



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

**Diversità e visibilità degli artisti nel mercato dell'arte  
contemporanea globale: Il caso di Art Basel**

**Relatore**

Ch. Prof. Elisabetta Lazzaro

**Laureando**

Agnese Torres

Matricola 876374

**Anno Accademico**

2019/2020



*Ringrazio i miei genitori per il supporto,  
la pazienza  
e l'immancabile affetto,  
non mi avete fatta sentire sola neanche a centinaia di km di distanza.  
Ringrazio i miei nonni,  
che vorrei fossero tutti qui.  
Ringrazio Giovanni e i miei più cari amici,  
non serve nominarvi, voi sapete.  
A voi tutti,  
devo 4/4 di me.*

*Ringrazio infine la mia relatrice, la Professoressa Lazzaro,  
per il sostegno, la costanza e l'impegno con cui mi ha assistita in questo progetto.*



# INDICE

Introduzione.....	8
1. La sfida della diversità nel mercato dell'arte.....	11
1.1. La dimensione geografica come indice di diversità culturale.....	14
1.1.1. Il fenomeno della globalizzazione nel mercato dell'arte: realtà o mito?....	15
1.1.2. Paesi e regioni geografiche dominanti nel mercato artistico.....	20
1.1.3. Nazionalità e provenienza geografica degli artisti.....	25
1.2. La questione del genere nel mercato dell'arte: Principi e aspetti teorici.....	32
1.2.1. Disparità di genere nel mercato dell'arte secondo la letteratura empirica..	37
1.2.2. Alcuni segnali relativamente positivi sulla situazione delle donne nel mercato artistico.....	43
1.3. Il ruolo dei mediatori all'interno del mercato artistico globale.....	50
1.3.1. Le fiere d'arte internazionali nel mercato globale.....	57
1.3.1.1. La fiera internazionale di Art Basel: origini ed evoluzioni.....	60
2. Case study: Art Basel 2018.....	64
2.1. Aspetti metodologici.....	64
2.1.1. Fonti e metodologia di raccolta dei dati.....	64
2.1.2. Analisi dei dati.....	66
2.2. Risultati.....	68
2.2.1. Distribuzione geografica ed internazionalizzazione delle gallerie.....	68
2.2.2. Distribuzione geografica ed internazionalizzazione delle gallerie per settore.....	74
A. Galleries.....	74
B. Unlimited.....	79
C. Feature.....	79
D. Statements.....	80
E. Parcours.....	81
F. Edition.....	81
G. Film.....	82
2.2.3. Distribuzione geografica degli artisti: nazionalità vs. residenza.....	82

2.2.4. Distribuzione geografica degli artisti per settore: nazionalità vs. residenza.....	86
A. Galleries.....	86
B. Unlimited.....	90
C. Feature.....	92
D. Statements.....	93
E. Parcours.....	95
F. Edition.....	97
G. Film.....	99
2.2.5. Distribuzione di genere tra artisti e galleristi.....	100
2.2.6. Distribuzione di genere tra artisti e galleristi per settore.....	102
A. Galleries.....	102
B. Unlimited.....	104
C. Feature.....	105
D. Statements.....	106
E. Parcours.....	107
F. Edition.....	108
G. Film.....	110
2.2.6. Il grado di innovazione di Art Basel 2018.....	110
Conclusioni.....	114
Riferimenti bibliografici.....	122
Riferimenti sitografici.....	126

## Abstract

Il presente elaborato si pone l'obiettivo di indagare il tema della diversità culturale e della valorizzazione degli artisti all'interno del mercato dell'arte contemporanea. In particolare, vengono analizzati e discussi gli aspetti della provenienza geografica e del genere.

La prima parte della tesi è dedicata ad una recensione della letteratura. Partendo dal concetto generale di diversità in ambito artistico e culturale e dai suoi sviluppi recenti, mi concentro successivamente sulla sua dimensione geografica, considerabile come un indice di diversità culturale. La letteratura in materia è sostanzialmente suddivisa in due correnti. La prima sostiene che il mercato, attraverso i fenomeni di globalizzazione ed internazionalizzazione, abbia ormai assunto l'aspetto di un unico mercato globale in grado di offrire pari opportunità per ogni individuo che voglia parteciparvi; fanno parte di questa i contributi di Waters (2001), Crane (2015) e Yogev ed Ertug (2015). La seconda corrente, in cui si inseriscono i contributi teorici ed empirici di studiosi quali Bourdieu (1999), Velthuis (2013) e Quemin (2008; 2013), sostiene invece che il mondo dell'arte sia ancora ampiamente squilibrato in favore di una ristretta minoranza di Paesi prettamente occidentali.

Successivamente, l'attenzione sarà posta sul concetto di diversità di genere, un tema ancora molto spinoso nel mondo della cultura. Anche in questo caso vengono discussi ed analizzati i contributi teorici ed empirici di coloro che sostengono che le donne producano arte sistematicamente inferiore in termini di qualità rispetto alla controparte maschile (Cowen, 1996; Thorton, 2008) e che, per esempio, per questa ragione esse riescano raramente a raggiungere elevati prezzi di aggiudicazione d'asta. A queste teorie vengono contrapposti studi teorici ed empirici che, invece, sostengono come una sotto-rappresentanza del genere femminile sia spesso motivata da pregiudizi ed istanze storiche e sociali, piuttosto che da differenze biologiche.

La seconda parte della tesi studia dal punto di vista empirico come, all'interno della fiera internazionale d'arte contemporanea più importante, Art Basel, sia stato effettivamente raggiunto un grado di diversità tale per cui artisti uomini e donne provenienti da ogni regione del mondo godano delle medesime opportunità e visibilità attraverso le gallerie che li rappresentano. Attraverso l'elaborazione dei dati raccolti sul sito ufficiale di Art Basel ed integrati con ulteriori informazioni reperite in rete riguardanti gli artisti e le gallerie presenti all'edizione 2018 di Basilea, pongo particolare attenzione alla distribuzione geografica degli

artisti e delle gallerie che li rappresentano, nonché sul processo di internazionalizzazione di queste ultime, e sulla distribuzione di genere tra artisti e galleristi.

I risultati ottenuti e discussi alla luce della letteratura precedentemente analizzata, puntano a un effettivo squilibrio di genere e di distribuzione geografica. Le conclusioni suggeriscono ulteriori piste di ricerca.

## Introduzione

Attraverso uno sguardo superficiale, il mondo dell'arte potrebbe sembrare un settore estremamente inclusivo e aperto alle diversità, siano esse relative alla cultura, all'etnia o al genere. In realtà, sotto la superficie, si cela un mondo ancora molto gerarchico e soggetto a profondi squilibri.

Come è ben noto, temi quali la diversità culturale e l'inclusione delle minoranze sono questioni estremamente attuali e fonte di dibattito in ogni ambito della società. Il mondo dell'arte non è certo escluso da questa discussione e, anzi, gioca un ruolo fondamentale nel processo di emancipazione delle minoranze, nonché nella promozione del loro patrimonio artistico e culturale.

Il primo capitolo di questo elaborato sarà dedicato ad una recensione della letteratura relativa al concetto di diversità analizzato da due diverse prospettive: la dimensione geografica e territoriale del mercato artistico e la diversità di genere. La prima dimensione di diversità verrà affrontata partendo dal concetto di globalizzazione per concentrarsi successivamente sugli effetti che essa ha avuto in ambito culturale e, in particolare, sul mercato dell'arte. Nonostante autorevoli ricercatori ed autori, quali Waters (2001) o Crane (2015), sostengano che, grazie all'abbattimento delle frontiere e alla riduzione delle distanze tra diverse culture e Paesi, agevolati, per esempio, dall'avvento di internet, i singoli mercati locali abbiano ormai assunto l'aspetto di un unico mercato artistico globale, esiste una vasta letteratura in materia che respinge fortemente questa teoria. Studiosi del calibro di Bourdieu (1999), Velthuis (2013) e Queminn (2008; 2013), attraverso studi qualitativi e quantitativi, hanno riscontrato un netto squilibrio all'interno del mercato, il quale è ancora caratterizzato da una struttura gerarchica che vede pochi Paesi, prettamente occidentali, alla guida dell'intero mercato, influenzandone, di conseguenza, il gusto dominante ed i processi decisionali. MacAndrew (2019) nel suo rapporto annuale sul mercato dell'arte, ha infatti rilevato una concentrazione di intermediari e, di conseguenza, delle transazioni commerciali avvenute nel 2018 (aggiudicazioni d'asta, vendite private ecc.) in tre Paesi: Stati Uniti, Regno Unito e Cina, seguiti a grande distanza da una manciata di Paesi europei, quali Francia, Germania e Svizzera.

Sempre in termini di distribuzione geografica, il mercato dell'arte è soggetto ad un altro notevole squilibrio, che vede una tendenza da parte di galleristi, curatori e collezionisti a prediligere artisti di fama internazionale, comunemente occidentali e di sesso maschile.

La seconda sezione del primo capitolo sarà infatti dedicata alle disparità di genere che ancora caratterizzano il mercato artistico e causano la sotto-rappresentanza del genere femminile, sia all'interno dei processi creativi che di quelli decisionali (MacAndrew, 2019; Halperin, 2019). La sotto-rappresentanza delle donne all'interno del mercato e le quotazioni delle opere da loro prodotte, nettamente inferiori rispetto a quelle della controparte maschile, sarebbero, secondo alcuni (Cowen, 1996; Thorton, 2008), dovute ad una mancanza di talento da parte delle donne e ad una scelta di stili e soggetti non particolarmente apprezzati da parte della maggior parte dei collezionisti d'arte, i quali sono, solitamente, di sesso maschile. Nel corso dei decenni, queste ipotesi sono state ampiamente criticate e messe in discussione e, al giorno d'oggi, la teoria più accreditata che spiegherebbe la mancanza di mercato per le donne sembra essere quella di Nochlin (1971; 1989), la quale sostiene che, nel corso dei secoli, le istanze sociali e culturali hanno impedito alle donne di accedere a scuole d'arte ed accademie e di specializzarsi nella produzione artistica. Queste limitazioni, sommate ad alcune discriminazioni di genere ancora fortemente radicate nella società (Bocart et al., 2018 ; Adams et al., 2017), hanno fondamentalmente escluso le donne dalle fasce più alte del mercato, consentendogli di ricoprire un ruolo decisamente marginale rispetto a quello ricoperto dai colleghi maschi.

Infine, dopo un breve excursus sul funzionamento del mercato dell'arte, suddiviso in mercato primario e secondario, l'attenzione verrà posta sul ruolo degli intermediari, ed in particolare delle fiere d'arte, all'interno delle dinamiche di mercato e, più in generale, di tutto il sistema artistico, al fine di comprendere meglio la situazione attuale ed i possibili sviluppi futuri in tema di inclusione delle diversità e delle minoranze.

Il secondo capitolo dell'elaborato sarà invece dedicato all'analisi empirica dell'edizione 2018 della più celebre fiera internazionale d'arte contemporanea del mondo: Art Basel. Concentrandomi esclusivamente sull'edizione di Basilea, la più longeva delle tre fiere affiliate al marchio Art Basel, l'obiettivo della ricerca era comprendere se all'interno del mercato artistico contemporaneo sia stato effettivamente raggiunto un grado di diversità tale per cui artisti uomini e donne provenienti da ogni regione del mondo godano delle medesime opportunità e della medesima visibilità attraverso le gallerie che li rappresentano.

I dati raccolti dal sito ufficiale di Art Basel e integrati con quelli reperiti attraverso un ricerca generica in rete, riguardano, in primo luogo, la distribuzione geografica degli espositori e la loro eventuale internazionalizzazione, nonché la nazionalità e l'effettiva distribuzione degli artisti sul territorio (residenzialità). Il secondo aspetto considerato in questo studio riguarda,

invece, la distribuzione di genere tra artisti e galleristi, al fine di comprendere se, esclusivamente in riferimento al settore contemporaneo, il mercato artistico sta effettivamente diventando più solidale nei confronti del genere femminile. Infine, l'attenzione verrà posta sul grado di innovazione della fiera Europea di Art Basel 2018, il quale verrà misurato in base a due indicatori: l'età media degli artisti rappresentati dalle gallerie e l'anno medio di produzione delle opere esposte. È proprio l'arte contemporanea, infatti, che attraverso le nuove generazioni di artisti, caratterizzate da un gusto innovativo e tecniche sperimentali, sta decidendo i valori che determineranno il futuro del mercato artistico, il quale dovrà essere sempre più imperniato sui principi di diversità ed inclusione delle minoranze.

Seguiranno, infine, le conclusioni generali alla luce della letteratura in materia e dei risultati ricavati dall'analisi empirica del caso di Art Basel, Basilea, 2018, e i suggerimenti per ulteriori piste di ricerca.

## **Capitolo 1**

### **La sfida della diversità nel mercato dell'arte**

Nel corso dei secoli, l'arte è stata in grado di rappresentare la diversità ed il multiculturalismo attraverso una moltitudine di forme e discipline. Oggigiorno, questa vocazione è diventata una vera e propria necessità. I flussi migratori, lo sviluppo di Internet e dei media digitali, la globalizzazione ed i movimenti per i diritti civili delle minoranze sono solo alcuni dei fenomeni che hanno segnato il secolo passato e che stanno plasmando il futuro del mondo e della società moderna. Bill Clinton, 42° presidente degli Stati Uniti, già nel 1997 durante il discorso di apertura della cerimonia di premiazione degli *Arts and Humanities Awards*, sottolineò l'importanza dell'arte e delle discipline umanistiche nella lotta per la difesa e la conservazione dei valori democratici di tolleranza, pluralismo e libertà. Rushton (2003) sottolinea questo aspetto ricordando che il multiculturalismo statunitense ha notevolmente influenzato il gusto e il modo in cui il pubblico si rapporta con l'arte e le istituzioni culturali. Tuttavia, sembra che il gusto dominante che influenza e determina i processi decisionali in campo artistico e culturale, sia ancora quello delle *élite* bianche e benestanti. Al contempo, però, riconoscere e far fronte ai bisogni delle minoranze comporta una serie di difficoltà e questioni spinose. In primo luogo, gran parte del pubblico ha interesse nell'esperire forme d'arte provenienti da una grande varietà di culture, tanto che Peterson et al. (1996) hanno coniato il termine di "onnivoro culturale". In secondo luogo, il tentativo di classificare gli individui in base a quello che sarebbe comunemente considerato il loro gruppo culturale, comporta il rischio di creare nuove forme di razzismo e segregazione (Rushton, 2003:94).

Tuttavia, con l'emanazione della Dichiarazione Universale della Diversità Culturale, nel corso della 31<sup>a</sup> sessione della Conferenza Generale dell'UNESCO, la diversità tra le culture, che si rivela attraverso gli aspetti originali e le diverse identità presenti nei gruppi e nelle società che compongono l'Umanità, venne ufficialmente riconosciuta come patrimonio comune dell'Umanità dal valore inalienabile. La Dichiarazione sopracitata sottolinea ancora una volta quanto sia indispensabile assicurare un'interazione armoniosa tra i diversi gruppi sociali e quanto il ruolo delle politiche culturali sia cruciale in questo senso. Bennet (2001), nel suo saggio "*Differing Diversities*", ha analizzato le politiche culturali messe in atto da numerosi Paesi dell'Europa occidentale volte all'inclusione ed all'integrazione delle diversità e delle minoranze all'interno dei processi decisionali e creativi, al fine di comprendere come le questioni legate alla diversità culturale sono affrontate in diversi contesti nazionali che

differiscono per storia e cultura. Osservando la forte correlazione esistente tra la definizione delle politiche culturali ed il lungo processo di sviluppo delle società risultato nella formazione dei cosiddetti Stati nazionali, Bennet ne ha dedotto che il concetto di cittadinanza è strettamente legato a quello di diversità culturale ed inclusione delle minoranze. Egli sostiene che le discriminazioni nei confronti delle donne, degli omosessuali, dei disabili e delle minoranze etniche non bianche siano forme di oppressione e segregazione che, nel corso dei secoli, si sono sostenute ed alimentate a vicenda e, proprio in vista di questa correlazione, è necessario rimodellare il concetto di cittadinanza, passando dalle vecchie politiche basate sul principio di omogeneità a nuove politiche imperniate, invece, sui concetti di eterogeneità ed inclusione (Bennet, 2001:64).

Numerosi studiosi hanno svolto ricerche sul tema al fine di comprendere fino a che punto le società moderne possono essere effettivamente considerate inclusive e aperte alla diversità. Purtroppo, in molti casi, il quadro che ne deriva non è affatto confortante. Béhague (2006), per esempio, sostiene che nel corso degli ultimi due decenni si sia assistito ad un relativo progresso in termini di diversità in quanto numerosi artisti appartenenti alle cosiddette “minoranze” godono di un notevole riconoscimento artistico. Ciononostante, essi non sono adeguatamente rappresentati o integrati all’interno dei processi creativi. Béhague sostiene che negli Stati Uniti, per esempio, uno dei principali impedimenti alle iniziative che puntano all’inclusione delle diversità all’interno dei settori artistici e creativi, risiede nell’elitarismo delle agenzie e delle istituzioni culturali, le quali si fanno promotrici di un’arte occidentale ed eurocentrica in musei e teatri. Similmente il Regno Unito, dagli inizi del nuovo millennio, cominciò a promuovere una varietà di iniziative volte all’inclusione delle minoranze all’interno dei settori artistici e culturali, ma nonostante l’appoggio di istituzioni ed agenzie estremamente autorevoli, quali il *UK Film Council* e l’*Arts Council England*, anche queste risoluzioni mal ideate fallirono rapidamente. La nozione di diversità abbandonò presto il suo focus sulle discriminazioni razziali e la giustizia sociale per dare spazio a casi aziendali imperniati sulla questione della diversità, ravvisando nella crescita economica la principale giustificazione per l’azione politica, piuttosto che nell’uguaglianza tra i diversi gruppi sociali (Nwonka, 2019).

Se si pensa al sistema artistico, ci si rende facilmente conto che gallerie, case d’asta, fiere e musei sono soliti proporre un tipo di arte estremamente omogenea e considerata convenzionale poiché apprezzata soprattutto dalle classi considerate “dominanti”. Anche per quanto concerne la critica e lo studio dell’arte, i canoni estetici ed il gusto dominante sono sempre stati orientati verso Occidente. Nonostante ciò, negli ultimi anni si è assistito ad una diversificazione in termini di gusti e, di conseguenza, della domanda di prodotti artistici. Questo

fenomeno può essere dovuto a molteplici fattori, primi fra tutti l'aumento dei flussi migratori (Glazer, 1997) ed il fenomeno della globalizzazione (Cowen, 2002). Codignola (2015) ha affrontato approfonditamente il tema della diversità dal punto di vista della domanda e, anche in questo caso, le connotazioni culturali e la nazionalità dei consumatori hanno giocato un ruolo primario nella definizione delle differenti preferenze di consumo. Sono infatti numerosi gli aspetti che variano in base alla cultura ed al Paese di origine: i sistemi di vendita all'asta, il gusto di artisti e collezionisti, la funzione che viene assegnata all'arte (piacere estetico, investimento economico, valore sociale ecc.). Per esempio, Kolbe et al. (2020) sostengono che il mercato dell'arte sia guidato da pochi collezionisti prettamente bianchi, occidentali e di sesso maschile e ciò potrebbe creare distorsioni nel giudizio di curatori, galleristi e critici che tenderebbero a prediligere un tipo di arte particolarmente apprezzata da questi facoltosi individui, trascurando numerose categorie di artisti (donne, artisti di colore, minoranze etniche ecc.).

In particolare, il gusto ed il tipo di arte che i singoli individui o gruppi sociali favoriscono o ritengono più degni di nota, fa sorgere altre importanti questioni legate al tema della diversità, le quali non saranno trattate approfonditamente in questo elaborato, ma che giocano un ruolo predominante all'interno del dibattito sull'inclusione della diversità all'interno del mercato artistico. La prima questione riguarda i finanziamenti pubblici indirizzati al mondo dell'arte e della cultura. Rushton (2003) ricorda, infatti, che per i beni collettivi, tra cui figura appunto l'arte, la somma delle quantità desiderate dai singoli individui viene pagata attraverso tasse uniformi, le quali coinvolgono tutti i cittadini in misura uguale. Di conseguenza, più il gusto dei singoli cittadini varia, maggiore sarà il numero di individui che percepirà la spesa troppo, o non sufficientemente, elevata. In merito a questo tema, Garfias (1991) ha sempre sostenuto che, con l'aumentare della diversità culturale all'interno dei singoli Paesi e nessun cambiamento in tema di sussidi statali, la maggioranza della popolazione avrebbe pagato per l'arricchimento culturale di una piccola *élite*. La soluzione suggerita da Rushton (2003) consiste, dunque, in una drastica riduzione dei finanziamenti pubblici e in agevolazioni per finanziatori e donatori privati. Al contrario, Kolbe et al. (2020) sostengono che per le istituzioni culturali sarebbe controproducente dipendere troppo dai finanziatori privati, in quanto questi ultimi sono soliti interferire nei processi decisionali ed influenzare direttamente le politiche delle istituzioni che finanziano. Anche in questo caso il rischio consisterebbe in un accentramento del potere decisionale nelle mani di ristretti gruppi di individui che rappresentano, solitamente, quella parte della popolazione costituita da individui maschi, facoltosi e bianchi. Tale problema è stato riscontrato anche nella composizione dei

consigli di amministrazione e dei comitati direttivi delle istituzioni artistiche pubbliche e private. Al fine di democratizzare l'accesso all'arte e alla cultura in generale, è necessario che i consigli direttivi rappresentino effettivamente la comunità che intendono servire. Ciononostante, recenti studi affermano che l'84% dei membri dei consigli di amministrazione che gestiscono i musei d'arte presenti sul territorio statunitense sono di etnia caucasica, mentre il 27% dei consigli direttivi sono composti esclusivamente da individui bianchi. In tema di diversità di genere, invece, secondo il *AAMM Museum Board Leadership National Report*, la percentuale di donne presenti nei consigli direttivi dei musei statunitensi (45%) differisce di soli 5 punti percentuali rispetto alla controparte maschile.

