezione principale *Galleries*, ciascuna galleria d'arte è tenuta a fornire anticipatamente un design concept preliminare dello *stand* espositivo<sup>121</sup>. Il comitato di selezione per la partecipazione ad Art Basel è composto da un gruppo di galleristi internazionali che, al fine di garantire la massima trasparenza e imparzialità cambiano periodicamente. Questa cerchia ristretta di esperti del settore ha il

---

<sup>120</sup> [www.artbasel.com](http://www.artbasel.com).

compito di decidere quali gallerie avranno la possibilità (e il privilegio) di poter partecipare alla fiera. Le gallerie vengono giudicate sia in base all'identità e al prestigio della galleria sia in base alla qualità delle opere e al livello degli artisti che la galleria si propone di portare con sé in fiera. Il comitato di Art Basel 2017 era composto da nomi come "Marc Blondeau (Blondeau & Cie, Ginevra); Sadie Coles (Sadie Coles HQ, Londra); Lucy Mitchell-Innes (Mitchell-Innes & Nash, New York); Jochen Meyer (Meyer Riegger, Berlino, Karlsruhe); Tim Neuger (Neugerriemschneider, Berlino); e Franco Noero (Galleria Franco Noero, Torino).

## 2.6 Il processo di selezione degli artisti da parte delle gallerie d'arte, ad Art Basel

Essendo Art Basel una delle fiere più prestigiose al mondo, gli artisti che vi partecipano sono quelli che sono rappresentati dalle gallerie che appartengono alla fascia più alta del mercato dell'arte. La partecipazione a questa fiera costituisce infatti un "marchio di qualità" per queste, che si estende agli artisti da loro scelti<sup>122</sup>. Gérard-Varet (1995) spiega infatti che le gallerie che si candidano per la partecipazione a questa fiera scelgono accuratamente gli artisti e le opere da esporre nei propri stand, selezionando ciò che secondo loro è il prodotto migliore per aumentare la loro reputazione sia economica che sociale<sup>123</sup>. Ciò comporta la frequente conseguenza che gli artisti emergenti raramente vengano selezionati dalle gallerie per essere portati in fiera, poiché molto meno affidabili di artisti che sono invece più riconosciuti e già inseriti nel *sistema*. Infatti, la partecipazione a questo evento è particolarmente onerosa (il prezzo di affitto di uno spazio espositivo per i quattro giorni è di 669 franchi svizzeri per metro quadrato, l'equivalente di \$ 65 per ft.) e non ci sono garanzie che queste spese daranno frutto ad un buon ritorno economico sugli investimenti<sup>124</sup>.

---

<sup>122</sup> Velthuis, O. (2003). *Visual Arts*. In R. Towse (Ed.), *Handbook of Cultural Economics*. (pp. 470-475) Massachusetts: Edward Elgar.

<sup>123</sup> Gerard-Varet, L.A. (1995). *On Pricing the Priceless: Comments on the Economics of the Visual Arts Market*. *European Economic Review*, 39, 509-518.

<sup>124</sup> Bourdieu, P. (1996). *The Rules of Art*. Stanford: Stanford University Press.

Pertanto le gallerie, essendo sottoposte ad un grande rischio sul ritorno economico dei loro investimenti di partecipazione, spesso mettono pressioni agli artisti affinché producano dei lavori supplementari, sentendosi minacciate dal numero sempre crescente di espositori e dai requisiti di accesso sempre più elevati<sup>125</sup>. In conseguenza di ciò, le gallerie cercano di ridurre al minimo il rischio legato alla scelta degli artisti da rappresentare negli stand della fiera, cercando di massimizzare le entrate e i consensi da parte degli attori del mercato portando in fiera artisti che abbiano già ricevuto un grande consenso da parte del sistema artistico. Gli artisti emergenti, essendo la qualità della loro arte molto più incerta di quella degli artisti affermati e non risultando ancora "socialmente costruiti"<sup>126</sup> dal *sistema*, vengono spesso scartati dalle gallerie nel loro processo di selezione degli artisti da esporre in fiera<sup>127</sup>.

## 2.7 Il costo di Art Basel per le gallerie d'arte che vi espongono

Freeman (2018) ha osservato che il costo di partecipazione alla fiera di Art Basel è ogni anno più alto. Infatti, sebbene i rivenditori spesso siano riluttanti a parlare dei costi ingenti che devono affrontare per riuscire partecipare a questo evento, i pochi che hanno accettato di divulgare questo tipo di informazioni hanno messo in luce come gli alti costi di partecipazione possano spesso rappresentare un impedimento economico persino per le grandi gallerie di brand. L'autore spiega che, durante un sondaggio rivolto in occasione della fiera di Art Basel del 2018 rispettivamente a gallerie d'arte di piccole, medie e grandi dimensioni, è emerso che i costi totali per una galleria di piccole dimensioni possono arrivare fino ai \$ 50.000 totali per i sei giorni dell'evento; mentre le gallerie di medie dimensioni con stand modesti al secondo piano possono invece versare fino a \$ 150.000. Le grandi gallerie di brand situate negli stand principali possono invece sostenere dei costi totali che superano i \$ 400.000. Questi costi includono le spese di affitto dello stand, di viaggio e di alloggio, oltre che le spese di logistica

---

<sup>125</sup> Quemin, A. (2008). *International contemporary art fairs and galleries. An exclusive overview*. In Artprice (Ed.), *Le marché de l'art contemporain 2007/2008. Le rapport annuel artprice* (78-88).

<sup>126</sup> Bourdieu, P. (1996). *The Rules of Art*. Stanford: Stanford University Press.

<sup>127</sup> Chanel, O., Gerard-Varet, L., & Ginsburgh, V. (1994). *Prices and returns on Paintings: An Exercise on How to Price the Priceless*. The Geneva Papers on Risk and Insurance, 19.

e altre spese maturate durante la settimana<sup>128</sup>. Freeman (2018) riporta che José Freire, proprietario della Team Gallery di New York, ha preso la decisione di non prendere più parte a questo evento in seguito all'edizione del 2018 di Art Basel a Hong Kong, citando i rendimenti via via decrescenti nel corso delle varie fiere. L'insostenibilità dei costi di partecipazione alle fiere d'arte è uno dei principali motivi di chiusura delle gallerie<sup>129</sup>.

Eppure, molti galleristi asseriscono che il livello di prestigio e la portata del networking derivante dall'esposizione ad Art Basel possono tuttavia giustificare i costi di partecipazione. Molti rivenditori hanno infatti affermato che, nel caso di una fiera di prestigio globale come quella di Basilea, i rendimenti superano di gran lunga i costi, nonostante questi siano elevatissimi. Freeman (2018) spiega che ciò è dovuto al fatto che la fascia economica e il potere d'acquisto dei collezionisti che partecipano alla kermesse svizzera sono molto alti e su questo concorda la maggior parte dei rivenditori.

Per ovviare all'insostenibilità economica di questo grande evento internazionale, a partire dalla scorsa edizione della fiera di Art Basel della capitale svizzera si è applicato un nuovo modello per i prezzi di partecipazione, non più rigido ma conformato al tipo di galleria partecipante. Questo ha agito a beneficio delle gallerie minori ed è stato introdotto nello stesso anno anche all'edizione di Miami e nel 2020 verrà applicato anche negli spazi di Art Basel con sede a Hong Kong. Come abbiamo detto, viste le attuali pressioni finanziarie affrontate da molte gallerie nella partecipazione alla fiera, Art Basel ha proposto una soluzione economica più equa di quella precedente, in grado in parte di sgravare le gallerie minori di un peso finanziario altrimenti insostenibile per la partecipazione all'evento. Il modello consiste nella proposta di tariffe più vantaggiose per le gallerie meno affermate, tassando maggiormente le gallerie maggiori. A partire dal 2019, i prezzi al metro quadro previsti dalla fiera differiscono infatti in base all'entità della galleria espositrice. Nel 2019, le gallerie meno conosciute che hanno partecipato ad Art Basel hanno versato una quota di partecipazione pari all'8% in meno rispetto a quella dell'anno precedente, mentre le gallerie di brand hanno visto un aumento del 9% del prezzo degli stand<sup>130</sup>. Un prezzo, dunque,

---

<sup>128</sup> Freeman, N. (2018), *What Sold at Art Basel in Miami Beach*, in *Artsy*, Art Market, 10 dic 2018.

<sup>129</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

<sup>130</sup> [www.artbasel.com](http://www.artbasel.com).

differenziato in base all'importanza della galleria che dovrebbe garantire maggiori possibilità di accesso alle altre. Art Basel vede questo come un ottimo progresso all'interno lo scenario artistico attuale e afferma che molte delle gallerie di brand partecipanti all'evento si dimostrano molto disponibili nel sostenere questi costi aggiuntivi finalizzati al supporto delle gallerie di piccole e medie dimensioni.

Durante le edizioni degli anni precedenti, Art Basel aveva inoltre applicato un aumento fisso annuale del 5% rispetto al prezzo per metro quadro degli stand, al fine di rispondere alla crescita dei costi della fiera e dei nuovi servizi offerti da questa. Nel 2019, per le gallerie meno note questa tassa è stata eliminata portando, unitamente al nuovo modello di prezzi su scala mobile, una diminuzione totale del 13% sui prezzi dei loro stand. Le gallerie d'arte di fascia economica più alta hanno subito invece un ulteriore aumento del 4% sui prezzi degli stand<sup>131</sup>.

---

<sup>131</sup> Art Basel (2018). Comunicato stampa: *NEW PRICING SYSTEM AT ART BASEL IN BASEL*.

## Capitolo III

### Le gallerie d'arte con sede nel Regno Unito che hanno esposto ad Art Basel nel 2017

#### 3.1 Il mercato dell'arte del Regno Unito

Quello dell'arte rappresenta un settore di mercato florido nell'economia del Regno Unito. Infatti, ad oggi il Regno Unito costituisce il secondo paese più influente del mondo per le vendite del settore artistico e nel 2016 ha raggiunto la consistente quota del 21% sul totale delle vendite mondiali di opere d'arte e antiquariato<sup>132</sup>. In generale, negli ultimi dieci anni, il mercato dell'arte globale ha mostrato una tendenza particolarmente crescente ed ottimista nel lungo periodo<sup>133</sup>. L'ascesa di mercati emergenti come quello cinese e l'emergere di nuovi collezionisti con un elevato potere d'acquisto ha portato ad una crescita eccezionale dell'economia globale nel settore artistico, soprattutto nel segmento *blue chip* del mercato. Il sistema artistico si è trasformato in un «settore complesso, semi-industriale in cui gli interessi finanziari, politici, economici, urbani e sociali si muovono ad un ritmo che fino a due decenni fa era impensabile»<sup>134</sup>. Secondo Baia Curioni, Forti e Leone (2013), i cambiamenti più evidenti che hanno rimodellato il mondo dell'arte nel suo insieme sono stati una crescita generale delle dimensioni del mercato e delle sue infrastrutture correlate, come le fiere d'arte e le biennali, lo spostamento geografico della domanda del mercato verso economie emergenti (BRIC)<sup>135</sup>, la crescente presenza di nuove tecnologie che hanno consentito un

---

<sup>132</sup> British Art Market Federation (2017). *The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics*. <https://tbamf.org.uk/wp-content/uploads/2014/08/The-British-Art-Market-2017.pdf>.

<sup>133</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

<sup>134</sup> Baia Curioni, S., Forti, L., & Leone, L. (2013). *Stairways and Heavens: artist's global selection and legitimization processes*. Preliminary program Miniconference Globalization of Contemporary Art Markets, Amsterdam, NL.

<sup>135</sup> BRICS è un acronimo, utilizzato in economia internazionale, che individua cinque paesi (Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica) accomunati da alcune caratteristiche simili, tra le quali: la condizione di economie in via di sviluppo, una popolazione numerosa, un vasto territorio, abbondanti risorse naturali strategiche e sono stati caratterizzati, nell'ultimo decennio, da una forte crescita del PIL e della quota nel commercio mondiale.

approccio diverso e globale nella concezione, distribuzione, determinazione dei prezzi e raccolta di informazioni sull'intero mercato e la trasformazione dell'arte in un *asset class*<sup>136</sup>. Tuttavia, il mercato dell'arte non può essere considerato in una visione d'insieme, quanto piuttosto come una serie di mercati separati che reagiscono in maniera differente agli shock e alle tendenze economiche globali<sup>137</sup>. Secondo McAndrew (2018), se da un lato ad esempio il segmento degli *old masters* mostra una scarsa sensibilità alle dinamiche economiche esterne dall'altro lato, il segmento artistico del *post-war* è estremamente sensibile agli shock economici e mostra una tendenza particolarmente instabile. Il segmento delle opere d'arte contemporanea invece (*contemporary art market*), seppur essendo meno sensibile del genere *post-war*, non presenta la stessa stabilità del segmento degli *old masters*. Dal momento in cui Art Basel viene spesso definita come "la principale mostra d'arte internazionale nel suo genere per opere moderne e contemporanee"<sup>138</sup> l'attenzione della nostra tesi è rivolta in particolare al segmento dell'arte contemporanea (sebbene verrà analizzato il mercato dell'arte complessivamente), che è l'arte "realizzata dagli artisti nati dopo il 1945" (Velthuis, 2011)<sup>139</sup>.

Dal report di UBS & Art Basel, "The Global Art Market 2018", è riportato che nel mercato dell'arte attuale predominano economicamente gli Stati Uniti, il Regno Unito e la Cina: le loro vendite rappresentano una quota dell'84% del valore totale del mercato globale, in aumento dell'1% su base annua. Gli Stati Uniti sono il principale mercato per l'arte contemporanea sin dagli anni Sessanta e, fino al 2000, ne hanno detenuto una quota in valore che superava il 50% del totale mondiale (McAndrew, 2018). L'autrice spiega che tuttavia questo margine è stato leggermente diluito negli ultimi anni, per via dell'emergere della Cina come terzo leader globale. L'autrice spiega che in ogni caso gli Stati Uniti continuano a mantenere il primato nel

---

O'Neill, J. (2001) *Building Better Global Economics BRICs*, Economics Research from the Goldman Sachs Financial Workbench, Global Economics Paper, n.66.

<sup>136</sup> Favato, G., Mamarbachi, R., Day, M. (2008) *Art as an alternative investment asset*, Journal of Financial Transformation, 2008, vol. 24, 63-71.

<sup>137</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

<sup>138</sup> Artdaily.com: [http://artdaily.com/index.asp?int\\_sec=2&int\\_new=31352#.UsbX1fTuKDK](http://artdaily.com/index.asp?int_sec=2&int_new=31352#.UsbX1fTuKDK).

<sup>139</sup> Velthuis, O. (2011). Art markets. In Ruth Towse (Ed.), *The Handbook of Cultural Economics* (33-42). Cheltenham: Edward Elgar.

mercato dell'arte contemporanea e che nel 2018 si è registrata infatti un'ulteriore crescita che ha messo in atto un progressivo aumento delle vendite, su base annua, del 2% che ha portato a registrare per gli Stati Uniti il 44% del totale delle vendite mondiali del 2018 (McAndrew, 2018). La Cina, invece, si è mantenuta al secondo posto dal 2010 al 2014 (prima di allora questa posizione era coperta dal Regno Unito) per poi essere superata nuovamente, nei due anni seguenti, dal mercato britannico. Tuttavia, nel 2017, la *Brexit* (e un proficuo anno di vendite cinesi) hanno visto la Cina riprendersi il secondo posto nella classifica mondiale.

Nonostante l'escalation della crisi della *Brexit* e la diffusa incertezza sul suo futuro, il Regno Unito ha avuto un 2018 relativamente forte nelle vendite; mentre in Cina una contrazione nella fornitura di opere di alta qualità e acquisti prudenti dovute a delle crisi commerciali e del debito, ha portato a valori in calo nel settore delle aste<sup>140</sup>. Questa performance mista ha visto la ripresa del Regno Unito mentre la Cina si è mantenuta al terzo posto della classifica del mercato dell'arte globale (Figura 3.1).

---

<sup>140</sup> McAndrew, C. (2018), *Why Brexit is a Golden Opportunity for the U.K. Art Market*, Artsy, Art Market. Disponibile: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-brexit-golden-opportunity-uk-art-market>.

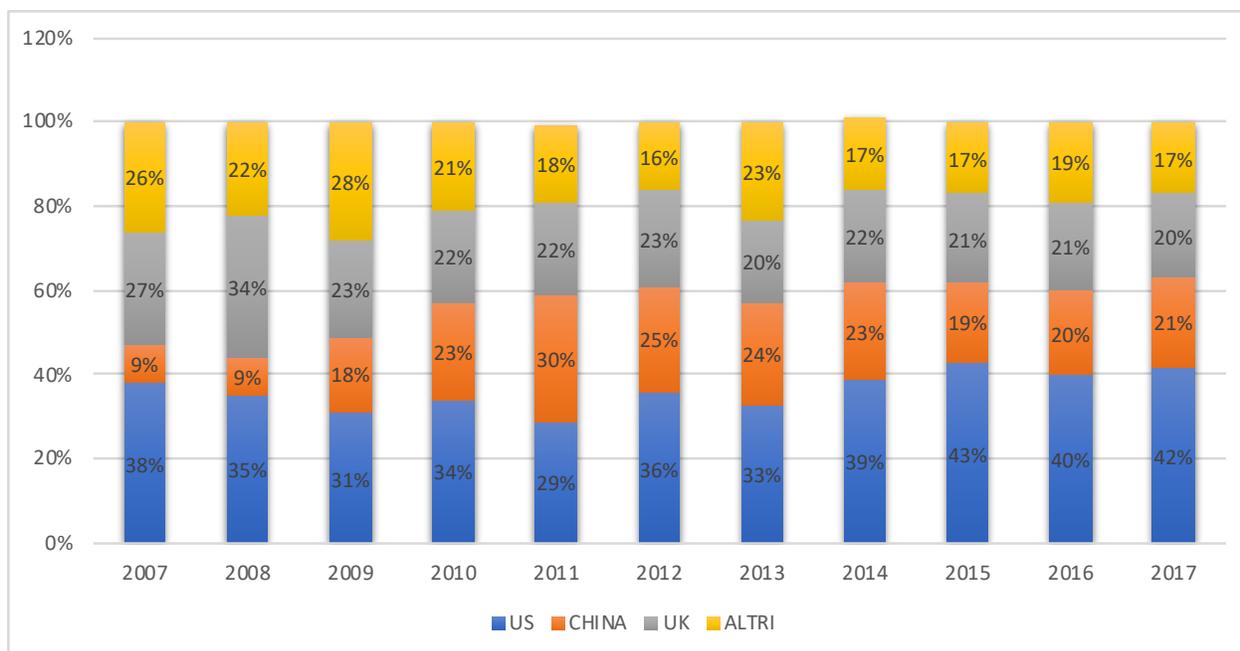


Figura 3.1: Mercato dell'arte: distribuzione percentuale delle vendite per spese, nel decennio dal 2007 al 2017. Elaborazione personale basata su informazioni tratte da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics

Queste tre grandi nazioni mantengono un ampio margine in termini di valore e la domanda in questi tre paesi non è alimentata solo dalla ricchezza nazionale, ma anche dalla struttura dei loro mercati. Uno dei fattori che garantisce il successo del mercato statunitense è infatti la facilità dei movimenti artistici transfrontalieri, con poche restrizioni alle importazioni e alle esportazioni, a parte il caso dell'arte antica<sup>141</sup>.

McAndrew (2018) spiega come invece il mercato artistico del Regno Unito abbia avuto un ruolo di intermediazione molto importante in Europa, fungendo da punto di accesso a basso costo per le vendite nel nostro continente. Il successo del mercato dell'arte di Londra, infatti, non si è basato sull'approvvigionamento di attività commerciali a livello locale, quanto piuttosto sull'invio di opere d'arte *da e verso* il Regno Unito ai fini di vendita<sup>142</sup>. L'autrice dichiara che le future politiche commerciali per il mercato dell'arte post *Brexit* non sono ancora chiare (in particolare per quanto riguarda le condizioni commerciali tra il Regno Unito e altri Stati membri dell'UE, che potrebbero influire su molte attività artistiche in un futuro)

<sup>141</sup> Bialynicka-Birula, J. (2007). *Global Perspective on Foreign Trade in the Works of Art*, conference: Contemporary Issues on Economy and Politics in the World - Medzinarodne Vzt'ahy, at Bratislava.

<sup>142</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

ma che tuttavia il valore delle vendite in entrata e in uscita del mercato artistico del Regno Unito è attualmente dominato dal commercio extra-UE, che secondo il Report di UBS e Art Basel sopra citato emerge rappresentare fino all'80% delle importazioni e delle esportazioni di arte e di oggetti d'antiquariato. Ciò significa che il valore del mercato potrebbe risultare poco influenzato dalle politiche commerciali intra-UE negoziate dopo la *Brexit*, riducendo in parte l'effetto sulle vendite (McAndrew, 2018). Tuttavia, secondo l'autrice, le politiche commerciali relative alla *Brexit* avranno probabili effetti significativi sulle vendite per un gran numero di aziende nel Regno Unito, nonché per quelle in Europa che dipendono a loro volta dalla sua offerta e dalle sue vendite.

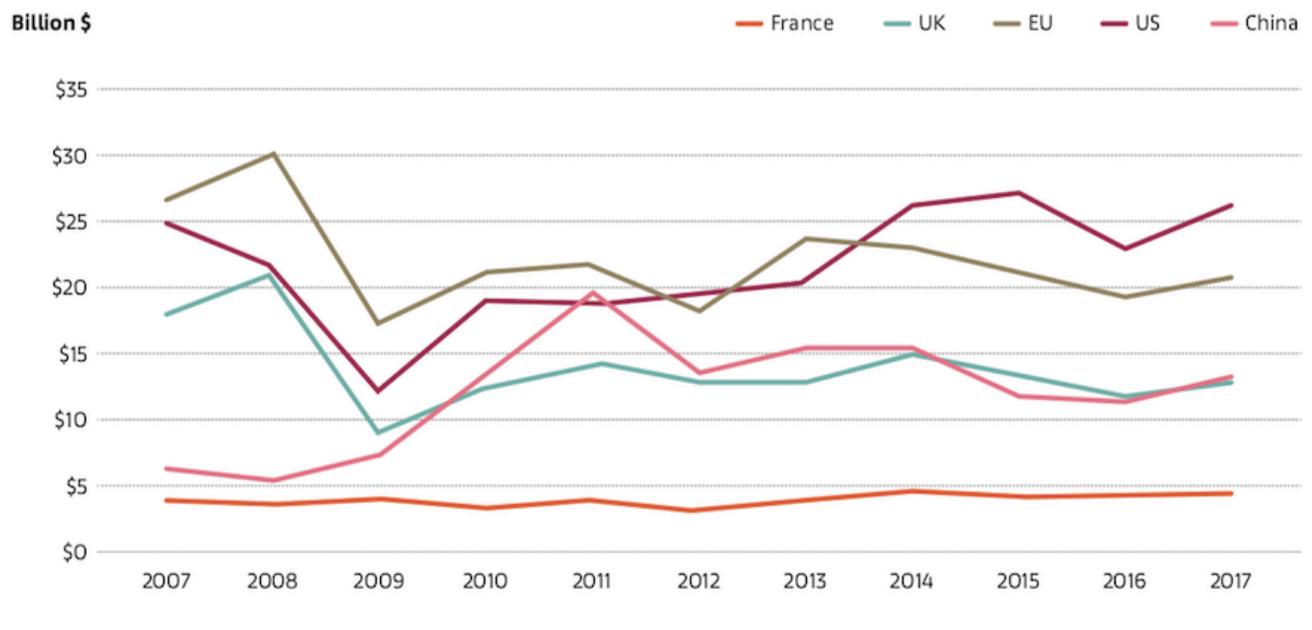


Figura 3.2: Vendite del mercato dell'arte di Francia, Cina, Stati Uniti e Regno Unito nel decennio dal 2007 al 2017. Tratto da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics

Nel 2017, una maggiore fiducia dei consumatori e un aumento dell'offerta nella fascia più alta del mercato hanno portato alla creazione di un ambiente molto più favorevole in termini di vendite (McAndrew, 2018). Sostenuto da anomali prezzi record nel settore delle aste, il mercato ha registrato un forte e positivo guadagno del 12%, con il settore delle aste che ha avuto una performance molto migliore di quella registrata dai rivenditori del mercato primario.

La situazione del mercato dell'arte nel 2018 è stata invece meno positiva, a causa di questioni economiche e politiche più ampie che hanno pesato molto sulle scelte degli investitori e dei consumatori di tutto il mondo. Ciò ha spinto alcuni acquirenti e venditori *avversi al rischio*<sup>143</sup> a prediligere le vendite private degli art dealers, il quale ha assistito ad una crescita del 7% nel 2018 (McAndrew, 2018). Tuttavia, secondo quanto riportato dall'indagine di UBS & Art Basel, anche il mercato delle aste è aumentato del 3% e vi è stata anche un'ulteriore crescita dell'e-commerce. La maggior parte delle vendite in crescita all'asta si sono confermate essere nella fascia più alta del mercato, mentre il segmento medio e inferiore ha interessato invece il settore dei rivenditori del mercato secondario.

