



Home > Arte e Cultura > Arte: Il mercato dell'arte online a seguito della Pandemia da Covid-19 |...

[Arte e Cultura](#) [Arti visive](#) [Eventi](#) [News](#) [PRIMOPIANO](#)

Arte: Il mercato dell'arte online a seguito della Pandemia da Covid-19 | Quale il ruolo dei giovani artisti?

By Redazione - 09/12/2021

26 0



Alessia Zorzoli, "Il mercato dell'arte. Guida pratica per consulenti finanziari e private banker", [Franco Angeli](#) ed., 2021

Condividi l'articolo, fallo sapere ai tuoi amici !



«La globalizzazione e la crescita del mercato dell'arte hanno in questi anni portato ad un forte incremento dell'interesse verso le opere d'arte e gli oggetti da collezione in quanto asset class, da parte dei private banker e dei consulenti finanziari, sempre più consapevoli di poter assumere un ruolo strategico sui temi di protezione, gestione e trasmissione dei patrimoni artistici. Ma affinché private banker e consulenti finanziari possano proporre un servizio di consulenza patrimoniale "evoluto" alla propria clientela, è necessario che conoscano una serie di elementi di base che caratterizzano il sistema dell'arte e le regole che ne condizionano il mercato. Pensato espressamente per fornire ai consulenti finanziari e ai gestori dei segmenti private e upper affluent uno strumento operativo, tarato sui loro bisogni, il volume, costituisce per tutti coloro che si avvicinano per la prima volta al mercato dell'arte un testo di riferimento di facile consultazione. Organizzato in sezioni tematiche, il volume presenta una ricca raccolta di domande, alle quali vengono fornite risposte concrete, al fine di diffondere una cultura di base in materia di investimenti in arte e in beni da collezione.» (Sinossi del saggio di Alessia Zorzoli, "Il mercato dell'arte. Guida pratica per consulenti finanziari e private banker", [Franco Angeli](#) ed., 2021)

APPROFONDIMENTO:

Articoli recenti

Concerti: La Stagione 2022 dell'Orchestra Sinfonica della Rai | da gennaio a maggio 2022

Arte: Il mercato dell'arte online a seguito della Pandemia da Covid-19 | Quale il ruolo dei giovani artisti?

Pjotr Garrajev e Vladimir Poponin, DNA e linguaggio | di Caterina Civallo

Concerti: Zakouska con "Le Criée" al Real Teatro Santa Cecilia di Palermo | 10 e 11 dicembre 2021 ore 19:00 e 21:30

Pazienza, vivere in sala d'attesa | di Mari Onorato

Documentari: "L'ultimo Fuorilegge!" di Carlo Luglio e Fabio Gargano al cinema Astra di Napoli

Mi sono innamorata di te o dell'idea di te? | di Daniela Cavallini

"Vi presento il Centro Studi e Ricerche Pia Dei Tolomei" | di Meri Lolini

Dalla Russia con amore, un'artista a tutto tondo | Intervista a Natalia Simonova | di Maria Teresa De Donato

Concerti: Ruggero Mascellino con "Evanescenze" al Real Teatro Santa Cecilia di Palermo | 9 dicembre 2021 ore 21:30

Categorie

"Cinema e libri" | di Andrea Giostra

"Consigli di lettura" | di Anna Profumi

"Del piacere di leggere: da Proust ai Millennial"

"Diario di una psicologa" | di Silvia Ruggiero

"Il salotto virtuale" | di Maria Teresa De Donato



Dopo il trionfo del mercato dell'arte online nel 2020, i volumi d'affari nel 2021 restano superiori al periodo pre-Covid, come un'eredità possibile del lockdown. Non tanto in termini di sostituzione del mercato tradizionale, quanto piuttosto di specializzazioni, con un vantaggio possibile per gli artisti emergenti o aspiranti emergenti

Il 2020 sarà sicuramente ricordato come uno degli anni più critici del nostro sistema economico globale, ma, come è stato più volte commentato, potrà essere anche valutato come un momento di accelerazione di fenomeni e trend di consumo particolarmente interessanti.

In questo senso, il mercato dell'arte rappresenta sicuramente un settore da monitorare con attenzione. Ciò che lo ha contraddistinto nel 2020 è stato il primo forte calo del volume delle transazioni dal 2009, dopo un periodo contraddistinto da un tendenziale crescente, sia sotto il profilo del fatturato, sia sotto il profilo del numero di transazioni, sia, infine, sotto il profilo dei prezzi delle opere top lot.

Tuttavia, l'*annus horribilis* potrà anche essere identificato come quello che ha registrato la più ampia crescita delle transazioni online nel mondo dell'arte, con un differenziale (YoY) significativo. Un dato importante, sospinto dalle restrizioni adottate dai principali Paesi del mondo, e dal conseguente investimento praticato da gallerie e case d'aste per favorire l'adozione di comportamenti d'acquisto differenti da quelli tradizionali. Tale strategia di intervento ha mostrato come il mercato fosse già pronto all'estensione del segmento online, sia dal lato dell'offerta, sia dal lato della domanda.