Béhague (2006) conclude la sua ricerca sulla diversità nell'arte affermando che comprendere ed accettare l'esistenza di diversi sistemi estetici faciliterà il pieno raggiungimento della diversità all'interno di tutti i settori culturali ed artistici. Infatti, nonostante i sistemi scolastici abbiano sempre privilegiato l'insegnamento dell'arte europea, o comunque occidentale, è necessario che tutti sviluppino una considerazione ed un'accettazione più tollerante di tutta la produzione artistica.

Nelle sezioni seguenti di questo capitolo, il tema della diversità verrà trattato più approfonditamente e verrà analizzato secondo due prospettive. In primis mi concentrerò sulla dimensione geografica, relativa alla struttura del sistema dell'arte che vede uno squilibrio in favore di pochi Paesi prettamente occidentali, e alla provenienza geografica degli artisti. In secondo luogo, mi concentrerò sulle questioni di genere e sulle disparità tra uomini e donne in tema di rappresentanza, sia all'interno dei processi creativi che decisionali

### **1.1. La dimensione geografica come indice di diversità**

Come già menzionato, Bennet (2001) afferma che lo sviluppo delle politiche culturali, almeno nei Paesi occidentali, è sempre stato strettamente legato alla nascita ed alla definizione delle società come Stati nazionali. Questo processo ha portato alla nascita di numerose culture che, con il passare del tempo, hanno sviluppato una profonda correlazione con il territorio di origine. Ciò ha comportato, di conseguenza, una certa intolleranza da parte degli individui nei confronti della diversità ed in particolare di tutti coloro che non si riconoscono nelle tradizioni, nei valori e nella storia di un determinato gruppo sociale. Infatti, mentre da un lato le connotazioni culturali che caratterizzano le singole regioni o i singoli territori di un unico Stato sono spesso

accettate e celebrate, dall'altro le società si sono dimostrate molto meno tolleranti verso altre forme di diversità.

La dimensione territoriale rappresenta, dunque, un elemento cruciale per lo studio e l'accettazione della diversità e, nonostante sia scorretto considerare la provenienza di un individuo come approssimazione della sua identità culturale, la dimensione geografica della cultura resta comunque un elemento di grande importanza all'interno del dibattito sulla diversità, tanto che i governi delle singole Nazioni sono spesso impegnati in programmi volti a supportare e preservare le specificità culturali dei loro territori.

Nel suo studio, Bennet (2001) distingue due forme di diversità legate al territorio: la prima è la diversità culturale associata al movimento dei popoli che nel corso dei secoli hanno migrato verso nuovi Paesi ed aree geografiche; la seconda, invece, è associata alle lotte interne ai singoli Stati, portate avanti dalle minoranze culturali mosse dal desiderio di mantenere la propria identità e le proprie specificità culturali a fronte della forza omogeneizzante delle culture nazionali. L'arte, e la creatività in generale, giocano un ruolo fondamentale in questo senso, in quanto i prodotti artistici e culturali sono portatori di valori, significati ed identità e, proprio per via di questa loro peculiarità, essi devono essere protetti e preservati.

Come è ben noto, il fenomeno della globalizzazione ha giocato un ruolo di primaria importanza nella riduzione delle distanze e nell'abbattimento delle frontiere, il che ha permesso a popoli e culture diverse di entrare in contatto ed influenzarsi vicendevolmente. Nel mercato dell'arte, in particolare, si è assistito ad un'espansione spaziale del mercato, conseguente all'accesso di grandi sistemi geopolitici costituiti da Paesi emergenti che hanno sperimentato intensi processi di sviluppo economico, con la formazione di consistenti e crescenti livelli di reddito da destinare all'acquisto di beni di lusso (Genco et al., 2017:11-12). Inoltre, il coinvolgimento di artisti provenienti dalle regioni del mondo un tempo considerate periferiche e l'integrazione di queste aree geografiche nel commercio internazionale hanno comportato non solo un ampliamento del mercato, ma anche una notevole differenziazione dal punto di vista dell'offerta.

### **1.1.1. Il fenomeno della globalizzazione nel mercato dell'arte: realtà o mito?**

Come anticipato, negli ultimi vent'anni il mercato dell'arte ha certamente subito un intenso processo di espansione, sia da un punto di vista economico che geografico. L'integrazione di potenze emergenti all'interno del mercato, l'aumento delle transazioni transfrontaliere e la penetrazione di nuovi mercati da parte di gallerie, case d'asta e numerosi altri intermediari,

sono solo alcuni dei fattori che dimostrano quanto il fenomeno della globalizzazione stia ricoprendo un ruolo sempre più preponderante nella definizione della struttura del mercato dell'arte.

La globalizzazione è unanimemente considerata una delle principali forze motrici del commercio e dei meccanismi produttivi di questo secolo. Il termine “globalizzazione” è entrato a far parte del linguaggio comune agli inizi degli anni Novanta ed indica un insieme assai ampio di fenomeni connessi con la crescita dell'integrazione economica, sociale e culturale tra le diverse aree del mondo. In ambito economico, per globalizzazione si intende la crescente interdipendenza delle economie mondiali a seguito dell'intensificarsi degli scambi transfrontalieri di materie prime e servizi, nonché dei flussi di capitali internazionali e della vasta e rapida diffusione delle nuove tecnologie (Gao, 2000). Il fenomeno della globalizzazione economico-finanziaria si è sviluppato in due direzioni: da un lato, la progressiva omologazione dei bisogni e dei gusti dei consumatori e la scomparsa delle tradizionali preferenze di consumo a livello nazionale e regionale; dall'altro, invece, la capacità delle imprese di sfruttare le economie di scala nella produzione e nella distribuzione dei prodotti e di applicare politiche di prezzo in grado di facilitare la penetrazione di diversi mercati.

Parallelamente a quella economica, nel corso dei decenni si sono sviluppati numerosi altri tipi di globalizzazione ad essa collegati: globalizzazione sociale, globalizzazione tecnologica, globalizzazione culturale. Quest'ultima ricopre un ruolo particolarmente rilevante all'interno del processo di formazione del sistema dell'arte e del suo mercato. Il concetto di globalizzazione culturale si riferisce al processo di trasmissione e condivisione di idee, significati e valori tra le diverse regioni del mondo, reso possibile dalla recente diffusione di Internet, nonché dai media della cultura popolare<sup>1</sup> e dalla mobilità degli individui oltre i confini regionali e nazionali. Nel corso dell'ultimo secolo, il tema della globalizzazione culturale è stato approcciato da critici e studiosi da tre diverse prospettive:

1. Alla prima prospettiva si è allineato Jan Pieterse (2003), il quale suggerisce che la globalizzazione culturale sia il frutto di un lungo processo storico avvenuto attraverso l'interazione e gli scambi culturali tra diversi popoli e la diffusione di certe lingue e religioni. Egli sostiene, infatti, che fosse possibile riscontrare segni di quella che lui definisce “ibridazione umana” già diversi secoli addietro.

---

<sup>1</sup> La cultura popolare denota quell'insieme di tradizioni, saperi, idee, usanze, e altri aspetti magico-religiosi che rientrano nelle tendenze dominanti di una vasta comunità, e sono caratterizzati da un determinato modello o paradigma socio-culturale (da Wikipedia, def. Cultura Popolare: [https://it.wikipedia.org/wiki/Cultura\\_popolare](https://it.wikipedia.org/wiki/Cultura_popolare));

2. Il secondo approccio enfatizza la diffusione della cultura consumistica, prettamente occidentale, a discapito delle diversità culturali e vede nella cultura americana dominante una minaccia per le identità culturali. Secondo numerosi studiosi, questo processo di omogeneizzazione, inteso come imperialismo culturale, porterà alla distruzione delle diversità culturali ed alla nascita di una “monocultura” occidentalizzata (Jaffe, 2006; Jansson 2010).
3. Quest’ultima prospettiva, invece, si basa sulla convinzione che, mentre da un lato il processo di globalizzazione culturale attualmente in atto sta accorciando le distanze tra le regioni del mondo rendendole sempre più interconnesse, dall’altro queste crescenti interazioni tra popoli rafforzeranno sempre di più le differenze intrinseche dei popoli portando, inevitabilmente, ad uno scontro di civiltà. In “*Jihad vs. McWorld*” (1995) Barber espone minuziosamente questa teoria.

Velthuis e Baia Curioni (2015), invece, hanno coniato tre diverse definizioni di globalizzazione culturale relative al mercato dell’arte che sono tra loro complementari:

- L’origine di mercati d’arte contemporanea nel mondo che hanno necessariamente comportato lo sviluppo di infrastrutture istituzionali ed organizzative;
- Le transazioni transfrontaliere di beni artistici;
- L’integrazione dei singoli mercati locali e regionali in un unico ed interdipendente mercato globale.

Alla luce delle teorie sopra esposte, è facile intuire quanto il fenomeno della globalizzazione, sia economica che culturale, abbia influenzato e modificato il mercato artistico. Negli ultimi tre decenni, infatti, si è osservato un fenomeno di diffusione dei circuiti transfrontalieri di commercializzazione e consumo di beni artistici di cui fanno parte micro e macro fiere internazionali, musei pubblici e privati e fondazioni sponsorizzate da grandi multinazionali operanti soprattutto nei settori del lusso, case d’asta e gallerie con filiali nei principali punti nevralgici del mercato internazionale e via dicendo (Codignola, 2015:86). Inoltre, come menzionato precedentemente, i flussi di grandi capitali finanziari e investimenti verso le aree geografiche in via di sviluppo hanno permesso a molti individui, un tempo esclusi dalle dinamiche finanziarie e del commercio internazionale, di accumulare grandi ricchezze da destinare all’acquisto di opere d’arte e beni di lusso, facendo sorgere nuovi mercati locali che, con il tempo, si sono integrati all’interno del sistema artistico globale. La nascita dei nuovi mercati artistici in economie emergenti è stata studiata anche da Komarova e Velthuis (2018), i quali hanno cercato di comprendere quali ragioni spingano i nuovi imprenditori di quei Paesi

ad entrare in nuovi mercati. Il loro studio dimostra che, nonostante il mercato artistico sia altamente globalizzato ed orientato all'internazionalizzazione, i contesti socio-culturali locali sono ancora estremamente rilevanti. Infatti, studiando due dei più grandi mercati emergenti del mondo, India e Russia, i due ricercatori si sono resi conto che le motivazioni di questa nuova ondata di imprenditorialità fossero da ricercarsi nei contesti culturali e sociali locali: le risorse familiari e l'assenza di sostegno e risorse statali nel primo caso, una situazione socio-economica turbolenta e la presenza di uno Stato ingombrante ed autorevole nel secondo.

Ad oggi la letteratura in materia si divide, però, in un due correnti di pensiero:

- a) La prima corrente si basa sull'assunto che i singoli mercati locali e regionali siano ormai indissolubilmente collegati ed interdipendenti e che, dunque, sia errato parlare di una prevaricazione da parte di alcuni Paesi sugli altri.
- b) Fanno parte della seconda scuola, invece, gli autori che sostengono che il mercato artistico sia fortemente gerarchico e sbilanciato in favore dei Paesi occidentali.

Alcuni studiosi, tra cui Waters (2001), sostengono che le fasce più alte del mercato artistico, di cui fanno parte le principali gallerie e case d'asta internazionali, abbiano iniziato il processo di globalizzazione agli inizi del diciannovesimo secolo, molto prima della cosiddetta cultura popolare, e che non esista un'altra sfera della cultura in cui il dissolversi dei confini e la prossimità tra Nord e Sud ed Est e Ovest siano così evidenti come all'interno del mercato dell'arte (Kramer, 2001, citato da Velthuis, 2013). Grazie alla globalizzazione, infatti, i nuovi acquirenti provenienti dai mercati emergenti possono acquistare arte prodotta nei paesi occidentali e, a loro volta, i collezionisti europei e americani possono diversificare le loro collezioni acquistando opere d'arte provenienti da regioni del mondo un tempo considerate periferiche (Codignola, 2015:88). Altri autori, tra cui Crane (2015) e Yogev e Ertug (2015), al fine di dimostrare l'effettiva globalizzazione del mercato, si sono concentrati sulla partecipazione di artisti e gallerie asiatiche a biennali e fiere d'arte contemporanea, riscontrando un'effettiva ascesa dell'Asia, ed in particolar modo della Cina, all'interno del mercato artistico. Questi dati dimostrerebbero, dunque, come regioni considerate un tempo periferiche stiano ormai raggiungendo, e spesso superando, in termini di dimensioni e valore del mercato, numerosi Paesi occidentali.

Ciononostante, altri esperti del settore, tra cui Bourdieu, celebre sociologo francese, sostengono che il fenomeno della globalizzazione non sia niente altro che un "mito". La nozione fortemente polisemica di "globalizzazione" ha l'effetto, se non addirittura la funzione, di occultare gli effetti dell'imperialismo sull'ecumenismo culturale o sul fatalismo economico e di far apparire le relazioni transnazionali di potere come una necessità neutrale (Bourdieu,

1999:43). Sempre secondo Bourdieu, a causa dell'inversione simbolica basata sulla diffusione del pensiero neoliberista avvenuta nel corso del XX secolo, sono state ridefinite completamente le relazioni sociali nonché le pratiche culturali, condivise ed attuate secondo il modello statunitense, il quale è stato sommessamente accettato come un inevitabile risultato dell'evoluzione delle nazioni o, in certi casi, addirittura celebrato sulla scia dell'infatuazione nei confronti degli Stati Uniti che il Piano Marshall suscitò nell'Europa devastata del secondo dopoguerra. Bourdieu, riconoscendo il dominio della cultura americana ed il potere che questa esercita in particolar modo sul resto dell'Occidente, sembra avallare le tesi di Jaffe (2006) e Jonsson (2010). Egli, infatti, sottolineando come alcune importanti questioni socio-culturali americane siano state interiorizzate e rese proprie da numerosi popoli e culture, riduce il fenomeno di globalizzazione a quello di "americanizzazione" del mondo occidentale. Per dimostrare la veridicità di questa tesi, Bourdieu prende ad esempio il tema spinoso delle "teorie razziali" che nel corso della storia americana hanno giustificato e perpetuato il predominio dei bianchi sui neri attraverso stereotipi e discriminazioni; nell'ultimo secolo questa consuetudine è stata elevata a standard universale ed accettata, più o meno tacitamente, da un elevato numero di culture, anche a livello istituzionale ed accademico. Il fatto che questo fenomeno abbia ormai assunto un carattere globale, perdendo dunque il suo significato primario legato ad elementi e valori propri della società in cui ha avuto origine (quella statunitense), è indubbiamente una delle prove più schiaccianti dell'influenza e del dominio simbolico esercitato dagli Stati Uniti sul resto del mondo. È proprio in questo contesto che la Dichiarazione Universale della Diversità Culturale assume particolare rilievo, poiché preservare le diversità e le minoranze culturali significa porre fine al processo di omogeneizzazione delle usanze, dei gusti e degli schemi di pensiero che negli ultimi anni sembra aver preso il sopravvento.

Esistono numerosi studi in materia che dimostrano come l'egemonia economica e culturale degli Stati Uniti, e di pochissimi altri Paesi prettamente occidentali, si sia imposta anche nel mercato dell'arte. Questo assunto è certamente sostenuto sia dal fatto che la maggior parte delle transazioni e delle istituzioni artistiche si concentrino in poche regioni del mondo (prevalentemente occidentali) a cui fanno capo, appunto, gli Stati Uniti, sia dalla predominanza all'interno del mercato e delle grandi collezioni, pubbliche e private, di artisti provenienti dal Nord America e da una manciata di Paesi europei, mentre artisti africani, asiatici e sudamericani sono ancora altamente sottorappresentati (Velthuis, 2013:291). Anche Quemin (2008; 2013) ha dedicato gran parte del suo lavoro alla ricerca di dati empirici che potessero dimostrare tali squilibri all'interno del mercato dell'arte contemporanea, imputando agli studi svolti precedentemente una sostanziale mancanza di ricerca empirica. Analizzando le collezioni delle

principali istituzioni artistiche francesi e la diffusione delle fiere internazionali d'arte contemporanea, ha teorizzato il modello "centro-semiperiferia-periferia". Al centro Quemin posiziona gli Stati Uniti, i quali dominano ed influenzano il mercato. La semiperiferia è occupata da un cospicuo numero di Paesi, prettamente occidentali, guidati da Regno Unito e Germania. Si collocano nella cosiddetta periferia, invece, tutte le regioni ed i Paesi del mondo considerati marginali e poco influenti poiché non giocano un ruolo particolarmente rilevante all'interno del mercato. Fillitz (2014) sostiene che l'esistenza di grandi reti di contatti internazionali costituite da case d'asta, fiere e gallerie d'arte, ha permesso al mercato di adattarsi e modificarsi rapidamente seguendo nuove danarose clientele in regioni geografiche economicamente interessanti. Inoltre, le dinamiche capitalistiche che ormai da anni guidano il funzionamento del mercato, hanno determinato l'emarginazione di intere regioni geografiche considerate non adatte ad accogliere i processi di accumulazione di capitali.

Ciò dimostrerebbe, dunque, che la dimensione territoriale è un aspetto di notevole importanza all'interno delle dinamiche commerciali del settore artistico e che il fenomeno di globalizzazione, che ha portato con sé la riduzione delle distanze tra le diverse regioni del mondo e l'aumento degli scambi commerciali internazionali, non è riuscito, ad oggi, ad abbattere completamente la struttura gerarchica del mercato.

### **1.1.2. Paesi e regioni geografiche dominanti nel mercato artistico**

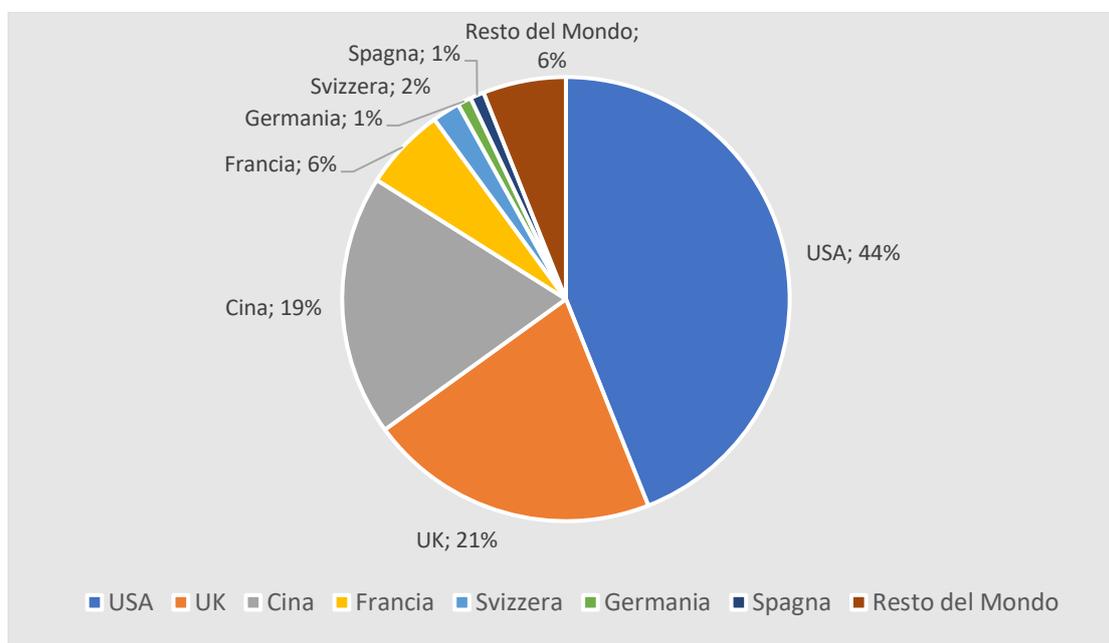
Nonostante il processo di globalizzazione attualmente in atto, il mercato dell'arte soffre di un profondo squilibrio a livello geografico in quanto la maggior parte di esso si concentra in pochi paesi prettamente occidentali. I due principali centri del mercato artistico sono, infatti, Stati Uniti e Regno Unito, seguiti a poca distanza dalla Cina che, ormai da molti anni, sta acquisendo una posizione sempre più predominante all'interno dell'economia mondiale.

Per comprendere meglio questo fenomeno è fondamentale il contributo di Claire MacAndrew, fondatrice di *Art Economics*, che nel 2019 ha redatto il report annuale di UBS sul mercato dell'arte globale. I dati contenuti all'interno del rapporto si riferiscono al 2018, anno di riferimento per questa ricerca. In primis, MacAndrew (2019) pone l'attenzione sui dati riguardanti il valore delle vendite avvenute nei tre maggiori mercati del mondo nel 2018: USA, Regno Unito e Cina, che insieme hanno costituito l'84% del valore totale del mercato globale. Gli Stati Uniti rappresentano il 44% del valore totale, mentre Regno Unito e Cina rappresentano rispettivamente 21% e 19%; un dato impressionante che dimostra quanto il mercato artistico sia concentrato nelle mani (e nelle tasche) di pochi intermediari ed investitori provenienti da

una piccola manciata di paesi. All'interno del settore delle aste, per esempio, nel 2018, Stati Uniti, Cina e Regno Unito hanno rappresentato congiuntamente l'88% del mercato globale, con una crescita del 4% dal 2017. Anche in questo caso gli Stati Uniti hanno rappresentato la quota maggiore del mercato (40%), seguiti questa volta dalla Cina (29%).