Dato che le vendite hanno raggiunto un livello molto elevato negli ultimi 10 anni, è diventato sempre più difficile mantenere alti i livelli di crescita, in particolare in un mercato dell'arte con un'offerta limitata. Il numero di transazioni ha raggiunto nel 2017 i 39,8 milioni stimati, il suo livello più alto dal 2008 (McAndrew, 2018). Ciò è stato guidato dai prezzi record nel settore delle aste e dall'aumento delle vendite di gallerie e mercanti e del settore *online*<sup>144</sup>. Tuttavia, i risultati tra le vendite pubbliche delle aste e le vendite private del settore secondario variano considerevolmente in base ai diversi paesi e categorie artistiche considerate (McAndrew, 2018). Infatti, la divisione tradizionale del mercato in due settori distinti (*cfr.cap. 1.1.4*) è diventata molto meno chiara negli ultimi anni, e i confini tra le due categorie sono diventati sempre meno definiti (ad esempio con l'aumento delle vendite private da parte delle case d'asta) e i modelli di business ibridi hanno guadagnato popolarità (ad esempio nel settore online, dove gli acquirenti hanno la possibilità di fare un'offerta su

---

<sup>143</sup> In economia, l'avversione al rischio è la proprietà che caratterizza un agente economico che preferisce sempre un ammontare certo rispetto a una quantità aleatoria. Cavaliere, G., Fanelli, L., Gardini, A. (2005). *Risk Sharing, avversione al rischio e stabilizzazione delle economie regionali in Italia*. Rivista di Politica Economica. 95. 219-266.

<sup>144</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

un'opera o acquistarla all'istante)<sup>145</sup>. L'indagine di UBS & Art Basel ha riportato che nel 2018 le vendite all'incanto (sia online che offline) costituiva il 46% delle vendite d'arte totali, mentre il settore del mercato secondario (comprendente gallerie d'arte, mercanti, e vendite al dettaglio online) rappresentava il 54%<sup>146</sup>.

Quello dell'arte rappresenta un settore di mercato florido nell'economia del Regno Unito. Infatti, come descritto nel capitolo precedente, ad oggi il Regno Unito costituisce il secondo paese più influente del mondo per le vendite del settore artistico e nel 2016 ha raggiunto la consistente quota del 21% sul totale delle vendite mondiali di opere d'arte e antiquariato (Figura 3.3)<sup>147</sup>.

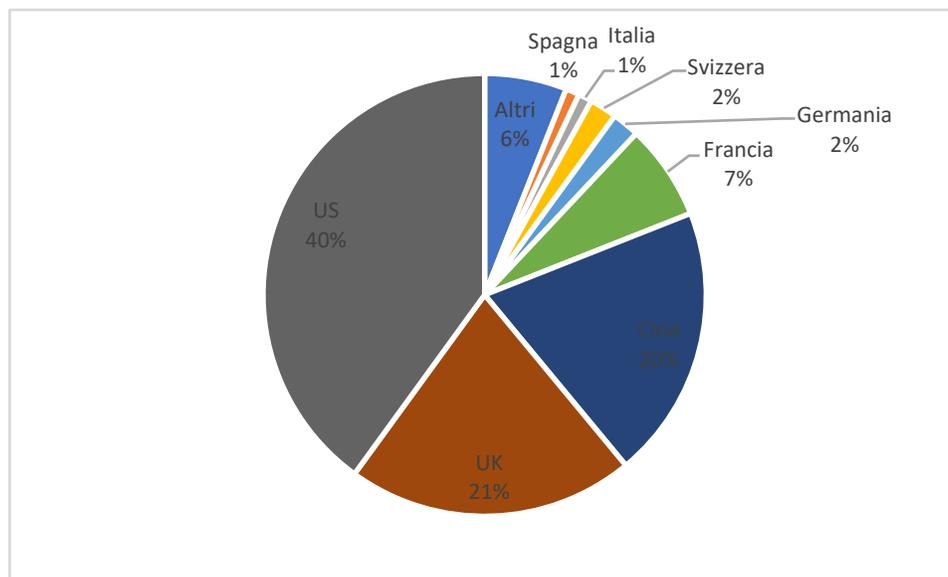


Figura 3.3: La percentuale di vendite di arte e antiquariato di Regno Unito (in rosso), US, Cina e dei principali paesi europei. Elaborazione personale basata su informazioni tratte da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics

<sup>145</sup> Parisio, L. (2008). *Dal banditore alla rete: le internet auctions tra risultati tradizionali e nuovi spunti teorici*, POLITICA ECONOMICA / a. XXIV, n. 2, agosto 2008.

<sup>146</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

<sup>147</sup> British Art Market Federation (2017). *The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics*. <https://tbamf.org.uk/wp-content/uploads/2014/08/The-British-Art-Market-2017.pdf>.

Nel 2016 il valore complessivo delle vendite d'arte e di oggetti di antiquariato del mercato britannico consisteva di un valore vicino ai \$ 12 miliardi (Figura 3.4).

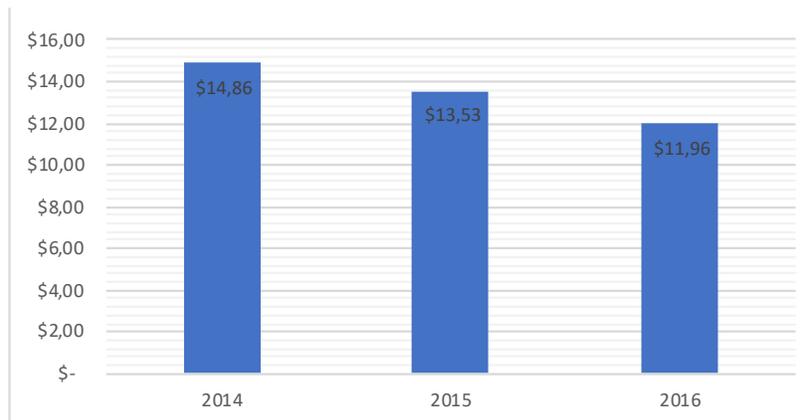


Figura 3.4: Le vendite totali del mercato artistico del Regno Unito (in USD) nel triennio dal 2014 al 2016. Elaborazione personale basata su informazioni tratte da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics

Tuttavia, nel 2016 si è registrato un calo del 19% rispetto ai livelli del 2014 e ciò è da ricondursi prevalentemente alla generale tendenza negativa nelle vendite globali di quell'anno (diminuite di circa il 17% rispetto al 2014, Figura 3.4).

Durante il 2016 inoltre, il settore delle aste del Regno Unito aveva subito un calo consistente delle vendite, con un ribasso di circa il 30% rispetto ai valori dell'anno precedente. Al contrario, le vendite sul mercato primario di gallerie d'arte e rivenditori presentavano un andamento molto più stabile, con aumenti del 3% su base annua.

Il settore artistico ha rappresentato, nel 2016, quasi il 64% del valore complessivo delle vendite del Regno Unito. In particolare, oltre alla metà del valore totale delle vendite era costituita da opere d'arte appartenenti alle correnti artistiche del settore *post-war*, *moderno* e *contemporaneo*<sup>148</sup>.

---

<sup>148</sup> British Art Market Federation (2017). *The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics*. Online, consultabile a: <https://tbamf.org.uk/wp-content/uploads/2014/08/The-British-Art-Market-2017.pdf>.

Data l'importanza del settore delle belle arti per il mercato britannico, in questo paragrafo si riportano i risultati dell'analisi svolta dalla British Art Market Federation (2017) riguardanti i settori che ne compongono il mercato. Mentre i dati di carattere privato di rivenditori e gallerie metteranno luce sulle tendenze del mercato del Regno Unito e stimarne le vendite totali, quest'analisi delle vendite suddivise per settori artistici si baserà invece unicamente sui dati delle aste pubbliche, che forniscono informazioni trasparenti ed oggettive relative alle vendite globali. L'analisi settoriale operata da Arts Economics per la British Art Market Federation si è articolata nelle seguenti categorie: *Post War & Contemporary*, comprendente gli artisti nati dopo il 1910; *artisti viventi*, un sottoinsieme del settore post guerra e contemporaneo; *Modern Art*, inclusivo degli artisti nati tra il 1875 e il 1910 (questo settore comprende artisti come Pablo Picasso, Amedeo Modigliani e Marc Chagall); *Impressionism e Post-Impressionism*, con artisti nati tra il 1821 e il 1874; *Old Masters*, ovvero gli artisti nati tra il 1250 e il 1821; è opportuno sottolineare che questo settore comprende artisti di tutte le nazionalità e include i maestri cinesi; ed infine il settore *European Old Masters*, che include in un sottosectore degli Old Masters gli artisti di origine europea. La Figura 3.5 riporta le percentuali di vendita del Regno Unito nel 2016, per i settori artistici appena descritti (Figura 3.5).

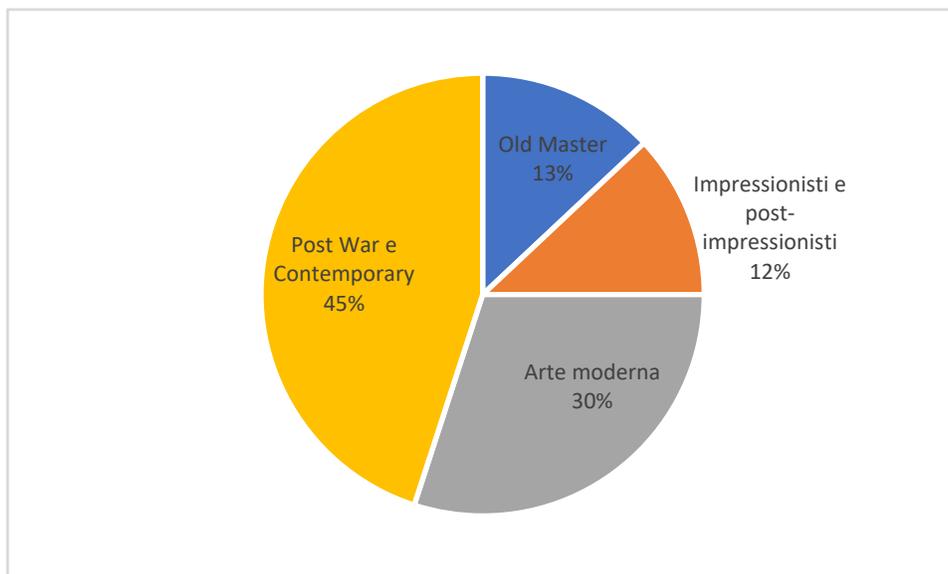


Figura 3.5: Percentuali di vendita all'asta nel mercato dell'arte del Regno Unito nel 2016, divise per settore artistico. Elaborazione personale basata su informazioni tratte da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics

Si può osservare che durante il 2016, nel Regno Unito i settori artistici dell'arte moderna, contemporanea e *post-war* rappresentavano una quota complessiva del 75% del valore delle vendite all'asta totale. Tuttavia, considerando anche i dati delle gallerie d'arte e degli altri rivenditori privati del Regno Unito, questi settori rappresentavano una percentuale di poco superiore alla metà del valore totale di mercato<sup>149</sup>.

Sebbene il settore *post-war & contemporary* rappresenti la porzione più consistente del mercato artistico del Regno Unito (con una quota del 45%), le vendite in questo settore sono diminuite in modo significativo nel 2016, in seguito a una precedente crescita dal 2013 al 2015, fino ad arrivare a \$ 976 milioni (il 32% in meno rispetto ai due anni precedenti, si veda la Figura 3.6).

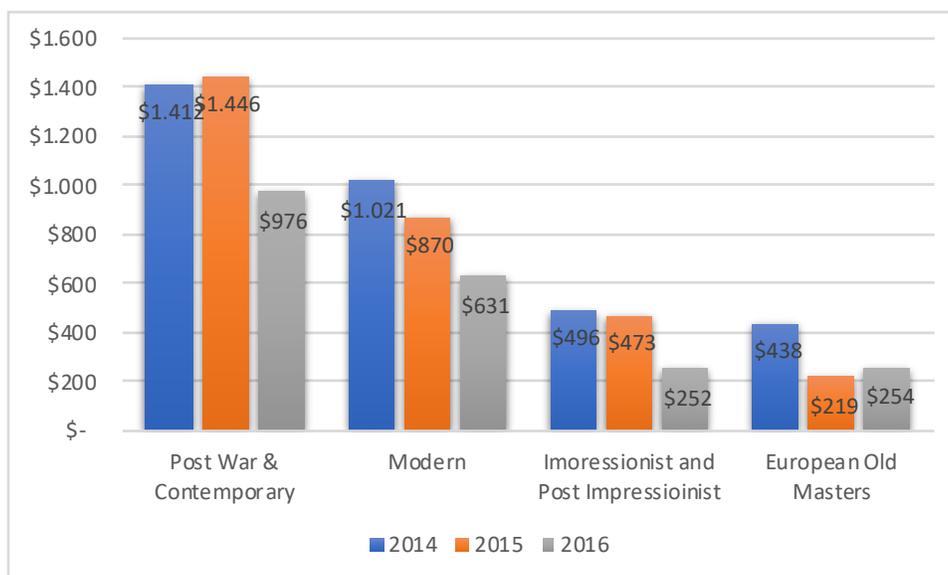


Figura 3.6: Le vendite all'asta divise per settore artistico nel triennio dal 2014 al 2016, nel Regno Unito. Elaborazione personale basata su informazioni tratte da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics

<sup>149</sup> British Art Market Federation (2017). *The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics*. Online, consultabile a: <https://tbamf.org.uk/wp-content/uploads/2014/08/The-British-Art-Market-2017.pdf>.

Questo tuttavia non è stato un fenomeno circoscritto solamente al territorio britannico; anche a livello globale, nel 2016 le vendite del settore dell'arte contemporanea erano diminuite del 18% nel 2016. Nel 2017, nel Regno Unito, le vendite di arte contemporanea erano calate del 37% rispetto al loro picco di \$ 1,6 miliardi del 2008 (British Art Market federation, 2017). Nonostante questi ribassi significativi, il Regno Unito rimane comunque il più grande mercato artistico in Europa per i settori dell'arte del dopo-guerra e dell'arte contemporanea, detenendo il 65% del totale sulle vendite europee di queste due categorie artistiche. Gli European Old Masters hanno dominato nel 2016 il settore degli Old Masters del Regno Unito, rappresentando una quota del 94% del valore delle vendite Old Master totali di quell'anno. Infatti, solo il 6% delle vendite erano rappresentate da artisti non europei (British Art Market Federation, 2017).

Il Regno Unito ha rappresentato il più grande canale europeo di vendita all' asta degli *European Old Masters* nel 2016, con una quota pari al 43% delle vendite per questa categoria (in crescita del 4% su base annua). Anche includendo i dati al di fuori delle vendite all'incanto, nel 2016 l'UK ha costituito infatti la più alta percentuale di vendite in Europa di *European Old Masters*, con il 71% del valore totale sulle vendite di *European Old Masters* e il 40% del numero totale di lotti venduti all'asta<sup>150</sup>.

### 3.1.1 Le conseguenze della Brexit sul mercato artistico del Regno Unito

Il ruolo dello stato è da sempre stato in qualche modo un'arma a doppio taglio nel mercato dell'arte<sup>151</sup>. I governi supportano il commercio artistico promuovendo attivamente l'offerta attraverso il finanziamento delle arti e favorendo le vendite private e gli investimenti attraverso incentivi economici e fiscali. Secondo McAndrew (2018), l'ente statale è in generale anche il massimo "protettore" del mercato, regolandone gli scambi al suo interno e oltre i propri confini e garantendo che il patrimonio artistico e culturale delle nazioni venga

---

<sup>150</sup> British Art Market Federation (2017). *The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics*. Online, consultabile a: <https://tbamf.org.uk/wp-content/uploads/2014/08/The-British-Art-Market-2017.pdf>.

<sup>151</sup> McAndrew, C. (2018), *Why Brexit is a Golden Opportunity for the U.K. Art Market*, Artsy, Art Market. Disponibile: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-brexit-golden-opportunity-uk-art-market>.

mantenuto intatto. Tuttavia, secondo l'autrice i regolamenti e le tasse possono aggiungere molti costi e burocrazia al mercato, causando disincentivi agli investimenti e ostacolando la trasparenza delle transazioni, nonché interferendo in importanti scambi interculturali e nella produzione di opere d'arte. Questi effetti negativi non sono equamente distribuiti tra i paesi, il che ha avuto importanti conseguenze distributive, vedendo le vendite concentrate negli stati del mondo che hanno i regimi più liberali (McAndrew, 2018).

Nel caso dell'arte, sia gli acquirenti che i venditori possono usufruire delle migliori condizioni di vendita scegliendo di accedere ai mercati più convenienti, soprattutto quando i valori delle opere sono molto elevati<sup>152</sup>. Questo è un altro motivo per cui le vendite globali gravitano intorno a pochi hub di mercato come gli Stati Uniti e il Regno Unito, che dispongono entrambi del modello anglosassone di regolamentazione, burocraticamente molto flessibile e con forti diritti di proprietà privata. Come precedentemente descritto, gli Stati Uniti detengono il primato delle vendite nel mercato dell'arte attuale rappresentando il 42% del valore delle vendite globali nel 2017, in gran parte grazie alla sua struttura normativa che favorisce l'acquisto e la vendita di opere d'arte (McAndrew, 2018). Allo stesso tempo, l'ascesa dell'Asia negli ultimi dieci anni è stata accompagnata da un calo della quota di mercato artistico in Europa: nel 2003 l'UE vantava infatti una quota del 53% delle vendite; ora ne detiene solo il 33%<sup>153</sup>.

Un fattore primario che ha contribuito al declino del mercato artistico in Europa è la percezione che la sua struttura normativa la renda un territorio particolarmente costoso e complesso in cui effettuare transazioni<sup>154</sup>. Secondo McAndrew (2018), il motivo principale per cui l'Europa mantiene ancora un terzo del valore del mercato artistico globale è il fatto che può ancora contare sulla forza del Regno Unito, senza il quale le vendite scenderebbero al solo 13%.

La ricchezza economica e la presenza di una normativa favorevole (sostenuto da una solida infrastruttura culturale di competenze e istituzioni) sono due caratteristiche chiave dei luoghi in cui avvengono le vendite d'arte. Questi due fattori determinanti sono infatti uno dei motivi per cui gli Stati Uniti, con la loro elevata concentrazione di individui con un patrimonio

---

<sup>152</sup> McAndrew, C. (2018), *Why Brexit is a Golden Opportunity for the U.K. Art Market*, Artsy, Art Market. Disponibile: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-brexit-golden-opportunity-uk-art-market>.

<sup>153</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

<sup>154</sup> Joyeux-Prunel, B. (2017). *Circulation and the Art Market*. *Journal for Art Market Studies*, Forum Kunstmarkt Cologne, <hal-01707369>.

netto elevato e un sistema fiscale che protegge gli acquirenti e supporta i venditori, sono diventati una potenza sia nel commercio interno che in quello estero. Quest'ultimo, in particolare, è facilitato da un regime commerciale liberale per l'arte<sup>155</sup>. Allo stesso modo, anche il predominio del Regno Unito in Europa è dipeso largamente dai suoi regolamenti normativi e fiscali favorevoli che gli hanno permesso di competere con le altre potenze globali. Il successo del mercato britannico è, quindi, altamente vulnerabile ai cambiamenti delle leggi che lo regolano all'interno di un mercato sempre più competitivo. Secondo McAndrew (2018), la Brexit potrebbe fornire alle istituzioni politiche del Regno Unito un'ottima occasione per una revisione normativa capace di farla uscire dal rigido schema di regolamentazione dell'UE, per stabilire così il proprio regime giuridico per il commercio dell'arte. La Brexit consentirà infatti al Regno Unito di proporre una modifica o cancellazione di numerose direttive UE relative al mercato dell'arte, in particolare quelle incentrate su importazioni ed esportazioni, nonché sui diritti di rivendita degli artisti (McAndrew, 2018). In seguito alla Brexit, il Regno Unito potrebbe infatti rafforzare la propria posizione competitiva abbassando l'aliquota o eliminando del tutto l'IVA sulle importazioni (quest'ultima mossa riporterebbe il Regno Unito alla posizione in cui si trovava prima del 1995, quando fu costretto a rispettare la direttiva IVA dell'UE)<sup>156</sup>. Secondo l'autrice, per il Regno Unito l'uscita dall'UE rappresenta una buona opportunità per condurre un'analisi costi-benefici completa delle direttive attualmente vigenti nel territorio britannico; per poi intraprendere in base ai risultati un'azione decisiva sulla normativa del paese. Infatti, mentre l'UE (in particolare la Francia) si è sempre concentrata su una regolamentazione statale accentrata, di comando e controllo, il successo sia del Regno Unito che degli Stati Uniti nel commercio mondiale dell'arte insegna che si può imparare molto dal modello anglosassone, basato su un quadro di leggi che tutelano gli interessi degli attori del mercato e consentono ai paesi liberali di competere<sup>157</sup>.

---

<sup>155</sup> Vadi, V., Schneider, H. (2014). *Art, Cultural Heritage and the Market: Ethical and Legal Issues*. 10.1007/978-3-642-45094-5.

<sup>156</sup> Bialynicka-Birula, J. (2018), *Changes in the global art market*. *Oeconomia Copernicana*, 9, pp. 695-714.

<sup>157</sup> McAndrew, C. (2018), *Why Brexit is a Golden Opportunity for the U.K. Art Market*, *Artsy, Art Market*. Disponibile: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-brexit-golden-opportunity-uk-art-market>.

### 3.2 Le gallerie d'arte contemporanea con sede nel Regno Unito che hanno esposto ad Art Basel 2017

In questo paragrafo si sono volute analizzare sotto vari aspetti le gallerie d'arte che hanno partecipato alle tre fiere di Art Basel nel 2017 con lo scopo di esaminare lo scenario generale entro cui la nostra ricerca empirica si muove.

In primo luogo, in questo paragrafo abbiamo deciso di approfondire l'anno di fondazione e la dislocazione delle gallerie per poi trattare, in secondo luogo, le varie edizioni della fiera a cui queste hanno partecipato ed il numero di artisti che vi hanno portato. Questa prima analisi riguardante le gallerie che hanno partecipato alla fiera sarà successivamente approfondita nel Capitolo Quarto, nel quale verranno analizzati gli artisti rappresentati dalle gallerie con sede nel Regno Unito con riferimento anche ai loro dati di mercato.

Si è già descritto nel secondo capitolo (cfr.cap.2, par.2.2.4), come la partecipazione ad Art Basel Fair sia subordinata ad una precedente selezione da parte di una commissione giudicatrice. Questa ha l'onere di valutare la galleria d'arte che si candida alla fiera, le sue proposte e i suoi progetti artistici. Nella Tabella 3.1 sono elencate le gallerie d'arte con sede nel Regno Unito che sono risultate idonee all'esposizione alla 48esima edizione di Art Basel, il loro anno di fondazione e le città in cui sono situati i loro spazi espositivi. L'elenco si riferisce sia all'esposizione svizzera di Basilea che alle edizioni di Miami Beach e Hong Kong dello stesso anno<sup>158</sup>.

---

<sup>158</sup> [www.artbasel.com](http://www.artbasel.com)

Galleria	Anno di fondazione	Sedi espositive
Alison Jacques Gallery	2004	London
Annely Juda Fine Art	1968	London
Bernard Jacobson Gallery	1969	London
Cabinet	1991	London
Campoli Presti	2011	London, Paris
Frith Street Gallery	1989	London
greengrassi	1997	London
Herald St	2005	London
Lisson Gallery	1967	London, New York
Marlborough Fine Art	1952	London, New York, Barcelona, Madrid
Maureen Paley	1984	London
Pilar Corrias	2008	London
Richard Nagy Ltd.	2010	London
Rodeo	2007	London
Sadie Coles HQ	1997	London
Simon Lee Gallery	2002	London, Hong Kong
Skarstedt	1994	London, New York
Stephen Friedman Gallery	1995	London
Stuart Shave/Modern Art	1998	London
The Approach	1997	London
The Mayor Gallery	1925	London
The Modern Institute	1997	Glasgow
Thomas Dane Gallery	2004	London, Napoli
Victoria Miro	1985	London, Venezia
Waddington Custot	2011	London
White Cube	1993	London, Hong Kong

*Tabella 3.1: Le gallerie d'arte con sede nel Regno Unito che hanno esposto ad Art Basel 2017, il loro anno di fondazione e la città in cui sono situate le loro sedi espositive.*

Secondo quanto riportato dalla conferenza stampa della fiera del 2017, tutte le gallerie d'arte che hanno esposto nei diversi settori di Art Basel hanno espresso il loro entusiasmo per l'edizione di quell'anno. La 48esima edizione di Art Basel ha infatti potuto vantare un'altissima partecipazione di rivenditori e un'accurata preparazione da parte dei collezionisti, portando le vendite di alcune gallerie a livelli altissimi sin dal primo giorno di apertura (Sussman, 2017). Molti dei maggiori collezionisti provenivano dalle principali potenze economiche del mondo come gli Stati Uniti, l'Europa occidentale e la Cina<sup>159</sup>. Durante l'evento, molti rivenditori si sono espressi a favore di esso in termini come "best ever" e "record" per descrivere i rendimenti dei primi giorni; David Zwirner (David Zwirner Gallery, New York-London-Hong Kong) ha dichiarato che l'edizione del 2017 è stata per loro la migliore di sempre in termini di mercato e di network<sup>160</sup>. Un' enorme quantità di opere è stata infatti venduta a cifre a sei zeri, un livello di attività che non si registrava dal 2014

<sup>159</sup> Sussman, A.L. (2017), *What Sold at Art Basel in Basel*, in Artsy, Art Market. Disponibile a: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-sold-art-basel-basel>

<sup>160</sup> PRESS RELEASE BASEL | JUNE 18 | 2017, Press Release of Art Basel 2017, Basel, 18-06-2017.