Uno degli aspetti più importanti che questi dati implicitamente sollevano, e che rappresenta una delle principali preoccupazioni degli osservatori, riguarda tuttavia la natura dell'incremento delle vendite online. In altri termini, a fronte di questi dati è necessario comprendere se la crescita delle vendite online sia un fenomeno temporaneo, e quindi relegabile a un comportamento derivante dallo shock esogeno, o se è piuttosto corretto interpretare il 2020 come un punto di non ritorno, a partire dal quale il fenomeno delle vendite d'arte online tenderà inevitabilmente a incrementarsi.

I primi dati disponibili forniscono al riguardo una risposta parziale. Le stime, infatti, evidenziano un volume d'affari considerevole, ma sono per ora disponibili solo per il primo semestre 2021. Sarà necessario attendere delle evidenze triennali, sia in termini di consumi aggregati, sia in termini di politiche d'offerta, per comprendere i reali confini del fenomeno.

A prescindere dai trend dell'anno in corso, inoltre, sarà necessario comprendere le strategie di investimento e sviluppo dei principali player internazionali: il mercato dell'arte, infatti, presenta, rispetto ad altri mercati, delle caratteristiche peculiari da tenere necessariamente in considerazione.

La transazione di un'opera d'arte non si basa semplicemente sulle regole della concorrenza, che individua nel prezzo l'indicatore informativo principale. A concorrere alla determinazione del prezzo sono anche variabili di tipo immateriale e, ancor di più, gli scambi che tale mercato regola soggiacciono più che altrove a motivazioni edoniche, e alcuni comportamenti d'acquisto sono correlati a una dimensione sociale e relazionale che lo strumento transattivo digitale solo in parte valorizza.

"Visti e commentati" | di Giacomo Chiofalo

Arte e Cultura

Arti visive

Artisti e Modelle

Chi siamo

Cinema

Contatti

Cucina di Sicilia

cultura e tradizioni | di Betty Scaglione

Cimò

Docufilm

Eventi

I redattori di "Mobmagazine.it" ospiti di

Radio e TV nazionali

Interviste

Libri

Musica

News

Pittura

PRIMOPIANO

Rubrica MonicArte | di Monica

Bonaventura

Rubriche

Street art

Teatro

"ALEF: La creazione è servita" | di Edoardo

Flaccomio

"Arte App'Arte" | di Barbara Morana

"Arte, cultura ed effettismo" | di Francesca

Romana Fragale

"Attualità in Rima" | di Maria Rosa

Bernasconi

"Corrispondenze europee" | di Dorina

Achelaritei

"Cosa vuol dire" | di Beatrice Bargiacchi

"Cultura, arte e... altro" | di Betty Scaglione

"Galateo e altre facezie per donne" | di

Ilaria Cerioli

"I racconti nel cappello" | di Rossana De

Santis

"Il caffè dell'Arte..." | di Antonietta Micali

"Il convitato di plastica" | di Alessandro

Zecchinato

"Il mio Gran Tour: Arte, Cinema, Libri" | di

Paolo Massimo Rossi



È tuttavia innegabile che lo sviluppo di un marketplace online-only, oppure online-first, possa incidere in modo significativo sulla struttura dei costi di interi comparti del mercato, condizione che ha determinato l'ascesa delle vendite online in tutti i principali settori merceologici business to consumer, e questa condizione potrebbe incentivare i dealer a sviluppare segmenti di mercato sempre più estesi online.

Su questo punto è però necessario operare una riflessione di tipo strutturale: atteso che l'acquisto esclusivamente online riduce costi di produzione e promozione, e tenendo al contempo in considerazione che l'acquisto online di opere d'arte riduce altresì le dimensioni del valore relazionale e sociale legato alle opere d'arte, è possibile identificare segmenti specifici che potrebbero vedere nell'online un naturale canale di sviluppo, senza tuttavia inficiare o sostituirsi al mercato tradizionale.

Gli ormai celebri NFT possono rappresentare uno di questi segmenti, ma non di certo l'unico e, forse, nemmeno il più importante. L'espansione delle vendite online di opere d'arte, infatti, implica una modifica strutturale del sistema di creazione del valore del mercato artistico che non va sottovalutata: come dicevamo, i fattori di determinazione del prezzo delle opere d'arte sono in larga parte rintracciabili in un sistema reputazionale affidato a un insieme di player che, pur quando non direttamente etichettabili come operatori del mercato in senso stretto, sono pur sempre identificabili all'interno del sistema d'offerta dell'arte (critici, curatori, musei, giornali e riviste specializzate, ecc.).

