

Economia

Moda batte arte (se n'è accorto anche Pinault)

di Bruno Muheim



Il mondo dell'arte e quello della moda talvolta si sono avvicinati con risultati assai contrastati. Dicono che Michelangelo abbia disegnato le divise delle guardie svizzere,

Petitot disegnava costumi per il teatro, Picasso e la Goncarova crearono costumi per i Ballets Russes, Matisse dei paramenti sacri, più recentemente Raf Simons ha integrato nelle sue collezioni opere di Sterling Ruby. Tuttavia, sono casi assai ridotti, ma certo alcuni sarti furono incredibili collezionisti d'arte. Lo straordinario Jacques Doucet riuni la più importante collezione del XX secolo con eccezionali opere del Doganiere Rousseau, Modigliani, Brancusi e altri. Yves Saint Laurent, Miuccia Prada, Gimmo Etro sono stati o sono ancora tra i più importanti collezionisti al mondo. Le persone facoltose che comprano opere d'arte all'asta spesso acquistano importanti vestiti griffati, anche se è difficile individuare grandi collezioniste che furono fashion addict. Ci sarebbe da considerare anche un certo snobismo di molti collezionisti che non vogliono apparire troppo eleganti, ma una Mona Bismarck, che fu la più grande cliente di Balenciaga e acquistava sontuosi pezzi d'arte, rimane un'eccezione. Alcuni marchi come Prada, Jil Sander, sarti giapponesi o belgi si sono specializzati in una moda destinata ad amatori d'arte soprattutto contemporanea, offrendo vestiti minimali, strutturati, che sono anche un manifesto intellettuale.

Questo detto, dobbiamo però notare attualmente grandi somiglianze nei modelli economici del mercato dell'arte e della moda. Già le attività della moda e delle aste sono basate sulle stesse tempistiche: entrambe devono essere pronte entro una data e un orario precisi. E l'esito commerciale dipende per entrambe da questo evento, che in tutti e due i casi ha lo stesso tempo di maturazione, da due a quattro mesi per preparare un catalogo o una sfilata. Le grandi aste importanti si tengono in primavera e in autunno come le sfilate, sono cadenzate a intervalli fissi e anticipate da una serie di aste minori, come nel mondo della moda la sfilata è preceduta da una serie di mini collezioni «main», «cruise» e «flash».

Negli ultimi 20 anni le strutture di questi due mondi hanno subito gli stessi cambiamenti. Il rinnovamento è iniziato prima nel mondo dell'arte, indicativamente nel 1983, quando Alfred Taubman comprò Sotheby's. Prima di allora, una casa d'aste funzionava un po' come un'associazione di esperti che gestivano anche l'aspetto commerciale dell'attività. Questo modello ha funzionato anche molto bene per anni, ma con due problemi seri: dopo la scomparsa di Peter Wilson Sotheby's si era trasformata in un insieme di feudi senza una vera leadership e aveva difficoltà a misurarsi con il boom economico del mercato dell'arte. Nel 1983 il potere, dunque, da Sotheby's passa al management e

CONTINUA A P. 84, I COL.

L'irresistibile rischio della migliore offerta

Non basta un Nobel per capire il fascino morboso dell'azzardo

A Stoccolma premiati due economisti per la loro teoria sulle aste. Il mercato dei «pleasure asset», però, sfugge a ogni logica scientifica. Almeno per ora