(Sussman, 2017); e l'entusiasmo si è esteso ad una vasta gamma di gallerie diverse, comprese le gallerie più piccole, in particolare quelle della sezione *Statements* dedicata alle presentazioni personali di artisti emergenti. «Abbiamo concretizzato vendite importanti ogni giorno, molte delle quali verso nuovi collezionisti. Credo che potremmo costruire gran parte della nostra attività dell'anno prossimo solo sui contatti e gli accordi stabiliti in questa fiera».

*-Alison Jacques, Titolare, Alison Jacques Gallery (Londra).*

Come si osserva in Tabella 3.1, il 72% delle gallerie UK che hanno esposto ad Art Basel nel 2017 aveva un'unica sede nel Regno Unito, la quale si trovava nella quasi totalità dei casi a Londra (ad esclusione della galleria "The Modern Institute", con sede a Glasgow). Le gallerie che presentavano due sedi erano invece dislocate a Londra e Hong Kong; Londra e Napoli; Londra e Parigi; Londra e Venezia e Londra e New York. L'unico caso di una galleria con più di due sedi era rappresentato invece dalla galleria "Marlborough Fine Art", con sedi a Londra, Barcellona, Madrid e New York.

La Tabella 3.2 riporta le gallerie con sede nel Regno Unito e le varie edizioni della fiera di Art Basel alla quale hanno partecipato nel 2017.

Galleria	Fiera di Art Basel	N. totale di fiere
Alison Jacques Gallery	Basilea, Miami	2
Annely Juda Fine Art	Basilea, Miami, Hong Kong	3
Bernard Jacobson Gallery	Basilea, Hong Kong	2
Cabinet	Basilea	1
Campoli Presti	Basilea, Miami	2
Frith Street Gallery	Basilea	1
greengrassi	Basilea	1
Herald St	Basilea, Hong Kong	2
Lisson Gallery	Basilea, Miami, Hong Kong	3
Marlborough Fine Art	Basilea, Hong Kong	2
Maureen Paley	Basilea	1
Pilar Corrias	Basilea, Miami, Hong Kong	3
Richard Nagy Ltd.	Basilea	1
Rodeo	Basilea	1
Sadie Coles HQ	Basilea, Miami, Hong Kong	3
Simon Lee Gallery	Basilea, Miami, Hong Kong	3
Skarstedt	Miami	1
Stephen Friedman Gallery	Basilea	1
Stuart Shave/Modern Art	Basilea, Miami, Hong Kong	3
The Approach	Basilea	1
The Mayor Gallery	Basilea	1
The Modern Institute	Basilea, Miami	2
Thomas Dane Gallery	Basilea	1
Victoria Miro	Basilea, Miami, Hong Kong	3
Waddington Custot	Basilea, Miami, Hong Kong	3
White Cube	Basilea, Miami, Hong Kong	3

*Tabella 3.2: Le gallerie con sede nel Regno Unito, le edizioni della fiera di Art Basel a cui hanno partecipato e il numero totale di fiere alle quali hanno partecipato nel 2017.*

Dalla tabella 3.2 si può osservare che, su 26 gallerie totali partecipanti alle tre fiere di Art Basel, in 25 hanno partecipato all'edizione di Basilea di quell'anno (alcune hanno partecipato anche alle edizioni di Miami e Hong Kong di quello stesso anno, tuttavia è opportuno sottolineare come la quasi totalità delle gallerie che abbiamo analizzato fosse comunque presente alla fiera di Basilea, ad eccezione unicamente della galleria "Skarstedt", che era presente alla sola fiera di Miami).

Il 97% delle gallerie con sede nel Regno Unito che ha partecipato alla fiera di Art Basel nel 2017 era presente, pertanto, all'edizione di Basilea. Di queste gallerie, 3 hanno deciso di partecipare anche all'edizione di Miami di quello stesso anno, mentre altre 3 hanno preferito invece partecipare all'edizione di Hong Kong in seguito ad aver partecipato alla fiera di Basilea. Le gallerie che hanno partecipato a tutte e tre le edizioni di Art Basel nel 2017 sono state invece 9 (si veda la Tabella 3.2.1), che è un numero piuttosto consistente se

consideriamo gli alti costi di partecipazione alla fiera di cui abbiamo parlato al Capitolo Secondo (cfr.par. 2.7).

In Tabella 3.2.1 è riportato il numero di gallerie che hanno esposto unicamente alle fiere di Basilea o Miami; il numero di gallerie che hanno esposto, nello stesso anno, sia a Basilea che a Miami e quelle che hanno esposto sia all'evento di Basilea che quello di Hong Kong.

Edizione	Numero di gallerie
Solo Basilea	10
Solo Miami	1
Basilea e Miami	3
Basilea e Hong Kong	3
Miami e Hong Kong	0
Basilea, Miami e Hong Kong	9

*Tabella 3.2.1: Il numero totale di gallerie che hanno esposto alle varie edizioni della fiera di Art Basel nel 2017*

Come si può osservare in Tabella 3.2.1, il 39% del totale delle gallerie con sede nel Regno Unito che erano presenti alla fiera di Art Basel 2017 avevano partecipato alla sola edizione di Basilea. Il 35% aveva invece partecipato sia all'edizione di Basilea che di Miami e di Hong Kong in quello stesso anno. Un'unica galleria aveva esposto alla sola fiera di Miami, mentre l'11% aveva partecipato sia alla fiera di Basilea che a quella di Miami (e sempre l'11% aveva partecipato alle fiere di Basilea e Hong Kong). Ciò che emerge da questa prima analisi è la grande rilevanza che era stata data alla fiera di Basilea, alla quale il 97% delle gallerie d'arte che avevano partecipato ad Art Basel nel 2017 aveva esposto.

Le tabelle 3.3-3.5 riportano il numero di artisti rappresentati per ogni fiera di Art Basel (Basilea, Miami Beach, Hong Kong) da ogni galleria d'arte con sede nel Regno Unito che vi ha partecipato durante il 2017.

Galleria	N. artisti rappresentati a Basilea
Alison Jacques Gallery	12
Annely Juda Fine Art	17
Bernard Jacobson Gallery	3
Cabinet	1
Campoli Presti	6
Frith Street Gallery	11
greengrassi	7
Herald St	10
Lisson Gallery	10
Marlborough Fine Art	6
Maureen Paley	8
Pilar Corrias	6
Richard Nagy Ltd.	4
Rodeo	5
Sadie Coles HQ	14
Simon Lee Gallery	7
Stephen Friedman Gallery	6
Stuart Shave/Modern Art	4
The Approach	8
The Mayor Gallery	9
The Modern Institute	13
Thomas Dane Gallery	4
Victoria Miro	3
Waddington Custot	5
White Cube	4

*Tabella 3.3: Il numero di artisti rappresentati a Basilea dalle gallerie d'arte con sede nel regno Unito, durante la fiera di Art Basel del 2017*

Galleria	N. artisti rappresentati a Miami
Alison Jacques Gallery	11
Annely Juda Fine Art	13
Campoli Presti	8
Lisson Gallery	9
Pilar Corrias	3
Sadie Coles HQ	7
Simon Lee Gallery	10
Skarstedt	1
Stephen Friedman Gallery	16
Stuart Shave/Modern Art	8
The Modern Institute	12
Victoria Miro	1
Waddington Custot	7
White Cube	6

*Tabella 3.4: Il numero di artisti rappresentati a Miami dalle gallerie d'arte con sede nel regno Unito, durante la fiera di Art Basel del 2017*

Galleria	N. artisti rappresentati ad Hong Kong
Annely Juda Fine Art	8
Bernard Jacobson Gallery	5
Herald St	1
Lisson Gallery	7
Marlborough Fine Art	2
Pilar Corrias	5
Sadie Coles HQ	15
Simon Lee Gallery	6
Stuart Shave/Modern Art	1
Thomas Dane Gallery	1
Victoria Miro	4
Waddington Custot	3
White Cube	4

*Tabella 3.5: Il numero di artisti rappresentati ad Hong Kong dalle gallerie d'arte con sede nel regno Unito, durante la fiera di Art Basel del 2017*

Il numero medio di artisti che è stato rappresentato ad Art Basel Fair 2017 da ogni galleria che vi ha partecipato è stato di 7.3 per l'edizione di Basilea, 7.8 per l'edizione di Miami Beach e di 4.8 artisti per l'edizione di Hong Kong. La galleria che ha rappresentato il maggior numero di artisti è stata la galleria "Annely Juda Fine Art" con 17 artisti portati alla fiera di Basilea, dopo dalla "Stephen Friedman Gallery" e dalla galleria "Sadie Coles HQ", espositrici rispettivamente di 16 artisti (a Miami) e 15 artisti (ad Hong Kong). Dal lato opposto, alcune gallerie hanno esposto invece un singolo artista, facendo dipendere le sorti della fiera unicamente da esso. Trattasi delle gallerie Cabinet, Skaersted, Victoria Miro, Herald ST, Stuart Shave/Modern Art e Thomas Dane Gallery. La media delle opere esposte per artista era di 1.37, mentre la media del numero totale dei lavori presenti all'interno degli stand era di 7.

## Capitolo IV

### Analisi empirica dei prezzi di aggiudicazione e del ranking degli artisti rappresentati dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito alla fiera di Art Basel 2017

#### 4.1 La base dei dati e le variabili prese in esame

In questo capitolo viene condotta un'analisi empirica riguardante gli artisti presenti alle tre fiere di Art Basel nel 2017 rappresentati dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito. In particolare, si sono analizzati i loro prezzi di aggiudicazione ed i loro punteggi di ranking durante il triennio 2016-2018. Prendendo in esame le tre fiere di Basilea, Miami e Hong Kong di quell'anno, vengono esaminate in tutto 26 gallerie d'arte e 278 artisti. Questi, artefici di un totale di 504 opere d'arte presenti alle tre edizioni di Basilea, Miami e Hong Kong, consistono in artisti di diversa nazionalità, sesso ed età. I caratteri anagrafici degli artisti verranno approfonditi nel paragrafo 4.2, con lo scopo di delineare lo scenario generale entro il quale la nostra ricerca sulle quotazioni ed il ranking degli stessi si colloca. Infatti, prima di analizzare i dati empirici riguardanti i valori di mercato degli artisti, abbiamo ritenuto opportuno esaminarne le caratteristiche anagrafiche in modo da poter avere una visione precisa e dettagliata di tutti gli aspetti riguardanti gli artisti e le gallerie oggetto della nostra ricerca.

Nel paragrafo 4.2 verranno analizzate le caratteristiche di sesso, nazionalità ed età degli artisti rappresentati dalle gallerie alle tre fiere di Basilea, Miami e Hong Kong.

Successivamente, nel paragrafo 4.3, verrà approfondita la reputazione degli artisti e il loro riconoscimento all'interno dello scenario artistico globale, con lo scopo di indagare l'esistenza di una strategia nella scelta degli artisti da rappresentare alle diverse edizioni di Art Basel da parte delle gallerie con sede nel Regno Unito, e di rilevare un cambiamento nel ranking degli artisti in seguito all'esposizione alla fiera. Per fare ciò verranno esaminati i punteggi a loro assegnati dalla piattaforma di ArtFacts.net nel triennio 2016-2018. Questo punteggio, come spiegheremo al paragrafo 4.3, è utile alla collocazione degli artisti all'interno di una classifica di ranking che ne permette il confronto tra di loro in una scala d'importanza nel mercato artistico globale.

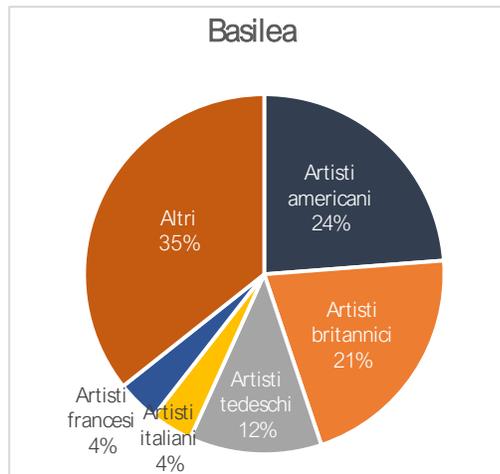
Nel paragrafo 4.4 analizzeremo invece nel dettaglio le quotazioni all'asta degli artisti presenti alla sola fiera di Basilea studiandone il numero ed i prezzi di aggiudicazione all'incanto prendendo a riferimento, anche in questo caso, i dati riguardanti il triennio 2016-2018. Lo scopo è quello di rilevare, anche in questo caso, un criterio di scelta su cui le gallerie si erano basate nella selezione degli artisti da esporre alla fiera, oltre che il cambiamento delle quotazioni all'asta di questi in seguito all'esposizione ad Art Basel. I risultati delle aggiudicazioni all'asta sono stati scaricati dal database online di Artprice.com, il quale dispone di più di 30 milioni di risultati d'asta internazionali.

## 4.2 Analisi dei dati anagrafici

Al fine di analizzare il contesto entro il quale il nostro studio delle quotazioni e del ranking degli artisti si colloca, abbiamo ritenuto opportuno approfondire prima i caratteri di nazionalità, genere ed età degli artisti rappresentati alle tre fiere di Art Basel nel 2017 dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito. Lo studio è stato condotto facendo riferimento ai dati ufficiali presenti sul sito di artbasel.com, dal quale si sono filtrate le informazioni sugli artisti che avevano partecipato nel 2017 alle edizioni di Basilea, Miami ed Hong Kong.

### 4.2.1 La nazionalità degli artisti rappresentati ad Art Basel Fair 2017 dalle gallerie con sede nel Regno Unito

Per la fiera di Basilea (Figura 4.1), la maggioranza degli artisti che vi hanno esposto era di nazionalità statunitense (44 artisti su un totale di 185, per una percentuale del 24%), seguiti in seconda posizione dagli artisti britannici (39 su 185, per una percentuale del 21% sul totale). Seguivano gli artisti di nazionalità tedesca (22 artisti provenienti dalla Germania, per una percentuale del 12% sul totale) e quelli di nazionalità italiana e francese (entrambi che coprivano una percentuale del 4%). Il restante 35% includeva artisti provenienti da 30 nazionalità diverse. E' interessante notare che il 65% del totale degli artisti proveniva da soli 5 paesi su 35, e di questo 65% il 57% proveniva dalle nazioni di America, Regno Unito e Germania. Trattasi infatti di un numero considerevole di artisti provenienti da un numero molto ristretto di nazioni.



*Figura 4.1: Distribuzione della nazionalità degli artisti durante l'edizione di Basilea di Art Basel Fair 2017*

Anche durante la fiera di Miami (Figura 4.2) la maggioranza degli artisti partecipanti era di nazionalità statunitense (37% su un totale di 113 artisti) seguiti anche in questo caso dagli artisti britannici (18%) e dagli artisti di nazionalità tedesca (11%). Il restante 34% era composto dagli artisti di altre 21 nazionalità diverse. Si noti come la prevalenza di artisti di nazionalità americana, britannica e tedesca prevalga anche in questo caso e come la percentuale del totale degli artisti di queste tre nazionalità (64%) si avvicini molto al risultato precedente riguardante la fiera di Basilea, dove queste tre nazionalità raggiungevano un 65% sul totale. Durante la fiera di Miami tuttavia si è potuta osservare una percentuale più alta di artisti di nazionalità americana rispetto alla fiera di Basilea (in totale il 37% a Miami rispetto al 24% a Basilea), mentre gli altri due valori percentuali di artisti britannici e tedeschi si avvicinavano molto a quelli dell'edizione svizzera. Ciò potrebbe essere dovuto alla presenza di un *home bias* che indurrebbe le gallerie d'arte a portare in fiera il maggior numero di artisti

possibile provenienti dalla nazione in cui si tiene la fiera<sup>161</sup>. Come vedremo nello studio di McAndrew (2018) riportato in conclusione di questo paragrafo, la prevalenza di artisti americani è comune nella maggior parte delle fiere internazionali, tuttavia abbiamo voluto enfatizzare come a Miami la percentuale di artisti provenienti dagli USA sia maggiore rispetto a quella presente alle altre due edizioni.

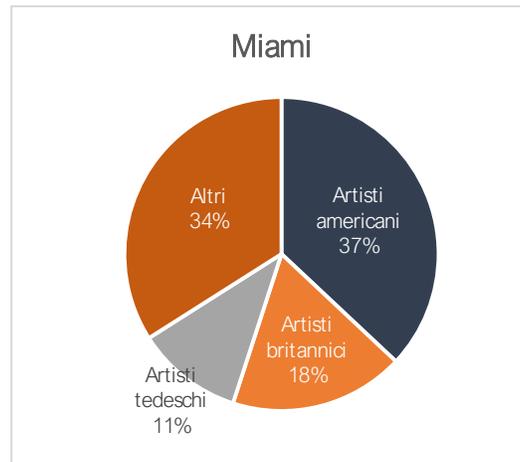


Figura 4.2: Distribuzione della nazionalità degli artisti durante l'edizione di Miami Beach di Art Basel Fair 2017

Anche durante la fiera di Hong Kong (Figura 4.3) primeggiavano gli artisti provenienti dagli Stati Uniti (il 35% del totale), seguiti ancora una volta dagli artisti di nazionalità britannica (26%). Tuttavia, in terza posizione si classificavano in questo caso gli artisti di nazionalità asiatica (8% sul totale), mentre gli artisti di nazionalità tedesca rappresentavano a questa edizione solo un 5% del totale. Il restante 26% era costituito da artisti provenienti da 13 nazionalità diverse. Anche in questo caso possiamo ipotizzare la presenza di un *home bias*; infatti il numero di artisti asiatici presenti durante la fiera di Hong Kong era molto maggiore rispetto a quella delle altre due fiere di Basilea e Miami. Nonostante ciò, è interessante notare come anche in questo caso gli artisti americani e britannici fossero i più numerosi e come anche in questo caso un'alta percentuale di artisti (74%) provenisse da soli 4 paesi su 18 totali. Nonostante a primeggiare fossero gli artisti statunitensi, predominanti a tutte e tre le edizioni della fiera di Art Basel 2017, dalla nostra ricerca è emersa anche un'alta percentuale di artisti britannici, che ha evidenziato una loro promozione internazionale nettamente privilegiata rispetto a quella delle altre nazioni presenti alla fiera. Per mezzo dell'esposizione

<sup>161</sup> Karolyi, G. (2016). *Home bias, an academic puzzle*. 20. 2049-2078. 10.1093/rof/rfw007.

alle tre fiere di Basilea, Hong Kong e Miami Beach, le gallerie del Regno Unito (che come osservato nel Capitolo Terzo rappresenta la seconda maggiore potenza del mercato artistico attuale) hanno assicurato ai loro artisti una buona rappresentazione internazionale. Si potrebbe ipotizzare pertanto che l'*home bias* che abbiamo osservato alle due fiere di Miami e Hong Kong (che vedeva la preferenza di artisti provenienti dalla nazione in cui si teneva la fiera) si possa estendere anche alla preferenza da parte delle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito verso artisti loro connazionali.

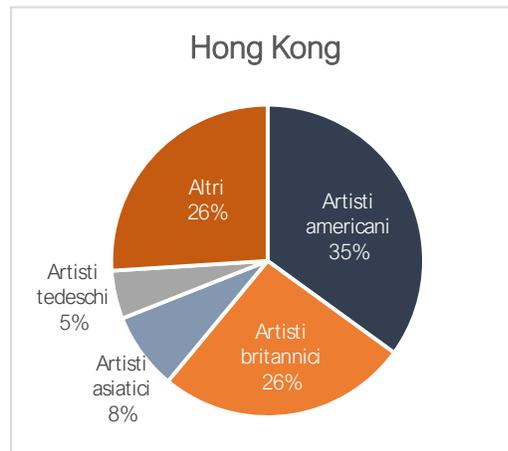


Figura 4.3: Distribuzione della nazionalità degli artisti durante l'edizione di Hong Kong Beach di Art Basel Fair 2017

L'alta percentuale di artisti britannici rappresentati alle tre fiere dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito che è emersa dalla nostra ricerca è interessante se comparata ai risultati ottenuti da McAndrew (2018). L'autrice ha operato un'analisi di alcune delle fiere globali più riconosciute al mondo consultabile nel report di UBS e Art Basel, dove viene analizzato un campione di 68 grandi fiere internazionali tenutesi nel corso del 2017<sup>162</sup>. Nel complesso, dallo studio è emerso che la nazionalità degli artisti presenti alle fiere era abbastanza varia con una dominanza degli artisti di nazionalità statunitense, la cui quota totale su tutti gli artisti esposti raggiungeva una percentuale del 25%. Gli artisti provenienti da Germania, Regno Unito, Francia, Italia e Spagna rappresentavano invece un totale del 24%, di cui solo il 6% erano artisti di nazionalità britannica (McAndrew, 2018). Questi risultati, spiega McAndrew (2018), erano molto influenzati dal luogo in cui si tenevano le fiere, con una tendenza verso la rappresentazione di artisti provenienti dallo stato in cui si teneva la fiera.

<sup>162</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

Infatti, spiega McAndrew (2018), il campione in esame ha evidenziato nel complesso una notevole diversità nella nazionalità degli artisti esposti, mettendo tuttavia luce una generale tendenza verso la scelta di artisti provenienti dalla nazione in cui si teneva la fiera d'arte (Figura 4.4).

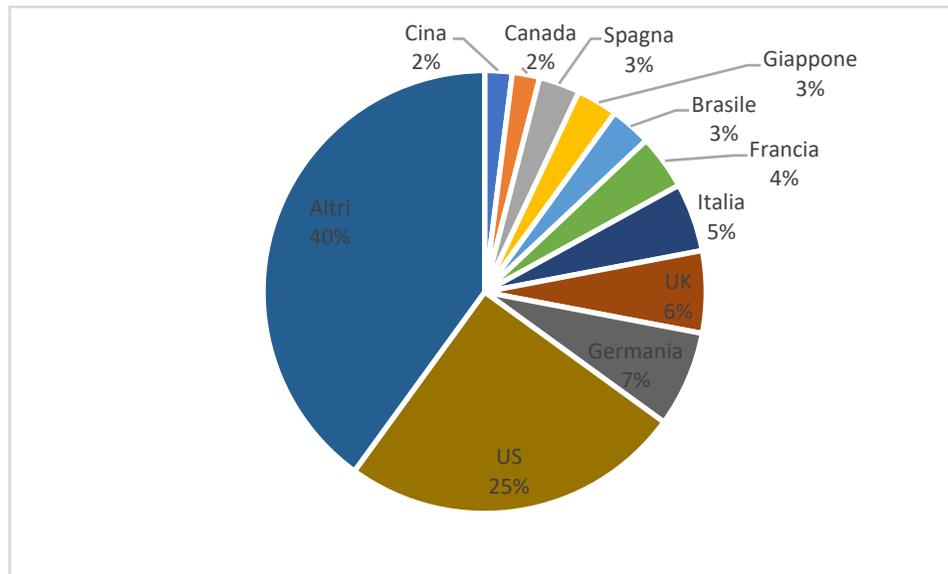
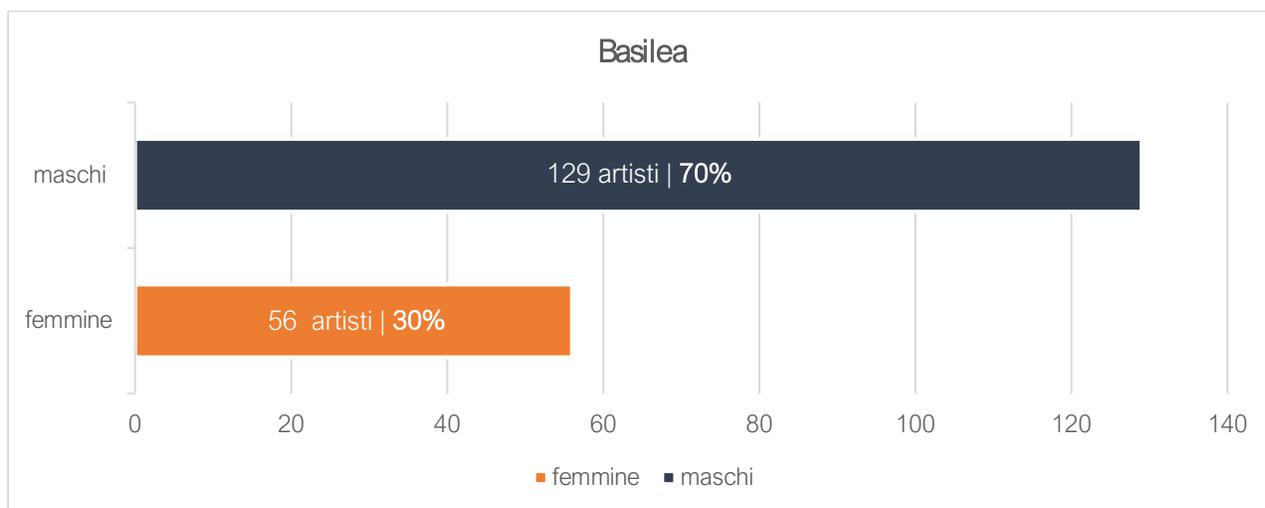


Figura 4.4: Distribuzione geografica degli artisti che hanno partecipato alle 68 fiere d'arte internazionali prese a campione da McAndrew. Elaborazione personale su dati tratti da: McAndrew, C. (2018), The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report, Gremper AG.