Le vendite online, invece, si sviluppano attraverso un differente meccanismo reputazionale che si fonda sull'insieme aggregato di soggetti che, pur quando non direttamente etichettabili come operatori del mercato stesso, sono sempre identificabili, invece, all'interno del sistema della domanda d'arte (appassionati, pubblico generico, collezionisti attuali e potenziali, ecc.).

L'affermazione di un'opera o di un artista verrebbe quindi a essere soggetta a regole diverse da quelle che sinora il mercato ha seguito, con conseguenze che, nel lungo periodo, potrebbero comportare sostanziali diversità rispetto alla strutturazione attuale del valore.

Questo tipo di meccanismo, tuttavia, potrebbe essere alla base di uno dei principali costi-opportunità che attualmente il mercato dell'arte presenta: la selezione, da parte di galleristi e collezionisti, di artisti emergenti o pre-emergenti.

In tal senso, una riflessione strutturale che preveda la realizzazione di marketplace per artisti ancora non rappresentati da alcuna galleria potrebbe favorire da un lato l'incremento della platea degli appassionati d'arte e degli acquirenti potenziali e, dall'altro, sviluppare un nuovo sistema di determinazione del prezzo in un segmento che, allo stato attuale, non è ancora ricompreso nel mercato dell'arte tradizionale.

Grazie al potere espressivo delle opere d'arte, e alla naturale coerenza che la maggior parte delle opere presentano con gli attuali strumenti online, questo tipo di segmento potrebbe conoscere un forte interesse da parte di una categoria di soggetti che attualmente non possono essere riconducibili a un segmento di domanda potenziale di opere d'arte.

Perché ciò accada, tuttavia, è necessario in ogni caso sostenere degli investimenti di medio periodo, grazie ai quali avviare una strategia che sia coerente con le strutture

"In salotto con Aurora" | di Aurora d'Errico

"L'eco che avanza" | di Mari Onorato

"L'Occhio della Pittrice" | di Linda Sofia Randazzo

"L'universo dentro me, noi" | di Elena Tafanelli

"La mia Arte" | di Eugenia Tamburri

"La Nottola di Minerva" | di Roberta Bramante

"La recensione di Segnalazioni Letterarie" | di Alberto Raffaelli

"Letteratura ed empatia" | di Chiara Bentivegna

"Libri e letteratura d'arte" | di Micol Emily Riva

"Menzogne e verità" | di Marco Cagnolati

"MonicArte" | di Monica Bonaventura

"Nel salotto di Daniela" | di Daniela Cavallini

"Nella Macchina del Tempo" | di Vittoria Lotti

"Neuroscienze, Neurodiritto e Criminologia" | di Mirko Avesani

"Passione e sentimento..." | di Valeria Tufariello

"Pausa Caffè" | di Mauro Galliano

"Perché leggere i classici della letteratura?" | di Mariangela Rodilosso

"Piccoli frammenti quotidiani" | di Luciana Carioti

"Pillole di Love Coaching" | di Irene Losito

"Pour parler" | di Cristina Pace

"Quando nulla viene per caso" | di Flaviana Pier Elena Fusi

"Solidarietà e dintorni" | di Luca Salvi

"Sotto palese copertura" | di Caterina Civallero

"Storie di Emozioni e Relazioni" | di Giorgia Bettaccini

"Stralci di vite" | di Anna Avitabile

"Stupor mundi" | di Giusy Pellegrino

"Uno sguardo verso la Bellezza" | di Mariella Di Mauro

"Viviamo così..." | di Meri Lolini

"Voci del cuore" | di Fabia Tonazzi



dei costi e con le dinamiche di sviluppo tipiche degli strumenti di questo tipo.

Trattandosi di un mercato almeno inizialmente non mainstream, sarebbe dunque necessario sostenere un investimento condiviso da più soggetti, che da un lato investano capitale di rischio e dall'altro, al contempo, garantiscano anche un bacino d'acquirenti potenziali.

Un'operazione che, essendo ben nota la ritrosia ad avviare operazioni condivise su questo mercato, si configura come tutt'altro che banale, ma che potrebbe permettere ritorni interessanti almeno su tre dimensioni principali: l'estensione del mercato dell'offerta, l'espansione della potenziale domanda, il mantenimento di un sistema di determinazione del prezzo per quegli artisti e per quelle opere oggetto di transazione sui mercati tradizionali.

Il libro:

Alessia Zorzoli, "Il mercato dell'arte. Guida pratica per consulenti finanziari e private banker", Franco Angeli ed., 2021

Alessia Zorloni

FrancoAngeli

Il mercato dell'arte

MANUALI



Guida pratica per
consulenti finanziari e private banker

Alessia Zorloni, "Il mercato dell'arte. Guida pratica per consulenti finanziari e private banker", Franco Angeli ed., 2021

FONTE:

**MERCATO ONLINE: QUALI OPPORTUNITÀ
PER I GIOVANI ARTISTI?**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600