Milano. Nella relazione del Comitato per il Nobel per l'Economia 2020, conferito a Paul R. Milgrom e Robert B. Wilson per i loro miglioramenti «alla teoria delle aste e l'invenzione di nuovi formati di aste» si legge che «lo scopo di un'asta è quello di creare il maggior valore possibile assegnando un oggetto all'acquirente che può farne il miglior uso possibile», assioma che al momento non pare applicabile a quel mercato dell'arte che in piena pandemia ha visto senza apparenti spiegazioni aggiudicare a uno sconosciuto acquirente e a quasi 27 milioni di euro, Stan, uno scheletro di T-rex, che era stato stimato 5-7 milioni (cfr. articolo a p. 88). Dal tempo dei cento franchi pagati per la copia di Manon Lescaut donata con «umiltà» da Armando Duval a Margherita Gautier e narrati da Dumas ne *La signora delle camelie*, è passato ben più di un secolo, ma dalla letteratura aggiudicazione di quel volume pagato dieci volte il suo prezzo, e conclusasi con l'epocale «non insisto, signore», la storia e l'attualità sembrano ripetersi ed essere indecifrabili per una raziocinante teoria economica su un mercato ancora retto sulla fiducia e sui legami personali

(*The French Art Market: A Sociological View* di Raymonde Moulin e *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art* di Olav Velthuis) e anche condizionato dalla teatralità di istrionici battitori, dalle strategie di marketing e comunicazione adottate dalle case d'asta e dal glamour dei loro eventi organizzati, che inevitabilmente vanno però a incidere pesantemente su commissioni e buyer's premium. Come Dumas narra di essersi «ostinato a far alzare il prezzo di questo libro, non so neanche io perché, forse per il piacere di far inquietare un signore che vi si accaniva e sembrava sfidarmi a comprarlo», Velthuis afferma addirittura che «è considerato non "chic" e fa parte di un ethos più ampio all'interno del mercato dell'arte che le preoccupazioni monetarie sono volgari o impure e non dovrebbero contaminare le preoccupazioni artistiche o estetiche "pure"» o la bramosia di uno status che il loro possesso conferisce, per cui il prezzo e il valore diventano dettagli marginali. Gli scienziati premiati dall'Accademia di Stoccolma, nei loro studi, infatti, si sono concentrati su aste pubbliche e private aventi a oggetto beni suscettibili di una utilizzazione economica, in



La vendita del T-rex nella «20th Century Evening Sale» di Christie's New York il 6 ottobre

particolare le radiofrequenze, e non sui pleasure assets. I loro studi, tuttavia, offrono spunti interessanti anche per il bizzarro e non regolamentato mercato dell'arte che, comunque, si inquadra nel modello di asta a formato inglese in cui le offerte aperte vengono date in ordine crescente fino a quando nessuno presenta un'offerta più alta, con l'oggetto assegnato al miglior offerente a quel prezzo.

Milgrom, in particolare, tra le sue scoperte, ha dimostrato che a incidere sul prezzo di aggiudicazione sono le informazioni e che un venditore può aspettarsi di aumentare i suoi ricavi condividendo maggiori informazioni con i potenziali acquirenti, tra le quali vengono citate espressamente anche i certificati di autenticità: «Nella maggior parte dei casi, CONTINUA A P. 84, III COL.

L'analisi di Intesa Sanpaolo

Identikit di una passione

Chi è il collezionista italiano? Un uomo maturo che investe in arte contemporanea. Ma dopo la pandemia forse cambia tutto

Milano. Da quando, nell'ultimo decennio, l'arte ha iniziato ad assumere agli occhi degli analisti i contorni di un'asset class consolidata, passando dallo status di semplice «bene rifugio» a quello di strumento finanziario autonomo, si è resa necessaria una nuova trasparenza, supportata da database affidabili e da metodi d'indagine affidati. Le ricerche sul mercato dell'arte si sono perciò moltiplicate, ma fra i molti studi usciti, curiosamente mancava in Italia un'indagine sui collezionisti privati, che pure di tale mercato rappresentano la componente fondamentale. A colmare la lacuna ha provveduto Intesa Sanpaolo, da sempre (e «costituzionalmente» si vorrebbe dire, per tradizione storica) attenta all'arte e alla cultura, promuovendo la ricerca *Collezionisti e valore dell'arte in Italia* edita da Gallerie d'Italia/Skira, primo volume di una collana che Intesa Sanpaolo Private Banking (attiva da un