Questi tre paesi mantengono ormai da diversi anni un ampio margine di vantaggio rispetto al resto del mercato; la Francia, che occupa il quarto posto, rappresenta infatti solo il 6% del valore totale del mercato globale. L'Italia, invece, il cui mercato può essere stimato attorno ai 431 milioni di dollari ha un peso ancora più marginale della vicina Francia, tanto da essere stata relegata in quel 6% rappresentato da un generico "resto del mondo" (Maggi, 2019).

**Figura 1. Valore del Mercato Globale**



Nota: Dati di Arts Economics (2019) elaborati dall'autrice.

Certamente uno dei fattori che hanno garantito il successo del mercato statunitense nel corso degli anni è stata la relativa apertura delle frontiere agli scambi di beni artistici che ha accresciuto notevolmente la sua capacità attrattiva nei confronti di collezionisti provenienti da tutto il mondo (MacAndrew, 2019:36). Un altro fattore che merita di essere preso in considerazione è il tessuto imprenditoriale statunitense che favorisce l'accumulazione di grandi volumi di opere d'arte e che, di conseguenza, attrae numerosi collezionisti internazionali. Ciò comporta, di conseguenza, anche la concentrazione di una grande massa critica di esperti ed intermediari del settore, nonché la proliferazione di istituzioni artistiche e culturali, quali musei, scuole d'arte e fondazioni pubbliche e private. Ciò rende città come New York ambienti perfetti

per la nascita e la crescita professionale di numerosi artisti che scelgono di risiedere e aprire i propri atelier in queste grandi metropoli.

Anche il secondo maggiore mercato per volumi e valore delle transazioni, il Regno Unito, ha svolto una funzione simile in Europa, fungendo da catalizzatore per molti mercanti e collezionisti d'arte. MacAndrew (2019) spiega che il mercato britannico non si è basato su *business* e attività commerciali locali o nazionali, ma sull'invio da e verso il Regno Unito di opere d'arte destinate alla vendita. Le future politiche commerciali post-Brexit per il mercato dell'arte non sono ancora chiare, in particolare per quanto riguarda le condizioni con gli altri Stati membri dell'Unione Europea. Tuttavia, il valore delle vendite da e verso il Regno Unito è attualmente dominato dal commercio extra-UE (circa l'80% delle importazioni ed esportazioni di arte ed antiquariato); questo significa che le politiche post-Brexit intra-UE potrebbero non avere una particolare influenza sul mercato, riducendo solo in parte l'effetto sulle vendite aggregate. Non è comunque da sottovalutare l'effetto significativo che la Brexit avrà sulle vendite di molte aziende britanniche, nonché per le molte aziende europee che dipendono dall'offerta e dalle vendite del Regno Unito. I mercanti d'arte britannici intervistati nel 2018 sostengono che le grandi imprese, come le gallerie con molte filiali all'estero, non subiranno eccessive ripercussioni dall'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea, anzi potrebbero anche trarne vantaggio. Le piccole imprese, invece, specialmente quelle con poco capitale, potrebbero essere sottoposte ad una notevole pressione nel breve periodo (MacAndrew, 2019:39). Anche Fillitz (2014) ricorda che il successo di alcune delle più grandi metropoli occidentali, come New York e Londra, è dovuto ad una combinazione di fattori che gli ha permesso di assicurarsi una posizione di rilievo all'interno del mercato: la presenza di musei "brandizzati", quali Guggenheim e Tate, e di grandi case d'asta internazionali Christie's e Sotheby's, la fiorente attività espositiva ed il tessuto imprenditoriale costituito da numerosissime gallerie che operano a livello internazionale.

Come dimostrano questi dati, è evidente che i mercati più performanti del settore artistico restano quelli occidentali, fatta eccezione per la Cina, che nel 2006 ha superato la Francia, diventando il terzo mercato più vasto del mondo e il primo mercato asiatico sia per volumi che per valore delle transazioni (MacAndrew, 2019:44). Uli Sigg (2018), uno dei più importanti collezionisti d'arte contemporanea cinese, spiega ad *ArtEconomy24*, la piattaforma del Sole 24 Ore dedicata all'arte e alla cultura, che il mercato cinese è uno dei più giovani al mondo. Esso è nato, infatti, alla fine degli anni Novanta quando in Cina sono sorte le prime gallerie d'arte, contestualmente alla 48° Biennale d'arte di Venezia in cui vennero esposti per la prima volta 20 artisti cinesi. Agli inizi degli anni Duemila, invece, anche i cinesi iniziarono

a comprare e collezionare arte. A differenza dei collezionisti provenienti dagli altri principali mercati, però, i collezionisti cinesi prediligono l'arte moderna, che in Cina indica l'arte prodotta fino agli anni Sessanta e Settanta del secolo scorso, a quella contemporanea. Sigg spiega che le motivazioni di questa preferenza sono da ricercarsi nel tessuto socio-politico della Nazione: è risaputo, infatti, che l'arte contemporanea è spesso difficile da comprendere per un pubblico non acculturato; inoltre, essa è spesso intrisa di messaggi politici o di satira sociale che in Cina non solo non sono comunemente accettati, ma vengono addirittura censurati dal governo. Il mercato cinese, inoltre, è quello che ha subito la maggiore espansione nel decennio 2008-2018, crescendo ad un tasso superiore al 130%. Sigg spiega che una delle cause di questa notevole espansione è certamente la riduzione della tassazione sull'importazione di beni artistici, diminuita dal 35% al 20% negli ultimi dieci anni, ma ancora decisamente molto elevata. Tuttavia, negli ultimi anni Hong Kong, grazie alle sue politiche commerciali liberali, si è assicurata la posizione di principale canale di vendita internazionale in Asia facilitando l'importazione di beni artistici dall'estero (MacAndrew, 2019:40).

Il posizionamento della Cina tra i principali mercati artistici internazionali dimostra come negli ultimi due decenni il desiderio di opere d'arte sia aumentato considerevolmente in svariati mercati emergenti, tra cui i cosiddetti BRICS, Brasile, Russia, India, Cina e Sud Africa (Walton, 2019), e gli Emirati Arabi Uniti. Il rapido sviluppo economico di questi Paesi emergenti sta suscitando tra i consumatori il crescente desiderio di prodotti di prestigio, provocando una significativa intensificazione del consumo di beni che, solo fino a poco tempo fa, erano decisamente scarseggiati nei loro mercati (Codignola, 2015:84). Avendo rapidamente accumulato consistenti patrimoni, tali acquirenti hanno identificato nell'acquisto di opere d'arte l'occasione di investimenti redditizi e l'opportunità di guadagnare prestigio e potere all'interno della società. Sempre Sigg (2018), infatti, ricorda come in Cina siano solo le *élite* ad interessarsi all'arte contemporanea e come i collezionisti appartenenti alle classi sociali più agiate sfruttino l'arte sia come un investimento da cui aspettarsi un notevole ritorno economico, sia come un veicolo per penetrare ristretti circoli internazionali a cui, altrimenti, non avrebbero accesso.

La profonda relazione che intercorre tra arte e ricchezza, però, non è un fenomeno nuovo nato con l'ascesa delle nuove potenze economiche sopracitate. Nel corso dei secoli, infatti, l'arte e la cultura hanno sempre trovato sostegno nelle fasce più abbienti della popolazione, da cui provenivano anche i primi e più assidui consumatori. Negli ultimi decenni, però, si è assistito ad un'ulteriore concentrazione delle risorse e della ricchezza nelle mani di pochi individui, i "*super-ricchi*", i quali costituiscono solo l'1% della popolazione mondiale (Kolbe

et al., 2020:3). Il più recente *World Inequality Report* (2018), basato su un'esaustiva analisi dei registri fiscali riguardanti la maggior parte della popolazione mondiale, mostra che l'1% della popolazione ha assorbito il 27% dell'intera crescita economica mondiale tra 1980 e il 2016. Inoltre, è fondamentale porre l'attenzione anche sulla provenienza geografica di questi individui "super-ricchi". Secondo l'ultima rilevazione del *World Ultra-Wealth Report* (2019) relativa al 2018, gli Stati Uniti sono il Paese che conta il maggior numero di *Ultra High Net Individuals* (UHNI) tra i suoi abitanti, i quali costituiscono il 31% del totale. Seguono a grande distanza Cina (9%) e Giappone (circa 7%). Inoltre, le 10 città in cui risiedono il maggior numero di UHNI rappresentano da sole quasi il 19% del totale. La classifica è, ancora una volta, dominata dagli Stati Uniti che contano ben sei città all'interno della lista, le quali si posizionano rispettivamente al primo, quarto, settimo, ottavo, nono e decimo posto. Al primo posto si posiziona New York con 8.980 UHNI, seguita da Hong Kong che ne conta invece 8.950, ma in calo del 10.6% dal 2017, e seguita a sua volta da Tokyo con 7.090 UHNI. Al quinto e sesto posto si posizionano, invece, le due maggiori metropoli europee: Londra e Parigi, rispettivamente con 4.035 e 3.955. Questi dati dimostrano ancora una volta il predominio degli Stati Uniti, ed in generale dei Paesi occidentali sul resto del mondo, fatta eccezione ancor una volta per la Cina ed il Giappone che però, nonostante sia una potenza economica mondiale, non gioca un ruolo particolarmente rilevante all'interno del mercato artistico.

Questo fenomeno sembrerebbe coerente con la scuola di pensiero sostenuta dall'Organizzazione Mondiale del Lavoro che vedrebbe nella globalizzazione uno strumento in grado di accentuare le disparità economiche e sociali esistenti tra le diverse regioni del mondo ed accentrare ulteriori ricchezze nelle mani di coloro che già occupano una posizione di privilegio.

La concentrazione delle risorse nelle mani di pochi facoltosi individui, tendenzialmente occidentali e di genere maschile, ha chiaramente avuto forti ripercussioni anche sul settore artistico e culturale. Oggigiorno, infatti, il mercato dell'arte contemporanea si basa quasi esclusivamente sulla capacità delle opere d'arte di fungere da investimento con un elevato ritorno economico, il che sollecita l'acquisto di questi beni da parte, appunto, dei "super-ricchi". Upton-Hansen (2018), ricercatrice della London School of Economics, afferma che, solitamente, i prezzi dei beni artistici aumentano all'aumentare delle disuguaglianze di reddito. Infatti, l'aumento di un solo punto percentuale del reddito totale di quell'1% della popolazione costituito dagli UHNI, è in grado di innescare un aumento dei prezzi nel mercato artistico circa del 14%. Ciò che preoccupa maggiormente, però, è che l'abilità dei "super-ricchi" di trasformare l'arte in una risorsa vantaggiosa a livello fiscale e finanziario è in grado di

rafforzare ed aumentare la stratificazione e le disuguaglianze economiche e sociali, esacerbando l'influenza delle *élite* su dove, come e che tipo di arte può essere esposta all'interno della sfera pubblica a livello mondiale (Kolbe et al., 2020:7). Questi meccanismi fanno sì che il mercato diventi, di conseguenza, fortemente dipendente da questi danarosi individui, dalle loro culture e dai loro gusti, minando quindi non solo la capacità dell'arte di fungere da bene pubblico, ma anche il carattere intrinsecamente democratico della cultura, rendendola un bene elitario in grado di soddisfare esclusivamente i gusti ed i bisogni di facoltose minoranze.

### **1.1.3. Nazionalità e provenienza geografica degli artisti**

Come detto in precedenza, molti studiosi del settore (Kramer, 2001; Waters, 2001) sostengono che il mercato dell'arte stia subendo un notevole cambiamento a causa del fenomeno di globalizzazione, il quale starebbe restringendo sempre di più le distanze geografiche e abbattendo le frontiere. I dati riguardanti il mercato dell'arte, però, ricordano che il processo di globalizzazione non può essere considerato concluso poiché diverse aree geografiche del mondo ricoprono ancora un ruolo marginale all'interno del mercato. Ciò riguarda anche, se non soprattutto, gli artisti provenienti dalle regioni del mondo considerate "periferiche", i quali riescono a fatica ad ottenere successo e riconoscimenti (anche economici) per il loro lavoro. Ciò può essere dovuto sia a quelli che Velthius (2013) definisce "*home bias*", particolari deviazioni del giudizio che portano galleristi ed altri intermediari del mercato a favorire artisti locali o nazionali, sia da radicati comportamenti e retaggi culturali, spesso inconsci, che potrebbero essere definiti discriminatori. In un suo celebre studio del 2013, Velthius corrobora in parte la tesi di Bourdieu, il quale sostiene che il fenomeno della globalizzazione sia in realtà semplicemente un mito e che alcune categorie di artisti (africani, asiatici, sudamericani) siano vittime di una sostanziale discriminazione, spesso involontaria, che però compromette lo sviluppo della loro carriera e, di conseguenza, il loro accesso al mercato. Utilizzando un esteso campione delle più influenti gallerie di Amsterdam e Berlino, 69 nella capitale olandese e 73 nella capitale tedesca, Velthius ha analizzato i cataloghi delle gallerie selezionate e ha raccolto i dati riguardanti la provenienza geografica degli artisti rappresentati e, quando possibile, la loro attuale residenza. Dallo studio emerge che le gallerie olandesi rappresentano in media 21,3 artisti, di cui il 45,2% stranieri, mentre le gallerie berlinesi rappresentano, mediamente, 18,5 artisti, di cui 49,8% stranieri. I risultati della ricerca dimostrano che in entrambe le città sono presenti e predominanti i legami con il territorio, che lui definisce, appunto, "*home bias*". Dei 1243 artisti rappresentati dalle gallerie di Amsterdam, il 39,1% è nato nei Paesi Bassi. In

Germania questo *bias* è ancora più evidente dato che il 43,6% degli artisti è di origine tedesca. Inoltre, il 36% degli artisti rappresentati dalle gallerie di Amsterdam è residente nei Paesi Bassi, mentre il 46,5% degli artisti rappresentati dalle gallerie berlinesi vive in Germania.

In secondo luogo, è evidente la predominanza degli Stati Uniti in entrambi i campioni analizzati in quanto gli artisti statunitensi si posizionano rispettivamente al terzo e al secondo posto. Un altro dato interessante, ma non inaspettato, è che Cina e Giappone sono gli unici Paesi asiatici a occupare una posizione nella *top ten* di entrambi i campioni. Gli artisti provenienti da zone più periferiche quali Africa e Sud America sono, come previsto, nettamente sottorappresentati dalle gallerie di Amsterdam e Berlino e costituiscono rispettivamente solo l'1% e 2%.

**Figura 2. Nazionalità degli artisti rappresentati dalle gallerie di Amsterdam e Berlino**

	<i>Frequency</i>	<i>Percentage</i>
Amsterdam ( <i>N</i> = 1234)		
1. The Netherlands	482	39.1
2. Germany	135	10.9
3. United States	98	7.9
4. United Kingdom	81	6.6
5. France	46	3.7
6. Belgium	45	3.6
7. China	43	3.5
8. Japan	35	2.8
9. Spain	29	2.4
10. Switzerland	27	2.2
Berlin ( <i>N</i> = 1157)		
1. Germany	504	43.6
2. United States	145	12.5
3. France	47	4.1
4. United Kingdom	44	3.8
5. Poland	39	3.4
6. Switzerland	37	3.2
7. Austria	30	2.6
8. Italy	25	2.2
9. Japan	21	1.8
10. The Netherlands	21	1.8

Nota: Dati raccolti da Velthius (2013) e presentanti in *Globalization of Markets for Contemporary Art*.

Per motivare l'evidente sotto-rappresentanza di alcune aree geografiche nei mercati occidentali, Velthius (2013) ha provato ad applicare al settore artistico due teorie che spiegherebbero la presenza dominante di pochi Paesi occidentali: il modello dell'affinità culturale (*cultural affinities model*) e il modello centro-periferia (*core-periphery model*). La prima teoria si concentra sui processi di diffusione dei beni culturali, i quali dipendono appunto dalle affinità

e somiglianze tra produttori e consumatori. Questo modello è stato utilizzato in passato per spiegare come mai film e serie TV hollywoodiani non siano in realtà così tanto apprezzati in Europa e nei Paesi non occidentali come in realtà si pensa. Il pubblico, infatti, preferirebbe programmi e prodotti culturali locali perché riuscirebbe più facilmente a immedesimarsi nei valori, atteggiamenti e contesti più vicini alla propria cultura. Applicando questo modello al mercato artistico, Velthius afferma che galleristi e mercanti d'arte sarebbero più reticenti a proporre a collezionisti occidentali arte proveniente dalle regioni del mondo considerate periferiche proprio a causa di questo divario culturale. Concentrandosi sui dati quantitativi raccolti da Velthius, è facile notare come questa teoria non si discosti molto dalla realtà, il che spiegherebbe, per esempio, la considerevole presenza di artisti belgi nelle gallerie olandesi. Come è noto, infatti, i Paesi Bassi e le Fiandre, la regione più settentrionale del Belgio, non solo condividono la stessa lingua, ma anche parte della loro identità culturale. Lo stesso modello spiegherebbe anche la forte presenza di artisti polacchi, russi, svizzeri e austriaci nelle gallerie berlinesi. Ciononostante non tutti i dati possono essere spiegati affidandosi esclusivamente a questo modello, che infatti non riesce a motivare la forte presenza di artisti italiani e francesi nelle gallerie tedesche. La teoria delle affinità culturali potrebbe aiutare a spiegare la dannosità delle barriere linguistiche per i traffici transfrontalieri e in che modo riferimenti a circostanze sociali o politiche locali possono impedire ad un pubblico nazionale di apprezzare prodotti culturali provenienti dall'estero; ma come è ben noto, l'arte contemporanea non possiede queste barriere culturali e linguistiche facendo parte di un linguaggio visivo globale (Velthius, 2013:296). Dunque, questa teoria non sarebbe in grado di spiegare da sola la persistenza di squilibri a livello geografico nel mercato artistico.

Il modello centro-periferia, invece, sostiene che il fenomeno di globalizzazione culturale equivalga semplicemente a quello di occidentalizzazione o "americanizzazione" (un concetto perfettamente in linea con il pensiero di Bourdieu), il che porta ad un'ulteriore concentrazione del potere di mercato nelle mani di pochi attori ed istituzioni occidentali. Da un punto di vista empirico, questa teoria potrebbe motivare la forte presenza in entrambi i mercati degli Stati Uniti, i quali si posizionano secondi nelle gallerie della capitale olandese e terzi in quelle berlinesi, così come la sempre crescente superpotenza economica della Cina, unico paese non membro dell'OCSE a essere presente in entrambe le *top ten*. Anche questa teoria, però, presenta dei limiti. Essa infatti non riesce a spiegare in che modo il potere a livello macro-economico e politico si traduca in processi decisionali da parte dei singoli commercianti d'arte, i quali sembrano preferire artisti provenienti da determinati Paesi rispetto ad altri. Inoltre, non riesce a motivare il basso posizionamento del Giappone, una delle più grandi potenze economiche a

livello mondiale, in entrambe le classifiche, e al contrario, la considerevole presenza di piccoli paesi quali Belgio, Svizzera e Austria (Velthius, 2013:297).

Uno scenario simile è quello presentato da MacAndrew (2019). Per indagare il numero e la nazionalità degli artisti rappresentati nel 2018 dagli intermediari di tutto il mondo, MacAndrew ha suddiviso le gallerie intervistate da *Art Economics* in tre macro-categorie: quelle operanti esclusivamente nel mercato primario, circa il 52% del campione, gli intermediari presenti esclusivamente nel mercato secondario (8%) e quelli operanti in entrambi i mercati (40%). Le gallerie operanti nel mercato primario risultano essere quelle con il fatturato annuo medio più esiguo, intorno ai 500.000 dollari, seguite da quelle presenti solo nel mercato secondario che fatturano circa 1.5 milioni all'anno. Le gallerie presenti in entrambi, invece, risultano essere quelle con il fatturato più elevato (1.8 milioni). Il motivo di queste differenze è facilmente intuibile: le gallerie operanti nel mercato primario svolgono un ruolo molto attivo nella ricerca di nuovi talenti e nella creazione delle loro carriere e di conseguenza si concentrano su un numero ristretto di artisti (22 in media nel 2018) ancora prevalentemente sconosciuti. Invece, i mercanti d'arte che operano nel mercato secondario possono rappresentare un maggior numero di artisti (circa 40) solitamente già affermati e apprezzati all'interno del mercato, il che comporta anche quotazioni più alte per le loro opere. Dal report UBS si evince anche che le gallerie che operano nel mercato primario tendono a rappresentare principalmente artisti locali o nazionali e che questi generano la maggior parte dei loro guadagni rispetto ai pochi artisti stranieri presenti nei loro cataloghi. Per quanto riguarda il mercato secondario, invece, gli intermediari operanti solo in questo segmento tendono a rappresentare una minor quantità di artisti nazionali, circa il 39% del totale. Decisamente un miglioramento rispetto al 2017 in cui la percentuale di artisti locali e nazionali rappresentati dalle gallerie del mercato secondario sfiorava il 65%. Ciò dimostra che gli intermediari di questo settore hanno sentito la necessità di ampliare il proprio mercato a livello internazionale, in risposta alla domanda dei collezionisti che richiedevano cataloghi più vari o per carenza dell'offerta (MacAndrew, 2019:100).

Le gallerie operanti in entrambi i segmenti di mercato, invece, hanno un profilo ancora diverso: gli artisti nazionali e locali rappresentano una quota estremamente significativa nel mercato secondario e ciò potrebbe essere spiegato dal rapporto che gli intermediari intrattengono con questi artisti. Molti venditori hanno affermato, infatti, di aver lanciato e sostenuto fin dagli esordi le carriere di questi artisti, con cui hanno poi mantenuto rapporti anche nel mercato della rivendita.