#### 4.2.2. La concentrazione di artisti di sesso maschile e femminile rappresentati ad Art Basel Fair 2017 dalle gallerie con sede nel Regno Unito

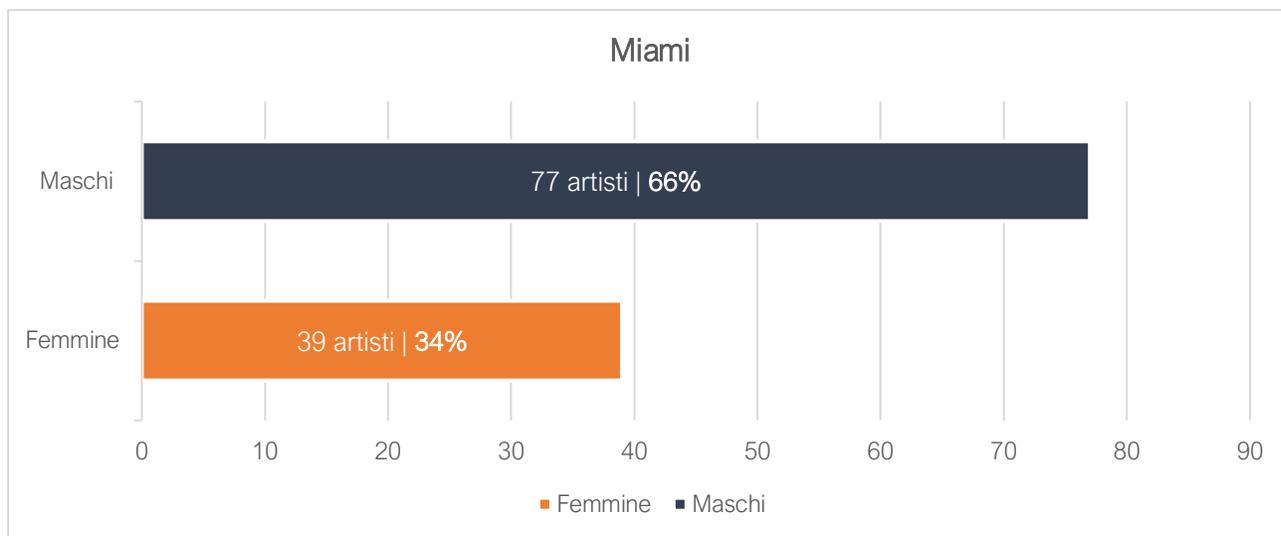
In questo paragrafo abbiamo deciso di analizzare la concentrazione di artisti uomini e di artisti donne presenti alle tre fiere di Art Basel 2017, con lo scopo di comparare i risultati di questa ricerca con quelli che si ripresenteranno nel paragrafo 4.3.

Durante l'edizione di Basilea della fiera di Art Basel gli artisti di sesso maschile esposti erano complessivamente 12, compresi i 3 componenti del gruppo "General Idea" (tutti uomini) e le due coppie composte da un uomo e una donna (Marina Abramović & Ulay e Nathalie Djurberg & Hans Berg). Il totale degli artisti uomini che hanno esposto alla fiera copriva una quota del 70%, contro la quota degli artisti di sesso femminile, in minoranza, 56 su 185 (Figura 4.5).



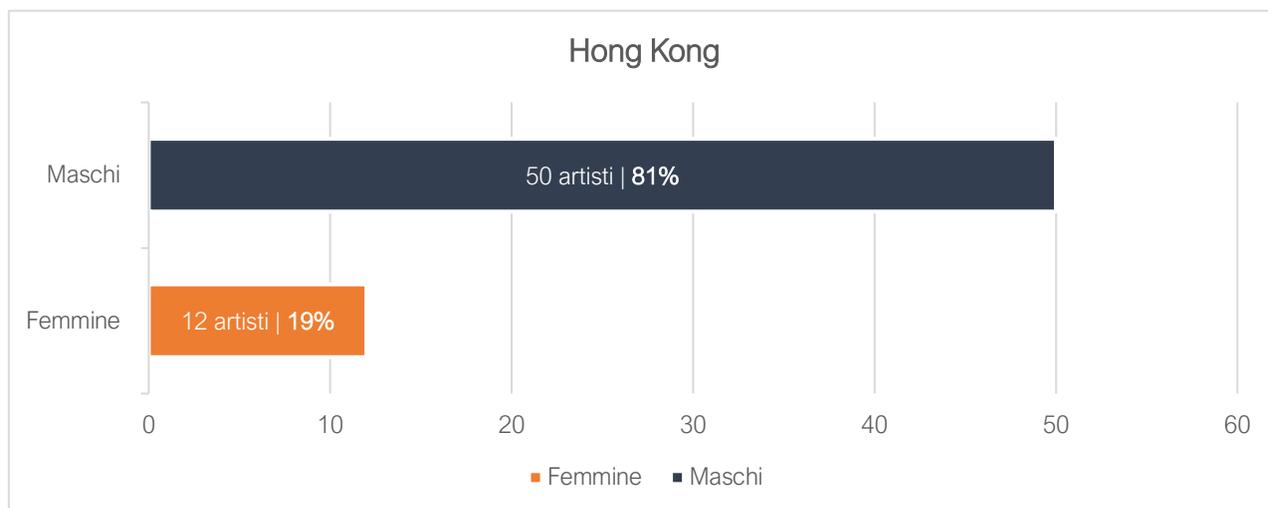
*Figura 4.5: Numero e percentuale di artisti di sesso maschile e femminile che hanno esposto all'edizione di Basilea di Art Basel Fair 2017.*

Alla fiera di Miami di quello stesso anno, gli artisti di sesso maschile esposti dalle gallerie con sede nel Regno Unito erano invece 77 (per una percentuale del 66% sul totale). Gli artisti di sesso femminile erano invece 39 e ricoprivano una quota del 34% sul totale delle opere esposte (Figura 4.6). E' interessante notare come i risultati delle fiere di Basilea e Miami siano molto simili nei valori percentuali dei due sessi a confronto. In entrambe le fiere possiamo notare infatti uno squilibrio molto simile tra gli artisti uomini e gli artisti donne rappresentati, con un netto favore nei confronti dei primi.



*Figura 4.6: Numero e percentuale di artisti di sesso maschile e femminile che hanno esposto all'edizione di Miami Beach di Art Basel Fair 2017.*

Durante la fiera di Hong Kong (si veda la Figura 4.7), gli artisti uomini che erano rappresentati dalle gallerie con sede nel Regno Unito erano 50 in totale; mentre gli artisti di sesso femminile erano 12. Ciò evidenzia una netta prevalenza maschile (81%) mettendoli in netto vantaggio numerico rispetto a quelli di sesso femminile.



*Figura 4.7: Numero e percentuale di artisti di sesso maschile e femminile che hanno esposto all'edizione di Hong Kong di Art Basel Fair 2017.*

Le tre fiere di Basilea, Miami e Hong Kong che abbiamo analizzato hanno evidenziato in tutti e tre i casi un numero inferiore di artisti donne rispetto agli artisti uomini, con uno squilibrio

particolarmente evidente durante l'edizione della fiera cinese. I risultati ottenuti sono molto simili a quelli riportati dal report di McAndrew (2018), che su un campione di 85 fiere analizzate, ha visto gli artisti uomini rappresentare il 77% del totale degli artisti rappresentati contro il 23% di artisti donne. Anche isolando un campione composto dalle tre fiere di Art Basel, FIAC, ARCO, Art Cologne e The Armory Show, McAndrew (2018) è arrivata ad un risultato molto simile (75% di artisti uomini contro 25% di artisti donna, Tabella 4.1)<sup>163</sup>. Petersen (2017) spiega che, sebbene nel 2016 e nel 2017 vi sia stata una maggiore attenzione verso gli artisti di sesso femminile, nell'ultimo decennio l'83% delle mostre personali della Lisson Gallery, il 71% delle mostre personali di Hauser & Wirth, l'88% delle mostre di Gagosian, il 76% degli spettacoli del White Cube e il 59% delle esposizioni di Victoria Miro avevano come protagonisti artisti di sesso maschile<sup>164</sup>. Questo va a confermare ciò che sostiene Gustlin (2016), secondo cui gli artisti di sesso femminile sono costantemente sottorappresentate in molti settori del mercato dell'arte, in particolare in quello di fascia più alta<sup>165</sup>.

	Campione di 85 fiere	Top 5 fiere
Artisti donne	23%	25%
Artisti uomini	77%	75%

*Tabella 4.1: La percentuale di artisti di sesso maschile e femminile su un campione di 85 fiere internazionali, con un focus sulle cinque fiere di Art Basel, FIAC, ARCO, Art Cologne e The Armory Show. Elaborazione personale basata su informazioni presenti in: McAndrew, C. (2018), The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report, Gremper AG.*

<sup>163</sup> Questo dominio maschile è stato anche confermato da Artsy nel suo campione citato da McAndrew (2018) comprendente invece 68 fiere, che ha mostrato una ripartizione di genere di circa il 74% maschile e il 26% femminile.

<sup>164</sup> Petersen, H.E. (2017), *How the art world airbrushed female artists from history*, ricerca su *The Guardian*: [www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/feb/06/how-the-art-world-airbrushed-female-artists-from-history](http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/feb/06/how-the-art-world-airbrushed-female-artists-from-history).

<sup>165</sup> Gustlin, D. (2016). *The "f" word: A content analysis of "female" artists in art history textbooks*. ProQuest LLC, Ed.D. Dissertation, Saint Mary's College of California

#### 4.2.3 L'età degli artisti che hanno esposto alle tre fiere di Art Basel nel 2017

Gli artisti presenti alle tre fiere di Art Basel nel 2017 presentavano, ad eccezione di quelli deceduti, un'età che si inseriva in una fascia compresa tra i 26 e i 91 anni per Basilea, i 27 e gli 89 anni per Miami Beach e i 31 e gli 89 anni per Hong Kong.

Considerando l'edizione di Basilea nel 2017, si può osservare che gli artisti presentavano un'età che si inseriva in una fascia compresa tra i 26 e i 91 anni. Tra questi, gli artisti di età compresa tra i 41 e i 60 anni erano la maggioranza, con una percentuale del 41% sul totale degli artisti rappresentati. Seguivano gli artisti deceduti (23%) e gli artisti con età compresa tra i 61 e 91 anni (20%). Gli artisti più giovani, con età tra i 26 e i 40 anni, erano quelli presenti in numero minore e coprivano una percentuale del 16% sul totale (Si veda la Figura 4.8).

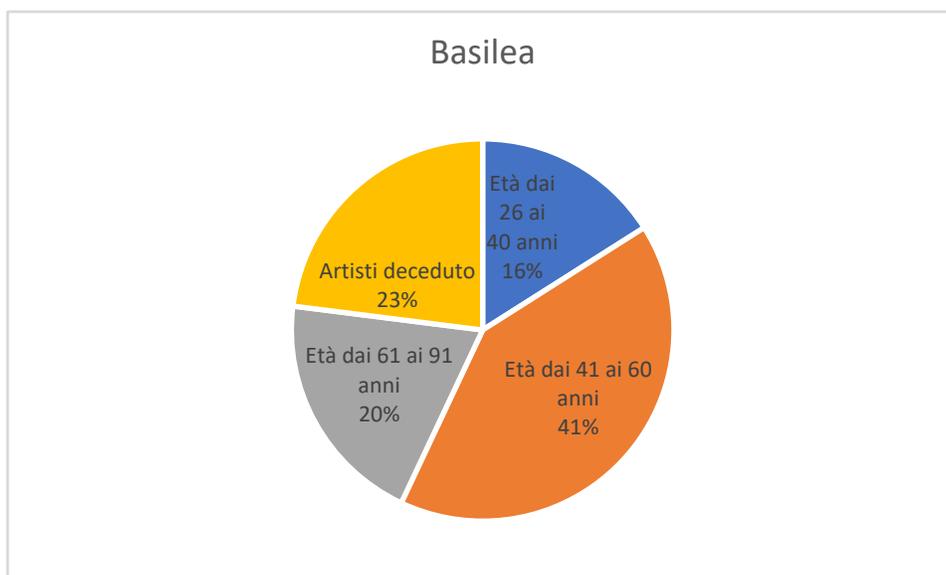
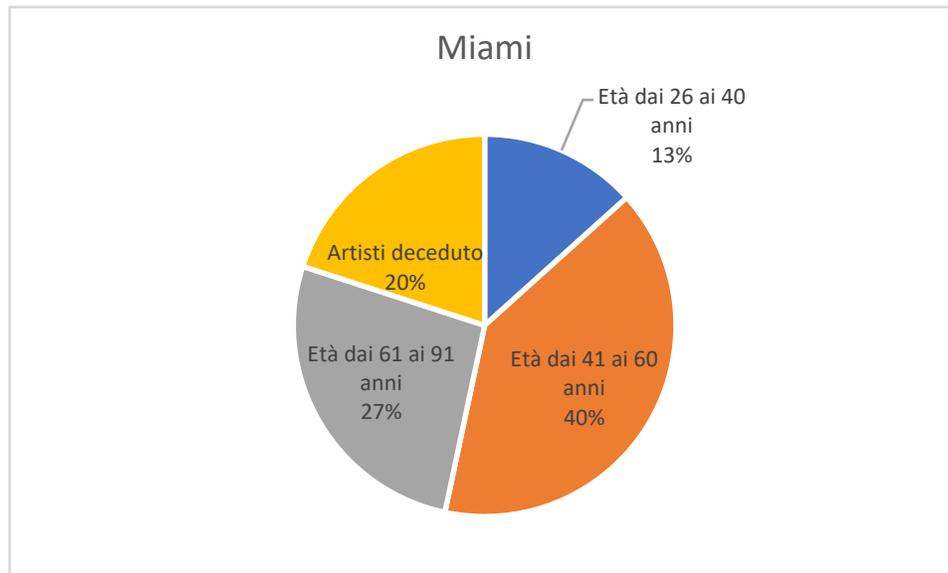


Figura 4.8: I valori in percentuale delle fasce d'età degli artisti rappresentati ad Art Basel Fair 2017, a Basilea

Anche durante l'edizione di Miami di Art Basel 2017, gli artisti di età compresa tra i 41 e 60 anni rappresentavano la maggioranza degli artisti esposti (46%), seguita anche in questo caso dagli artisti tra i 61 e 91 anni (24%) e dagli artisti deceduti (18%). Gli artisti più giovani rappresentavano a Miami una quota del 12% sul totale, un valore ancora più piccolo di quello risultato dalla precedente analisi della fiera di Basilea. E'interessante notare che i valori

percentuali delle varie fasce d'età che abbiamo isolato si assomigliano nei due casi appena analizzati, ed entrambi mettono in evidenza la netta prevalenza di artisti di età compresa tra i 41 e i 60 anni alle due fiere, oltre che la posizione di minoranza degli artisti più giovani (Figura 4.9).



*Figura 4.9: I valori in percentuale delle fasce d'età degli artisti rappresentati ad Art Basel Fair 2017, a Miami*

Per quanto riguarda l'edizione di Hong Kong, i dati che abbiamo analizzato hanno evidenziato una leggera differenza da quelli delle due fiere di Basilea e Miami. Anche in questo caso, il maggior numero di artisti che erano presenti alla fiera aveva un'età compresa tra i 41 e i 60 anni (44%) seguiti in seconda posizione dagli artisti tra i 61 e i 91 anni (27%). La differenza che abbiamo riscontrato è stata nella percentuale del numero di artisti di età compresa tra i 26 e i 40 anni (16%), più alta rispetto a quella degli artisti deceduti (nei due casi precedenti era più bassa). Nonostante ciò, anche in questo caso è evidente la netta prevalenza di artisti tra i 41 e 60 anni ed è interessante notare che in tutti e tre i casi il valore percentuale di questi artisti è piuttosto simile. Inoltre, dalla nostra indagine è emerso che in tutte e tre le edizioni delle fiere non erano presenti artisti di età inferiore ai 26 anni, e questo potrebbe essere un'ulteriore dimostrazione di ciò che abbiamo descritto al Capitolo Primo (cfr. par. 1.5.1) ovvero che la reputazione degli artisti necessita di diversi anni prima di formarsi.

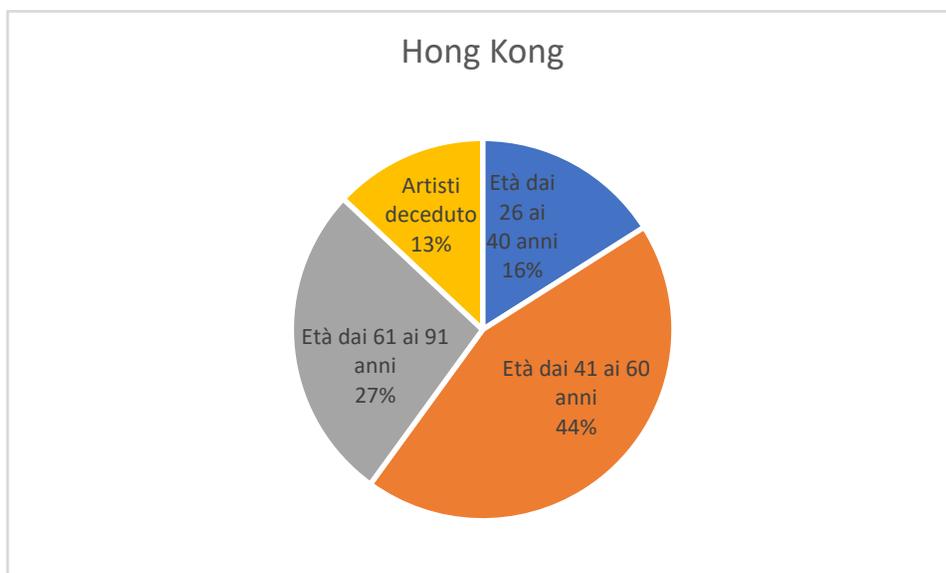


Figura 4.10: I valori in percentuale delle fasce d'età degli artisti rappresentati ad Art Basel Fair 2017, ad Hong Kong

La Figura 4.11 mostra la distribuzione degli artisti per età presenti alle 68 fiere prese a campione da McAndrew (2018), inclusi gli artisti deceduti. L'indagine ha dimostrato, come nella nostra ricerca empirica, la presenza di una percentuale molto bassa di giovani artisti: solo il 22% aveva meno di 40 anni (e solo il 4% ne aveva meno di 30)<sup>166</sup>. Quasi i tre quarti degli artisti rappresentati dalle 64 fiere internazionali prese a campione avevano un'età che superava i 40 anni, oppure erano artisti deceduti (McAndrew, 2018).

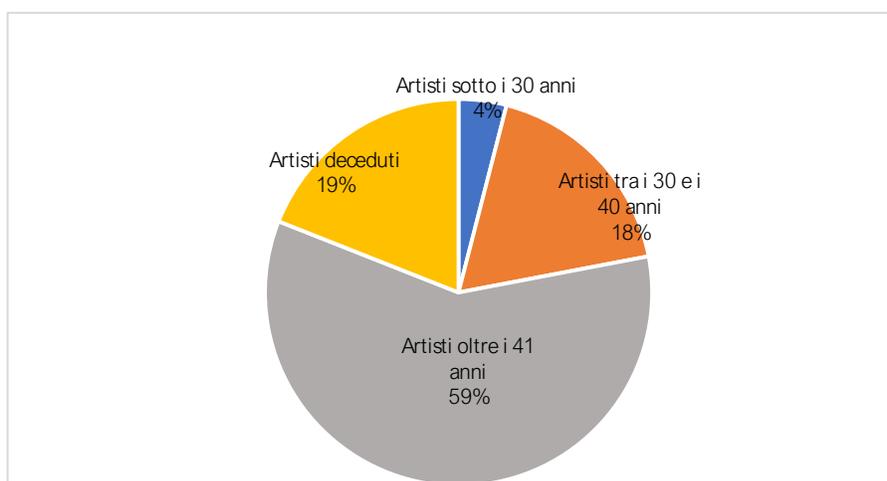


Figura 4.11: I valori in percentuale delle 'età degli artisti rappresentati alle 68 fiere d'arte internazionali nel 2017 prese a campione da McAndrew (2018). Elaborazione personale su dati tratti da: McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018*, Gremper AG.

<sup>166</sup> McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

#### 4.2.4 Età delle opere d'arte esposte ad Art Basel 2017

Si è analizzata l'età al 2017 delle opere d'arte esposte alle tre fiere di Art Basel nel 2017; si può osservare come le tre edizioni abbiano presentato delle percentuali molto simili tra loro nelle diverse fasce d'età dei lavori esposti. In tutte e tre le fiere infatti, la suddivisione tra opere d'arte di nuova creazione (da 0 ai 3 anni di vita), media creazione (da 4 ai 50 anni di età) e opere oltre i 50 anni di età è risultata particolarmente simile nei valori percentuali dei lavori esposti (Figure 4.12, 4.13 e 4.14).

Durante l'evento tenutosi a Basilea (Figura 4.12), le opere d'arte eseguite nei 3 anni precedenti la data della fiera rappresentavano il 61% del totale delle opere esposte. Il restante 39% era suddiviso tra un 27% di opere di creazione media (eseguite dai 4 ai 50 anni prima della fiera) e un 12 % di opere che avevano un periodo di vita che andava oltre i 50 anni. In ogni caso, in tutte e tre le fiere analizzate, le gallerie con sede nel Regno Unito non avevano esposto, nel complesso, opere d'arte che superavano i 100 anni di età. E' interessante osservare come, su un totale di opere presenti a Basilea che coprivano un arco temporale tra il 1917 e il 2017, una percentuale così alta di opere d'arte fosse stata eseguita solo nei tre anni precedenti alla fiera.

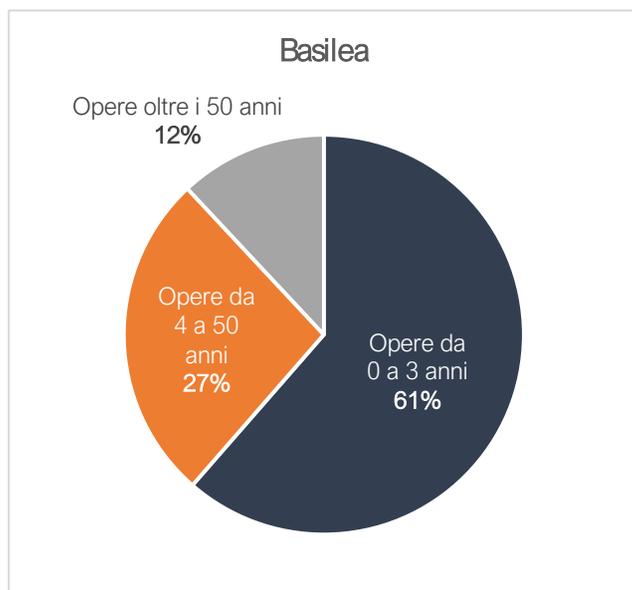
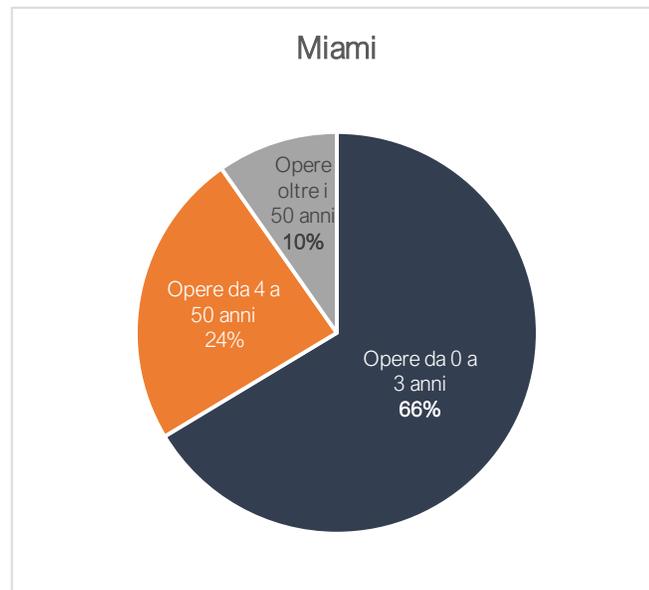


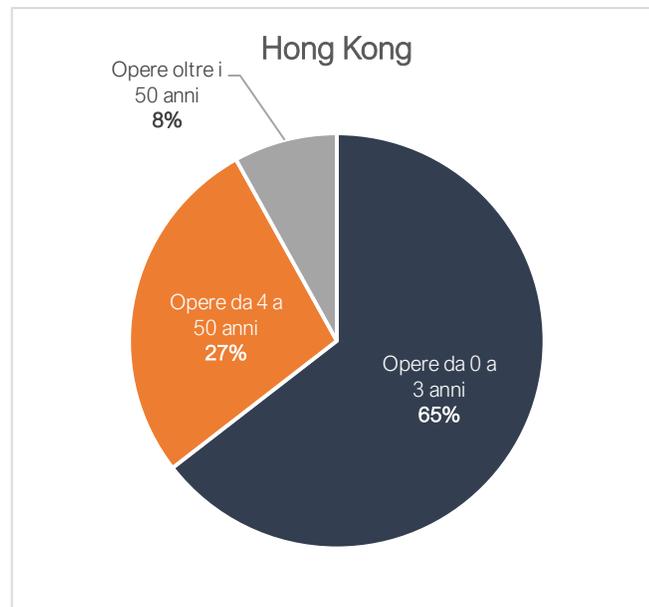
Figura 4.12: Il valore percentuale delle fasce d'età delle opere d'arte esposte alla fiera di Basilea

Durante l'edizione di Miami, la percentuale di opere d'arte eseguite nel triennio dal 2014 al 2017 era ancora più consistente, raggiungendo un valore del 66% sul totale delle opere esposte. La percentuale dei lavori svolti negli altri due intervalli di tempo che abbiamo isolato si avvicinavano invece molto ai valori di quelli della fiera di Basilea, rappresentando un 24% di opere che avevano dai 4 a 50 anni d'età e un 10% di opere che avevano più di 50 anni.