Collezionisti e mercanti nello stand della David Kordansky Gallery all'ultima edizione di Frieze Los Angeles 2020

ventennio nell'Art Advisory in collaborazione con Eikonos Arte), dedica al mercato dell'arte. Il libro si pone una serie di domande, cui risponde: chi sono i collezionisti e le collezioniste italiani? Che cosa collezionano? Da quanto tempo lo fanno? Quanto investono? E si può delineare un carattere «italiano» nel collezionare? In realtà, però, l'indagine si allarga a scenari più vasti: dopo l'introduzione in cui Guido Guerzoni analizza il fenomeno del collezionismo basandosi sugli studi internazionali più recenti, Alberto Fiz, con Anna Barrilà, riassume i dati del mercato internazionale nel 2019 e nel 2020. E segnala come nel report Art Basel/UBS (basato sulle aste, unici dati oggettivi accessibili; cfr. n. 407, apr. '20, p. 41) già nel 2019 si rilevasse una flessione del 39% delle opere del segmento alto (oltre i 10 milioni di dollari), dopo un decennio abbondante in cui tale settore aveva trainato il mercato.

È possibile, osserva, che queste opere siano passate nel mercato privato, fortemente potenziato da Christie's e Sotheby's (tanto da raggiungere il valore di 1,8 miliardi di dollari), mentre appaiono in crescita esponenziale, causa pandemia, le aste online (tra gennaio e maggio Sotheby's ha visto lievitare questo comparto del 370%). I settori di punta? Nel 2019 si è assistito a uno spostamento verso l'arte del dopoguerra e contemporanea (53% del mercato), un settore ad alta propensione speculativa, dal rapido turnover, seguito dall'arte moderna e, da ultimo, dagli Old Master. Sebbene, come si suggerisce qui, la pandemia possa indurre a un riposizionamento su valori più consolidati. Analoga la situazione sul nostro mercato, analizzato in profondità da Marina Mojana con Alberto Fiz, basandosi sui dati 2019 delle 28 maggiori case d'asta italiane, dove emerge tra

CONTINUA A P. 85, IV COL.

Le regole sulle vendite

Il collezionista non è un mercante

Il fisco è diffidente quando un privato cede occasionalmente un'opera

Roma. Sempre più spesso gli investitori abbandonano i canali tradizionali del private banking e, per incrementare il valore del proprio patrimonio, acquistano opere d'arte. Ma se l'opera rappresenta ormai un asset class, il collezionista può entrare nel mirino del fisco. È ciò che accade, ad esempio, quando decide di dismettere un pezzo della collezione per acquistarne un altro. Ora, per capire se gli atti di acquisto e vendita compiuti dal collezionista allo scopo di creare e valorizzare la collezione possano essere tassati o meno, è necessario anzitutto comprendere se l'attività del collezionista sia suscettibile di venir considerata attività di impresa e assoggettata, tra le altre cose, alle imposte sui redditi. Malgrado la commercialità dell'atto, normalmente il collezionista non agisce nell'esercizio di un'attività imprenditoriale e in linea di massima è escluso che produca redditi d'impresa ex art. 55 del D.p.r. n. CONTINUA A P. 85, I COL.

Economia

Collezionista, non mercante

SEGUE DA P. 83, V COL.