Velthius propone una spiegazione alternativa ai due modelli esposti in precedenza per motivare la propensione dei galleristi verso gli artisti locali o nazionali e che dà origine a quelli

che lui definisce *home bias*. Questa teoria non si basa su differenze culturali o squilibri di potere, ma su pratiche organizzative e normative istituzionali emerse da interviste e discussioni condotte dallo stesso Velthuis con galleristi più o meno affermati. In primo luogo nel mercato dell'arte non esistono luoghi preposti all'incontro tra produttori (gli artisti) e distributori (gli intermediari); le fiere d'arte, infatti, non svolgono primariamente questo ruolo. Di conseguenza il processo di ricerca di nuovi artisti internazionali risulta molto complesso, soprattutto per i nuovi intermediari che ancora non possiedono un grande network di conoscenze. Questi ultimi sono soliti affidarsi ad artisti locali e nazionali con cui possono entrare più facilmente in contatto frequentando accademie, musei ed altre istituzioni artistiche locali. Inoltre, la finalizzazione del contratto tra artista e gallerista è preceduta da un lungo processo di corteggiamento che verrebbe decisamente agevolato dalla vicinanza fisica dei due soggetti. Per le gallerie già affermate e consolidate, in termini economico-finanziari e di prestigio a livello locale ed internazionale, questo processo di ricerca è invece molto meno importante poiché è altamente improbabile che decidano, per esempio, di rappresentare un artista da poco diplomato alla scuola d'arte (Velthuis, 2013:299). Al contrario, questi intermediari si concentrano su artisti che già godono di pubblica visibilità e prestigio internazionale poiché sono già passati attraverso il lungo processo di consacrazione teorizzato da Bourdieu, che verrà approfondito più avanti nel corso dell'elaborato. È di conseguenza molto più probabile che gli artisti internazionali vengano rappresentati da una galleria già affermata piuttosto che da una di nuova fondazione e ciò è dovuto anche alla fragilità della situazione finanziaria che le giovani gallerie devono affrontare nelle prime fasi di vita. Per esempio, è spesso necessario che gli artisti vivano in prossimità della galleria per fornire assistenza tecnica durante l'allestimento di una mostra e la sua chiusura. Inoltre, molti galleristi sostengono che sia decisamente più semplice interagire ed instaurare rapporti di fiducia reciproca con artisti che vivono nelle vicinanze della galleria, senza contare che la prossimità tra artista ed intermediario favorisce un'organizzazione più flessibile ed agevole. Anche la natura del prodotto in questione costituisce una barriera alla globalizzazione di una galleria, soprattutto se non ancora affermata e che, dunque, collabora principalmente con giovani artisti di cui deve testare da vicino il valore e la qualità delle opere d'arte. Infine, un'altra parte fondamentale del lavoro del gallerista è quella di creare un network di critici ed esperti intorno all'artista e suscitare all'esterno interesse per il suo lavoro. Per svolgere al meglio questo compito è necessario organizzare eventi mondani, cene, visite allo studio dell'artista ecc. che necessitano di una certa prossimità geografica tra la galleria e l'artista. Ciò comporta chiaramente una limitazione all'orientamento globale delle gallerie, soprattutto se di recente fondazione. Per le gallerie già consolidate questo

aspetto è relativamente meno rilevante perché gli artisti con cui esse interagiscono sono solitamente già stati consacrati dal mercato e la qualità delle loro opere non necessita di ulteriori conferme.

Secondo Velthius, dunque, gli *home bias* che guidano le scelte dei galleristi avrebbero origine da motivazioni di carattere puramente organizzativo, una teoria certamente valida, ma che non riesce a motivare completamente la sotto-rappresentanza di alcune categorie di artisti. Nonostante Velthius affermi che per le gallerie già affermate le questioni logistiche ed organizzative che ostacolerebbero la collaborazione con artisti provenienti dall'estero siano meno rilevanti, esiste anche in questo caso un problema di sotto-rappresentanza di alcune categorie di artisti. Coloro che non riescono a trovare una galleria in grado di rappresentarli efficacemente avranno certamente difficoltà ad accedere, in seguito, al mercato secondario e di conseguenza a collocare sul mercato le proprie opere.

Questa sotto-rappresentanza, però, non riguarda esclusivamente il segmento delle gallerie d'arte, ma anche altre istituzioni, quali i musei di arte contemporanea. Un gruppo di matematici e storici dell'arte ha sviluppato nei primi mesi del 2019 uno studio molto interessante sul tema. Il gruppo di studiosi ha esaminato più di 40.000 opere presenti nelle collezioni di diciotto musei sparsi sul territorio statunitense e ha raccolto i dati riguardanti genere ed etnia degli artisti moderni e contemporanei esposti. Il quadro che ne deriva è sconcertante, ma per niente inaspettato: l'85% degli artisti rappresentati in queste collezioni sono bianchi e l'87% sono uomini (Kinsella, 2019). Gli studiosi hanno scoperto che il Detroit Institute of Art, il Met e il MFA Boston sono le istituzioni che rappresentano il minor numero di artiste donne, mentre il MOCA di Los Angeles, il MoMa di San Francisco e il Whitney Museum di New York sono i migliori in tema di parità di genere. Per quanto riguarda l'etnia degli artisti rappresentati, invece, il DIA, la National Gallery of Art, il Dallas Museum, il High Museum, il MFA di Houston e il Whitney sono le istituzioni museali che rappresentano il minor numero di artisti asiatici, mentre il MFA di Boston, il RISD e il LACMA sono i musei le cui collezioni includono il maggior numero di artisti provenienti da Oriente. Nessuno dei musei facenti parte del campione, invece, si posiziona significativamente più in basso degli altri nella rappresentazione di artisti afro-americani, nonostante l' High Museum registri una maggiore presenza di artisti di colore all'interno della sua collezione (10.6%). Gli unici valori anomali riguardanti la rappresentazione di artisti ispanici e latinoamericani provengono dal Denver Art Museum (5.4%) e il MOCA di Los Angeles (6.4%). Oggigiorno, infatti, i musei d'arte contemporanea sembrano essere diventati delle mere riproduzioni su piccola scala del mercato stesso, in quanto le maggiori gallerie private offrono spesso sostegno finanziario alle istituzioni

museali disposte ad esporre ed organizzare retrospettive e mostre personali dei loro artisti di punta (Pogrebin, 2016; Saltz, 2015 citati da Kolbe et al., 2020:9).

Kolbe et al. (2020) nel loro contributo sulle disuguaglianze esistenti all'interno del settore artistico-culturale, affermano che la maggior parte delle istituzioni artistiche, sia pubbliche che private, coinvolte nella loro ricerca, sono pienamente coscienti della necessità di attuare un radicale cambiamento all'interno del sistema artistico in termini di diversità ed accessibilità. Per esempio, cercando di prendere le distanze dalla tradizione eurocentrica che da secoli governa il settore culturale e diversificando il più possibile la propria offerta artistica. Le politiche culturali e le legislazioni nazionali possono certamente avere un impatto positivo in questo senso, per esempio incoraggiando le istituzioni a considerare temi quali diversità ed inclusione all'interno della loro programmazione. In periodi di pressione e di contrazione economica, però, la priorità di ogni istituzione museale è generare profitti, i quali derivano, appunto, dalle grandi mostre e retrospettive di artisti maggiormente noti al grande pubblico che riescono ad attrarre numeri molto elevati di visitatori. Ciò comporta prima di tutto l'esclusione dai programmi di moltissimi artisti meno conosciuti, ma ugualmente validi, i quali faticheranno di conseguenza ad imporsi sul mercato e a terminare il proprio ciclo di consacrazione esponendo nei musei più celebri ed affermati. Inoltre, come spiegato precedentemente, è proprio in questi contesti di austerità che le istituzioni pubbliche intrecciano legami di dipendenza con i finanziatori privati, i quali fissano limitazioni alla libertà decisionale delle singole istituzioni. E' evidente, dunque, che l'austerità ed i tagli ai finanziamenti pubblici danneggiano principalmente coloro i quali, diversificando la propria programmazione, puntano a raggiungere le comunità emarginate e le minoranze culturali. Questo meccanismo, infatti, non fa altro che alimentare ulteriormente il fenomeno del *"winner-takes-all"* concentrando il mercato nelle mani (e nelle tasche) di pochi artisti. Inoltre, la decisione delle istituzioni di escludere determinate categorie di artisti dalla programmazione a causa della loro incapacità di generare ingenti profitti, riduce la possibilità per il pubblico di entrare in contatto con espressioni e correnti artistiche nuove, minando di conseguenza uno dei principi chiave che dovrebbe guidare il lavoro e l'impegno delle istituzioni artistiche: la democratizzazione della cultura.

In merito al settore delle aste nell'anno 2018, il mercato dell'arte contemporanea ha rilevato una crescita annuale nel valore delle vendite in tutti e tre i principali mercati: USA (15%), Cina (25%) e Regno Unito (21%). Ma nonostante l'artista più battuto all'asta nel 2018 sia di nazionalità cinese, Zao Wou-Ki (1921-2013), con vendite che ammontano a 310 milioni di dollari complessivi, dei 20 artisti contemporanei e post-bellici più venduti solo tre sono di

etnia asiatica, uno sudamericano, ma naturalizzato italiano, Lucio Fontana (1899-1968), e 5 di origine europea. I restanti 14 artisti sono tutti di nazionalità statunitense, di cui uno solo afro-americano, Jean-Michel Basquiat (1960-1988), il quale si posiziona al secondo posto. Inoltre, di questi 20 artisti solo due sono donne: Yayoi Kusama (1929), giapponese, e Joan Mitchell (1925-1992), statunitense. Anche per quanto riguarda le dieci opere che nel 2018 hanno registrato i prezzi di aggiudicazione più alti, i dati non fanno ben sperare. L'unica opera prodotta da un artista asiatico che rientra nella classifica è *Juin-Octobre 1985*, di Zao Wou-Ki, venduta per 62.5 milioni di dollari, stabilendo un nuovo record per un artista asiatico e diventando l'opera d'arte più costosa mai venduta ad Hong Kong (MacAndrew, 2019:183). Le restanti 9 opere sono state realizzate da artisti americani, di cui Jean-Michel Basquiat rappresenta ancora una volta l'unica quota afro-americana. Come previsto nessuna artista donna rientra nella *top ten*.

Il fatto che pochi artisti di colore, asiatici, donne, o comunque non appartenenti alle categorie "dominanti", riescano a vedere le proprie opere esposte in collezioni prestigiose o vendute all'asta sui principali mercati internazionali, denota quanto sia difficile per questi gruppi riuscire a sfondare nel mercato dell'arte e, soprattutto, dimostra che c'è ancora una lunga strada da percorrere prima di poter definire il mondo dell'arte veramente globalizzato ed aperto alla diversità.

## **1.2. La questione del genere nel mercato dell'arte: principi e aspetti teorici**

Le disparità di genere rappresentano ancora oggi un tema di discussione estremamente delicato e di primaria importanza. Nonostante i decenni passati siano stati attraversati da proteste e movimenti femministi a favore dell'emancipazione femminile, i quali hanno effettivamente ottenuto risultati in termini di conquista dei diritti civili da parte delle donne, la strada per il raggiungimento di una assoluta parità di genere sembra ancora lunga e tortuosa.

Ancora oggi, infatti, le donne di tutto il mondo sono soggette a disparità di trattamento rispetto alla controparte maschile nei più svariati ambiti della vita quotidiana. Per esempio, a parità di posizione lavorativa, esperienza e titolo di studio, le donne sono solite ricevere retribuzioni più basse rispetto ai colleghi maschi. Inoltre, le donne devono affrontare e sapere gestire, più e meglio degli uomini, il conflitto famiglia-lavoro, in quanto in numerose culture il ruolo della donna è ancora assimilato a quello di moglie e madre. La difficoltà per le donne di farsi spazio in ambienti ancora prettamente maschili, fa sì che il genere femminile sia vittima di una notevole sotto-rappresentanza in numerosi settori.

Se ci si concentra esclusivamente sul mondo della cultura, però, potrebbe sembrare che le donne siano invece fortemente rappresentate, se non addirittura sovra-rappresentate in alcuni contesti, rispetto alla controparte maschile. Nonostante ciò che i dati quantitativi riguardanti il numero di donne presenti nelle istituzioni culturali o iscritte a corsi di laurea in *arts management* e simili possono suggerire, il mondo della cultura è ancora ben distante dall'offrire pari opportunità a uomini e donne.

La Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo sottoscritta dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite nel 1948 afferma che “tutti hanno il diritto di partecipare liberamente alla vita culturale della comunità, di godere delle arti e di condividere il progresso scientifico e i suoi benefici” (Art.27 paragrafo 1). L'uguaglianza di genere, dunque, è uno dei principi cardine sanciti dalla Dichiarazione ed è stato inserito anche tra i diciassette obiettivi per lo sviluppo sostenibile previsti dall'ONU per il 2030. Infatti, nonostante siano stati fatti progressi nella parità di genere e nell'emancipazione delle donne, molte di loro continuano a subire discriminazioni e violenze in ogni parte del mondo. Le Nazioni Unite affermano che garantire alle donne e alle ragazze parità di accesso all'istruzione, alle cure mediche, a un lavoro dignitoso, così come la rappresentanza nei processi decisionali, politici ed economici, promuoverà economie sostenibili, di cui potranno beneficiare le società e l'umanità intera.

L'Istituto Europeo per l'Uguaglianza di Genere (EIGE) ricorda come le questioni di genere siano fortemente legate al concetto di cultura, intesa come un sistema di conoscenze e valori condivisi da un relativamente ampio gruppo di individui. Infatti, i ruoli che la società impone a uomini e donne sono determinati culturalmente e differiscono nel tempo e nel luogo. Per esempio, la segregazione di genere orizzontale e verticale che caratterizza il mercato del lavoro è una chiara dimostrazione di come secoli di stereotipi e discriminazioni di genere hanno modellato la società e la mentalità degli individui che ne fanno parte.

Inoltre, il genere influisce notevolmente anche sulle abitudini di consumo dei prodotti culturali da parte del pubblico. Uno studio del 2007 svolto dall'EIGE afferma che le donne sono molto più inclini a svolgere attività culturali e creative rispetto alla controparte maschile, che ha indicato la mancanza di interesse come principale motivazione alla mancata partecipazione alla vita culturale della comunità. Le donne, invece, hanno indicato le questioni economiche e le responsabilità familiari come i principali impedimenti al consumo di tali prodotti.

Infine, come già anticipato, oggi le donne costituiscono la maggior parte dei laureati in discipline artistiche ed umanistiche e sembra che esse siano più inclini degli uomini a lavorare in settori artistici e culturali. Ciononostante, numerosi rapporti (EIGE, 2013; UNESCO, 2014; UNESCO, 2015) affermano che le donne faticano molto più degli uomini ad

ottenere avanzamenti di carriera a causa delle numerose diseguaglianze che ancora oggi caratterizzano il mercato del lavoro, tra cui i modelli di segregazione nell'ambiente lavorativo ed il divario retributivo di genere.

Restrungendo questo approccio al solo settore artistico, risulta evidente come gli squilibri e le differenze di genere siano profondamente radicate nel sistema che, spesso inconsapevolmente, le perpetua. Miller (2016), per esempio, si concentra sulla figura del "tipico artista ideale" il quale, alla stregua del "tipico lavoratore dipendente ideale", è di genere maschile. Gli uomini, infatti, superano per numero le donne in quasi tutti i settori creativi, e i critici e gli storici dell'arte, principalmente uomini, sono soliti sottolineare come le donne che nel corso dei secoli sono riuscite a distinguersi in ambito artistico siano state favorite dalle loro condizioni di vita e familiari estremamente atipiche. Per esempio, molte di queste artiste non erano sposate o non sono mai diventate madri e ciò ha permesso loro di dedicare la propria vita al perseguimento della carriera artistica. Infatti, nell'immaginario collettivo, l'artista è un individuo totalmente consacrato alla sua vocazione artistica, alla quale dedica tutto il suo impegno e le sue energie. Al contrario, come ricorda Nochlin (1989), le donne sono sempre state spronate dalle famiglie e dalla società a cimentarsi in molteplici attività, prettamente casalinghe, piuttosto che a specializzarsi in un'unica disciplina, una prerogativa destinata agli uomini. Infine, la vita frenetica degli artisti, basata spesso su progetti a breve termine e senza orari di lavoro fissi, è difficilmente conciliabile con la cura della casa, dei figli e delle altre numerose attività ancora oggi legate alla figura femminile. Tutti questi fattori comporterebbero, di conseguenza, una serie di impedimenti per le donne che decidono di intraprendere la carriera artistica e spiegherebbero il motivo per cui nella storia dell'arte non ci sono state artiste donne che siano riuscite ad eguagliare la grandezza dei più celebri pittori o scultori.

Ben Davis, critico d'arte statunitense, nel 2015 provò a spiegare la persistenza di questi squilibri di genere attraverso la formulazione di tre teorie: domanda, opportunità e norme sociali. Per quanto riguarda la prima teoria, Davis sostiene che il mercato dell'arte sia guidato da pochi facoltosi collezionisti, i quali con le loro preferenze, e dunque, generando potenziali distorsioni, guidano il mercato. Un'ipotesi perfettamente in linea con quanto affermato da Kolbe et al. (2020), i quali sostengono, infatti, che il mercato dell'arte sia in gran parte guidato ed influenzato da piccole minoranze di individui danarosi, prettamente maschi ed occidentali, e da Thornton (2008), il quale afferma che, siccome l'arte riflette le esperienze di vita di chi la crea, i temi e gli stili ricorrenti nell'arte prodotta da donne siano semplicemente meno graditi agli occhi dei collezionisti più facoltosi i quali sono, appunto, solitamente di sesso maschile.

La teoria dell'opportunità, invece, si basa sul fatto che gli intermediari principali del mercato (quali accademie, gallerie, case d'asta ecc.) si affidano in gran parte a reti di conoscenze, le quali nel mondo dell'arte sono costituite da rapporti di diversa natura con altre istituzioni artistiche e culturali. Dunque, l'esistenza nei secoli precedenti di barriere di accesso a queste istituzioni potrebbe spiegare gli squilibri di genere. Infine, la terza teoria afferma che il mondo dell'arte non sia diverso da qualsiasi altro settore economico e che, semplicemente, la società non riconosce e non premia allo stesso modo uomini e donne per la medesima qualità ed il medesimo tipo di lavoro (Cameron et al., 2019:1-2).

Alcuni studiosi, tra cui Cowen (1996), hanno in passato avanzato l'ipotesi che le donne producano arte sistematicamente inferiore in termini di qualità rispetto alla controparte maschile, dotata di innate doti artistiche e di una più spiccata intelligenza. Nel corso della storia dell'arte, anche numerosi artisti hanno abbracciato queste teorie. Per esempio Walter Gropius, fondatore della Bauhaus, sosteneva che le donne non fossero in grado di pensare in tridimensione e che, dunque, non fossero biologicamente portate per determinate discipline, tra cui il design e l'architettura. Gropius, infatti, durante gli anni della Bauhaus ha incentivato la produzione di opere tessili da parte delle donne poiché sosteneva fosse un tipo di arte (bidimensionale) per cui erano naturalmente predisposte. Chiaramente, non tutte le artiste del movimento hanno aderito a questa ingiunzione, ma l'abbondante quantità di opere tessili prodotte in quegli anni può essere certamente spiegata da questo fenomeno (MacAndrew, 2019:130). Anche Georg Baselitz affermò, in più di un'occasione, che il mancato successo di molte artiste sul mercato fosse fondamentalmente dovuto alle loro scarse abilità pittoriche, piuttosto che a fattori sociali e culturali (Neuendorf, 2015).

Nonostante in molti abbiano abbracciato l'ipotesi che, per motivi biologici, le donne siano artisticamente meno dotate degli uomini, ad oggi non esistono prove scientifiche che corroborino queste teorie le quali, nel corso dei decenni, sono state ampiamente criticate e messe in discussione. Secondo Nochlin (1971; 1989), infatti, le motivazioni di questi squilibri non devono essere ricercate in fattori biologici che minerebbero le abilità artistiche delle donne e le loro possibilità di successo, bensì in fattori sociali, come le regole o l'educazione impartita alle donne nel corso dei secoli. Anche MacAndrew (2019) ricorda che molti sociologi sono concordi nell'affermare che le norme culturali a cui gli individui sono esposti fin dalla nascita, estendono il concetto di genere oltre i fattori naturali e biologici, modellando numerosi aspetti del carattere e del comportamento individuale ed influenzando i gusti e le preferenze di ciascuno. Dunque, siccome l'arte rispecchia generalmente le esperienze vissute, i gusti ed i valori interiorizzati dall'artista nel corso della sua vita, è normale aspettarsi divergenze nella

scelta di temi, soggetti e stili tra uomini e donne. Come già menzionato, un esempio di differenza artistica derivante dalle norme culturali di genere è rappresentato dal fatto che nel mercato dell'arte contemporanea vi sono più opere tessili prodotte da donne che da uomini. Ciò non significa che gli uomini non siano in grado di tessere, ma non è difficile comprendere il motivo per cui le donne si siano distinte in questa particolare attività artistica. Infatti, nelle epoche più esplicitamente sessiste della storia dell'arte, le arti tessili erano un'attività che le donne erano autorizzate ed incoraggiate a svolgere.