*Figura 4.13: Il valore percentuale delle fasce d'età delle opere d'arte esposte alla fiera di Miami*

Ad Hong Kong infine (Figura 4.14), le opere d'arte di esecuzione inferiore ai 3 anni precedenti alla fiera rappresentavano una quota del 65%, valore molto vicino a quello di Miami e di Basilea per la stessa categoria. Il restante 35% delle opere presenti si divideva in questo in un 27% di opere di creazione media e un 8% di opere che avevano un periodo di vita che andava oltre i 50 anni.



*Figura 4.14: Il valore percentuale delle fasce d'età delle opere d'arte esposte alla fiera di Hong Kong*

I tre casi appena analizzati hanno evidenziato come a tutte e tre le edizioni di Art Basel 2017 fossero presenti un grande numero di opere d'arte di esecuzione molto recente. Il fatto che durante la fiera fossero presenti lavori risalenti ad un intervallo compreso tra il 1917 e il 2017 e che una percentuale di circa il 60% di queste opere risalisse, in tutti e tre i casi, ad un periodo compreso nei tre anni precedenti è indice che le gallerie d'arte preferiscono in generale portare alla fiera opere molto nuove, piuttosto che opere più datate. Ciò può essere dovuto al target di riferimento della fiera che, attraendo visitatori e collezionisti attenti ai nuovi talenti e alle nuove tendenze d'avanguardia, è animata da una tendenza verso l'arte contemporanea d'avanguardia. Infatti, come abbiamo specificato nel cap. 2, par. 2.3, esiste una sezione all'interno della fiera di Art Basel che è interamente dedicata alle opere d'arte di nuova creazione degli artisti più giovani. Allo scopo di approfondire ancora più nel dettaglio la tendenza delle gallerie a portare alla fiera di Art Basel opere d'arte di nuova creazione, nel prossimo paragrafo analizzeremo le opere d'arte presenti alle tre edizioni della fiera che erano state eseguite proprio in quello stesso anno, il 2017.

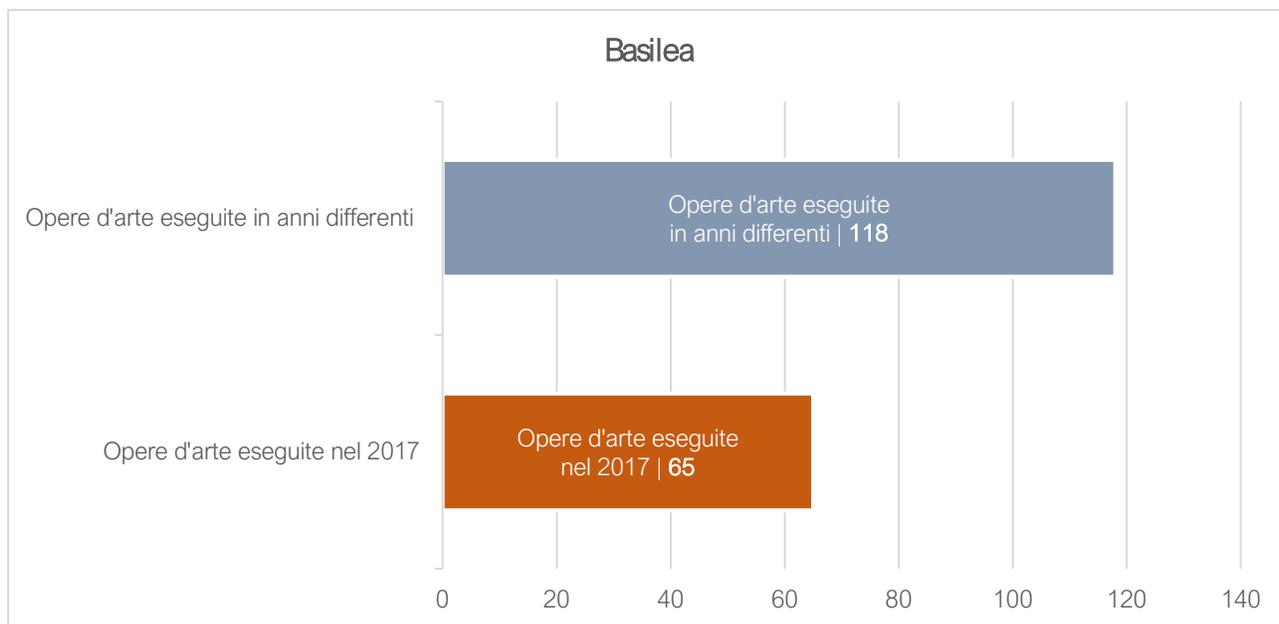
#### 4.2.5 Le opere d'arte esposte alle tre fiere di Art Basel 2017 eseguite in quello stesso anno

La propensione delle gallerie d'arte che hanno partecipato ad Art Basel nel 2017 verso opere d'arte di nuova creazione abbiamo detto poter essere legata al target dei visitatori verso cui la fiera si rivolge. Zorloni (2018) spiega che talvolta può capitare che alcune opere d'arte vengano commissionate dalle gallerie agli artisti proprio in vista di una fiera d'arte alla quale prevedono di partecipare<sup>167</sup>. Per questo motivo, abbiamo deciso di analizzare il numero di opere che erano presenti alle tre edizioni di Art Basel Fair 2017 e che erano state eseguite proprio in quell'anno.

Durante la fiera di Basilea (Figura 4.15), le opere che erano state eseguite nel 2017 erano un totale di 65 su 183, con una percentuale del 36%. Un valore particolarmente elevato, se si pensa che la fascia di età del restante 64% era compresa tra l'anno 1917 e l'anno 2017 e che quindi circa un terzo del totale delle opere d'arte presenti alla fiera di Basilea era stata eseguita durante quello stesso anno.

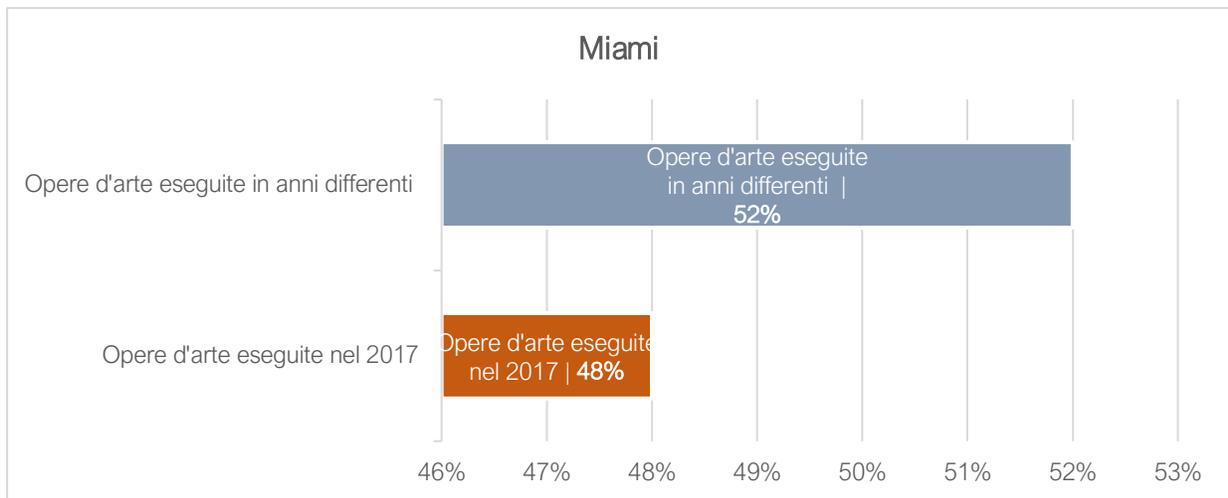
---

<sup>167</sup> Zorloni A. (2011), *L'economia dell'arte contemporanea, Mercati, strategie e star system*, Franco De Angeli, Milano.



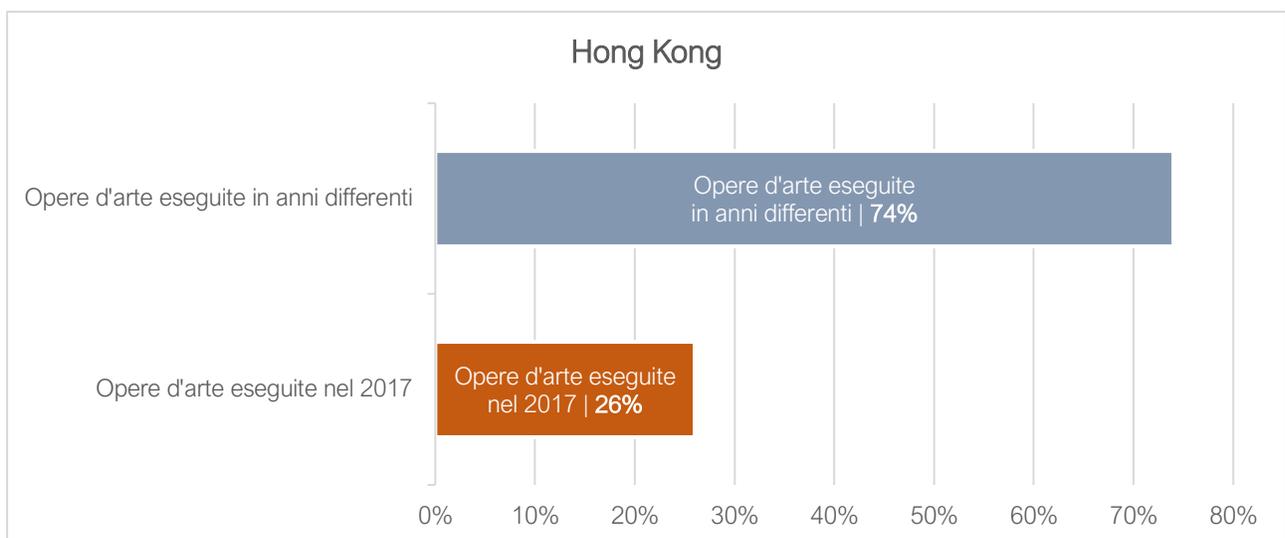
*Figura 4.15: I valori in percentuale delle opere d'arte esposte a Basilea eseguite nel 2017 e di quelle eseguite in anni precedenti la fiera*

Per quanto riguarda l'edizione di Miami (Figura 4.16), la percentuale delle opere d'arte eseguite durante l'anno della fiera era ancora più alta e sfiorava il 48% del totale. Le gallerie d'arte che hanno partecipato all'edizione americana della fiera (14 in totale) hanno portato, così come a Basilea, una percentuale rilevante di opere d'arte eseguite proprio durante l'anno della fiera. Ciò è indicativo del fatto che le gallerie d'arte con sede nel Regno Unito abbiano voluto portare un buon numero di lavori di recentissima realizzazione.



*Figura 4.16: I valori in percentuale delle opere d'arte esposte a Miami eseguite nel 2017 e di quelle eseguite in anni precedenti la fiera*

La fiera di Hong Kong si è discostata invece dai due precedenti risultati, vedendo una quota minore di opere d'arte esposte eseguite nel 2017 (26%). Ciò potrebbe essere dovuto al fatto che la manifestazione di Hong Kong si tiene ogni anno in marzo, una data vicina all'inizio dell'anno. Possiamo avanzare l'ipotesi che le opere d'arte esposte alla fiera di Hong Kong del 2017 fossero state create nel corso del 2016. Infatti, se si analizza il numero di opere d'arte create nel biennio 2016-2017, la percentuale in oggetto sale del 41%, raggiungendo una quota del 67%.



*Figura 4.17: I valori in percentuale delle opere d'arte esposte ad Hong Kong eseguite nel 2017 e di quelle eseguite in anni precedenti la fiera*

## 4.3 Analisi del ranking degli artisti rappresentati dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito durante la fiera di Art Basel nel 2017

### 4.3.1 Il punteggio di ArtFacts.net e la sua utilità nell'ottenimento della classifica del ranking degli artisti

Il sito di Arfacts.net offre una classificazione degli artisti secondo una scala di ranking che non si basa unicamente su dati di vendita o su prezzi di aggiudicazione, ma che fonda i suoi algoritmi sul valore delle esposizioni e della reputazione degli artisti. L'algoritmo utilizzato dal database di Artfacts.net misura la posizione di un artista all'interno dell'attuale scenario contemporaneo, relazionandola alla sua carriera espositiva<sup>168</sup>. Il calcolo del ranking si basa sul peso di specifici criteri propri di ciascun artista. Questi criteri consistono nel tipo di mostre a cui l'artista ha partecipato (mostra di gruppo o solo-show); il tipo di istituzione presso la quale queste sono state organizzate (museo o galleria d'arte privata); se l'artista ha esposto in un paese straniero e la carriera degli altri artisti con i quali ha avuto l'occasione di esporre in mostra. I dati ottenuti dai fattori appena elencati concorrono all'ottenimento di un punteggio specifico per ogni artista, ovvero gli ArtFacts-Points che ci siamo preposti di analizzare in questa tesi. Il sistema utilizzato da ArtFacts nel calcolo del ranking misura il numero di esposizioni e di importanza delle mostre di ogni artista in musei statali, gallerie d'arte, fiere e biennali di tutto il mondo assegnando un valore di qualità in punti a ciascun artista che partecipa o viene citato alle mostre organizzate da uno di questi organi istituzionali. La somma degli ArtFacts-Points propri di ciascun artista lo mettono in relazione con gli altri artisti presenti nel data base, attribuendogli una posizione di ranking che rende più semplice il confronto tra tutti i protagonisti del sistema artistico attuale.

Il database, online dal 1996, comprende ad oggi un totale di più di 665.000 artisti e 23.648 gallerie d'arte. Il fondatore di Artfacts.net, Marc Claassen, ha sviluppato un sistema in grado di proporre una classificazione degli artisti seguendo una prospettiva che si allinea alle logiche dell'attuale mercato dell'arte contemporanea: ovvero in base al grado di riconoscimento dato dai professionisti del settore agli artisti. Infatti, come abbiamo descritto nel Capitolo 1, gli artisti sono molto influenzati dall'opinione che gli attori che governano il

---

<sup>168</sup> Artfacts.net

sistema dell'arte hanno di loro. Per essere inclusi all'interno di questo data base è importante che gli artisti abbiano partecipato ad almeno 5 mostre in due diversi paesi stranieri. A questa classificazione tra gli artisti, la piattaforma di Artfacts.net affianca una serie di elementi grafici utili a visualizzare gli andamenti di mercato delle loro opere in commercio. Tutto ciò contribuisce a delineare la classificazione dei "100 Top Artists", raccogliendo le attività delle principali istituzioni artistiche (mostre d'arte personali e collettive) informazioni riguardo agli artisti, e dati provenienti da gallerie, musei, associazioni, fiere d'arte, mostre e fondazioni. Oggi il database contiene informazioni riguardanti 842.792 esibizioni, 7.436 musei e, come abbiamo detto, 23.648 gallerie e 665.156 artisti<sup>169</sup>.

#### 4.3.2 Il punteggio degli artisti rappresentati alle tre fiere di Art Basel 2017 dalle gallerie con sede nel Regno Unito

In questo paragrafo si è voluto analizzare il ranking degli artisti presenti alle tre fiere di Basilea, Miami e Hong Kong prendendo a riferimento il triennio 2016-2018. I dati ai quali abbiamo attinto per condurre questa analisi empirica consistono nei valori di punteggio assegnati agli artisti da ArtFacts.net nel corso del triennio considerato. Per ogni edizione della fiera di Art Basel, abbiamo differenziato in tutti e tre gli anni il punteggio medio degli artisti rappresentati da ciascuna galleria partecipante. Il confronto nel triennio è stato operato con lo scopo di rilevare un cambiamento nel punteggio medio degli artisti rappresentati alla fiera di Art Basel dalle gallerie con sede nel Regno Unito e se questo aumentasse o diminuisse nel corso degli anni (in particolare come questo variasse in seguito all'esposizione alla fiera). Inoltre, attraverso l'analisi del punteggio, si è voluto analizzare se esistesse oppure no una strategia attuata dalle gallerie che riguardasse gli artisti da esporre alle diverse edizioni della fiera (se queste decidessero di portare, alle diverse edizioni della fiera, artisti con punteggi medi tra loro simili o dissimili e se alti oppure bassi, tenendo come riferimento l'artista che ad oggi è primo nella classifica del ranking di ArtFacts.net). E' stato commentato inoltre anche il numero totale degli artisti rappresentati alle diverse edizioni di Basilea, Miami e Hong Kong al fine di indagare la differenza di strategia tra le gallerie nella

---

<sup>169</sup> Artfacts.net

scelta del numero di artisti da rappresentare alle tre diverse fiere. Il punteggio medio degli artisti nei tre anni è stato poi comparato, nel paragrafo successivo, sia con il loro numero di aggiudicazioni in asta che con il numero totale di vendite delle loro opere in quegli anni, al fine di determinare se ci fosse una correlazione tra le variabili.

Fiera di Basilea				
Galleria	N. artisti rappresentanti alla fiera	Anno 2016	Anno 2017	Anno 2018
		Punteggio medio degli artisti	Punteggio medio degli artisti	Punteggio medio degli artisti
Alison Jacques Gallery	12	3911,26	4149,62	4082,05
Annelly Juda Fine Art	17	3839,13	3604,26	324,34
Bernard Jacobson Gallery	3	5652,10	5195,08	4602,68
Cabinet	1	1632,96	1552,42	1485,11
Campoli Presti	6	1858,13	1823,23	1642,45
Frith Street Gallery	11	5929,59	5718,46	5343,02
greengrassi	7	2206,87	2136,97	1943,50
Herald St	10	1815,08	1811,87	1774,11
Lisson Gallery	10	5385,83	5446,47	5064,58
Marlborough Fine Art	6	3286,38	3147,31	2988,39
Maureen Paley	8	6431,05	6285,29	5945,81
Pilar Corrias	6	6260,87	6112,16	5865,89
Richard Nagy Ltd,	4	6073,79	5874,70	6122,49
Rodeo	5	3807,33	4016,50	3855,69
Sadie Coles HQ	14	4099,73	3800,90	3474,53
Simon Lee Gallery	7	6228,90	5881,37	5355,73
Stephen Friedman Gallery	6	3982,54	3783,29	3647,11
Stuart Shave/Modern Art	4	2017,59	1933,86	1814,32
The Approach	8	1897,95	1879,86	1851,25
The Mayor Gallery	9	3732,60	3526,50	3238,61
The Modern Institute	13	3975,43	3714,12	3454,33
Thomas Dane Gallery	4	2860,22	2972,05	2899,13
Victoria Miro	3	3575,74	3504,82	3242,96
Waddington Custot	5	13809,13	13109,26	12140,60
White Cube	4	16839,41	16049,98	14859,07

*Tabella 4.2: Punteggi medi degli artisti rappresentati alla fiera di Basilea dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito, nel triennio 2016-2018*

A scopo comparativo occorre specificare che, nel 2017, nella classifica di ranking dei “Top 100 Artists” di ArtFacts.net l’artista in prima posizione risultava essere Andy Warhol, detentore di un punteggio pari a 43.773 punti. Durante le tre fiere di Art Basel avvenute in quell’anno, nessuna delle gallerie d’arte avente sede nel Regno Unito rappresentava questo artista all’interno dei propri spazi. Infatti, l’artista esposto da queste gallerie alla fiera di Art Basel che nel 2017 deteneva il punteggio più alto era Sol Le Witt, rappresentato dalla galleria Waddington Custot a Basilea, il quale presentava all’epoca un punteggio pari a 26.873 ArtFacts-Points ed era in 11esima posizione nella classifica di ranking globale.

Come si può osservare nella Tabella 4.2, quasi tutti i punteggi medi degli artisti rappresentati alla fiera di Basilea avevano subito, nel corso dei tre anni, una decrescita passando da valori di punteggio più alti nel 2016 a valori di punteggio più bassi nel 2018. Gli unici artisti che avevano registrato invece una crescita nel triennio del loro punteggio medio sono stati quelli rappresentati in fiera dalle gallerie Alison Jacques, Lisson Gallery, Richard Nagy Ltd, Rodeo e Thomas Dane Gallery. Nei cinque casi, questa crescita non aveva un andamento lineare: alcuni di questi artisti avevano registrato infatti una prima decrescita nei loro punteggi medi durante il 2017, seguita da una successiva crescita durante l’anno 2018 (trattasi degli artisti rappresentati alla fiera di Basilea dalle gallerie Alison Jacques Gallery, Lisson Gallery, Rodeo e Thomas Dane Gallery). Gli artisti rappresentati invece dalla Richard Nagy Ltd. avevano, al contrario, registrato dapprima una decrescita nel 2017 che poi era salito nel 2018, come si può osservare nella Tabella 4.2. Le gallerie presenti a Basilea i cui artisti avevano presentato, nel corso di tutto il triennio considerato, il punteggio medio più elevato erano la White Cube e la Waddington Custot. Gli artisti rappresentati da queste due gallerie, nonostante durante la fiera fossero quelli più in alto rispetto agli altri nella classifica del ranking, dal 2016 al 2018 hanno comunque registrato un calo nei loro punteggi medi. Tuttavia si osserva, avendo a riferimento l’artista Andy Warhol (che, come abbiamo detto, è ad oggi il primo nella classifica di ArtFacts.net dei “100 Top Artists” con 43.777 punti), che queste due gallerie rappresentavano a Basilea artisti che in quell’anno detenevano un punteggio medio pari a 16.049,98 e 13.109,26 punti rispettivamente (si veda la Tabella 4.2). Questi valori, se confrontati con quelli di Andy Warhol, sono di fatto molto inferiori così come è inferiore anche il punteggio di colui che durante la fiera registrava il valore di punti più alto tra tutti gli artisti rappresentati dalle gallerie con sede nel Regno Unito (Sol Lewitt, galleria

Waddington Custot, 26.873 punti). Durante l'evento nel capoluogo svizzero, queste gallerie avevano rappresentato in media 7 artisti ciascuna (cfr. cap. 3, par. 3.2). Si è ritenuto opportuno sottolineare questo aspetto poiché, dal momento in cui tutte le gallerie che hanno esposto alle edizioni di Miami ed Hong Kong erano anche presenti all'edizione di Basilea di quello stesso anno (ad eccezione della Skaersted, cfr. par 3.2), è stato possibile istituire un confronto tra il numero e il punteggio medio degli artisti presenti a Basilea con il numero ed il punteggio medio di quelli presenti a Miami e ad Hong Kong. In questo modo si è potuta analizzare la strategia delle gallerie nella scelta degli artisti che avevano portato all'edizione svizzera piuttosto che quelli da queste rappresentati alle altre due edizioni dello stesso anno.

Fiera di Miami				
Galleria	N. artisti rappresentanti alla fiera	Anno 2016	Anno 2017	Anno 2018
		Punteggio medio degli artisti	Punteggio medio degli artisti	Punteggio medio degli artisti
Alison Jacques Gallery	11	5513,28	5700,37	5536,80
Annelly Juda Fine Art	13	5091,67	4888,72	4546,37
Campoli Presti	8	2852,94	2807,15	2683,77
Lisson Gallery	9	4712,99	4668,14	4510,24
Pilar Corrias	3	1887,28	2107,12	1929,90
Sadie Coles HQ	7	5987,60	5640,90	5382,34
Simon Lee Gallery	10	4153,70	3951,59	3756,87
Skarstedt	1	31468,75	30815,84	29103,15
Stephen Friedman Gallery	16	3266,64	3173,54	3063,16
Stuart Shave/Modern Art	8	4081,24	3897,13	3550,10
The Modern Institute	12	2741,07	2665,30	2347,97
Victoria Miro	1	3739,72	4038,66	3864,88
Waddington Custot	7	6151,22	5750,75	5368,68
White Cube	6	13174,05	12784,90	11876,56

*Tabella 4.3: Punteggi medi degli artisti rappresentati alla fiera di Miami dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito, nel triennio 2016-2018*

Come abbiamo detto, durante l'edizione tenutasi a Miami di Art Basel Fair 2017, tutte le gallerie presenti aventi sede nel Regno Unito avevano partecipato anche all'edizione di

Basilea, ad eccezione della galleria Skaersted che aveva partecipato unicamente alla fiera di Miami (cfr.par.3.2).