917/86 (cd. T.U.I.R.). Questi ultimi, infatti, presuppongono più che il carattere dell'organizzazione di cui all'art. 2082 c.c. l'esercizio, per professione abituale ancorché non esclusiva, delle attività previste dall'art. 2195 c.c., tra le quali «attività intermedia nella circolazione dei beni» (inteso nel senso di acquisto e successiva rivendita del bene). A livello fiscale, quindi, è anzitutto il **tasso di abitualità dell'attività commerciale svolta a rappresentare il confine tra il collezionista puro e il mercante d'arte**. Questo significa che, per escludere la produzione di redditi di impresa in capo al collezionista, l'Amministrazione finanziaria dovrà valutare, caso per caso, gli **elementi sintomatici dell'attività imprenditoriale**, quali la **continuità**, la **frequenza** e la **rilevanza economica delle cessioni**, il **ridotto lasso temporale intercorrente tra l'acquisto dell'opera e la sua successiva rivendita**, l'**utilizzo di mezzi pubblicitari per il proscioglimento di potenziali clienti**. Con la conseguenza che difficilmente potrà essere considerato mercante d'arte colui che non cura in maniera abituale tutto il ciclo di acquisto, promozione e rivendita dei beni artistici facenti parte della collezione. Tuttavia, lo svolgimento di operazioni speculative isolate non pone al riparo il collezionista dalla lente accertativa dell'Amministrazione finanziaria, la quale potrebbe comunque riprende-

re a tassazione i proventi derivanti dalla dismissione dell'opera d'arte, qualificandoli come redditi diversi ex art. 67, comma 1, lettera i), T.U.I.R. Parliamo della categoria reddituale dei «redditi derivanti dallo svolgimento di attività commerciali non esercitate abitualmente» che vengono assoggettati a Irpef, individuati dalla norma del T.U.I.R. in negativo (redditi non riconducibili a quelli di impresa o di lavoro autonomo, o a redditi da lavoro dipendente) e ulteriormente distinti rispetto ai redditi di impresa per la mancanza dell'elemento della abitualità nello svolgimento di attività di natura commerciale. Non a caso, già nel 2011 con la sentenza n. 21776, la Cassazione aveva osservato che l'attività commerciale non occasionale debba consistere, alternativamente, nella «pluralità di atti coordinati e diretti alla realizzazione del medesimo scopo con stretta relazione funzionale tra atto di acquisto e atto successivo di vendita», o in una «serie di atti intermedi volti ad incrementare il valore del bene in funzione della successiva vendita». Insomma, per sfuggire al fisco, il **collezionista è tenuto a dimostrare che la vendita dell'opera**, non avendo carattere continuativo e professionale, **si è tradotta in un semplice atto traslativo del diritto a titolo oneroso**, divenendo così **fiscalmente irrilevante**. Ciononostante, la prassi degli uffici sembra poco sensibile alle sottili differenze poste dal Legislatore tra le summenzionate categorie reddituali e orientata, piuttosto, nel senso di riprendere a tassazione persino le plusvalenze realizzate con la vendita di opere e oggetti da collezione pervenuti tramite donazione o successione ereditaria. In simili ipotesi, quindi, al

contribuente non rimane che portare all'attenzione dei verificatori prima, e dei giudici poi, l'**assenza del requisito della «commercialità»**, che richiede il precedente acquisto del bene oggetto di cessione (in questo senso, Cass., sentenza n. 2809 del 7 febbraio 2008) e diventa indispensabile per decretare l'imponibilità, ai fini Ires o Irpef, del reddito derivante dalla cessione dell'opera d'arte. Si consiglia, pertanto, la conservazione di tutta la documentazione utile a **dimostrare la provenienza iure donationis o iure successionis dell'opera stessa**.

□ **Giancarlo Marzo e Irene Barbieri**

Avvocati

Identikit di una passione

SEGUE DA P. 83, IV COL.

L'altro dato significativo di **Pandolfini, Bertolami e Wannenes** (tutte con sedi anche all'estero), il cui giro d'affari nel 2019 è stato supportato da un 75% di clienti stranieri. Anche qui, per tutte, un vistoso incremento nel 2020 dell'online, avviato tuttavia già nel 2019, quando la crescita era già stata del 10,2% sul 2018. Dopo l'analisi (di **Paola Musile Tanzi**) sulla peculi-