Secondo MacAndrew (2019), tutte le dinamiche appena citate contribuiscono all'acuirsi del cosiddetto "*Matthew effect*", un meccanismo sociale per cui coloro che occupano posizioni di potere, o comunque di privilegio (gli uomini), tenderanno ad accumulare sempre più vantaggio a discapito di coloro che, al contrario, si trovano in condizioni più sfavorevoli (le donne). Il termine fu coniato da Robert K. Merton e Harriet Zuckerman nel 1968 e ha origine dalla parabola dei talenti presente nel Vangelo dell'apostolo Matteo. Questo sistema acuisce di conseguenza le disuguaglianze tra generi in termini di riconoscimento artistico, di rappresentanza all'interno di istituzioni artistiche pubbliche e private e, infine, di reddito.

Infine, data la profonda correlazione tra genere e cultura, è importante menzionare un altro diritto fondamentale presente nella Dichiarazione Universale dei Diritti, quello legato alle diversità culturali, le quali devono essere tutelate e non devono essere soggette a discriminazione di alcun tipo. Alcuni critici sostengono che questo principio sia fondamentalmente in contrasto con l'obiettivo dell'uguaglianza di genere promosso nella medesima Dichiarazione, in quanto è ben noto come le specificità culturali siano spesso usate come pretesto per giustificare e legittimare l'esistenza di violazioni dei diritti umani, tra cui vi sono pratiche discriminatorie basate sulle differenze di genere (Pujar, 2016:6). Tra queste pratiche figurano, per esempio, la poligamia, le mutilazioni genitali femminili ed il fenomeno delle spose bambine. Questo argomento, però, è stato a lungo dibattuto e al giorno d'oggi risulta essere privo di fondamento. La cultura, infatti, non è un'entità immobile, ma tende ad evolvere con il tempo, mentre le comunità abbandonano certe pratiche per assimilarne altre. Farida Shaheed nella sua prefazione del rapporto UNESCO *Gender Equality: Heritage and Creativity* ricorda che cultura e genere sono entrambi costrutti sociali risultati da rapporti di potere fluttuanti ed è per questa ragione che non è corretto affermare che una cultura sia intrinsecamente più discriminatoria delle altre. Inoltre, invocare la cultura per giustificare le discriminazioni di genere frena il lungo, ma necessario, processo di responsabilizzazione di istituzioni, autorità e di tutti gli attori che perpetuano tali comportamenti discriminatori. È necessario, invece, che tutti si interrogino ed adottino una visione critica ed analitica per

comprendere e spiegare le relazioni di potere che sono alla base delle pratiche discriminatorie insite in moltissime società, istituzioni e strutture a tutti i livelli, cominciando dalla famiglia (Pujar, 2016:7-8). Infatti, come si vedrà più avanti nel corso dell'elaborato, le disuguaglianze di genere nel mercato dell'arte tendono ad assottigliarsi al crescere della parità di genere all'interno della società e delle singole culture (Adams et al., 2017), e questo fenomeno sembra essere particolarmente accentuato in quelle culture che sono comunemente considerate maschiliste e discriminatorie nei confronti delle donne (MacAndrew, 2019).

### **1.2.1. Disparità di genere nel mercato dell'arte secondo la letteratura empirica**

Al fine di comprendere al meglio il fenomeno delle disuguaglianze di genere nel mercato artistico, verranno di seguito riportati alcuni dati riguardanti i risultati di vendita all'asta e la rappresentanza (o sotto-rappresentanza) delle donne nelle gallerie d'arte o nei musei d'arte contemporanea.

Se si guarda ai dati di vendita all'asta delle opere d'arte prodotte da uomini e donne dal 2008 al 2018, la disparità di genere non sembra essersi ridotta considerevolmente. L'aumento percentuale delle opere prodotte da donne vendute all'asta, infatti, è solo del 2%, passando dal 6% nel 2008 all'8% nel 2018. La disparità di genere non si è assottigliata neanche per quanto riguarda il valore delle vendite: il valore aggregato è enormemente sbilanciato in favore degli uomini, che hanno rappresentato il 95% delle vendite all'asta nel 2018. Restringendo il campione alle sole transazioni di dipinti, il divario si acuisce ulteriormente, in quanto la disparità di prezzo tra uomini e donne raggiunge circa il 50%. Mentre questi valori estremamente bassi possono essere accettabili, in una certa misura, nei settori più antichi in cui l'offerta di opere prodotte da donne è certamente inferiore a causa di una serie di fattori storici e sociali che nei secoli passati hanno impedito alle donne di ottenere una formazione di tipo artistico, è invece inaccettabile che questa disparità sia presente anche nelle aste di arte contemporanea (MacAndrew, 2019).

Questa disparità nel mondo dell'arte rappresenta la regola, non l'eccezione. Anche secondo un'indagine svolta congiuntamente da *In Other Words* e *Artnet News* nel 2019, il mercato dell'arte sembra nettamente favorire il lavoro degli uomini rispetto a quello delle donne. Basti pensare che tra il 2009 e il 2019 sono stati spesi in opere d'arte vendute all'asta più di 196.6 miliardi di dollari e di questi, solo 4 miliardi (circa il 2%) per opere realizzate da donne. È ancora più sconcertante pensare che Picasso da solo ha generato 4.8 miliardi di dollari

all'asta nello stesso periodo, molto più del totale speso per ogni singola artista considerata nell'indagine di *In Other Words* e *Artnet News*, quasi 6000 donne (Halperin et al., 2019).

Il 2018, però, è stato anche l'anno in cui è stato fissato il nuovo record di vendita per un'artista vivente quando durante l'asta di Sotheby's del 5 ottobre 2018, dopo un'agguerrita battaglia tra due offerenti, è stata aggiudicata *Propped*, tela realizzata nel 1992 da Jenny Saville (1970), per 12,4 milioni di dollari. Nonostante questo evento rappresenti certamente un passo verso il raggiungimento di un equilibrio di genere, è da sottolineare che il prezzo di aggiudicazione dell'opera della Saville sfiora appena il 14% della somma totale pagata per *Rabbit*, la scultura di Jeff Koons venduta per 91,1 milioni di dollari da Christie's nel 2019 e che ha a sua volta fissato il nuovo record per un artista maschio vivente.

Il mercato dell'arte per le donne non è solo sensibilmente più piccolo, ma è anche soggetto a un grave squilibrio che negli ultimi undici anni ha concentrato più del 40% del valore totale delle vendite su sole cinque artiste: Yayoi Kusama, Louise Bourgeois (1911-2010), Georgia O'Keeffe (1887-1986), Joan Mitchell e Agnes Martin (1912-2004). Tra gli artisti uomini, invece, le vendite sono distribuite molto più omogeneamente; i cinque artisti più quotati (Pablo Picasso, 1881-1973, Andy Warhol, 1928-1987, Zhang Daqian, 1899-1983, Qi Baishi, 1864-1957, e Claude Monet, 1840-1926) rappresentano "solo" l'8,7% delle vendite totali avvenute tra il 2008 e il 2019. Marina Gertsberg (2017), ricercatrice presso l'università di Yale, afferma che il *superstar effect*, per cui un ristretto numero di artisti genera la maggior parte dei profitti, è molto più evidente per le minoranze, come le donne o gli artisti di colore, dove la competizione è ancora più intensa.

Questa disparità di genere è ancora più sconcertante se si pensa all'impatto che le donne hanno avuto sulla produzione artistica negli ultimi decenni; soprattutto le artiste attive tra gli anni Sessanta e Settanta hanno rivoluzionato il linguaggio artistico contemporaneo che, prima di allora, non poteva essere vulnerabile, personale, eccentrico (Halperin et al., 2019). Su questo tema sono stati svolti anche degli studi empirici. Tre ricercatori di Yale (Cameron et al., 2019) per esempio, hanno testato le tre teorie di Davis analizzando i dati relativi alle vendite all'asta di 4.000 laureati provenienti dalla Yale School of Art. I ricercatori hanno utilizzato la presenza di un'opera d'arte all'interno di un lotto battuto all'asta come misura di riconoscimento professionale ed il prezzo di aggiudicazione come misura di qualità artistica riconosciuta dal mercato. Dei 4.434 laureati tra il 1891 (anno di laurea della prima studentessa diplomata alla Yale School of Art) e il 2014, 1.599 erano di sesso femminile (36%), mentre il restante 64% era composto da uomini. Prima del 1974 il rapporto tra uomini e donne era 3:1, con fluttuazioni significative nel corso degli anni. Il rapporto si avvicinò alla parità durante la II Guerra

Mondiale, per poi aumentare a 6:1 tra gli anni '50 e '60 e diminuire nuovamente dal 1974 in poi. Nel 1983 il rapporto tornò alla parità per la prima volta dagli anni '40.

Per quanto riguarda l'accesso degli artisti al mercato delle aste, risulta che circa il 10.5% dei diplomati a Yale ha realizzato almeno un'opera battuta all'asta tra 1922 e il 2016. In questo caso la percentuale di uomini e donne è, invece, rispettivamente del 12.2% e 7.4%, discostandosi significativamente dal rapporto tra numero di laureati di genere maschile e femminile. In particolare, prendendo in considerazione separatamente i diplomati prima del 1983 e dopo il 1983, ci si accorge che il differenziale è significativo soltanto per il secondo gruppo. Ciò significa che il numero di opere femminili battute all'asta è aumentato dal 1983 in poi; è dunque evidente che la mancanza di mercato secondario per le donne dipende notevolmente dai cambiamenti istituzionali. Dopo gli anni '70, infatti, pare che la scelta di intraprendere la carriera artistica abbia subito un aumento più sostanziale tra le donne.

In seguito Cameron et al. (2019), applicando una regressione edonica basata sul valore dell'opera d'arte calcolato utilizzando la stima di prezzo pre-vendita come variabile dipendente, si sono resi conto che la media dei coefficienti dei *fixed-effects* (le caratteristiche individuali dei singoli artisti) delle donne diplomate a Yale era significativamente più elevata rispetto a quella degli uomini. Un risultato sorprendente che, però, non supporta efficacemente la teoria dell'esistenza di standard più elevati fissati dal mercato per le donne. Se ciò fosse vero, infatti, bisognerebbe aspettarsi prezzi più alti per le opere d'arte prodotte dalle donne rispetto a quelle prodotte dalla controparte maschile, presupponendo che un prezzo di aggiudicazione elevato sia effettivamente sinonimo di qualità.

Per testare l'affidabilità di questi risultati, i tre ricercatori hanno stilato una classifica degli artisti considerati in base al loro prezzo medio di aggiudicazione e ad altre variabili relative alle caratteristiche delle loro opere. I risultati dimostrano che le donne si posizionano significativamente più in alto rispetto agli uomini quando la classifica si basa sul prezzo medio delle opere vendute all'asta. Ciò a riprova del fatto che le donne non subiscono alcun tipo di discriminazione nelle valutazioni pre-vendita. I risultati, inoltre, contrastano con la prima teoria di Davis: sembra infatti che i collezionisti siano disposti a pagare un premio di qualità per le opere prodotte dalle donne e che dunque il problema risiederebbe alla radice, cioè nel ristretto numero di artiste che effettivamente riescono ad accedere al mercato delle aste.

Il fatto che le donne faticino ad accedere al mercato delle aste, invece, è coerente con la seconda e la terza teoria di Davis (opportunità e norme sociali). È stato il mercato stesso, nel corso dei secoli, a fissare limitazioni e barriere di accesso per le donne a moltissime istituzioni, tra cui musei, gallerie e, soprattutto, le accademie d'arte. Queste limitazioni, sommate a svariati

altri comportamenti discriminatori nei confronti del sesso femminile, che da sempre caratterizzano molte sfere della società, hanno reso molto difficile per le donne riuscire ad avere successo e ad imporsi nel mercato artistico.

L'unica ipotesi in grado di riconciliare questi due risultati contraddittori (la scarsa presenza di opere femminili nel mercato secondario e il loro prezzo medio di aggiudicazione significativamente più alto di quello della controparte maschile) è che, nel lasso di tempo considerato, le barriere istituzionali che hanno limitato l'accesso delle donne al mercato dell'arte, quali opportunità di istruzione ed il riconoscimento da parte degli esperti e del pubblico, hanno imposto filtri di qualità più rigorosi alle donne rispetto ai colleghi maschi (Cameron et al., 2019:11). Tuttavia, all'interno del settore artistico contemporaneo sono state svolte numerose ricerche che dimostrano che, oggi, il numero di donne immatricolate nelle più prestigiose scuole d'arte del mondo eguaglia, e a volte supera, quello degli uomini. Guardando al mercato statunitense, il *National Endowment of the Arts* ha pubblicato diverse statistiche negli ultimi anni, le quali dimostrano che il 51% degli artisti visivi che lavorano negli Stati Uniti sono donne. Allo stesso modo, per i principali programmi d'arte degli Stati Uniti, le statistiche attestano che il 65% degli studenti è di genere femminile. Il rapporto della *Freeland Foundation* del 2018, invece, afferma che di tutti gli iscritti nel 2017 a programmi post-laurea in arti visive e design del Regno Unito, il 66% erano studentesse. Anche secondo il *Universities and Colleges Admissions Services*, il 63% degli studenti iscritti nel 2017 a corsi di laurea in arte e design del Regno Unito erano di sesso femminile. Ciononostante, dal 1988 al 2018, solo il 30% dei vincitori del prestigioso *Turner Prize* sono stati di sesso femminile. Ciò dimostra chiaramente che nei settori contemporanei non è più possibile imputare le disparità di genere a fattori storici e sociali che impedirebbero alle donne di intraprendere la carriera artistica, come invece avveniva, invece, nei secoli precedenti.

Le motivazioni, dunque, devono essere necessariamente legate a distorsioni cognitive e di comportamento, il che significa che la sotto-rappresentanza delle donne nei processi decisionali ed in determinati ambiti lavorativi e della società in generale, è frutto di un radicato sistema di pregiudizi e discriminazioni, che deriva certamente da retaggi culturali passati, ma che oggi non è più giustificabile in quanto i dati dimostrano che le barriere di accesso all'istruzione ed al mercato sono state ampiamente abbattute.

Infine, il secondo risultato ottenuto da Cameron et al. (2019) che vede i prezzi di aggiudicazione medi delle donne più elevati rispetto a quelli degli uomini, contrasta evidentemente con i trend del mercato ed i ricercatori ammettono che l'unica spiegazione in grado di riconciliare questi risultati sia una possibile distorsione nella scelta dei campioni, in

quanto il loro focus era ristretto a un contenuto numero di artisti provenienti da una scuola estremamente prestigiosa ed elitaria.

Bocart et al. (2018) svolsero un ulteriore studio sul settore delle aste, considerando un vasto campione costituito da tutte le aste dedicate ad artisti occidentali avvenute tra il 2000 ed il 2017. I risultati ottenuti sono coerenti con l'andamento generale del mercato. I tre ricercatori, infatti, dimostrarono che per le donne è più difficile riuscire ad accedere al mercato secondario, dove il 91,6% delle vendite è rappresentato dalle transazioni di opere d'arte maschili. Queste barriere di accesso comportano, di conseguenza, un *premium price* del 4,4% per le opere prodotte dalle donne. Ciò significa che, mediamente, le opere femminili che riescono ad accedere al mercato secondario vengono aggiudicate con un sovrapprezzo del 4,4% rispetto a quelle della controparte maschile. In secondo luogo, fornirono ulteriori prove empiriche per l'esistenza del già citato "*superstar effect*", il quale è prevalente nel segmento femminile. Il *premium price* del 4,4%, infatti, si trasforma in uno sconto di genere del 10% se si considera il numero di lotti venduti per ogni artista. Infatti, tale sovrapprezzo è principalmente dovuto ad un ristretto numero di artiste che rappresentano, però, la stragrande maggioranza dei lotti aggiudicati. Infine, l'ultima conclusione tratta dai tre ricercatori riguarda la sotto-rappresentanza del genere femminile nelle fasce più alte del mercato, dove avvengono le transazioni che costituiscono circa il 40% del valore totale delle vendite. Tutti questi dati, dunque, concorrono a dimostrare l'esistenza di un "soffitto di cristallo" (Bocart et al., 2018) per il genere femminile, un'espressione metaforica che si utilizza per indicare una condizione in cui l'avanzamento di carriera di una persona o di un intero gruppo è frenata dall'esistenza di pregiudizi e discriminazioni.

Ciononostante, esistono eccezioni a questa condizione di disuguaglianza e una di queste è costituita dall'arte contemporanea indigena australiana in cui le opere d'arte prodotte da donne registrano prezzi di aggiudicazione all'asta più elevati di quelle prodotte dalla controparte maschile. Questo anomalo risultato potrebbe però essere dovuto al particolare impatto che l'arte ha avuto, e continua ad avere, sull'emancipazione delle donne nelle comunità indigene, in termini sia sociali che finanziari. Inoltre, è doveroso tenere in considerazione che le artiste indigene, a differenza delle donne che operano in altri mercati e movimenti artistici, sono tenute in alta considerazione all'interno della loro cultura e godono di una notevole rappresentanza all'interno delle fasce più alte del mercato. Dunque, questi fattori sembrano avere un notevole impatto sul valore delle opere prodotte da queste artiste agli occhi degli acquirenti (Farrell et al., 2020:3).

Una prova dell'infondatezza delle ipotesi teorizzate da Cowen (1996), invece, è fornita da Adams et al. (2017), i quali hanno raccolto i dati riguardanti 1.5 milioni di transazioni avvenute tra il 1970 e il 2013 nel mercato delle aste in 45 diversi Paesi per valutare quanto il genere dell'artista influisca sui prezzi di aggiudicazione. Come ipotizzato, i dati suggeriscono che i dipinti prodotti da donne ottengono prezzi di aggiudicazione significativamente più bassi, con un tasso di sconto del 47,6%. In questo studio si ipotizza, però, che il pubblico presente ad un'asta non sia in grado di stabilire se un'opera sia stata prodotta dalla mano di una donna o di un uomo e, di conseguenza, non sarebbe corretto imputare questa elevata differenza di prezzi a fattori biologici. Inoltre, dato che i prezzi di aggiudicazione raggiunti dalle donne sono più bassi nei Paesi in cui si registrano maggiori discriminazioni di genere (sotto-rappresentanza delle donne nei processi decisionali, percentuale di donne iscritte a corsi di istruzione superiore, minore tasso occupazionale ecc.), i ricercatori affermano che questi squilibri sarebbero da imputare esclusivamente a valori e distorsioni culturali.

Lo studio di Adams et al. (2017), intitolato "*Is Gender in the Eye of the Beholder? Identifying Cultural Attitudes with Art Auction Prices*", si pone l'obiettivo di dimostrare attraverso due esperimenti che, come sostengono molti studiosi, l'arte femminile vende di meno semplicemente perché prodotta da donne (Allen, 2005). Nel primo esperimento è stato chiesto a 1000 partecipanti di esprimere, su una scala da 1 a 10, il proprio grado di apprezzamento per una serie di quadri proposti dopo aver cercato di indovinare il genere dell'artista. Questo permise al gruppo di ricerca di valutare se il genere percepito dai singoli individui avesse influenzato negativamente o positivamente il loro giudizio riguardo l'opera d'arte. Nel secondo esperimento, invece, sono stati associati casualmente nomi fittizi di artisti e artiste ad immagini di dipinti create da una rete di algoritmi neurali ed in seguito è stato nuovamente chiesto ai partecipanti (questa volta 2000) di esprimere il loro grado di apprezzamento.

Per quanto riguarda il primo esperimento (880 risposte), i partecipanti hanno attribuito il 62,7% delle opere a una mano maschile (quando in realtà solo la metà delle opere è stata prodotta da artisti uomini) e ciò dimostra che gli intervistati si aspettavano una maggiore incidenza di pittori maschi. Una previsione corretta, dato che la presenza di arte "femminile" in fiere, musei e gallerie raggiunge molto di rado la soglia del 50%. A livello generale, la frequenza di risposte corrette è stata del 50,5%, l'unica opera che è stata attribuita ad una mano femminile dalla stragrande maggioranza degli intervistati è stato il dipinto di un vaso di fiori, il che suggerirebbe che alcuni temi sono effettivamente percepiti come più femminili. Un risultato importante è che i partecipanti maschi, benestanti e con un accentuato interesse artistico hanno dimostrato un basso apprezzamento nei confronti di opere d'arte che associano ad artiste donne.

Un esito coerente con la teoria che le artiste vendono meno e meno bene, per via del loro genere, ma che è allo stesso tempo molto scoraggiante dato che quel particolare campione di intervistati è quello che più si avvicina al prototipo del tipico offerente medio.