La media dei punteggi nel 2017 degli artisti presenti alla fiera di Miami, se comparata con quella degli artisti presenti invece all'edizione di Basilea (escludendo logicamente dal calcolo della media di Miami il valore appartenente alla galleria Skarsted che, non avendo partecipato all'edizione di Basilea, falserebbe i risultati del confronto) risulta particolarmente simile. Infatti, se a Basilea la media dei punteggi degli artisti presenti era pari a 4.681 punti nel 2017, a Miami questa media era pari a 4.873 punti. Ciò sta ad indicare che gli artisti rappresentati a Basilea dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito avevano un valore di punteggio medio simile a quelli rappresentati dalle stesse gallerie durante l'edizione di Miami. Anche il numero medio di artisti rappresentati alle due fiere da ciascuna galleria si discostava di poco; infatti, a Basilea ogni galleria aveva rappresentato una media di circa 7 artisti, mentre a Miami di circa 8.

Come si può osservare in Tabella 4.3, la maggior parte degli artisti che erano presenti a questa fiera avevano registrato, nel triennio considerato, una decrescita dei loro punteggi medi. Infatti, tra tutte le gallerie d'arte presenti alla fiera di Miami, solo in 2 rappresentavano artisti i cui punteggi medi avevano visto invece una crescita negli anni. Come si osserva in Tabella 4.3, queste gallerie erano la Pilar Corrias e la Victoria Miro. Tutte le restanti gallerie che avevano esposto alla fiera di Miami rappresentavano invece artisti i cui punteggi medi avevano subito una decrescita nel triennio 2016-2018. Questa decrescita si poteva osservare infatti anche nel caso dell'artista della galleria Skarsted: questo, pur rappresentando l'artista che deteneva il punteggio medio più elevato rispetto agli altri, aveva subito anch'esso una decrescita dal 2016 al 2018. Subito dopo la Skaersted, la galleria White Cube si riconfermava essere, come a Basilea, la galleria i cui artisti detenevano il numero medio di punti più elevato durante tutto il triennio. Tuttavia, anche in questo caso, si poteva osservare una lieve decrescita dei valori medi negli anni (si veda la Tabella 4.3). Si osserva inoltre che i punteggi medi degli artisti portati da questa galleria alla fiera di Miami erano simili ai punteggi medi degli artisti da questa rappresentati a Basilea (si vedano le Tabelle 4.2 e 4.3), con valori leggermente più bassi per gli artisti rappresentati a Miami. Ad aumentare, invece, era stato il numero di artisti rappresentati dalla galleria alla fiera di Miami, 6 in tutto, mentre invece a Basilea ne rappresentava solo 4.

La galleria Waddington Custot, che a Basilea rappresentava, insieme al White Cube, una delle due gallerie i cui artisti detenevano nel triennio i punteggi medi più alti, a questa edizione della fiera esponeva opere di artisti con un punteggio medio molto inferiore rispetto a quello esposto a Basilea (si vedano le tabelle 4.2 e 4.3). Anche in questo caso, i punteggi medi degli artisti rappresentati a Miami da questa galleria erano lievemente diminuiti nel corso del triennio 2016-2018. Inoltre, così come il White Cube, anche la galleria Waddington Custot aveva rappresentato a Miami un numero maggiore di artisti rispetto a quanti ne avesse rappresentati Basilea (7 artisti totali, contro 5 rappresentati invece a Basilea). La galleria Campoli Presti invece, al contrario della Waddington Custot, durante l'edizione di Basilea rappresentava artisti con un punteggio medio molto inferiore nel triennio rispetto a quelli da dell'edizione di Miami, che avevano un punteggio medio molto più elevato. E' interessante osservare come anche in questo caso questi valori di punteggio medi fossero, come nel caso di Basilea, molto inferiori rispetto a quelli del valore di riferimento dell'artista Andy Warhol, che in quell'anno deteneva il primo posto nella classifica del ranking globale. Ciò potrebbe indicare una generale tendenza delle gallerie a rappresentare alle due fiere una selezione di artisti non particolarmente in alto nella classifica del ranking mondiale.

Fiera di Hong Kong				
Galleria	N. artisti rappresentanti alla fiera	Anno 2016	Anno 2017	Anno 2018
		Punteggio medio degli artisti	Punteggio medio degli artisti	Punteggio medio degli artisti
Alison Jacques Gallery	8	4145,31	4096,51	3895,15
Bernard Jacobson Gallery	5	6820,01	6421,47	5689,38
Herald St	1	2269,86	2183,18	2430,37
Lisson Gallery	7	8515,81	8215,78	7558,40
Marlborough Fine Art	2	1291,07	1314,29	1148,16
Pilar Corrias	5	6374,72	6312,97	5941,50
Sadie Coles HQ	15	5191,10	5005,95	4699,90
Simon Lee Gallery	6	6164,97	5975,11	5327,20
Stuart Shave/Modern Art	1	1663,77	2029,46	1975,10
Thomas Dane Gallery	1	2839,71	2681,80	3358,29
Victoria Miro	4	3284,07	3375,55	3152,59
Waddington Custot	3	5628,91	5252,09	4961,30
White Cube	4	6548,78	6787,40	6277,38

*Tabella 4.4: Punteggi medi degli artisti rappresentati alla fiera di Hong Kong dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito, nel triennio 2016-2018*

Come già specificato, tutte le gallerie aventi sede nel Regno Unito presenti all'edizione di Hong Kong di Art Basel Fair 2017 avevano partecipato anche all'esposizione di Basilea di quello stesso anno. Per questo motivo, è stato possibile comparare il numero di artisti portati alle due fiere di Basilea e di Hong Kong da ciascuna galleria, nonché il punteggio medio totale degli artisti da esse rappresentati in quell'anno. Durante la fiera di Hong Kong del 2017, le gallerie che vi avevano partecipato avevano rappresentato un numero medio di 5 artisti ciascuna. Confrontando questo valore con il numero di artisti rappresentati dalle stesse gallerie a Basilea (7 artisti), si ipotizza che le gallerie avessero optato per una strategia che prevedeva di rappresentare alla fiera di Hong Kong un numero minore di artisti rispetto a quelli rappresentati all'edizione nel capoluogo svizzero. Il punteggio medio nel 2017 degli artisti esposti alla fiera di Hong Kong in quell'anno era invece molto simile al punteggio di quelli esposti a Basilea. Infatti, questo punteggio era pari a 4.588 ArtFacts-Points per gli artisti esposti durante l'edizione cinese, un valore molto vicino ai 4.681 punti medi degli artisti presenti a Basilea. Si ipotizza pertanto che le gallerie avessero deciso di esporvi le

opere di artisti che avevano un ranking che si avvicinava molto a quello degli artisti da loro esposti a Basilea, seppur si trattasse di artisti differenti.

Detto ciò, dai risultati che emergono in Tabella 4.4, si può notare come anche nel caso della fiera di Hong Kong la quasi totalità degli artisti rappresentati avesse registrato una decrescita nel punteggio medio durante il triennio 2016-2018. Infatti, solamente le gallerie Herald St, Stuart Shave/Modern Art e Thomas Dane Gallery avevano rappresentato alla fiera di Hong Kong artisti i cui punteggi medi erano aumentati dal 2016 al 2018. Tutte le restanti gallerie rappresentavano invece artisti che avevano visto questi valori diminuire durante i tre anni.

Anche ad Hong Kong, la galleria White Cube si riconferma ai primi posti tra le gallerie che rappresentavano gli artisti con il punteggio medio più alto del triennio, seconda solo alla Lisson Gallery. È importante sottolineare come il punteggio degli artisti rappresentati dal White Cube ad Hong Kong fosse molto più basso rispetto a quello degli artisti rappresentati a Basilea e a Miami (si vedano le tabelle 4.2, 4.3 e 4.4). Infatti, se a Basilea e a Miami il punteggio medio nel 2017 degli artisti rappresentati consisteva, rispettivamente, in 16.049 e 12.784 punti, ad Hong Kong questo valore consisteva in 6.787 punti. Al contrario, le gallerie Herald St. e Thomas Dane Gallery avevano invece rappresentato ad Hong Kong artisti che nel 2017 detenevano un punteggio medio maggiore rispetto a quelli rappresentati dalle stesse durante la fiera di Basilea.

Si può concludere che, per tutti gli artisti presenti alle tre diverse edizioni di Art Basel, i punteggi medi assegnati loro da ArtFacts.net fossero andati via via diminuendo nel triennio 2016-2018, seppur in maniera poco marcata. L'unica decrescita drastica era stata registrata dagli artisti rappresentati dalla galleria Annely Judas Fine Art, che avevano visto nel 2018 un forte calo del loro punteggio medio. Per quanto riguarda invece la strategia adottata dalle gallerie riguardante il punteggio medio degli artisti da rappresentare in fiera, si può dire che le gallerie che hanno partecipato alle fiere di Miami ed Hong Kong avevano optato per rappresentarvi degli artisti che nel 2017 avessero un punteggio medio simile a quello degli artisti da esse rappresentati a Basilea. Per quanto riguarda invece il numero di artisti rappresentati alle tre edizioni della fiera da ciascuna galleria, possiamo dire che durante le gli eventi di Basilea e Miami le gallerie avevano deciso di rappresentare un numero medio di artisti maggiore rispetto a quello degli artisti rappresentati ad Hong Kong.

#### 4.4 Analisi delle aggiudicazioni all'asta degli artisti rappresentati dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito durante la fiera di Art Basel 2017

In questo paragrafo abbiamo deciso di approfondire le quotazioni all'asta degli artisti rappresentati all'edizione di Basilea di Art Basel Fair 2017 dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito. Con riferimento al triennio 2016-2018 è stato calcolato il numero medio di aggiudicazioni in asta ed il prezzo medio di aggiudicazione per gli artisti rappresentati da ciascuna galleria alla fiera di Basilea. Questi risultati verranno poi messi a confronto con i punteggi medi degli artisti che sono stati analizzati nel paragrafo 4.3.2, al fine di rilevare se esista una correlazione tra il punteggio medio e il numero di aggiudicazioni e tra il punteggio e i prezzi di aggiudicazione.

Ciò che si può osservare da subito, confrontando i risultati presenti nelle tabelle 4.5, 4.6 e 4.7, è un considerevole aumento generale sia nel numero che nel prezzo medio di aggiudicazione di tutti gli artisti nel triennio dal 2016 al 2018. Infatti, nell'anno successivo alla fiera, il prezzo medio di aggiudicazione all'asta degli artisti che avevano esposto a Basilea era salito del 148% rispetto al 2016 (passando da un prezzo medio per galleria di € 26.268,00 nel 2016 ad uno di € 65.258,00 nel 2018) ed il numero totale di aggiudicazioni aveva registrato anch'esso una crescita pari al 65%. Questo risultato, che si riferisce alla media aritmetica di tutte le gallerie presenti a Basilea, evidenzia un incremento sia in termini di numero che di prezzi di aggiudicazione degli artisti da esse rappresentati, pur essendoci tra questi dei casi eccezionali che di seguito siamo a commentare. Gli artisti che nel 2016 avevano totalizzato il maggior numero di aggiudicazioni all'asta erano quelli rappresentati a Basilea dalle gallerie Waddington Custot (534 aggiudicazioni totali avvenute nel 2016), White Cube (484 aggiudicazioni totali nel 2016) e Bernard Jacobson Gallery (445 aggiudicazioni totali nel 2016). Gli artisti rappresentati da queste tre gallerie costituivano gli unici artisti le cui aggiudicazioni medie superavano le cento unità nel corso dell'anno 2016 (si veda la tabella 4.5). Le restanti gallerie presentavano invece artisti che avevano registrato in quell'anno un numero di aggiudicazioni medio che andava da un massimo di 51 ad un minimo di 0 per artista. Anche per quanto riguarda i prezzi medi di aggiudicazione all'asta, gli artisti che nel 2016 presentavano i valori più alti erano quelli rappresentati dalla galleria Waddington

Custot (il loro prezzo di aggiudicazione medio nel 2016 era pari a 110.405,65€). Pertanto, questa galleria rappresentava a Basilea degli artisti che nel 2016 avevano registrato sia il maggior numero totale di opere vendute all' asta, sia il maggior prezzo medio di aggiudicazione. Per questa galleria si evidenzia quanto emerso nel precedente paragrafo in merito allo studio del punteggio medio dei suoi artisti nel 2016 (a Basilea). Dall'analisi era emerso un punteggio che li poneva al secondo posto per gli artisti con il punteggio medio più alto, preceduti soltanto dagli artisti della galleria White Cube (cfr. par. 4.3.2, Tabella 4.). In seguito all'ottenimento di questi risultati, risulta pertanto evidente la presenza di una correlazione tra il punteggio medio degli artisti nel 2016 ed il numero di aggiudicazioni totali degli artisti rappresentati dalle gallerie in quell'anno. Al fine di conoscere la relazione presente tra queste due variabili si è ritenuto necessario valutare l'indice di correlazione di ciascuna galleria tra il punteggio medio degli artisti nel 2016 e il numero totale delle loro aggiudicazioni all'asta in quell'anno. Si è ottenuto un indice di correlazione positivo pari a 0,773 per l'anno 2016. Ciò sta ad indicare che in quell'anno esisteva una correlazione lineare forte tra il punteggio medio (ovvero il ranking) degli artisti ed il numero totale delle loro aggiudicazioni all'asta. Poiché l'indice di correlazione è espresso in un range che va da -1 a +1 (dove con 1 si indica la correlazione perfetta e con 0 l'assenza di correlazione e i segni negativi o positivi indicano la direzione della correlazione), si può concludere che in questo caso le due variabili analizzate descrivevano tra loro una correlazione positiva forte.

2016					
Galleria	N. artisti rappresentati a Basilea	N. artisti con aggiudicazioni all'asta	N. totale di aggiudicazioni all'asta	N. medio di aggiudicazioni all'asta per artista	Prezzo medio di aggiudicazione all'asta
Alison Jacques Gallery	12	6	12	1	€ 18.611,89
Annelly Juda Fine Art	17	11	213	13	€ 24.816,29
Bernard Jacobson Gallery	3	2	445	148	€ 40.951,12
Cabinet	1	1	1	1	€ 0,00
Campoli Presti	6	4	5	1	€ 6.840,42
Frith Street Gallery	11	6	20	2	€ 4.913,64
Greengrassi	7	0	0	0	€ 0,00
Herald St	10	6	19	2	€ 11.074,86
Lisson Gallery	10	5	11	1	€ 3.221,22
Marlborough Fine Art	6	4	62	10	€ 91.047,65
Maureen Paley	8	4	47	6	€ 11.834,49
Pilar Corrias	6	2	5	1	€ 959,50
Richard Nagy Ltd.	4	4	205	51	€ 43.016,00
Rodeo	5	0	0	0	€ 0,00
Sadie Coles HQ	14	6	24	2	€ 30.965,37
Simon Lee Gallery	7	5	124	18	€ 28.353,05
Stephen Friedman Gallery	6	4	42	7	€ 70.724,60
Stuart Shave/Modern Art	4	1	1	0	€ 3.456,00
The Approach	8	5	154	19	€ 6.461,60
The Mayor Gallery	9	7	99	11	€ 43.917,82
The Modern Institute	13	4	18	1	€ 2.466,80
Thomas Dane Gallery	4	3	9	2	€ 9.143,77
Victoria Miro	3	2	51	17	€ 59.365,44
Waddington Custot	5	4	534	107	€ 110.405,65
White Cube	4	4	484	121	€ 34.168,63

*Tabella 4.5: Prezzi medi e numero di aggiudicazioni all'asta nel 2016 degli artisti rappresentati a Basilea dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito*

Nel 2017 gli artisti che avevano registrato il maggiore numero di aggiudicazioni all'asta erano, come nel 2016, gli artisti rappresentati dalla galleria Waddington Custot (639 aggiudicazioni all'asta totali nel 2017, per una media di 128 opere vendute per ciascun artista). Dai dati presenti in Tabella 4.6 si può osservare come, per gli artisti rappresentati da questa galleria a Basilea, il numero totale delle opere vendute fosse aumentato dall'anno 2016 al 2017, mentre il prezzo medio di aggiudicazione all'asta fosse invece diminuito rispetto al 2016 (cfr. Tabelle 4.5 e 4.6). Gli artisti rappresentati alla fiera dalla galleria White Cube registravano invece un aumento sia nel numero totale di opere vendute all'asta sia nel

prezzo medio di aggiudicazione di queste opere, nel biennio dal 2016 al 2017. Mettendo in relazione i risultati riguardanti i prezzi medi di aggiudicazione con i risultati riguardanti i punteggi medi degli artisti nel 2017 (cfr.par.4.3.2) e calcolando anche in questo caso l'indice di correlazione tra le due variabili, si registrava un valore pari a 0.415. Questo risultato mostra di fatto che era presente una correlazione più debole tra queste due variabili rispetto a quella che esisteva tra il valore di punteggio medio degli artisti ed il numero totale di aggiudicazioni all'asta delle loro opere. Si può notare questa tendenza anche nel caso, ad esempio, degli artisti rappresentati a Basilea dalla galleria Richard Nagy Ltd. Come si può osservare in Tabella 4.6, questi rappresentavano nel 2017 i più alti prezzi medi di aggiudicazione all'asta, pur essendo basso il loro punteggio medio in quell'anno. Infatti, i 5.874,70 punti medi degli artisti della Richard Nagy Ltd, se confrontati ai 16.049,98 punti medi di quelli rappresentati dalla galleria White Cube, erano nettamente inferiori pur avendo dei prezzi di aggiudicazione all'asta più alti (cfr. Tabella 4.6 e par. 4.3.2). Anche nel 2017 la correlazione tra il numero totale di opere vendute all'asta e il punteggio medio degli artisti viene confermata; infatti, anche per quell'anno, l'indice di correlazione era fortemente positivo (anche se di poco inferiore rispetto a quello del 2016), ovvero pari a 0.752. Questo risultato è confermato anche prendendo ad esempio il caso della galleria White Cube. Infatti, prendendo in analisi il punteggio medio degli artisti rappresentati da questa galleria nel 2017 si è visto che questo era il più alto tra quello di tutti gli artisti presenti alla fiera (cfr. par. 4.3.2); allo stesso modo questa galleria risultava essere la seconda nel 2017 per numero totale di aggiudicazioni all'asta (si veda la Tabella 4.6). Questo caso mostra la presenza di una forte correlazione tra il punteggio medio degli artisti e il numero totale delle loro aggiudicazioni all'asta.

2017					
Galleria	N. artisti rappresentati a Basilea	N. artisti con aggiudicazioni all'asta	N. totale di aggiudicazioni all'asta	N. medio di aggiudicazioni all'asta per artista	Prezzo medio di aggiudicazione all'asta
Alison Jacques Gallery	12	7	24	2	€ 27.552,99
Annely Juda Fine Art	17	17	255	15	€ 121.738,09
Bernard Jacobson Gallery	3	3	540	180	€ 30.831,40
Cabinet	0	0	0	0	€ 0,00
Campoli Presti	6	4	11	2	€ 3.235,24
Frith Street Gallery	11	7	28	3	€ 5.784,52
Greengrassi	7	2	4	1	€ 400,50
Herald St	10	7	14	1	€ 8.349,35
Lisson Gallery	10	6	18	2	€ 10.053,10
Marlborough Fine Art	6	4	136	23	€ 37.121,94
Maureen Paley	8	4	90	11	€ 44.382,03
Pilar Corrias	6	5	7	1	€ 30.744,39
Richard Nagy Ltd.	4	3	294	74	€ 321.543,28
Rodeo	5	0	0	0	€ 0,00
Sadie Coles HQ	14	8	38	3	€ 30.992,05
Simon Lee Gallery	7	8	142	20	€ 23.872,96
Stephen Friedman Gallery	6	5	53	9	€ 27.678,82
Stuart Shave/Modern Art	4	1	3	1	€ 1.351,42
The Approach	8	6	187	23	€ 4.618,94
The Mayor Gallery	9	6	123	14	€ 31.450,09
The Modern Institute	13	7	31	2	€ 4.287,07
Thomas Dane Gallery	3	4	28	9	€ 144.557,49
Victoria Miro	3	3	85	28	€ 33.992,69
Waddington Custot	5	4	639	128	€ 98.272,43
White Cube	4	4	574	144	€ 57.689,65

*Tabella 4.6: Prezzi medi e numero di aggiudicazioni all'asta nel 2017 degli artisti rappresentati a Basilea dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito*

Il numero totale di aggiudicazioni all'asta delle opere eseguite dagli artisti rappresentati dalla galleria Waddington Custot aveva subito, dal 2016 al 2018, un forte aumento. Questo valore era infatti passato da una quota iniziale di 534 aggiudicazioni totali nel 2016 a 639 aggiudicazioni totali nel 2017, fino ad arrivare ad 802 aggiudicazioni all'asta complessive nel 2018 (Tabella 4.7). Tuttavia, in contro tendenza con l'andamento generale di tutte le gallerie prese in esame, il prezzo medio di aggiudicazione all'asta degli artisti rappresentati da questa galleria era invece diminuito significativamente nel 2018 rispetto ai due anni precedenti (si vedano le Tabelle 4.6 e 4.5). Inoltre, come avevamo osservato nel paragrafo 4.3.2, il punteggio medio degli artisti di questa galleria era tra quelli più elevati nell'anno 2018. Alla luce di ciò, possiamo dunque osservare come nel 2018 il numero di aggiudicazioni totali degli artisti fosse correlato positivamente con il loro punteggio medio, mentre il prezzo di aggiudicazione

medio avesse un grado di correlazione debole con il loro ranking. Infatti, l'indice di correlazione tra il prezzo medio di aggiudicazione ed il punteggio medio degli artisti nel 2018 era risultato essere pari a -0,090, ad indicare di fatto che le due variabili non fossero correlate tra loro, e per di più in modo negativo (si ricorda che l'indice di correlazione negativo sta ad indicare che, all'aumentare di una delle due variabili, l'altra diminuisce). Si propone il caso della galleria Annely Juda Fine Art. Il prezzo medio di aggiudicazione dei suoi artisti durante il 2018 aveva subito un rilevante aumento rispetto ai due anni precedenti (passando da 24.816€ a 647.234€). Al contrario, il punteggio medio di questi artisti aveva subito nello stesso anno una decrescita molto significativa, passando da 3.839 punti medi nel 2016 a 324 punti medi nel 2018. Possiamo quindi osservare come la variabile prezzo non fosse influenzata positivamente dalla variabile punteggio così come, viceversa, la variabile punteggio non fosse influenzata dalla variabile prezzo, ma probabilmente erano presenti altri fattori che ne influenzavano la variabilità. Infatti, come si è spiegato al paragrafo 4.3.2, l'algoritmo attraverso cui ArtFacts.net determina i valori di punteggio degli artisti si basa su svariati fattori riguardanti la loro carriera espositiva ed il prestigio delle istituzioni presso cui sono stati rappresentati, e non esclusivamente sul loro valore di mercato.

2018					
Galleria	N. artisti rappresentati a Basilea	N. artisti con aggiudicazioni all'asta	N. totale di aggiudicazioni all'asta	N. medio di aggiudicazioni all'asta per artista	Prezzo medio di aggiudicazione all'asta
Alison Jacques Gallery	12	9	43	4	€ 14.103,08
Annely Juda Fine Art	17	16	290	17	€ 647.234,14
Bernard Jacobson Gallery	3	3	590	197	€ 46.099,05
Cabinet	1	0	0	0	€ 0,00
Campoli Presti	6	5	6	1	€ 6.026,50
Frith Street Gallery	11	5	23	2	€ 4.530,52
Greengrassi	7	2	3	0	€ 1.179,07
Herald St	10	5	15	2	€ 8.602,44
Lisson Gallery	10	5	25	3	€ 15.109,10
Marlborough Fine Art	6	4	217	36	€ 44.450,81
Maureen Paley	8	7	136	17	€ 15.274,01
Pilar Corrias	6	4	10	2	€ 8.912,33
Richard Nagy Ltd.	4	4	401	100	€ 239.045,67
Rodeo	5	1	3	1	€ 1.932,47
Sadie Coles HQ	14	8	39	3	€ 24.024,53
Simon Lee Gallery	7	7	142	20	€ 24.715,18
Stephen Friedman Gallery	6	4	103	17	€ 15.743,70
Stuart Shave/Modern Art	4	2	4	1	€ 1.021,63
The Approach	8	6	227	28	€ 3.791,06
The Mayor Gallery	9	7	210	23	€ 40.534,43
The Modern Institute	13	7	20	2	€ 2.340,39
Thomas Dane Gallery	3	4	66	22	€ 243.906,90
Victoria Miro	3	3	130	43	€ 50.795,57
Waddington Custot	5	4	802	160	€ 65.043,07
White Cube	4	4	753	188	€ 107.038,80

*Tabella 4.7: Prezzi medi e numero di aggiudicazioni all'asta nel 2018 degli artisti rappresentati a Basilea dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito*

Di seguito si riportano le tabelle degli indici di correlazione, durante il triennio considerato, tra il punteggio medio degli artisti e il numero totale delle loro aggiudicazioni in asta (Tabella 4.8) e tra il punteggio medio degli artisti e il prezzo medio delle loro aggiudicazioni in asta (Tabella 4.9).