rità del mercato dei beni artistici, c'è l'indagine sul collezionismo italiano di **Guerzoni e Flaminia Iacobucci** (su un campione, avvisa Guerzoni, di 187 collezionisti sui 1.400, tratti dal database di miart e dai contatti di Intesa Sanpaolo, cui era stato inviato il questionario, oltre a 22 gallerie private). Ne emergono numerosi dati: il **53% dei collezionisti** è rappresentato da **persone di 50-69 anni** (mentre **all'estero il 49%** è rappresentato dai **millennials**) e, sull'intero campione (salvo un 12% che non ha risposto a questa domanda), la percentuale femminile rappresenta il 24% contro il **64% di uomini**. Debordante (il **68%**) la presenza dei **residenti nel Nord Italia** e quella dei **laureati e diplomati (97%**, contro un dato nella popolazione nazionale tra i 25 e i 64 anni pari al 70%). Il 55% colleziona da oltre dieci anni; il 94% sceglie il contemporaneo, il 46% il Post War, il 21% l'arte moderna. E il 59% dichiara di sviluppare la collezione secondo temi e tendenze artistiche (dal 29% dell'astrazione al 3% della Body art). Impossibile andare nel dettaglio delle singole voci, che esplorano le motivazioni all'acquisto, i canali d'acquisto (al primo posto ancora le gallerie), la visita alle fiere, le fonti informative, il budget e molto altro. In chiusura, un denso capitolo sui profili legali e fiscali del collezionismo a cura di **Pedersoli Studio Legale** e un excursus sul Progetto Cultura di Intesa Sanpaolo, guidato da **Giovanni Bazoli e Gian Maria Gros-Pietro** e fondato sulle ricchissime (per quantità e qualità) collezioni del Gruppo, la cui Direzione Arte, Cultura e Beni Storici è affidata a **Michele Coppola**. □ **Ada Masoero**

I benedettini mecenati di San Giorgio Maggiore



Torino. Nel solco della tradizione secolare di valorizzazione del patrimonio culturale e in continuità con l'interesse per l'arte internazionale dimostrato in Laguna fin dal collezionismo del '500, la comunità benedettina dell'**Abbazia di San Giorgio Maggiore** a Venezia, con il contributo della Benedicti Claustra Onlus, ha acquistato l'olio su tavola di **Jan Matsys** «Vergine in preghiera» databile al 1552 (44x56 cm; nella foto). L'importante dipinto, che gode di un unanime e autorevole consenso attributivo, proveniva dalla **Galleria Caretto & Occhinegro** di Torino e verrà inserito nel catalogo ragionato a cura di **Maria Clelia Galassi** di prossima pubblicazione. La presenza nei musei italiani di opere di Jan Matsys è rara, essendone conservate unicamente tre nei Musei di Strada Nuova di Genova. Questa nuova acquisizione rafforza la presenza di arte fiamminga in Laguna, dove già sono visibili l'«Ecce Homo» di **Quentin Matsys**, padre di Jan, a Palazzo Ducale e le «Quattro visioni dell'Aldilà» di **Hieronymus Bosch** alle Gallerie dell'Accademia. E proprio alle tre opere maggiori «genovesi» di Jan Matsys, quali la «Madonna col Bambino» e l'«Adorazione del Bambino» del 1522, e la «Caritas», è collegata la «Vergine in preghiera»: la fisionomia, l'acconciatura e il velo sono i medesimi e testimoniano l'autonomia iconografica della Vergine che non risulta essere derivata da un prototipo paterno, bensì una delle prime concezioni del tutto autonome.

ILPONTE

CASA D'ASTE DAL 1974

Arte Moderna e Contemporanea

Asta 1 e 2 dicembre

Giacomo Balla

"Pessimismo e ottimismo" 1922 ca.

tempera su carta applicata
su cartone pressato
cm 39x58,5

Stima € 30.000 - 50.000

arte.moderna@ponteonline.com
+39 028631496 | +39 028631410
Via Pontaccio, 12 Milano
www.ponteonline.com

📷 📱 📄