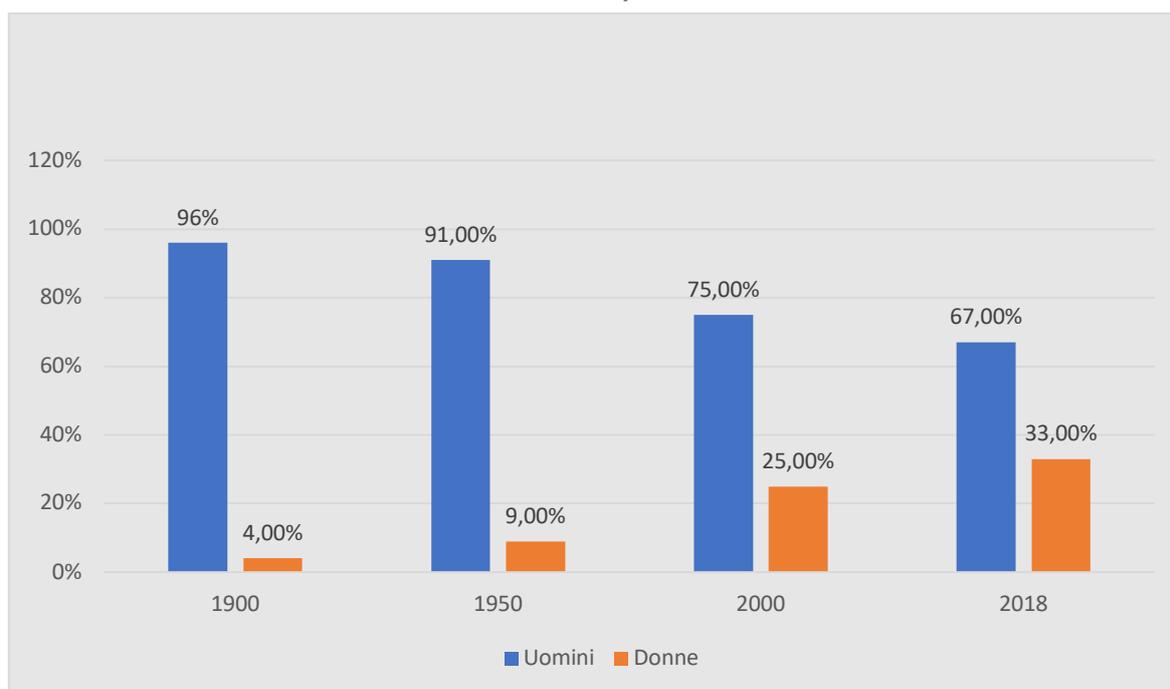
Nel secondo esperimento, invece, gli intervistati (1.823 risposte in questo caso) hanno dimostrato di non tenere particolarmente in considerazione il genere dell'artista nella valutazione dell'opera, probabilmente perché, concentrandosi sul dipinto, non hanno prestato attenzione alla firma posta in fondo all'opera. Tuttavia, anche in questo caso, è facilmente osservabile l'associazione di nomi femminili a punteggi più bassi da parte degli intervistati. Ancora una volta questo fenomeno è particolarmente marcato nella categoria di individui benestanti e con un accentuato interesse artistico. Questo esperimento dimostra, dunque, che la differenza di prezzo tra le opere prodotte da uomini e quelle prodotte da donne, non può essere spiegata dalla mancanza di talento e di qualità artistica e, come detto in precedenza, ciò è ampiamente dimostrato dal fatto che la differenza di prezzo sia considerevolmente più ampia nei Paesi più colpiti dalle discriminazioni di genere. Secondo alcuni esperti tra cui William Goetzman, professore di finanza presso la facoltà di *management* di Yale, l'arte prodotta dalle donne rappresenta dunque una grande opportunità, soprattutto per i collezionisti, poiché queste iniquità permettono di acquistare arte di altissima qualità a prezzi molto bassi (Halperin, 2019). Un'altra conclusione a cui sono giunti Adams et al. (2017) è che, mentre questa evidente differenza di prezzo può diminuire nel corso del tempo all'aumentare dell'uguaglianza di genere nelle culture di tutto il mondo (un'ipotesi perfettamente in linea con la teoria di Farida Shaheed, 2014), è altamente probabile che l'impatto che le istituzioni e le istanze sociali hanno avuto nel corso della storia sulla limitazione delle donne al mercato dell'arte sarà invece ancora di lunga durata (Adams et al., 2017:27).

### **1.2.2. Alcuni segnali relativamente positivi sulla situazione delle donne nel mercato artistico**

Per far fronte alla perdurante discriminazione di genere, negli ultimi decenni esperti del settore e le stesse artiste hanno cercato di sensibilizzare l'opinione pubblica su questo tema altamente delicato. Per esempio, agli inizi degli anni Ottanta iniziò ad operare un gruppo di artiste femministe sotto il nome di *Guerrilla Girls* le quali, ancora oggi, attraverso l'uso dell'umorismo e di immagini oltraggiose ed irriverenti, espongono in maniera plateale le discriminazioni di genere ed i pregiudizi etnici più diffusi all'interno del mondo dell'arte.

Negli ultimi anni molte associazioni, riviste ed istituzioni del settore hanno invitato collezionisti e musei d'arte, pubblici e privati, ad essere più inclusivi nei confronti delle donne e a cercare di porre rimedio allo storico squilibrio di genere che dura ormai da secoli. Nel 2017, per esempio, le Gallerie degli Uffizi hanno lanciato un'iniziativa estremamente interessante ed innovativa, vista la natura dell'istituzione: esibire più opere d'arte prodotte da donne organizzando mostre personali e rassegne dedicate a personaggi femminili di grande valore storico-artistico ma, troppo spesso, dimenticate da critici, istituzioni e libri di storia dell'arte. Ad aprire questa nuova stagione del museo dedicata alla parità di genere è stata una mostra dedicata a suor Plautilla Nelli (1523-87), prima pittrice rinascimentale fiorentina (McGivern, 2017). Per quanto riguarda i settori dell'arte moderna e contemporanea, basti pensare che solo il 4% degli artisti che hanno almeno un'opera esposta al MoMa di New York sono donne. MacAndrew (2019), analizzando la maggiore banca dati esistente sugli artisti di *Artfacts.net*, ha rilevato che la quota di artiste presenti nelle principali mostre d'arte internazionali ha subito una notevole espansione nell'ultimo secolo, passando dal 4% al 25% tra il 1900 ed il 2000 e subendo un ulteriore aumento di otto punti percentuali nei 18 anni successivi. Inoltre, quasi la metà delle donne presenti nel *database* hanno esposto per la prima volta solo nel secondo dopo guerra e si riferiscono esclusivamente al settore contemporaneo.

**Figura 3. Percentuale di uomini e donne esposti in mostre internazionali (1900-2018)**



Nota: Dati di *Artfacts.net* pubblicati da MacAndrew (2019) elaborati dall'autrice.

Tuttavia sul versante delle gallerie d'arte la situazione appare relativamente più rosea. Nel 2019 *Artnet News* ha intervistato alcune delle gallerie più influenti nel panorama internazionale e i dati raccolti sono in molti casi interessanti, e decisamente più positivi di quelli relativi alle vendite all'asta. Per esempio, dei 66 artisti rappresentati dall'importante gallerista David Zwirner, il 29% sono donne e rappresentano ben il 39% delle vendite totali. Per quanto riguarda un'altra importante galleria, Pace, solo 1/4 dei suoi artisti è di sesso femminile, ma rappresenta 1/3 delle vendite totali. È importante segnalare, inoltre, che tra le artiste rappresentate da Pace figura anche Agnes Martin (classe 1931), una delle cinque artiste più richieste sul mercato. Lisson, invece, rappresenta sessantacinque artisti di cui appena il 20% donne, tra le quali figurano anche la cubana Carmen Herrera (1915) e la serba naturalizzata USA Marina Abramovic (1946) e anche in questo caso esse rappresentano da sole 1/3 delle vendite totali. House & Wirth rappresenta trenta artiste (il 34% del totale) che costituiscono il 33% delle vendite della galleria. I due fondatori affermano che, avendo iniziato ad operare a Zurigo, al di fuori dei grandi centri del mercato, l'accesso ai grandi artisti internazionali era diventato estremamente complesso e inoltre, come è noto, le donne sono sempre state vittime di una notevole sotto-rappresentanza da parte del mercato. Di conseguenza, puntare sulle donne è stata una strategia dettata dall'opportunità e dalla necessità, oltre che da un interesse personale.

Similmente, MacAndrew (2019) ha studiato la presenza di artiste donne nelle gallerie basandosi sui risultati del sondaggio svolto da *Artfacts.net* su un campione di 6.500 gallerie. Il sondaggio ha avuto, però, un tasso di risposta del 18%. MacAndrew ha suddiviso le gallerie partecipanti all'esplorazione in tre categorie: le gallerie operanti nel mercato primario, quelle operanti nel mercato secondario e le gallerie presenti in entrambi i mercati. Nel 2018, il 36% degli artisti rappresentati dalle gallerie del primo gruppo erano di genere femminile e, mediamente, hanno rappresentato il 32% del fatturato di quell'anno. I dati, però, dimostrano che nel 2018 le gallerie operanti nel mercato primario hanno rappresentato una quota piuttosto elevata di donne tra gli artisti emergenti: circa il 43%. Tuttavia, questo valore è diminuito gradualmente all'aumentare del successo ottenuto dagli artisti. Mentre da una parte questo dato potrebbe significare una diminuzione della disparità di genere tra gli artisti di nuova generazione, dall'altra rivela una realtà sconcertante, cioè che solo una piccola minoranza di artiste riesce a sfondare sul mercato, rispetto alla controparte maschile. Inoltre, MacAndrew sottolinea che la disparità di genere tende ad aumentare al crescere dell'età degli artisti e all'aumentare del fatturato medio della galleria. Inoltre, le gallerie con un fatturato inferiore al milione di dollari hanno rappresentato, in media, una quota di artiste pari al 38%, contro il 35% di quelle che hanno registrato un fatturato superiore al milione. Invece, le gallerie più affermate,

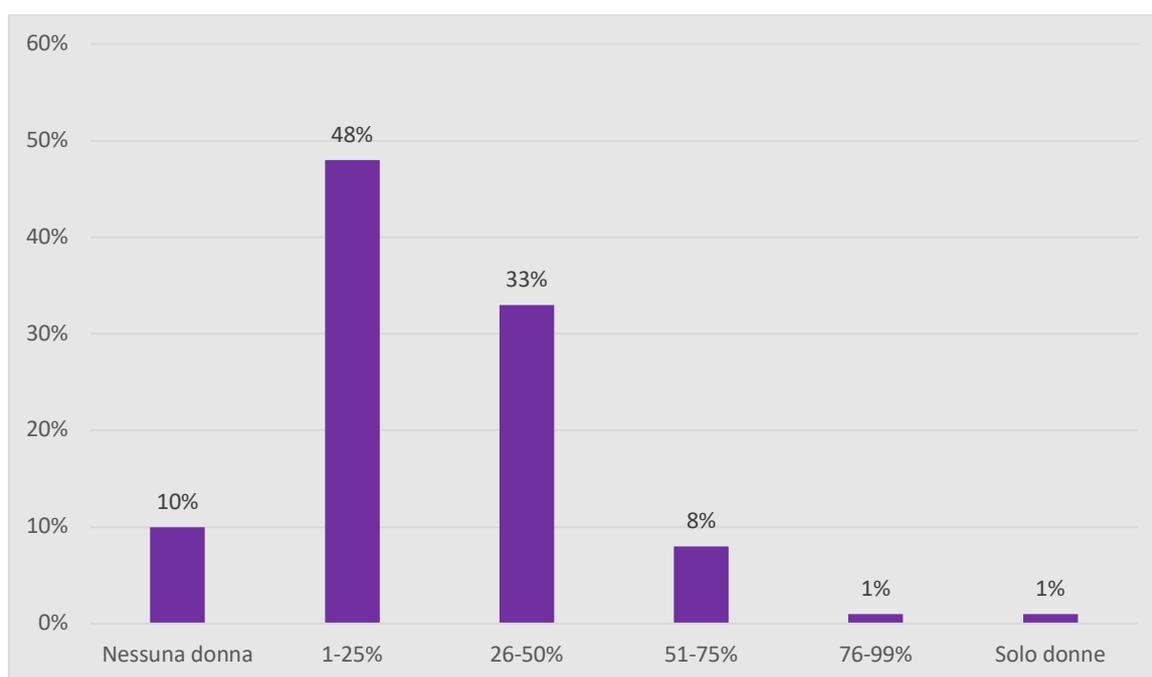
cioè quelle che hanno superato i 10 milioni di dollari fatturato, hanno rappresentato una quota di artiste significativamente più esigua, pari al 25%. Ciò dimostra che le gallerie più affermate tendono a rappresentare artisti più conosciuti e funge da ennesima riprova della sistematicità del problema degli squilibri di genere all'interno del settore delle gallerie.

Per le donne, avere un accesso relativamente più limitato al mercato primario si aggiunge a un'ulteriore maggiore selezione in termini di opportunità di vendita e di dimensioni del mercato secondario. Infatti, le gallerie operanti esclusivamente nel mercato secondario, al contrario, hanno rappresentato un numero estremamente esiguo di artiste. Meno del 18% del totale degli artisti presenti nel loro catalogo nel 2018 era di genere femminile. Ciò è dovuto, almeno in parte, al fatto che molti mercanti d'arte del mercato secondario trattano più comunemente la vendita di opere provenienti da settori meno recenti del mercato, come gli *Old Masters* o l'arte moderna, in cui le donne hanno storicamente avuto un peso nettamente inferiore.

L'ultima categoria, quella composta dalle gallerie operanti in entrambi i settori, segue i rispettivi profili di quelle precedenti, con una percentuale di donne tra la rosa degli artisti provenienti dal mercato primario pari al 32%, con una progressione simile, e persino più marcata, verso il basso man mano che gli artisti raggiungono fama e successo. I mercanti d'arte di quest'ultimo gruppo hanno attribuito alle vendite di opere prodotte da donne solo il 23% delle transazioni totali.

MacAndrew (2019) ha effettuato un'analisi simile basandosi questa volta sui dati presenti nel sito di *Artsy.net*, una delle principali piattaforme *online* per il collezionismo e lo studio dell'arte, ed ha analizzato la quantità di donne rappresentate dalle oltre 3.000 gallerie elencate nella sua banca dati. I risultati sono molto simili: mediamente il 73% degli artisti rappresentati nel 2018 era, infatti, di sesso maschile, mentre la restante parte (27%) di genere femminile. La percentuale di artiste rappresentate che emerge da questa ricerca è leggermente inferiore poiché il campione era più esteso di quello precedente e comprendeva sia gallerie operanti nel mercato primario che in quello secondario. Dall'analisi è emerso anche che solo nel 10% dei casi le donne hanno raggiunto, o superato, il 50% e che la stragrande maggioranza, invece, ha rappresentato solo una quota di minoranza di artiste pari al 25%. Inoltre, delle gallerie coinvolte nell'indagine, solo il 10% ha deciso di non rappresentare nessuna artista, mentre l'1% ha avuto in catalogo solo donne per tutto il 2018.

**Figura 4. Percentuale di artiste rappresentate dalle gallerie nel 2018**



Nota: Dati di *Artsy.net* pubblicati da MacAndrew (2019) elaborati dall'autrice.

Guardando alla ripartizione geografica delle gallerie, è interessante notare che l'Asia è la regione in cui la disparità di genere (relativa esclusivamente al settore delle gallerie) è più marcata, in quanto solo il 19% degli artisti rappresentati nel 2018 era di genere femminile. Ciononostante, pare che uno dei paesi in cui le disparità di genere si stanno maggiormente assottigliando sia la Cina; quest'ultima infatti è una delle nazioni che registra il maggior numero di miliardarie il cui patrimonio non deriva dall'eredità paterna o da matrimoni con uomini facoltosi.

Sorprendentemente, invece, Africa e Medio Oriente, le cui culture sono comunemente considerate discriminatorie nei confronti delle donne, hanno registrato valori superiori alla media; le donne, infatti, hanno rappresentato ben il 30% degli artisti totali presenti in catalogo, registrando anche prezzi di aggiudicazione notevoli nel settore delle aste (MacAndrew, 2019:120). I dati di *Artsy.net*, infine, provano che per le donne, come suggerito da MacAndrew, sia molto più difficile riuscire ad affermarsi sul mercato. Infatti, considerando i risultati d'asta come criterio per misurare il successo di un artista, la percentuale di artiste affermate (16%) rispetto alla controparte maschile (84%) è sensibilmente inferiore.

Anche il fatto di essere rappresentati da molteplici gallerie è considerato sinonimo di successo per un artista. Tuttavia, la maggior parte degli artisti sono solitamente rappresentati solo da una o due gallerie. Infatti, degli artisti uomini presenti nella banca dati di *Artsy.net* il

71% è rappresentato da una sola galleria; per le donne la percentuale è leggermente più elevata e raggiunge il 78%. All'aumentare del numero delle gallerie, però, la percentuale di donne rappresentate decresce vertiginosamente. Infatti, se si considerano gli artisti rappresentati da cinque o più gallerie, la percentuale di artiste scende al 17%; mentre solo il 10% delle donne presenti nel *database* di *Artsy.net* sono rappresentate da più di 15 gallerie.

Tuttavia, per quanto riguarda il settore delle fiere internazionali d'arte contemporanea, MacAndrew (2019) afferma che anche in questo caso le donne sono vittime di un'innequivocabile sotto-rappresentanza. Analizzando un campione composto dalle 82 principali fiere d'arte internazionali presenti nella banca dati di *Artfacts.net*, si evince che dei 27.000 artisti che hanno esposto nel 2018, solo il 24% erano donne, contro il 76% di artisti uomini. In questo caso, lo squilibrio di genere non può essere ricondotto alle istanze sociali che nel corso dei secoli hanno impedito alle donne di istruirsi nelle accademie d'arte e di perseguire la carriera artistica, poiché poco più dell'80% del campione era costituito da artisti viventi che, dunque, rappresentano le generazioni di artisti attuali.

Questa distorsione è stata riscontrata anche da *Artsy.net*, la cui banca dati raccoglie circa 30.000 artisti esposti nel 2018 nelle 80 fiere d'arte registrate nel loro sito. Anche in questo caso i dati dipingono un quadro sconcertante: solo il 28% degli artisti era di sesso femminile, un dato rimasto relativamente invariato dal 2014, aumentando di soli due punti percentuali nel quinquennio 2014-2018.

Pregiudizi e disuguaglianze sono anche fortemente radicati nel processo di fissazione dei prezzi delle opere d'arte. Solitamente il valore di un'opera viene stabilito confrontando la stessa con il lavoro di artisti di epoche o correnti simili; ma, mentre gli uomini vengono raffrontati ad altri artisti con profili e traiettorie simile, le donne vengono confrontate esclusivamente tra di loro, senza considerare stili e correnti artistiche (Halperin, 2019). Questi tipi di pregiudizio sono ormai profondamente consolidati e integrati nel sistema e, troppo spesso, passano inosservati e vengono silenziosamente accettati. Lisa Dennison, presidente di Sotheby's America ed ex direttrice del Guggenheim, afferma che intere generazioni di curatrici e galleriste hanno ignorato questo problema perché troppo impegnate nel dimostrare le proprie abilità e nel combattere contro la concorrenza maschile (Halperin, 2019).

Come già menzionato esistono molte teorie che spiegherebbero perché il mercato delle donne sia notevolmente più ridotto rispetto a quello della controparte maschile: per esempio il fatto che fino al XX secolo era estremamente raro che ad una donna fosse permesso di imboccare la carriera artistica (Nochlin, 1971;1989), oppure la scarsità di ricerca e pubblicazioni riguardo alle artiste, il che renderebbe difficile creare valore e interesse intorno

al loro lavoro. Secondo altri, invece, la ragione risiederebbe nel tipo di arte che le donne producono e che sarebbe più difficile da collocare sul mercato (Cowen, 1996; Thornton, 2008). La spiegazione sarebbe, invece, molto più semplice: distorsioni culturali che, come spiegato nel report *“Is Gender in the Eye of the Beholder? Identifying Cultural Attitudes with Art Auction Prices”*, sono molto più marcati nei paesi in cui si registra una maggiore disparità di genere, ma che tendono a diminuire al crescere dell’emancipazione femminile e alla lenta, ma costante, conquista di sempre più diritti da parte delle donne. Nonostante tutto, le aspettative future per le donne sembrano decisamente più rosee rispetto a un decennio fa. Sebbene nel mercato dell’arte la quota di mercato coperta dall’arte femminile rappresenti comunque un valore esiguo rispetto al valore totale delle vendite, sembra che si stia consolidando una tendenza al rialzo, essendo il valore delle vendite più che raddoppiato dal 2008 al 2018, passando da 230 milioni a 590 milioni di dollari (Halperin et al., 2019).

Susanne Vielmetter, direttrice e proprietaria della prestigiosa galleria Vielmetter Los Angeles, afferma che l’idea che una donna possa entrare in una galleria e spendere 200.000 dollari per un quadro è un’ipotesi totalmente nuova (Halperin, 2019); solo fino a vent’anni le fa, le donne acquistavano opere d’arte esclusivamente grazie al denaro che derivava dall’eredità paterna o da matrimoni con uomini facoltosi. Un altro dato che fa sperare in un futuro mercato più equo riguarda i dati di rivendita delle opere d’arte, cioè quei pezzi che sono stati venduti all’asta più di una volta. Utilizzando l’indice di Mei Moses di Sotheby’s, *In Other Words* ha scoperto che negli ultimi sei anni le donne hanno ottenuto risultati decisamente migliori rispetto alla controparte maschile con una crescita nel volume delle transazione del 72,9%. Ciò segna un netto cambiamento rispetto ai cinquant’anni precedenti, quando i mercati di rivendita per entrambi i sessi seguivano un andamento parallelo.

Infine, è importante sottolineare come il divario di genere esistente nel mondo dell’arte non si limiti ai soli processi creativi, ma riguarda anche gli ambiti gestionali e dirigenziali, dove fino a soli cinque anni fa i dodici maggiori musei del mondo per affluenza e numero di visitatori erano tutti gestiti da uomini. Un rapporto del 2014 pubblicato dall’*Association of Art Museum Directors* suggerisce che nonostante il genere dei candidati potrebbe non giocare un ruolo fondamentale nel processo di selezione, i consigli direttivi ancora prevalentemente maschili, potrebbero inconsciamente preferire candidati anch’essi di genere maschile (McGivern, 2017). La situazione è comunque in netto miglioramento. Tre delle più importanti e celebri istituzioni artistiche presenti sul territorio italiano sono infatti gestite da donne: le Gallerie dell’Accademia di Firenze, la Fondazione dei Musei Civici di Venezia e i Musei Vaticani, le cui direttrici sono rispettivamente Cecilie Hollberg, Gabriella Belli e Barbara Jatta. Nonostante la maggior parte

delle posizioni dirigenziali siano ancora ricoperte da uomini, la professione curatoriale è perseguita principalmente dalle donne; infatti, circa il 75% dei curatori dei principali musei internazionali è di genere femminile.