<b>Indici di correlazione nel triennio 2016-2018 tra il punteggio medio degli artisti presenti alla fiera di Basilea e il numero totale delle loro aggiudicazioni all'asta</b>	
<b>2016</b>	0,773
<b>2017</b>	0,752
<b>2018</b>	0,727

*Tabella 4.8: Indici di correlazione nel triennio 2016-2018 tra il punteggio medio degli artisti presenti alla fiera di Basilea e il numero totale delle loro aggiudicazioni all'asta*

La relazione fra le due variabili considerate mostra come nel triennio 2016-2018 ci sia una correlazione lineare forte fra le due variabili, con un indice di correlazione positivo compreso tra 0,727 e 0,773. Artisti che ottengono punteggi più elevati (e quindi ranking più alti) tendono a presentare valori elevati nel numero di aggiudicazioni, ed è vero anche viceversa, cioè artisti che hanno bassi valori in termini di ranking tendono ad avere un basso numero di aggiudicazioni. Allo stesso modo, artisti con tante aggiudicazioni ottengono un elevato punteggio di ranking.

<b>Indici di correlazione nel triennio 2016-2018 tra il punteggio medio degli artisti presenti alla fiera di Basilea e il prezzo medio delle loro aggiudicazioni all'asta</b>	
<b>2016</b>	0,415
<b>2017</b>	0,253
<b>2018</b>	-0,090

*Tabella 4.9: Indici di correlazione nel triennio 2016-2018 tra il punteggio medio degli artisti presenti alla fiera di Basilea e il prezzo medio delle loro aggiudicazioni all'asta*

La stessa cosa non si può dire invece per la correlazione che si è rilevata fra i punteggi di ranking e il prezzo medio delle aggiudicazioni all'asta. Si nota infatti come nel triennio considerato la correlazione tra le due variabili, già debole, vada via via diminuendo negli anni. Questo risultato dimostra come gli artisti con punteggi medi elevati non necessariamente presentino dei prezzi elevati nelle aggiudicazioni all'asta.

## Conclusioni

Questo lavoro di tesi si è posto come un contributo di natura empirica agli studi presenti in letteratura riguardanti le gallerie e le fiere d'arte internazionali. Attraverso lo studio di dati empirici sono state analizzate le caratteristiche anagrafiche e di mercato degli artisti rappresentati nel 2017 alle tre fiere di Art Basel dalle gallerie aventi sede nel Regno Unito. Lo scopo è stato quello di indagare l'esistenza di strategie messe in pratica da queste ultime nella scelta degli artisti da esporre in fiera in termini di ranking e delle loro quotazioni all'asta nel triennio 2016-2018.

Nell'analisi della letteratura in oggetto nei primi tre capitoli di questo elaborato, si è descritto come le gallerie d'arte svolgano per gli artisti un ruolo particolarmente attivo, agendo per essi in qualità di Gatekeeper in grado di dare loro una via di accesso privilegiata al mercato artistico contemporaneo. È emerso infatti come le gallerie d'arte dispongano di svariati mezzi a supporto della promozione internazionale degli artisti che rappresentano. Tra questi strumenti, la loro partecipazione alle fiere d'arte locali e internazionali ha un grande rilievo. Attraverso questi eventi le gallerie danno una maggiore visibilità agli artisti che rappresentano; infatti come si è osservato in questo lavoro, le fiere d'arte hanno da sempre una grande influenza sul prestigio e sulla fama degli attori che vi prendono parte. Tuttavia, l'influenza positiva di questi eventi internazionali non giova solamente agli artisti che vi espongono, ma gioca anche a favore della reputazione delle gallerie stesse che li rappresentano. Queste, invero, attraverso le fiere possono beneficiare dell'attenzione di un gran numero di visitatori e collezionisti provenienti da ogni parte del mondo.

Sin dalla sua prima edizione avvenuta nel 1970, la fiera di Art Basel rappresenta la più importante fiera d'arte internazionale al mondo e sono molte le ragioni che spiegano la sua centralità all'interno dell'attuale sistema artistico globale. In primo luogo rileva il suo impegno verso un continuo rinnovamento ed un orientamento aperto alle nuove tendenze di mercato che le permette di mantenere una posizione primaria. In secondo luogo, Art Basel negli anni ha affrontato positivamente l'aumento della concorrenza dovuto al boom di diffusione di nuove fiere d'arte attraverso l'organizzazione degli eventi speculari di Miami e di Hong Kong. Tuttavia, si è descritto come la partecipazione delle gallerie a questa fiera debba dapprima passare attraverso il giudizio di un comitato che ha il compito di giudicarne

l'offerta espositiva. Inoltre, in aggiunta a questa prima "selezione all'ingresso", abbiamo visto come le gallerie debbano anche interfacciarsi con la difficoltà nel sostenere i costi di partecipazione alla fiera di Art Basel, che sono di anno in anno più alti. Alla luce di ciò, facendo riferimento agli studi condotti da Gérard-Varet (1995), abbiamo spiegato come gli artisti e le opere da mettere in esposizione a questo evento vengano scelti con cura dalle gallerie attraverso una selezione di coloro che possano influire positivamente sulla propria visibilità ed immagine. Di qui si è posto l'obiettivo della nostra ricerca empirica di analizzare le quotazioni all'asta ed il ranking degli artisti rappresentati ad Art Basel nel 2017 dalle gallerie con sede nel Regno Unito.

I risultati che sono emersi hanno portato a delineare un quadro oggettivo degli artisti che erano presenti alla fiera. Da una prima analisi delle loro caratteristiche anagrafiche è emerso che alle tre fiere di Basilea, Miami ed Hong Kong erano stati rappresentati dalle gallerie con sede nel Regno Unito artisti che erano per la maggior parte uomini (con una media di circa il 70% in tutte e tre le fiere) e le cui nazionalità erano principalmente americane e britanniche. Abbiamo visto come questi risultati si allineassero con quelli ottenuti da McAndrew (2018) su un campione di fiere più ampio da lei selezionato. Infatti, nel suo studio era emerso come vi fosse una netta prevalenza di artisti di sesso maschile rispetto a quelli di sesso femminile in tutte le 85 fiere d'arte globali da lei prese in esame, nonché una grande concentrazione di artisti americani su quelli di altre nazionalità. Anche l'analisi delle età del campione preso in esame ha evidenziato dei risultati che sono stati confermati dalle ricerche di McAndrew (2018). In particolare, ad Art Basel era presente a tutte e tre le edizioni una netta maggioranza di artisti con età compresa tra i 40 e i 60 anni, così come alle 85 fiere considerate dall'autrice. Si potrebbe ipotizzare pertanto che le gallerie presentino una tendenza comune ad operare delle strategie che le portano a rappresentare alle fiere artisti con caratteristiche di sesso, età e nazionalità simili. Anche l'analisi della data di esecuzione delle opere presenti ha portato a risultati interessanti: si è osservata infatti una concentrazione di opere eseguite entro i 3 anni precedenti alla fiera. In particolare, tra queste, la maggioranza era stata creata proprio nell'anno della fiera. Questo risultato conferma pertanto quanto espresso in letteratura da Alessandra Zorloni (2018), che ha spiegato come spesso le gallerie d'arte commissionino le opere con il fine apposto di esporle in fiera.

L'analisi dei dati di mercato degli artisti ha comportato, in prima istanza, l'approfondimento del diverso numero di questi rappresentati dalle gallerie alle tre diverse fiere. Dall' esame è emerso che le gallerie che avevano partecipato a più edizioni della fiera nello stesso anno avevano portato un numero simile di artisti alle edizioni di Basilea e Miami, ma non ad Hong Kong. Infatti, ad Hong Kong le stesse gallerie che avevano esposto a Basilea avevano portato un numero minore di artisti ciascuna. Lo stesso risultato non è emerso invece dallo studio del ranking. Si è osservato invero come le gallerie avessero adottato una strategia che le portasse a rappresentare alle tre diverse fiere degli artisti con punteggi di ranking molto simili. Tuttavia, considerando i punteggi di ranking nel triennio dal 2016 al 2018, si è visto come questi avessero generalmente subito una lieve decrescita nel tempo (fatta eccezione per alcuni casi particolari, debitamente commentati). Questa decrescita, seppur minima, non ha rispecchiato i risultati attesi. Si era infatti ipotizzato che gli artisti, in seguito all'esposizione ad una fiera di questa portata (e al prestigio che ne consegue), potessero beneficiare di una maggiore considerazione all'interno dello scenario artistico contemporaneo e quindi potessero registrare un aumento nel ranking. Al contrario, l'analisi delle vendite all'asta ha invece rispecchiato le ipotesi avanzate. Da questo studio è emersa infatti una forte crescita nel numero e nei prezzi di aggiudicazione degli artisti esposti dall'anno precedente a quello successivo alla fiera. In particolare, il prezzo medio di aggiudicazione all'asta era salito del 148% dal 2016 al 2018, mentre il numero totale di aggiudicazioni registrava una crescita del 65%. Si segnala che i risultati appena citati si riferiscono ad una media dei valori di tutte le gallerie esaminate nel triennio e che tra queste erano presenti dei casi eccezionali che sono stati debitamente commentati. In ultimo, il valore di ranking degli artisti è stato messo in relazione con i prezzi di aggiudicazione e con il numero di opere vendute di ogni anno. L'indice di correlazione tra le due variabili è risultato essere particolarmente diverso nei due casi trattati. Infatti, dallo studio è emerso come i punteggi di ranking dei diversi artisti presentassero una correlazione positiva forte con il numero totale di opere vendute all'asta. Ciò sta ad indicare che, per ogni anno considerato, a punteggi elevati di ranking corrispondeva un alto numero di aggiudicazioni all'asta. Al contrario, si è osservato come invece tra i valori del ranking ed il prezzo medio di aggiudicazione esistesse un indice di correlazione basso. Pertanto, dallo studio è emerso come nel triennio considerato le due

variabili non risultassero collegate tra di loro. Ciò sta ad indicare che un punteggio di ranking alto non necessariamente comporta, per un artista, un prezzo di aggiudicazione alto.

Questo risultato riconferma quanto affermato nel Capitolo Primo, nel quale si spiegava che i prezzi delle opere vengono influenzati da una fitta rete di attori che, relazionandosi tra di loro, rendono le logiche di mercato degli artisti del tutto aleatorie e complesse. Collezionisti, mercanti, critici d'arte e musei concorrono infatti nella determinazione della carriera e del successo degli artisti, contribuendo a determinarne le quotazioni di mercato.

## Bibliografia

Adler, M. (1985), *Stardom and Talent*, *American Economic Review*, Vol. 75, pp. 208-212.

Akerlof, G. A. (1970), *The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism*, *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 84, n.3, pp. 488-500.

Art Basel (2018). Comunicato stampa: *NEW PRICING SYSTEM AT ART BASEL IN BASEL*, Basel.

Äyväre A.; Jyrämä A. (2006), *Role of different actors within the context of contemporary art market*, Helsinki School of Economics.

Badia, F., Schiano Lo Moriello, V. (2015), *Evolution of the business model for contemporary art galleries. Current situation and future challenges*, IFKAD 2015, Culture, Innovation and Entrepreneurship: Connecting the Knowledge Dots, Bari (Italia), 10-12 giugno 2015, pp.1567-1581.

Baia Curioni, S. (2012). *A fairy tale: the art system, globalization, and the fair movement*. In M. Lind and O. Velthuis (Ed.), *Contemporary art and its commercial markets: conditions and future scenario's* (pp. 115-152). Berlin: Sternberg Press.

Baia Curioni, S., Forti, L., & Leone, L. (2013). *Stairways and Heavens: artist's global selection and legitimation processes*. Preliminary program Miniconference Globalization of Contemporary Art Markets, Amsterdam, NL.

Barragàn, P. (2008). *The Art Fair Age*. New York: Charta editors.

Bassetti, M. Pennisi, R. (2010), *Il mercato dell'arte XXI secolo*, in "Enciclopedia Treccani".

Battaglia, F. (2015), *The Art Basel Effect*, Master Program in Cultural Economics & Entrepreneurship Erasmus School of History, Culture and Communication Erasmus University Rotterdam.

Bialynicka-Birula, J. (2007). *Global Perspective on Foreign Trade in the Works of Art*, conference: Contemporary Issues on Economy and Politics in the World - Medzinarodne Vzťahy, at Bratislava.

Bialynicka-Birula, J. (2018), *Changes in the global art market*. *Oeconomia Copernicana*. 9, pp. 695-714.

Bourdieu, P. (1996). *The Rules of Art*. Stanford: Stanford University Press.

Bowley, G. (2015). *At Art Basel, a Powerful Jury Controls the Market*. The New York Times, Giugno 14. Disponibile a <http://www.nytimes.com/2015/06/15/arts/design/at-art-basel-a-powerful-jury-controls-the-market.html>.

British Art Market Federation (2017). *The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics*. Online, consultabile a: <https://tbamf.org.uk/wp-content/uploads/2014/08/The-British-Art-Market-2017.pdf>.

Bystryn, M. (1978), *Art Galleries as Gatekeepers: The Case of the Abstract Expressionists*, *Social Research* Vol. 45, No. 2.

Cardinale Ciccotti, E. (2014), *Contemporary art fairs as new forms of cultural consumption and urban experience*, *Tafer Journal*, n.74.

Chanel, O., Gerard-Varet, L., & Ginsburgh, V. (1994). *Prices and returns on Paintings: An Exercise on How to Price the Priceless*. *The Geneva Papers on Risk and Insurance*, 19.

Codignola, F. (2010), *Globalizzazione e mercato dell'arte contemporanea*, *Tafer Journal*, n.24.

Curioni, S. B., L. Forti, and L. Leone (2015). *Making Visible: Artists and Galleries in the Global Art System*. In *Cosmopolitan Canvases: The Globalization of Markets for Contemporary Art*, p. 55–77. Oxford University Press.

De Carlo, M. (2007). *Della galleria, dei galleristi e della nuova materialità dell'arte*, Equilibri.  
de la Rosa, L.E. (2011), *Overconfidence and Moral Hazard, Games and Economic Behavior*, Aarhus University.

Favato, G., Mamarbachi, R., Day, M. (2008). *Art as an alternative investment asset*, SSRN Electronic Journal, 10.2139/ssrn.1112630.

Fournier, M., Roy-Valex, M. (2002). *Art contemporain et internationalisation: Les galeries québécoises et les foires*. *Le territoires de l'art*, Vol. 34, n. 2.

Freeman, N. (2018), *What Sold at Art Basel in Miami Beach*, in *Artsy, Art Market*, 10 dic. 2018.

Garutti, F. (2014), *Fairland: Explorations, Insights and Outlooks on the Future of Art Fairs*, pp.13-24. Roma, Koenig Books & Mousse.

Gerard-Varet, L.A. (1995). *On Pricing the Priceless: Comments on the Economics of the Visual Arts Market*. *European Economic Review*, 39, 509-518.

Graddy, K. (2009). *Don Thompson: The \$12 Million Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art*. *Journal of Cultural Economic*, 33(3).

Grazioli, E. (2001), *Arte e pubblicità*, Mondadori, Milano.

Guenzi M. (2014), *La struttura del sistema dell'arte contemporanea (seconda parte)*, *Economia e Diritto*, n. 5.

Guenzi, M. (2013), *Il mercato dell'arte contemporanea: politiche economiche, fiscali e diritto di seguito*, in G. Negri-Clementi – S. Stabile (a cura di), *Il diritto dell'arte, La circolazione delle opere d'arte*, Ginevra-Milano, Skira.

Guenzi, M. (2014), *Anomalie del mercato dell'arte contemporanea – il meccanismo di formazione dei prezzi*, *Economia e Diritto*, n. 12.

Guenzi, M. (2014), *Anomalie del mercato dell'arte contemporanea: il problema della selezione avversa degli artisti*, *Economia e Diritto*, n. 11.

Guenzi, M. (2014), *Il mercato degli artisti emergenti (Alternative Market) – Seconda parte*, *Economia e Diritto*, n. 7.

Guenzi, M. (2014), *La struttura del sistema dell'arte (quarta parte)*, *Economia e Diritto*, n.12.

Guenzi, M. (2015), *Il mercato degli artisti emergenti (Alternative Market) – Prima parte*, *Economia e Diritto*, n. 6.

Guenzi, M. (2015), *Il mercato degli aspiranti artisti (Junk Market)*, *Economia e Diritto*, n. 6

Guenzi, M. (2015), *Il segmento artisti affermati (Avant-Garde Market) – Prima parte*, *Economia e Diritto*, n. 10.

Guenzi, M. (2015), *Il segmento artisti affermati (Avant-Garde Market) – Seconda parte*, *Economia e Diritto*, n. 10.

Guenzi, M. (2015), *La teoria della produzione del valore artistico*, *Economia e Diritto*, n. 15-16.

Guenzi, M., *La struttura del sistema dell'arte (prima parte)*, in *Economia dell'arte*, n°3, marzo 2014, pp.1-2.

Gustlin, D. (2016). *The "f" word: A content analysis of "female" artists in art history textbooks*. ProQuest LLC, Ed.D. Dissertation, Saint Mary's College of California.

Heinich, N. (1993), *Du peintre à l'artiste. Artisans et académiciens à l'âge classique*, Éditions de Minuit, Paris.

Horowitz, N. (2012), *Intenet and Commerce*, in Lind M. – Velthuis O. (2012), *Contemporary Art and its Commercial Markets. A Report on Current Conditions and Future Scenarios*, Stoccolma.

Horowitz, N. (2011), *Art of the Deal. Contemporary Art in a Global Financial Market*, Princeton University Press.

J. Johansson e J. Vahlne (1990), *The Mechanism of Internationalization*, in *International Management Review*, n.4.

Joyeux-Prunel, B. (2017). *Circulation and the Art Market*. *Journal for Art Market Studies*, Forum Kunstmarkt Cologne, <hal-01707369>.

Jyrämä, A. (2002), *Contemporary Art Markets — Structure and Actors: A Study of Art Galleries in Finland, Sweden, France and Great Britain*, *International Journal of Arts Management* Vol. 4, No. 2, pp. 50-65.

Karolyi, G. (2016). *Home bias, an academic puzzle*. 20. 2049-2078. 10.1093/rof/rfw007.

Klein, N. (2001), *No Logo. Economia globale e nuova contestazione*, Milano, Baldini & Castoldi.

McAndrew, C. (2018), *The Art Market 2018. An Art Basel & UBS Report*, Gremper AG.

McAndrew, C. (2018), *Why Brexit is a Golden Opportunity for the U.K.* Art Market, Artsy.  
Disponibile: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-brexit-golden-opportunity-uk-art-market>.

Monteiro Christoph D'Andrea, F.A., Rigon, F., Lopes de Almeida, A.C., Bertran da Silveira, F., Slongo, L.A. (2019). *Co-creation: a B2C and B2B comparative analysis*. Marketing Intelligence & Planning.

Morgner, C. (2014). *The Art Fair as Network*. The Journal of Arts Management, Law, and Society, 44(1), 33-46.

Moulin, R. (1995). *The Museum and the Marketplace*. International Journal of Political Economy 25 (2):33-62.

Negri-Clementi, G., Stabile, S. (2012) (a cura di), *Le relazioni tra artisti, gallerie e collezionisti*, Art&Law, n. 1.

Parisio, L. (2008). *Dal banditore alla rete: le internet auctions tra risultati tradizionali e nuovi spunti teorici*, POLITICA ECONOMICA / a. XXIV, n. 2, agosto 2008.

Pedersen J., Moeran B. (2011), *Negotiating Values in the Creative Industries Fairs, Festivals and Competitive Event*, Cambridge University Press.

Petersen, H.E. (2017), *How the art world airbrushed female artists from history*, ricerca su The Guardian: [www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/feb/06/how-the-art-world-airbrushed-female-artists-from-history](http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/feb/06/how-the-art-world-airbrushed-female-artists-from-history).

Poli, F. (2011), *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Bari.

PRESS RELEASE BASEL | JUNE 18 | 2017, Press Release of Art Basel 2017, Basel, 18-06-2017.

Quemin, A. (2008). *International contemporary art fairs and galleries. An exclusive overview*. In Artprice (Ed.), *Le marché de l'art contemporain 2007/2008. Le rapport annuel artprice* (78-88).

Rosen, S. (1981), *The Economics of Superstars*, American Economic Review, Vol. 71, pp. 845-858.

Sacco, P. (2005), *La selezione dei giovani artisti nei mercati delle arti visive*, in Santagata W. (a cura di) (2005), *Economia dell'arte. Istituzioni e mercati dell'arte e della cultura*, Torino, Utet, pp. 42-75.

Santagata, W. (2009). *Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo*, Università Bocconi Editore, Milano.

Schjeldahl P. (2010), *Leo the Lion: How the Castelli gallery changed the art world*, the New Yorker, 2013.

Schönfeld, S. & Reinstaller, A. J Cult Econ (2007) *The effects of gallery and artist reputation on prices in the primary market for art: a note*. 31: 143.

Soo Hee Lee & Jin Woo Lee (2016) *Art Fairs as a Medium for Branding Young and Emerging Artists: The Case of Frieze London*, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 46:3, 95-106.

Sussman, A.L. (2017), *What Sold at Art Basel in Basel*, in *Artsy, Art Market*. Disponibile a: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-sold-art-basel-basel>.

TEFAF *Art Market Report 2013*.

Thompson, D. (2009), *Lo squalo da 12 milioni di dollari, La sorprendente economia dell'arte contemporanea*, Mondadori, Milano.

Thornton, S. (2008), *Il giro del mondo dell'arte in sette giorni*, Feltrinelli, Milano.

Uusitalo, L. e Jyrama, A. (1992). *Economic Trends and Changes in the Art Market*, Helsinki School of Business working paper n. w-20.

Vadi, V., Schneider, H. (2014). *Art, Cultural Heritage and the Market: Ethical and Legal Issues*. 10.1007/978-3-642-45094-5.

Van Hest, F. (2012). *Territorial factors in a globalised art world? The visibility of countries in international contemporary art events*. (Doctoral Dissertation). Erasmus University Rotterdam/Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Rotterdam, Paris.

Velthuis, O. (2003). *Visual Arts*. In R. Towse (Ed.), *Handbook of Cultural Economics*. (pp. 470-475) Massachusetts: Edward Elgar.

Velthuis, O. (2011). *Art markets*. In Ruth Towse (Ed.), *The Handbook of Cultural Economics* (33-42). Cheltenham: Edward Elgar.

Velthuis, O. 2014. *The Impact of Globalisation on the Contemporary Art Market*. In *Risk and Uncertainty in the Art World*, edited by A. M. Dempster, 87–108. London, UK: Bloomsbury.

Yogev, T., Grund, T. (2012). *Network dynamics and markets structure: the case of art fairs*. *Sociological focus*, 45:1, 23-40.

Zampetti Egidi, C. (2014), *Guida al mercato dell'arte contemporanea*, Skira, Milano-Ginevra.

Zorloni, A. (2011), *L'economia dell'arte contemporanea, Mercati, strategie e star system*, Franco De Angeli, Milano.

## Sitografia

Artbasel.com

Artdaily.com

Artfacts.net

Artprice.com

Artsy.net

Theguardian.com

## Appendice. Le gallerie con sede nel Regno Unito che hanno partecipato ad Art Basel nel 2017

### Galleria

### Descrizione

Alison Jaques Gallery

Fondata nel 2004 a Londra, la Alison Jacques Gallery ha costruito una reputazione basata sul focus curatoriale e sulle mostre di qualità museale. Alison Jacques ha rappresentato Robert Mapplethorpe nel Regno Unito dal 1999. Oltre alla sua attenzione al contemporaneo, la galleria è nota per identificare artisti che sono stati storicamente trascurati e hanno iniziato una collaborazione a lungo termine per ottenere un riconoscimento curatoriale e di mercato.

Annely Juda Fine Art

Annely Juda Fine Art ha sede a Londra e rappresenta artisti britannici, europei e internazionali contemporanei. La galleria espone anche maestri dell'avanguardia del XX secolo, specializzata in costruttivismo russo, Bauhaus e De Stijl.

Bernard Jacobson Gallery

La Bernard Jacobson Gallery è stata fondata nel 1969 come editore e rivenditore di stampe. Negli ultimi 45 anni la galleria ha esposto molti grandi artisti britannici, americani ed europei tra cui: Helen Frankenthaler, Lee Krasner, Peter Lanyon, Robert Motherwell, Bruce McLean, Ben Nicholson, Kenneth Noland, Jules Olitski, James Rosenquist, William Scott, Frank Stella, Pierre Soulages, William Tillyer e Marc Vaux.