Nonostante questi segnali di cambiamento, la strada da percorrere per il raggiungimento di una vera parità di genere sembra ancora lunga ed impervia e richiede impegno e devozione da parte di uomini e donne in egual misura. I primi riconoscendo il talento ed il merito della controparte e non ostacolandone l'accesso a scuole d'arte, istituzioni e ai principali circuiti di vendita. Le seconde, invece, sensibilizzando il pubblico riguardo questo delicato problema e lottando affinché la qualità artistica del proprio lavoro venga riconosciuta. Questo impegno di sensibilizzazione dovrà essere promosso e perseguito soprattutto da coloro che operano nel settore dell'arte a livello manageriale e curatoriale, sostenendo l'impegno ed il valore artistico sia di artiste contemporanee che di epoche precedenti.

### **1.3. Il ruolo degli intermediari all'interno del mercato artistico globale**

Il mercato dell'arte contemporanea è un sistema che coinvolge molteplici attori, artisti, acquirenti e mediatori di diverso genere, e si basa sullo scambio di un tipo di bene estremamente peculiare: l'opera d'arte. Nonostante la peculiarità dei beni artistici, che comprendono le opere d'arte visiva, è possibile traslare il concetto di catena del valore dai settori produttivi tradizionali a quello dell'arte. Come è ben noto, la catena del valore è la sequenza di attività e processi volti alla trasformazione delle materie prime in prodotto finale (filiera produttiva) e alla sua distribuzione all'interno del mercato. Nella filiera artistica la fase produttiva comprende la generazione dell'idea da parte dell'artista, la scelta del medium artistico attraverso cui trasmettere il messaggio e la vera e propria realizzazione del prodotto artistico. A valle della filiera si collocano, invece, tutte le attività di promozione e distribuzione dell'opera che, normalmente, sono svolte da diversi intermediari, i quali intercettano potenziali acquirenti e consumatori, rendendo possibile l'incontro tra domanda e offerta. I meccanismi attraverso i quali la fase della distribuzione realizza la valorizzazione del prodotto artistico sono diversi a seconda che le transazioni si attuino nel "mercato primario" o nel "mercato secondario" (Genco et al., 2017).

Per mercato primario si intende quel segmento del mercato in cui le opere d'arte vengono messe in vendita per la prima volta ed in cui viene fissato il loro valore economico iniziale attraverso contrattazioni dirette tra artista e mercante d'arte. È in questo contesto, dunque, che viene determinato il mercato del bene, nonché le sue future valutazioni.

Fanno parte del mercato secondario, invece, tutti i passaggi di proprietà successivi che avvengono grazie all'intervento di svariati operatori, come gallerie e case d'asta. Questi passaggi di proprietà possono avvenire tramite canali pubblici, come aste e vendite *online*, o privati tra singoli individui, come galleristi e collezionisti privati. Inoltre, è importante sottolineare come anche il passaggio del bene nelle mani di collezionisti prestigiosi e influenti concorra ad aumentare il valore dell'opera nel corso del tempo. Per ovvie ragioni, alcune tipologie di beni sono scambiate esclusivamente nel mercato secondario; tra queste spiccano arte moderna, *old masters* e antiquariato. Nell'arte contemporanea, invece, mercato primario e secondario sono ugualmente attivi; per arte contemporanea infatti, si intende l'arte prodotta dopo il 1946, quella che in gergo è definita *Post-War & Contemporary Art*<sup>2</sup>. Si può affermare, dunque, che il mercato primario nasce nel momento in cui un gallerista decide di rappresentare un giovane artista, investendo nella sua crescita professionale ed artistica, nonché nella comunicazione, mettendo in atto tutte quelle operazioni di marketing volte a far conoscere l'artista al pubblico e agli altri operatori del settore (critici, curatori, musei, fondazioni e collezionisti) che, secondo modalità diverse, collaborano nel suscitare interesse intorno al suo lavoro e consolidare il suo prestigio e valore all'interno del mercato. Le gallerie che operano in tal senso hanno, solitamente, un rapporto molto profondo con gli artisti, con i quali instaurano rapporti di fiducia reciproca che, spesso, accompagnano tutta la loro carriera artistica.

Entrambi i mercati sono costituiti da una rete di numerosissimi attori ed imprese locali ed internazionali strettamente interrelati grazie ad una serie di sistematici flussi interculturali all'interno dei quali i mediatori del mercato giocano chiaramente un ruolo fondamentale, facilitandone il processo di globalizzazione e favorendo le interazioni tra attori provenienti da diversi luoghi del mondo. Per mediatori del mercato si intendono tutti gli attori, individui o istituzioni, che svolgono il ruolo di intermediari nelle transazioni di beni. Tra questi figurano, ovviamente, mercanti d'arte e gallerie, ma anche case d'asta, fiere e piattaforme di vendita *online*. Musei e fondazioni, invece, svolgono un ruolo più periferico all'interno delle dinamiche del mercato poiché non vendono direttamente al pubblico le opere esposte nelle loro collezioni, ma svolgono comunque un ruolo fondamentale nel processo di creazione del valore dell'opera d'arte e dell'artista.

Pierre Bourdieu, celebre sociologo francese, spiega all'interno di una delle sue opere più celebri, "Le regole dell'arte" (1992), che la fama di un artista è frutto del lungo processo di consacrazione dell'artista stesso e, ovviamente, delle sue opere. Il mercante d'arte, infatti, oltre

---

<sup>2</sup> Da ArtRights Magazine, def. Primo e Secondo Mercato dell'Arte.

a sfruttare economicamente il suo talento, ha il compito di immettere l'artista all'interno di circoli sempre più esclusivi e selezionati; per esempio, nel caso di un pittore, partendo da mostre collettive per passare poi a mostre personali, collezioni prestigiose e, infine, terminare il proprio ciclo di consacrazione nei musei. Dunque, per un artista avere una sua opera battuta in un'asta serale di Sotheby's, esposta al MoMa di New York o facente parte di una collezione privata prestigiosa significa che il proprio valore è ormai riconosciuto e affermato all'interno del mercato globale. Per esempio, è risaputo che molti collezionisti siano soliti prestare le proprie opere o collezioni d'arte a musei rinomati prima di metterle all'asta, con lo scopo di accrescerne il valore.

I dati di vendita annuali relativi al 2018 di tutti i mediatori del mercato sono raccolti all'interno del report annuale di UBS redatto da MacAndrew in collaborazione con Art Basel. Secondo MacAndrew (2019), il 2018 ha registrato un incremento del 6% nelle vendite totali rispetto all'anno precedente, raggiungendo un ammontare di 67,4 miliardi di dollari e posizionandosi al secondo posto nel decennio 2008-2018. Il volume delle transazioni di opere d'arte (39,8 milioni) ha raggiunto la sua vetta più alta dal 2008, con un aumento del 2% dall'anno precedente, per un valore complessivo superiore ai 67 miliardi di dollari. Nel 2016 tutti i maggiori mercati del mondo subirono un notevole declino dovuto all'incerto clima politico ed economico che si respirava a livello mondiale; ciò portò a una diminuzione del 16% del valore totale delle vendite dal 2014 al 2016. L'anno successivo, invece, grazie alla ritrovata fiducia dei consumatori e ad un aumento dell'offerta nella fascia alta del mercato, si registrò una crescita del 12%, sostenuta soprattutto da aggiudicazioni d'asta decisamente anomale. Il clima decisamente meno ottimista del 2018, dovuto a questioni economiche e politiche che hanno pesato sulla fiducia di investitori e consumatori, ha favorito invece lo spostamento di alcuni compratori e venditori particolarmente avversi al rischio verso le vendite private, che sono infatti aumentate del 7%. Ciononostante anche il mercato delle aste ha subito un'espansione del 3%, così come le transazioni *online* (11% in più rispetto al 2017). Le vendite all'asta hanno però coinvolto per lo più le fasce più alte del mercato, mentre quelle medio-basse hanno subito un ristagnamento e, in alcuni casi, anche un declino.

Per quanto riguarda il valore monetario delle transazioni avvenute attraverso i canali appena citati, il rapporto UBS (2019) afferma che il settore delle vendite private, guidato dalle fasce più alte del mercato, ha raggiunto un ammontare di 35,9 miliardi di dollari nel 2018. Le vendite di beni artistici e di antiquariato avvenute tramite aste pubbliche, invece, hanno raggiunto un totale di 29,1 miliardi di dollari, circa 7 miliardi in meno rispetto alle vendite private. Il settore *Post War & Contemporary Art* ha rappresentato metà del valore del mercato

di beni artistici aggiudicati tramite aste pubbliche, raggiungendo un ammontare di 7,2 miliardi, con un incremento del 16% rispetto all'anno precedente. Grazie ad un'indagine svolta da *Art Economics* si evince che, anche nel settore delle vendite private, le gallerie impegnate nel commercio di arte moderna e contemporanea sono quelle che registrano un giro d'affari superiore alla media. Questi dati dimostrano come siano l'arte moderna e, soprattutto, contemporanea a guidare il mercato e quanto queste incidano sul valore totale del mercato artistico a livello globale. Le transazioni *online*, invece, nonostante la notevole crescita rispetto all'anno precedente, hanno rappresentato una quota decisamente inferiore del totale delle vendite del 2018 rispetto agli altri due canali, raggiungendo un ammontare di 6 miliardi di dollari.

Come menzionato in precedenza, al pari di ogni altro settore economico e del commercio internazionale, anche il mercato dell'arte è soggetto ai cambiamenti imposti dai fenomeni di internazionalizzazione e globalizzazione che influenzano profondamente il comportamento di tutti gli attori e gli intermediari che operano al suo interno. Nel suo contributo, Codignola (2015) teorizza l'esistenza di circuiti commerciali e di comunicazione globali, i quali si sono creati all'interno del mercato dell'arte in seguito all'avvento del fenomeno della globalizzazione. Per quanto riguarda i circuiti di comunicazione all'interno del mercato artistico, Codignola (2015) si riferisce innanzitutto all'utilizzo di Internet come piattaforma globale di disseminazione ed accumulazione di informazioni, limitando così il rischio di incorrere in asimmetrie informative e permettendo a venditori ed acquirenti di eludere i tradizionali canali commerciali e della comunicazione, abbattendo le frontiere ed accorciando le distanze geografiche tra acquirenti e venditori. Inoltre, il recente fenomeno di digitalizzazione delle collezioni museali è visto da molte istituzioni artistiche come un importante strumento per rendere la cultura più democratica ed accessibile ad un più vasto pubblico, in particolare a quelle fasce della popolazione che a lungo sono state escluse dal consumo artistico e culturale. Ciononostante, è importante tenere conto del cosiddetto divario digitale, in quanto l'accesso alla rete non è un servizio equamente diffuso in tutte le regioni del mondo e per questo motivo la digitalizzazione non è sempre uno strumento efficace per raggiungere nuovi pubblici ancora oggi emarginati (Kolbe et al., 2020:16). In secondo luogo, Codignola (2015) si riferisce all'impiego dell'inglese come lingua ufficiale per le comunicazioni e transazioni internazionali in quanto i soggetti di questi rapporti commerciali sono estremamente eterogenei in termini di provenienza geografica.

Come anticipato, un importante esempio di circuito commerciale globale, invece, è rappresentato dalle imprese ed istituzioni artistiche che hanno deciso di estendere la propria attività oltre i confini nazionali. A partire dagli anni Novanta il volume delle esportazioni di opere d'arte è notevolmente aumentato, incrementando di conseguenza i contatti ed i rapporti commerciali tra Paesi diversi. Le grandi case d'asta internazionali, per esempio, grazie ai loro potenti dipartimenti di marketing, sono riuscite ad internazionalizzare la loro attività penetrando efficacemente i mercati emergenti. Una mossa strategica è stata l'inclusione all'interno dei loro comitati consultivi di alcuni influenti collezionisti provenienti da tali mercati, i quali hanno il compito di aiutare le case d'asta a plasmare la loro offerta in base al gusto maggiormente diffuso in quei Paesi. Sotheby's e Christie's, per esempio, rappresentano dei circuiti commerciali internazionali sviluppati in piattaforme interconnesse e disseminate in tutto il mondo. Per questo motivo, esse godono di un afflusso costante di nuovi acquirenti provenienti dalle maggiori economie emergenti. Da un punto di vista strategico, queste case d'asta hanno differenziato la loro offerta creando categorie di beni ben distinte che coprono l'arte moderna e contemporanea proveniente da quasi tutte le regioni del mondo: Russia, Africa, America Latina ed Asia (Codignola, 2015:89). Ciononostante, la maggior parte dei lotti più costosi del settore *Post-War & Contemporary Art* aggiudicati nel 2018, afferma MacAndrew (2019), sono stati venduti a New York e le sole tre principali case d'asta a livello globale (Sotheby's, Christie's e Phillips) hanno rappresentato quasi  $\frac{3}{4}$  delle vendite totali.

Anche la diffusione di musei d'arte può essere intesa come un nuovo circuito del commercio mondiale, in quanto queste istituzioni giocano all'interno del mercato artistico un ruolo fondamentale nella creazione del valore, non solo economico. Anche i musei, dunque, creano dei circuiti internazionali attraverso l'apertura di nuovi spazi espositivi in diversi centri del mercato globale come ha fatto, per esempio, il Louvre di Parigi che, nel 2017, ha inaugurato una nuova sede ad Abu Dhabi. I musei sono istituzioni fondamentali all'interno del settore artistico per via della loro capacità di catalizzare l'interesse di diverse tipologie di consumatori all'interno di una sola piattaforma; inoltre, i musei modellano il gusto personale e colmano il vuoto di conoscenza storico-artistica del pubblico. Però, a causa della contrazione dei finanziamenti pubblici ai musei avvenuta negli ultimi anni in alcuni dei principali mercati internazionali, tra cui il Regno Unito, molte istituzioni pubbliche hanno dovuto ricorrere necessariamente al supporto economico erogato da facoltosi benefattori privati. Pertanto, questo cambiamento nelle modalità di sostentamento economico dei musei ha innescato un sistema di forte dipendenza nei confronti dei finanziatori privati, i quali possono influenzare direttamente le politiche del museo interferendo nella programmazione di mostre temporanee

ed eventi artistici e nei processi decisionali. Oppure, coloro che si impegnano offrendo ai musei opere d'arte o intere collezioni, possono porre condizioni strettamente vincolanti sull'utilizzo delle opere donate (Kolbe et al, 2020:9). Queste limitazioni comportano, di conseguenza, l'incapacità di raggiungere determinati pubblici e, spesso, impediscono alle istituzioni museali di svolgere la loro funzione di diffusione della conoscenza in modo democratico e capillare.

I mercanti d'arte, invece, sono tra gli attori che stanno maggiormente trasformando il mercato; alcune delle più prestigiose gallerie del mondo hanno internazionalizzato le loro attività commerciali aprendo filiali nei principali centri del commercio internazionale diversificando così i propri mercati e l'offerta. L'apertura di nuove filiali in altri Paesi è una strategia che permette alle gallerie di seguire nuovi segmenti di mercato costituiti da acquirenti facoltosi provenienti dalle economie emergenti. Lazzaro e Moreau (2018), per esempio, affermano che una galleria d'arte, per essere definita internazionalizzata, deve possedere almeno tre sedi in tre differenti Paesi e partecipare a più di una fiera internazionale nello stesso anno.

L'aspetto più complesso del processo di internazionalizzazione del mercato artistico riguarda, però, i processi produttivi, i quali appartengono ancora ai singoli artisti. Gli artisti possono scegliere di operare in gruppo o individualmente e decidere di risiedere in un Paese diverso da quello di nascita, sia per motivi lavorativi che di ricerca. Infatti, non è insolito per una artista scegliere come sede della propria attività lavorativa uno dei grandi centri del commercio internazionale come Londra, New York o Berlino; infatti, ciò permetterebbe loro di entrare più facilmente in contatto con critici, mercanti, collezionisti ed altri importanti attori del mercato artistico. Gli studiosi Johansson e Vahlne (1990) sostengono, infatti, che il fenomeno di internazionalizzazione sia strettamente legato al concetto di *network*. Lo sviluppo internazionale di un'azienda o di un'istituzione avverrebbe dunque solo in presenza di una folla rete di contatti costituita da tutte le relazioni, commerciali e non, intrattenute con i Paesi esteri. Lo sviluppo di un *network* artistico, dunque, potrebbe avvenire nel seguente modo: a livello individuale, relativamente ai singoli artisti o mercanti; a livello organizzativo, cioè legato all'attività internazionale di gallerie, case d'asta, fiere e musei; a livello dei singoli Paesi, se l'artista, la galleria o il polo distributivo sono situati in uno dei centri strategici del mercato dell'arte (Codignola, 2010).

Infine, Codignola (2010) sostiene che in un mondo sempre più interconnesso in cui le distanze geografiche sembrano continuamente accorciarsi, anche i critici, gli sponsor e, soprattutto, i collezionisti stanno diventando sempre più cosmopoliti.

Per gran parte del XX secolo, lo sviluppo dell'arte moderna e contemporanea è stato guidato dalla stretta interazione tra mercanti, artisti, critici e la nuova classe di collezionisti che vide la propria affermazione proprio in quegli anni: professionisti della classe media, industriali ed altri capitalisti. L'espansione del mercato avvenuta negli ultimi decenni, nonché le sue dinamiche sempre più simili a quelle che regolano i mercati finanziari, hanno reso il mercato odierno profondamente diverso da quello dei secoli passati, caratterizzato dal patrocinio di nobili e mecenati, prima, e dal collezionismo di industriali e capitalisti, poi. Infatti, oggi, le grandi gallerie internazionali che operano nei segmenti più alti del mercato, sono solite formalizzare una certa distanza tra collezionista e mercante d'arte, arrivando anche ad escludere completamente la figura dell'artista dalle transazioni. Ciò concorre a rendere il settore del collezionismo d'arte un ambiente favorevole all'applicazione dei principi economici e di comportamento tipici, appunto, dell'alta finanza. Infatti, a prescindere dalle motivazioni che spingono i singoli acquirenti ad acquistare ed investire il proprio denaro in opere d'arte (investimento, finalità di carattere pubblico, prestigio personale, puro piacere estetico ecc), è chiaro che l'arte come la conosciamo oggi è ormai intrecciata indissolubilmente con le dinamiche dell'accumulazione finanziaria. La nozione di arte come investimento, infatti, è stata concepita nell'ultimo mezzo secolo ed ha acquisito rilevanza grazie alla nascita di strumenti ed elementi tipici dei mercati finanziari, quali avanzati algoritmi di determinazione dei prezzi, software destinati alla gestione delle collezioni, nuovi prodotti finanziari come prestiti garantiti e fondi di investimento artistico (Upton-Hansen, 2018). Questi elementi sono fondamentali per il lavoro del gestore patrimoniale, il quale integra l'attività di consulenza artistica all'interno della logica generale della gestione patrimoniale e della pianificazione fiscale per i "super-ricchi".

Kolbe et al. (2020) ricordano come tutte queste dinamiche hanno certamente avuto un impatto sulla tipologia di arte più richiesta da parte dei collezionisti. Infatti, il fatto che esista un nucleo di artisti indispensabili per creare una collezione prestigiosa e di valore, facilita enormemente il lavoro dei consulenti artistici (*art advisor*), i quali hanno il compito di guidare i clienti nella scelta delle opere d'arte in cui investire il proprio denaro. Ciò influenza il mercato anche dalla parte dell'offerta, richiedendo agli artisti di produrre un determinato tipo di arte che è notoriamente apprezzata dalla grande maggioranza dei collezionisti, o comunque da coloro che possiedono le risorse economiche necessarie per poter investire in opere d'arte. Questo meccanismo acuisce, di conseguenza, le disuguaglianze di reddito tra gli artisti e perpetua il fenomeno del "*winner-takes-all*", per cui una minoranza di artisti e di gallerie (quelle che rappresentano tali artisti) controllano la maggior parte del mercato. Ciò comporta, dunque, una

centralizzazione del mercato intorno ad un ristretto numero di “mega-gallerie” con numerose filiali situate nei punti nevralgici del commercio d’arte.

Infine, negli ultimi decenni, hanno ottenuto crescente importanza anche le fiere d’arte, che le gallerie sfruttano come vetrine per i propri artisti e che, grazie al loro respiro internazionale, facilitano le transazioni con collezionisti di tutto il mondo e permettono agli intermediari di entrare in contatto con nuovi artisti stranieri. Nella maggior parte dei casi, sono le fiere stesse ad invitare le gallerie più celebri ed importanti ad esporre nei propri spazi così da aumentare il proprio prestigio a livello internazionale ed attrarre collezionisti facoltosi. Un altro elemento cruciale delle fiere è la sfera esperienziale dell’evento, particolarmente attraente per acquirenti e collezionisti. La rapida proliferazione delle fiere d’arte internazionali è una prova del processo espansivo che il mercato dell’arte ha subito nel XX secolo e rappresenta un altro circuito commerciale globale. Il tema delle fiere internazionali d’arte contemporanea, per via della particolare rilevanza che assume in questo elaborato, sarà trattato in maggior dettaglio nel sotto-capitolo seguente.

### **1.3.1. Le fiere d’arte internazionali nel mercato globale**

Le fiere d’arte internazionali sono eventi, solitamente della durata di pochi giorni, che offrono ai galleristi di tutto il mondo la possibilità di riunirsi in un unico luogo e presentare i lavori degli artisti che rappresentano, nonché di incontrare potenziali acquirenti, artisti, critici ed altri venditori. Questi eventi artistici sono un fenomeno relativamente recente. La prima fiera d’arte contemporanea ebbe luogo a Colonia nel 1969, appena un anno prima di Art Basel, che è ancora oggi la più celebre e prestigiosa. Ogni fiera ha un comitato organizzativo che si occupa di assicurare il perfetto andamento dell’evento e di selezionare le gallerie partecipanti ad ogni edizione, ciò significa che gli artisti non sono invitati direttamente, ma solo tramite le gallerie che rappresentano ed espongono il loro lavoro (Quemin, 2013:163).