Cabinet

Informazioni non disponibili né sul sito di Artbasel né sul sito della galleria.

Campoli Presti

La galleria è stata fondata a Londra e trasferita a Cambridge Heath Road nel 2011. Successivamente è stato istituito uno spazio permanente a Parigi. Gli artisti presentano spesso mostre simultanee a Londra e Parigi, costruendo una narrazione attraverso le due posizioni della galleria. La galleria

## Herald St

collega le pratiche degli artisti contemporanei con personaggi storici che condividono preoccupazioni reciproche avviando mostre con artisti come Martin Barré (2005), Marcel Broodthaers (2008/2012) e Louise Lawler (aprile 2018). Herald St è stata fondata nel 2005 da Ash L'ange e Nicky Verber. Con due spazi a Londra, Herald St rappresenta 27 artisti internazionali e partecipa regolarmente a fiere d'arte tra cui Art Basel, Art Basel Miami Beach, Art Basel Hong Kong, Frieze London e Frieze LA. Le opere degli artisti rappresentati da Herald St sono conservate in molte collezioni museali e sono regolarmente incluse in mostre all'interno di istituzioni pubbliche.

## Lisson Gallery

Da quando è stata fondata nel 1967 da Nicholas Logsdail, la Lisson Gallery ha sostenuto le carriere degli artisti che hanno trasformato il modo in cui l'arte è stata creata e presentata. Questi includono molti importanti artisti minimalisti e concettuali, come Sol LeWitt e Richard Long, nonché un'intera generazione di importanti scultori britannici da Anish Kapoor e Richard Deacon a Shirazeh Houshiary e Tony Cragg. Continua a sostenere il futuro dei suoi artisti, l'eredità di personaggi storici, la pratica in evoluzione di artisti affermati e il vasto potenziale di talenti emergenti e nuovi.

## Marlborough Fine Art

Marlborough Fine Art è stata fondata nel 1946 da Frank Lloyd e Harry Fischer nel 1952. La galleria è diventata un punto di riferimento per collezionisti internazionali, direttori di musei e intenditori, nonché per studenti di storia dell'arte. Alla fine degli anni '50 e all'inizio degli anni '60, Marlborough fu la prima galleria a presentare un pubblico londinese alle mostre di pittura tedesca e austriaca del XX secolo. Mostre come: Art in Revolt, Germania 1905-1925; Kandinsky, The Road to Abstraction e The Painters of the

Bauhaus, Egon Schiele e un grande spettacolo di Kurt Schwitters sono state mostre davvero innovative. A distanza di oltre 70 anni, Marlborough continua a promuovere i suoi artisti, partecipa a fiere d'arte in tutto il mondo e collabora con musei nell'organizzazione di importanti mostre. La galleria espande continuamente le sue attività in parti del mondo come Cina, Brasile, Messico e Russia.

Maureen Paley

Il programma della galleria Maureen Paley iniziò nel 1984 in una villetta a schiera vittoriana nell'East End di Londra. Dal settembre 1999 la galleria è situata nella sua sede attuale in Herald Street, Bethnal Green. Fin dall'inizio, l'obiettivo della galleria è rimasto coerente: promuovere artisti grandi e innovativi di ogni corrente. Maureen Paley è stata una delle prime a presentare l'arte contemporanea nell'East End di Londra ed è stata una pioniera della scoperta dell'arte proveniente dagli Stati Uniti e dall'Europa continentale, nonché lanciatrix di nuovi talenti dal Regno Unito. Gli artisti della galleria includono i vincitori del premio Turner Wolfgang Tillmans, 2000 e Gillian Wearing, 1997, e nominati al premio Turner Lawrence Abu Hamdan, 2018 Rebecca Warren, 2006 e Liam Gillick, 2002.

Pilar Corrias

La Pilar Corrias Gallery si trova nel cuore del West End di Londra. Lo spazio della galleria di 3.800 piedi quadrati è stato progettato da Rem Koolhaas ed è composto da due spazi espositivi. Fin dalla sua istituzione, la galleria ha lavorato a stretto contatto con artisti emergenti e affermati con l'obiettivo centrale di consentire al loro lavoro di crescere sia in termini di produzione di nuovi progetti sia di realizzazione di nuove mostre. Pilar Corrias lavora attivamente per generare nuove possibilità di esposizione oltre la galleria stessa, creando un ulteriore potenziale per gli artisti di creare nuovi progetti e corpi di lavoro.

Richard Nagy Ltd

Richard Nagy si occupa di arte modernista dal 1980. Ha aperto la Dover Street Gallery nel 1989 e nell'autunno del 2010 ha aperto un nuovo spazio nella Old Bond Street, a Londra. La prima mostra, Egon Schiele. Women, aprì a maggio 2011 con un successo universale. Da allora organizza una mostra di qualità museale all'anno, ed è specializzato nel lavoro di Egon Schiele e Gustav Klimt dal 1984. La sua galleria si concentra anche sull'espressionismo tedesco: Die Brücke, Der Blaue Reiter e Die Neue Sachlichkeit; così come artisti britannici più recenti di una sensibilità correlata come Spencer, Bacon e Freud. Inoltre, artisti simbolisti - Redon, Ensor e Kubin - sono spesso disponibili.

Rodeo

Rodeo è stata aperta nel 2007 a Istanbul da Sylvia Kouvali. il programma della galleria ha sempre avuto un approccio internazionale, comprendendo artisti contemporanei da tutto il mondo con un focus sulle qualità delle opere, piuttosto che sulle aree geografiche dalle quali provengono. Da allora il programma e la visione della galleria si sono evoluti. L'obiettivo principale della galleria è quello di espandere il dialogo tra collezionisti, musei e curatori verso la comprensione internazionale dell'arte contemporanea. Sin dalla sua apertura, la galleria si è concentrata sul lavoro in stretto collegamento con istituzioni e biennali a fianco degli artisti per produrre e presentare nuove opere rivoluzionarie, dando al mondo l'opportunità di vedere questi artisti a livello internazionale. Nell'ottobre 2014, Rodeo ha aperto il suo secondo spazio nel Soho di Londra. A giugno 2018 invece ha aperto un nuovo spazio nel Pireo, in Grecia. I due spazi lavorano all'unisono per mostrare la diversità del programma di Rodeo.

Sadie Coles HQ

Sadie Coles HQ si concentra sulla presentazione del lavoro di artisti

internazionali affermati ed emergenti. La galleria è stata aperta a Londra nel 1997. Sadie Coles HQ ha operato da una varietà di spazi sin dal suo inizio, e realizzando progetti off-site in tutta Londra e all'estero. Nel settembre 2013, Sadie Coles HQ ha aperto il suo più grande spazio nel West End di Londra con il pittore americano Ryan Sullivan. A novembre 2015, un nuovo spazio a Mayfair si è aperto con una mostra di dipinti di Rudolf Stingel che attraversano entrambe le gallerie. Sadie Coles HQ ha iniziato a rappresentare Alex Da Corte, Yu Ji, Lawrence Lek, Borna Sammak, Kati Heck, Martine Syms e Katja Seib, che ha fatto la sua prima mostra personale con la galleria a novembre 2018.

#### Simon Lee Gallery

Fondata a Londra nel 2002, la Simon Lee Gallery rappresenta artisti di diverse generazioni le cui pratiche esplorano una vasta gamma di media, dalla scultura e dalla pittura al video e alla fotografia, e che condividono un ampio interesse per un'esplorazione del concettuale. Con lo scopo di fornire un significativo pubblico internazionale ai suoi artisti, la galleria punteggia regolarmente il suo programma con mostre storiche e mostre collettive curate, che presentano cambiamenti nella pratica e nel pensiero dell'arte contemporanea, mentre ampliano il dialogo con gli artisti al di fuori del programma principale della galleria. Oltre all'attività nel Regno Unito, nel 2012 la galleria ha aperto uno spazio a Hong Kong, che ha presentato i suoi artisti a un pubblico più vasto in Asia, con un programma completamente indipendente. Nel 2014, la Simon Lee Gallery ha aperto un ufficio e uno spazio di osservazione privato a New York.

#### Skarstedt Gallery

La Skarstedt Gallery è stata fondata nel 1994 da Per Skarstedt per allestire mostre storiche di artisti contemporanei europei e americani centrali nell'arte contemporanea di Svezia e New York alla fine degli anni '80

e '90. Il programma della Galleria rimane tutt'oggi focalizzato su artisti della fine del XX secolo, il cui lavoro esplora concetti come la rappresentazione, la paternità, l'identità e la politica sessuale.

#### Stephen Friedman Gallery

La Stephen Friedman Gallery è stata fondata nel 1995 con l'obiettivo di rappresentare artisti emergenti, di mezza carriera e affermati da tutto il mondo. Dalla sua inaugurazione, ha sede a Mayfair in Old Burlington Street. La galleria ora ha tre spazi in cui ospita sette mostre personali e collettive all'anno. La galleria rappresenta ventinove artisti, con aree di interesse tra cui l'arte concettuale e sudamericana, e copre astrazione, minimalismo e figurazione in pittura, scultura, video e installazione.

#### Stuard Shave/Modern Art

Stuart Shave/Modern Art è una galleria londinese aperta da Stuart Shave nel 1998. In 20 anni la galleria ha occupato sei sedi nella zona est e centrale di Londra, attualmente occupa due spazi nel centro di Londra. Ogni anno Modern Art partecipa a fiere d'arte a Basilea, Hong Kong, Miami, Londra, Los Angeles e San Francisco. Gli artisti rappresentati da questa galleria partecipano a mostre di altissimo livello internazionale con musei, fondazioni, biennali e collezioni.

#### The Approach

The Approach è stato fondato nel 1997. Uno degli obiettivi originali della galleria era quello di offrire mostre personali agli artisti di Londra all'inizio della loro carriera, molti dei quali hanno continuato a raggiungere il successo internazionale. Da allora il programma si è esteso a un livello fortemente internazionale e The Approach continua a lavorare con artisti affermati, oltre a esibire artisti emergenti più giovani. Nell'aprile 2006, The Approach ha aperto un secondo spazio (The Reliance) che si è concentrato sull'introduzione di un nuovo programma in parallelo con la galleria

esistente. La galleria si trova attualmente nella sua posizione originale nell'East End e continua ad espandere il suo programma, mettendo in mostra la sua scuderia esistente di artisti nello spazio della galleria principale di The Approach e altri artisti a The Annexe, uno spazio più piccolo e sperimentale presso il retro dell'edificio.

### The Mayor Gallery

La Mayor Gallery è stata la prima galleria ad aprire le sue porte in Cork Street. Fondata da Fred Mayor (1903-1973) nel 1925, molti artisti esponevano per la prima volta in Inghilterra alla Mayor Gallery e includevano, tra gli altri, Bacon, Calder, Ernst, Klee, Masson e Miro. La Mayor Gallery era anche il centro di UNIT ONE, un gruppo che comprendeva Henry Moore, Ben Nicholson, Paul Nash, Edward Wadsworth, Edward Burra e altri. Il figlio di Fred, James Mayor, rilevò la Gallery nel 1973 e da allora la Mayor Gallery ha mostrato il lavoro di molti importanti artisti americani. Includono: Assia, Liechtenstein, Martin, Oldenburg, Rauschenberg, Rosenquist, Ryman, Twombly, Warhol e Wesselmann. La Galleria continua a mostrare le opere dei principali artisti pop americani, oltre al realismo, al surrealista e al dada del Nouveau europeo, ma ora è rinomata a livello internazionale per essere la principale galleria di Londra per i movimenti ZERO e Concrete.

### The Modern Institute

Il Modern Institute è stato fondato a Glasgow nel 1997. La galleria lavora con 45 artisti affermati a livello internazionale. Lavorando su spettacoli sia pubblici che privati, la galleria ospita un programma nei suoi due spazi a Glasgow, oltre a curare progetti in gallerie e istituzioni a livello internazionale. Il Modern Institute attualmente rappresenta quattro vincitori del Turner Prize, oltre a tre nominati, e facilita lo sviluppo di una generazione più giovane di artisti.

## Thomas Dane Gallery

La Thomas Dane Gallery è stata fondata nel marzo 2004 ed è attualmente presente in due spazi in SW1 St. James 3 e 11 a Duke Street, Londra e in un terzo spazio a Napoli in Via Francesco Crispi. La galleria ha sviluppato la sua posizione distintiva attraverso un forte impegno per l'immagine in movimento - sia nella produzione che nella mostra di opere di Steve McQueen, John Gerrard, Akram Zaatari, Paul Pfeiffer e Bruce Conner.

## Victoria Miro

L'etica della galleria Victoria Miro Gallery è quella di promuovere artisti grandi e innovativi e di coltivare i migliori talenti di tutto il mondo. L'elenco della galleria comprende attualmente 40 artisti, tra cui i vincitori del Turner Prize Chris Ofili e Grayson Perry, nonché i nominati al Premio Turner Peter Doig, Ian Hamilton Finlay e Isaac Julien<sup>170</sup>. Victoria Miro ha aperto la sua galleria in Cork Street nel 1985 e si è trasferita in un'ex fabbrica di mobili situata tra Hoxton e Islington nel nord-est di Londra nel 2000. La galleria rappresenta importanti artisti di media generazione dall'estero a Londra: questi includono Cecily Brown, Albert Oehlen, Glenn Ligon, Dana Schutz e Arturo Herrera, che ora hanno una base consolidata di supporto per musei e collezionisti nel Regno Unito.

## Waddington Custot

Frutto della collaborazione del commerciante d'arte londinese Leslie Waddington, e del commerciante d'arte francese Stephane Custot nel 2011, la Waddington Custot, situata a Cork Street dal 1958, ha un ricco patrimonio e una reputazione internazionale per qualità e competenza. Rappresenta gli artisti britannici contemporanei David Annesley, Peter Blake e Ian Davenport e la pittrice francese Fabienne Verdier, lo scultore argentino-francese Pablo Reinoso, lo scultore americano Jedd Novatt e le tenute

---

<sup>170</sup> [www.artbasel.com](http://www.artbasel.com)

di Allan D'Arcangelo, Patrick Caulfield e Barry Flanagan. L'inventario comprende opere di Jean Dubuffet, Josef Albers, Fausto Melotti, Maria Helena Vieira da Silva e Antoni Tàpies. L'attenzione di lunga data agli artisti americani continua con la rappresentazione di Robert Indiana e le opere di John Chamberlain, Peter Halley, Robert Rauschenberg, Haim Steinbach, Frank Stella e John Wesley.

## White Cube

Il programma espositivo del White Cube si estende attraverso i suoi tre spazi della galleria, due dei quali sono a Londra (Mason's Yard a St. James e Bermondsey Street nel sud di Londra) e uno si trova a Hong Kong. Fin dalla sua istituzione nel 1993, la galleria ha esposto il lavoro di molti degli artisti più acclamati che hanno lavorato negli ultimi due decenni, oltre a continuare a presentare il lavoro di artisti emergenti.

## Indice delle figure

<i>Figura 11: La rete focale, Annukka Jyrämä, Contemporary Art Markets — Structure and Actors: A Study of Art Galleries in Finland, Sweden, France and Great Britain, International Journal of Arts Management Vol. 4, No. 2 (2002), pp. 50-65.....</i>	<i>16</i>
<i>Figura 2.1: Linea temporale della nascita di nuove fiere d'arte, dal 1955 al 2017. Tratto da: McAndrew, C. (2018), The Art Market 2018. An Art Basel &amp; UBS Report, Gremper AG.....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 2.2.: La percentuale di vendite alle fiere sia locali che internazionali delle gallerie d'arte. Dati dal 2010 al 2017. Elaborazione personale basata su informazioni presenti in: McAndrew, C. (2018), The Art Market 2018. An Art Basel &amp; UBS Report, Gremper AG.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 3.1: Le vendite dei mercati artistici complessivi di Stati Uniti, Regno Unito e Cina nel decennio dal 2007 al 2017. Elaborazione personale basata su informazioni tratte da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics.....</i>	<i>73</i>
<i>Figura 3.2: Le vendite nel mercato artistico di Francia, Cina, Stati Uniti e Regno Unito nel decennio dal 2007 al 2017. Tratto da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics.....</i>	<i>74</i>
<i>Figura 3.3: La percentuale di vendite di arte e antiquariato di Regno Unito (in rosso), US, Cina e dei principali paesi europei. Elaborazione personale basata su informazioni tratte da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics.....</i>	<i>76</i>
<i>Figura 3.4: Le vendite totali del Regno Unito (in USD) nel triennio dal 2014 al 2016. Elaborazione personale basata su informazioni tratte da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics.....</i>	<i>77</i>

<i>Figura 3.5: Percentuali di vendita nel Regno Unito del 2016, divise per settore artistico. Elaborazione personale basata su informazioni tratte da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics.....</i>	<i>78</i>
<i>Figura 3.6: Le vendite in valore divise per settore artistico nel triennio dal 2014 al 2016, in UK Elaborazione personale basata su informazioni tratte da: British Art Market Federation (2017). The British Art Market 2017: An Economic Survey prepared for The British Art Market Federation by Arts Economics.....</i>	<i>79</i>
<i>Figura 4.1: Distribuzione della nazionalità degli artisti durante l'edizione di Basilea di Art Basel Fair 2017.....</i>	<i>92</i>
<i>Figura 4.2: Distribuzione della nazionalità degli artisti durante l'edizione di Miami Beach di Art Basel Fair 2017.....</i>	<i>93</i>
<i>Figura 4.3: Distribuzione della nazionalità degli artisti durante l'edizione di Hong Kong Beach di Art Basel Fair 2017.....</i>	<i>94</i>
<i>Figura 4.4: Distribuzione geografica degli artisti che hanno partecipato alle 68 fiere d'arte internazionali prese a campione da McAndrew. Elaborazione personale su dati tratti da: McAndrew, C. (2018), The Art Market 2018. An Art Basel &amp; UBS Report, Gremper AG.....</i>	<i>95</i>
<i>Figura 4.5: Il numero e la percentuale di artisti di sesso maschile e femminile che hanno esposto all'edizione di Basilea di Art Basel Fair 2017.....</i>	<i>96</i>
<i>Figura 4.6: Il numero e la percentuale di artisti di sesso maschile e femminile che hanno esposto all'edizione di Miami Beach di Art Basel Fair 2017.....</i>	<i>97</i>
<i>Figura 4.7: Il numero e la percentuale di artisti di sesso maschile e femminile che hanno esposto all'edizione di Hong Kong di Art Basel Fair 2017.....</i>	<i>97</i>
<i>Figura 4.8: I valori in percentuale delle principali fasce d'età degli artisti rappresentati ad Art Basel Fair 2017, a Basilea.....</i>	<i>99</i>

<i>Figura 4.9: I valori in percentuale delle principali fasce d'età degli artisti rappresentati ad Art Basel Fair 2017, a Miami Beach.....</i>	<i>100</i>
<i>Figura 4.10: I valori in percentuale delle principali fasce d'età degli artisti rappresentati ad Art Basel Fair 2017, ad Hong Kong.....</i>	<i>101</i>
<i>Figura 4.11: I valori in percentuale delle principali fasce d'età degli artisti rappresentati alle 68 fiere d'arte internazionali nel 2017 prese a campione da McAndrew (2018).....</i>	<i>101</i>
<i>Elaborazione personale su dati tratti da: McAndrew, C. (2018), The Art Market 2018. An Art Basel &amp; UBS Report, Gremper AG .....</i>	<i>102</i>
<i>Figura 4.12: Il valore percentuale delle principali fasce d'età delle opere d'arte esposte alla fiera di Basilea.....</i>	<i>103</i>
<i>Figura 4.13: Il valore percentuale delle principali fasce d'età delle opere d'arte esposte alla fiera di Miami.....</i>	<i>104</i>
<i>Figura 4.14: Il valore percentuale delle principali fasce d'età delle opere d'arte esposte alla fiera di Hong Kong.....</i>	<i>106</i>
<i>Figura 4.15: I valori in percentuale delle opere d'arte esposte a Basilea eseguite nel 2017 e di quelle eseguite in anni precedenti la fiera.....</i>	<i>107</i>
<i>Figura 4.16: I valori in percentuale delle opere d'arte esposte a Miami eseguite nel 2017 e di quelle eseguite in anni precedenti la fiera.....</i>	<i>107</i>

## Indice delle tabelle

<i>Tabella 1.1: le vendite del 2017 e 2018 suddivise per settore artistico. Elaborazione personale basata su informazioni presenti in: McAndrew, C. (2018), The Art Market 2018. An Art Basel &amp; UBS Report, Gremper.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabella 3.1: Le gallerie d'arte che hanno esposto ad Art Basel 2017 e il loro anno di fondazione.....</i>	<i>84</i>
<i>Tabella 3.2: Le sedi e la dislocazione delle gallerie d'arte che hanno esposto ad Art Basel nel 2017.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabella 3.2.1: Il numero totale di gallerie che hanno esposto alle varie edizioni della fiera di Art Basel nel 2017.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabella 3.3: Il numero di artisti rappresentati a Basilea dalle gallerie d'arte con sede nel regno Unito, durante la fiera di Art Basel del 2017.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabella 3.4: Il numero di artisti rappresentati a Miami dalle gallerie d'arte con sede nel regno Unito durante la fiera di Art Basel del 2017.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabella 3.5: Il numero di artisti rappresentati ad Hong Kong dalle gallerie d'arte con sede nel regno Unito, durante la fiera di Art Basel del 2017.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabella 4.1: La percentuale di artisti di sesso maschile e femminile su un campione di 85 fiere internazionali, con un focus sulle tre fiere di Art Basel, FIAC, ARCO, Art Cologne e The Armory Show. Elaborazione personale basata su informazioni presenti in: McAndrew, C. (2018), The Art Market 2018. An Art Basel &amp; UBS Report, Gremper AG.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabella 4.2: Punteggi medi degli artisti rappresentati alla fiera di Basilea dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito, nel triennio 2016-2018.....</i>	<i>110</i>

*Tabella 4.3: Punteggi medi degli artisti rappresentati alla fiera di Miami dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito, nel triennio 2016-2018.....112*

*Tabella 4.4: Punteggi medi degli artisti rappresentati alla fiera di Hong Kong dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito, nel triennio 2016-2018.....115*

*Tabella 4.5: Prezzi medi e numero di aggiudicazioni all'asta nel 2016 degli artisti rappresentati a Basilea dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito.....119*

*Tabella 4.6: Prezzi medi e numero di aggiudicazioni all'asta nel 2017 degli artisti rappresentati a Basilea dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito.....121*

*Tabella 4.7: Prezzi medi e numero di aggiudicazioni all'asta nel 2018 degli artisti rappresentati a Basilea dalle gallerie d'arte con sede nel Regno Unito.....123*

*Tabella 4.8: Indici di correlazione nel triennio 2016-2018 tra il punteggio medio degli artisti presenti alla fiera di Basilea e il numero totale delle loro aggiudicazioni all'asta.....124*

*Tabella 4.9: Indici di correlazione nel triennio 2016-2018 tra il punteggio medio degli artisti presenti alla fiera di Basilea e il prezzo medio delle loro aggiudicazioni all'asta..... 124*

## Ringraziamenti

*Un sentito ringraziamento alla mia relatrice, la professoressa Stefania Funari, per l'assistenza ed il supporto prestati nella stesura di questa tesi.*

*Grazie, papà, per avermi fatto questo regalo prezioso. Mi hai regalato un futuro, ma soprattutto mi hai dato una collezione di emozioni e di ricordi che porterò con me per sempre. Grazie per avermi dato la possibilità di godere a pieno della spensieratezza di questi anni incredibili.*

*Grazie, mamma, per essere quello che sei: pura energia. Puro incoraggiamento nei momenti peggiori, pura felicità nei momenti migliori. Per essere l'abbraccio nei giorni tristi e la festa nei giorni felici. Per aver sempre visto i lati migliori di me con la stessa forza con cui mi facevi notare i peggiori. Per essere la mamma, la collega, l'amica più presente che si possa avere. Sei parte di me e questo traguardo è anche il tuo.*

*Ai miei fratelli Elisa, Daniel e Manuela. Grazie, Elisa, per essere da sempre la mia più grande ispirazione a migliorare e a crescere. Per essere il mio più grande esempio di tenacia e di equilibrio, ma soprattutto per essere una mamma, una sorella, una migliore amica e ... una miglior nemica da sempre. E spero per sempre. A Daniel per essere la persona più bella che io conosca. Per avere con me la stessa pazienza che aveva fin da quando era biondo e giocavamo a nascondino. A Manuela, che cerca sempre di spronarmi a cavarmela da sola. Per essere un bellissimo esempio di autonomia, ma non di autocontrollo. Per volersi affrettare a diventare grande, ma per rimanere per noi sempre la più piccolina.*

*A Giulia e Alessia, per l'eccezionale supporto nella redazione di questa tesi e per avermi fatto sentire a casa in una città che non avrei mai pensato di poter chiamare casa.*

*Ai miei grandi amici: Carlotta, Alice, Giovanni, Simone, Alexandra e Valeria per conoscermi profondamente e per ridere insieme a me delle difficoltà e delle gioie di ogni giorno. Sono fortunata ad avervi a fianco nella lunghissima strada per diventare adulti. Vi voglio bene.*

*A Venezia e ai miei ricordi più felici.*