Soprattutto negli ultimi due decenni le fiere d’arte contemporanea hanno subito una notevole espansione sia nel numero di eventi disseminati in ogni parte nel mondo, sia nel volume e nel valore delle transazioni. Inoltre, numerosi studi sul settore artistico hanno osservato come le fiere d’arte contemporanea, soprattutto quelle più prestigiose e che operano nei segmenti più alti del mercato, abbiano contribuito ad accelerare lo sviluppo e la crescita del sistema finanziario del mercato dell’arte contemporanea (Ciccotti, 2014). Per quanto riguarda il valore economico di questo settore, MacAndrew (2019) stima che nel 2018 le vendite abbiano superato i 16 miliardi di dollari, con una crescita del 6% rispetto all’anno precedente. Dal 2010

al 2018 le transazioni avvenute presso le fiere d'arte sono passate da meno del 30% del valore delle vendite totali del mercato al 46%.

Nonostante le vendite private risultino comunque il canale più redditizio per le gallerie d'arte, rappresentando il 48% delle transazioni annuali, il settore fieristico ha visto un leggero incremento della sua quota di mercato raggiungendo il 31% nel 2018, con le grandi fiere internazionali che dominano nettamente il mercato. Quest'ultima tendenza riguarda però quasi esclusivamente le gallerie che occupano la fascia più alta del mercato con un fatturato superiore al milione di dollari; per le gallerie che registrano un fatturato inferiore al milione, invece, le fiere minori o locali rappresentano una fonte di reddito superiore alle grandi fiere internazionali.

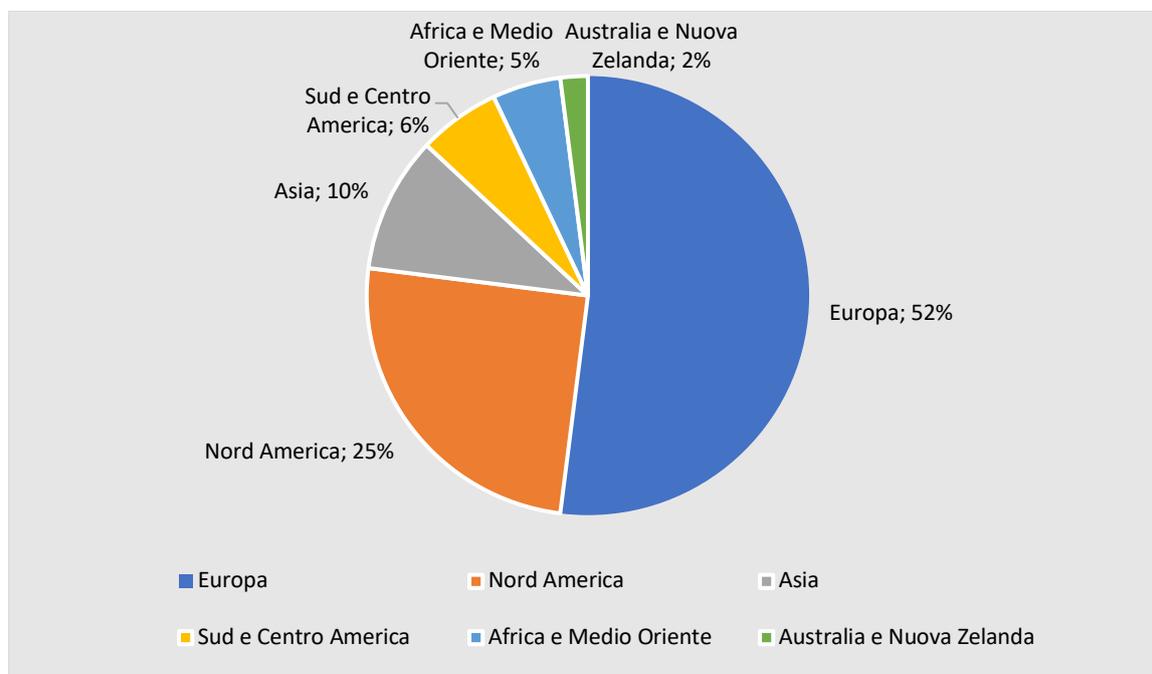
Quemin (2013) afferma che la diversità nella provenienza geografica delle gallerie partecipanti è, solitamente, un ottimo indicatore della qualità di una fiera d'arte, che dovrebbe, almeno in teoria, resistere alla pressione imposta dalle gallerie locali e limitare il numero di posti disponibili per gli espositori nazionali (a meno che non si tratti di un paese *leader* del mercato dove il numero di gallerie prestigiose è particolarmente elevato). Per essere considerate realmente internazionali, le fiere d'arte devono però ospitare anche una vasta gamma di gallerie provenienti dai principali mercati internazionali: Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Germania, Svizzera e Italia.

Come già menzionato, gallerie, case d'asta e fiere d'arte sono le istituzioni che rappresentano la dimensione economica del mondo dell'arte, ma mentre il mercato delle gallerie private è estremamente frammentato e composto per lo più da piccole e medie imprese (nonostante l'esistenza di un cospicuo numero di "mega-gallerie" che controllano una grande fetta del mercato), le case d'asta hanno assimilato, nel corso del tempo, alcune caratteristiche tipiche dei mercati monopolistici/oligopolistici grazie alla creazione di grandi società con numerose filiali estere. Di conseguenza, gli intermediari privati hanno dovuto cercare nuove fonti di vantaggio competitivo che permettessero loro di competere con le grandi case d'asta e molti di essi sono riusciti a trovarlo nelle più prestigiose fiere d'arte internazionali. Ciò ha portato ad una notevole espansione del mercato delle fiere d'arte negli ultimi anni; basti notare che nel 2018 si sono svolte quasi trecento fiere d'arte internazionali, cinquanta delle quali nate negli ultimi dieci anni. Inoltre, si contano centinaia di altre piccole fiere locali o regionali che coprono vaste aree del mercato artistico e del collezionismo (MacAndrew, 2019:224).

Nonostante le prime fiere, nate più di cinquanta anni fa, fossero ubicate per lo più in Europa, al giorno d'oggi la distribuzione geografica delle principali fiere internazionali è molto più ampia, ma il mercato fieristico è ben lontano dal poter essere definito veramente globalizzato. Infatti, delle 295 principali fiere internazionali considerate da *Artfacts.net*, la

maggior parte è ancora oggi ubicata nei mercati più maturi; poco più della metà si svolgono, infatti, in Europa. Circa il 25% di questi eventi hanno luogo in Nord America, seguiti dal Regno Unito, leggermente in vantaggio su Francia e Germania.

**Figura 5. Ubicazione delle Fiere d'Arte nel 2018**



Nota: Dati di *Arts Economics* pubblicati da MacAndrew (2019) elaborati dall'autrice.

MacAndrew (2019) afferma che questi grandi mercati consolidati hanno anche dominato in tema di provenienza geografica delle gallerie partecipanti. Gli Stati Uniti hanno rappresentato il 18% di tutte le gallerie partecipanti alle fiere del 2018, mentre le gallerie provenienti dai quattro principali mercati artistici europei (Regno Unito, Francia, Germania ed Italia) hanno rappresentato addirittura il 35% del totale.

Al fine di valutare l'effettiva globalizzazione del mercato fieristico e l'internazionalità delle fiere selezionate, Quemin (2013) svolse uno studio in cui analizzò l'ubicazione geografica delle 41 principali fiere d'arte contemporanea avvenute nel 2008 ed universalmente considerate internazionali, e l'eterogeneità dei loro espositori. Dallo studio emerge che gli Stati Uniti detengono, come sempre, il primato assoluto: il 24% delle 41 fiere considerate si svolgono negli Stati Uniti. Seguono Svizzera, paese organizzatore di Art Basel, Italia e Cina, diventata negli ultimi anni un attore chiave all'interno del mercato, ognuna delle quali ospita il 7% delle fiere del campione. Seguono poi Germania, con due fiere internazionali, Francia, con una sola fiera e due Paesi considerati periferici, Australia ed Emirati Arabi Uniti. Dunque, mentre il mondo

conta quasi 200 Paesi, le fiere internazionali d'arte contemporanea organizzate nel 2008 sono state ospitate in soli 21 di essi, con molte regioni e persino interi continenti come l'Africa, altamente sotto-rappresentati, se non addirittura del tutto non rappresentati (Quemin, 2013:169).

Per quanto riguarda la partecipazione delle gallerie, Quemin (2013), grazie al contributo di *Artprice*, è riuscito a calcolare non solo il numero totale di espositori presenti alle 41 fiere internazionali del campione (4113), ma anche il numero complessivo di gallerie partecipanti (2322), molte delle quali hanno presentato i propri artisti in più di una fiera nel 2008. Gli Stati Uniti, ancora una volta, hanno nettamente sorpassato gli altri Paesi rappresentando il 20% delle gallerie (464), seguiti dalla Germania (262 gallerie) e dall'Italia, che rappresenta il 9,4% del totale. Questo risultato dipende dalla sovra-rappresentanza di cui godono le gallerie italiane all'interno delle fiere nazionali facenti parte del campione selezionato da Quemin, MiArt e Fiera di Bologna. L'Italia è seguita dalla Francia, che rappresenta il 6,4% del totale, e dall'Australia (6,2%) che domina il suo mercato locale, principalmente per via della distanza fisica dai principali mercati internazionali. Lo stesso si potrebbe dire del Giappone che rappresenta il 4,9% delle gallerie partecipanti ed è seguito da Spagna, Regno Unito, Paesi Bassi, Canada e Svizzera. Oltre al Giappone, l'unico Paese asiatico posizionatosi significativamente al di sopra degli altri è la Cina (2,8%) la quale, nonostante gli ottimi risultati ottenuti all'asta dai suoi artisti, nel 2008 non si è posizionata tra i primi posti in termini di partecipazione alla fiere d'arte internazionali, ma comunque al di sopra di altre economie emergenti quali Brasile (1,0%) e India (0,7%) (Quemin, 2013:171). Altri Paesi non-europei e non-occidentali degni di nota sono: Taiwan (1,9%), Sud Corea (1,7%), Argentina (1,7%) e Singapore (1,1%).

Da questi dati si evince, ancora una volta, che nonostante la crescente internazionalizzazione del mercato, la dimensione territoriale continua a giocare un ruolo fondamentale anche in un settore globalizzato come il mercato dell'arte contemporanea e che lo squilibrio di potere pende ancora fortemente in favore di pochi Paesi occidentali.

### **1.3.1.1. La fiera internazionale di Art Basel: origini ed evoluzioni**

La fiera internazionale d'arte contemporanea di Art Basel nacque nel 1970 da un'idea dei galleristi e collezionisti Ernst Beyeler, Trudl Bruckner and Balz Hilt e prende il nome dall'omonima città in cui da allora si svolge con cadenza annuale. L'obiettivo dei fondatori era creare un luogo di aggregazione per galleristi, artisti e collezionisti, ma anche in cui dare spazio

alle nuove tendenze artistiche e stimolare la ricerca e la creatività in tutti i settori delle arti visive.

Fin dai suoi esordi Art Basel riscosse un notevole successo: ben 16.000 visitatori assistettero alla prima edizione della fiera, a cui parteciparono 90 gallerie provenienti da 10 diversi Paesi. Nel corso degli anni Art Basel si è affermata come un imperdibile appuntamento internazionale non solo per galleristi e collezionisti, ma anche per critici, curatori ed appassionati. Per questo motivo, nel 2002 è stata inaugurata la prima edizione di Art Basel Miami Beach, a cui parteciparono più di 30.000 visitatori e 160 gallerie provenienti da 23 diversi Paesi. Da allora la fiera di Miami ha luogo ogni dicembre nell'omonima città americana. Sulla scia dell'enorme consenso suscitato dalla giovane filiale americana sia tra gli esperti che tra il pubblico generico, nel 2016 fu inaugurata Art Basel Hong Kong, che da allora si svolge ogni primavera.

La nascita delle due fiere satellite è stata certamente una mossa decisiva all'interno della strategia di espansione e diversificazione di Art Basel, che ha infatti scelto come sede per le sue nuove filiali due punti nevralgici del commercio artistico, i quali fungono da accesso a due vasti mercati: il mercato asiatico e quello sudamericano. Proprio come le case d'asta internazionali e le grandi gallerie, anche le principali fiere d'arte operano analogamente ad aziende ed imprese con una prospettiva transnazionale (Schultheis et al., 2015:38). Ogni anno Art Basel ospita circa 300 espositori provenienti da tutto il mondo e coinvolge ogni tipo di espressione artistica: pittura, disegno, installazione, scultura, fotografia, performance e videoarte.

Proprio per via di questa eterogeneità, gli espositori vengono suddivisi in diversi settori, i quali variano a seconda della città in cui ha luogo la rassegna. Art Basel Miami Beach, infatti, suddivide i suoi espositori in nove diversi settori: Edition, Film, Galleries, Kabinett, Meridians, Nova, Positions, Public e Survey. Art Basel Hong Kong ne conta solo sei: Discoveries, Encounters, Film, Galleries, Insights and Kabinett. Ai fini di questa ricerca, però, mi concentrerò esclusivamente sull'edizione di Basilea, la quale conta sette settori:

- Galleries: il settore principale di Art Basel e di tutte le fiere affiliate dove, affiancati alle opere dei grandi maestri, si possono ammirare pezzi prodotti dai più prestigiosi artisti contemporanei e da giovani artisti emergenti;
- Edition: espongono in questo settore gallerie ed editori che presentano stampe, multipli ed opere inedite;
- Feature: il settore destinato a progetti curatoriali dedicati ad artisti del XX e XXI secolo presentati individualmente o accuratamente accostati tra di loro;

- Film: fanno parte di questa categoria le gallerie che presentano film e opere audiovisive, il cui intento primario è investigare il ruolo dei media all'interno della società;
- Parcour: questo settore è dedicato ai progetti artistici *site-specific* disseminati nel centro storico di Basilea;
- Statements: espongono in questa sezione le gallerie che presentano progetti individuali di artisti emergenti in lizza per il rinomato premio *Baloise Art Prize*;
- Unlimited: quest'ultimo settore è invece dedicato ad opere e progetti artistici di grandi dimensioni che trascendono i classici stand che comunemente popolano le fiere d'arte di tutto il mondo.

La forte spinta innovativa di espositori e curatori, i numerosi eventi affiliati disseminati sul territorio ed il suo carattere internazionale, hanno reso la fiera svizzera una piattaforma perfetta per la compravendita di opere d'arte contemporanea in linea con le ultime tendenze del mercato, ma anche di celebri capolavori prodotti dai grandi maestri del XX secolo.

Sin dalla sua fondazione, Art Basel è riuscita ad imporsi all'interno del panorama mondiale come uno degli eventi imperdibili del calendario artistico per galleristi, collezionisti, fondazioni e musei pubblici e privati, critici ed appassionati, tanto da essere considerata la "Mecca" del mondo dell'arte (Schultheis et al., 2015:14). Schultheis et al. (2015) sostengono che il grande successo della fiera svizzera sia stato alimentato, almeno in parte, dalle narrazioni che organizzatori, gallerie, pubblico, critica ed in generale tutti colori che gravitano intorno all'evento, hanno creato nel corso degli anni. In primo luogo, gioca un ruolo fondamentale la presentazione pubblica dell'evento che, attraverso le rassegne stampa e le parole dei suoi organizzatori, viene definito un punto d'incontro centrale per i principali mediatori del mercato globale, nonché uno degli eventi artistici più importanti dell'anno per via dell'eccellente qualità dell'organizzazione e degli espositori (Schultheis et al., 2015:14). Un altro elemento cruciale della narrazione che circonda la fiera di Art Basel è l'associazione tra arte e denaro. Essi vengono presentati come naturali alleati all'interno di un contesto certamente creativo ed intellettualmente stimolante, ma che è prima di tutto preposto alla compravendita di opere d'arte, che quasi sempre comporta la mobilitazione di grosse somme di denaro. Ciò concorre certamente a rendere Art Basel un evento imperdibile per i più facoltosi collezionisti del mondo che ogni anno si riuniscono nella città svizzera con l'obiettivo di aggiudicarsi opere di valore che possano ampliare la loro collezione.

Le gallerie, invece, concorrono ad accrescere la reputazione di Art Basel a livello globale sottolineando le numerose e fortunate opportunità di vendita che l'evento offre. La

rimuneratività delle transazioni rappresenta certamente un indice di pregio e validità per l'evento, il cui valore dipende fortemente dalla qualità artistica delle opere oggetto di scambio, nonché dal valore e dal capitale sociale dell'acquirente e del venditore (Schultheis et al., 2015:17).

Proprio in vista del suo ruolo di catalizzatore di capitale culturale, economico e sociale<sup>3</sup>, Art Basel rappresenta per artisti e galleristi un passaggio quasi obbligato del lungo processo di consacrazione teorizzato da Bourdieu. Definita da molti le “Olimpiadi del mercato dell'arte”, la fiera svizzera deve gran parte del suo potere attrattivo all'elevata qualità degli scambi di beni simbolici che, nel corso degli anni, sono riusciti a mantenere nei confronti di investitori e venditori la promessa di un aumento di capitale culturale, simbolico e sociale, oltre agli ovvi rendimenti economici attesi (Schultheis, 2015:1). All'interno del mondo dell'arte, Art Basel è considerata un evento estremamente elitario di elevato valore sociale e culturale; tutti i soggetti che gravitano intorno alla fiera, infatti, dai galleristi al pubblico generico, dai collezionisti agli sponsor, si sentono legittimati in quanto amanti dell'arte e del bello o in quanto appassionati di un'arte considerata essa stessa legittima. Attraverso la partecipazione all'evento, assimilabile ad un vero e proprio pellegrinaggio religioso, l'*élite* culturale celebra e mistifica se stessa per mezzo della magia che scaturisce dai tesori dell'arte qui venduti ed acquistati e, allo stesso tempo, consacra definitivamente i beni artistici raccolti in questo luogo (Schultheis, 2015:2). Art Basel funge, dunque, da luogo di consacrazione in grado sia di decretare il successo degli artisti e dell'arte da loro prodotta, sia di legittimare il ruolo ricoperto dai suoi espositori, sempre accuratamente selezionati, all'interno del mercato.

---

<sup>3</sup> Nel 1986 Bourdieu pubblicò il saggio “Forme di capitale” in cui teorizza l'esistenza di tre principali tipologie di capitale: capitale economico, immediatamente e direttamente convertibile in denaro, si istituzionalizza nella forma del diritto di; capitale culturale, il quale si istituzionalizza nella forma di titoli scolastici ed convertibile a determinate condizioni in capitale economico; capitale sociale, costituito da obblighi e relazioni sociali, anch'esso è convertibile a determinate condizioni in capitale economico e precedentemente era solito istituzionalizzarsi nella forma di titoli nobiliari. A queste tre categorie di capitale, ne aggiunse successivamente altre due: capitale simbolico, la cui forma primigenia è l'onore, ma che si ritrova ovunque siano in atto meccanismi di significazione, ogni capitale produce effetti in termini di capitale simbolico nella misura in cui viene riconosciuto; capitale specifico, una categoria residuale con cui classifica tutte le forme speciali e particolari di capitale, proprie dei singoli campi in cui si articola lo spazio sociale (Santoro, 2015:40;65-69).

## **Capitolo 2**

### **Case Study: Art Basel, Basilea, 2018**

Il seguente capitolo è dedicato all'analisi dei dati relativi all'edizione del 2018 di una delle più celebri e longeve fiere d'arte contemporanea del mondo: Art Basel, nella sede originaria di Basilea. Per prima cosa espongo la metodologia utilizzata per reperire ed elaborare i dati qualitativi e quantitativi relativi alla distribuzione geografica delle gallerie partecipanti e degli artisti da loro rappresentati, nonché alla distribuzione di genere sia tra gli artisti che tra i galleristi. Infine, mi concentro sull'analisi e la discussione dei suddetti dati alla luce della letteratura e dei dati economici esposti precedentemente.

#### **2.1. Aspetti metodologici**

##### **2.1.1. Fonti e metodologia di raccolta dei dati**

La mia analisi empirica studia il grado di eterogeneità degli espositori partecipanti all'edizione 2018 di Art Basel e degli artisti da essi presentati, sia in termini di distribuzione geografica, che di genere. Nonostante gli stessi organizzatori delle principali fiere internazionali siano soliti vantare un elevato grado di diversità ed inclusione all'interno della propria organizzazione e ci tengano particolarmente a sottolineare la dimensione globale dell'evento, la realtà dei fatti sembra essere spesso molto diversa. Infatti, analogamente agli altri settori del mercato artistico, quali gallerie e case d'asta, anche l'attività delle fiere d'arte sembra essere in parte guidata da legami territoriali e dalle tendenze generali del mercato, le quali vedono un complessivo squilibrio in favore di pochi Paesi, prettamente occidentali, e del genere maschile.

Al fine di corroborare questa tesi attraverso dati empirici, ho svolto un'accurata ricerca all'interno del sito internet di Art Basel<sup>4</sup>, da cui ho raccolto i dati riguardanti le gallerie d'arte che hanno partecipato all'edizione 2018 e gli artisti rappresentati dalle stesse. Il sito ufficiale di Art Basel mette a disposizione i cataloghi degli espositori e permette di filtrare le informazioni in base ai criteri rilevanti per la propria ricerca. Nel mio caso, ho selezionato inizialmente il *link* del sito "Galleries", in cui sono elencati in ordine alfabetico tutti gli espositori; in seguito, dato che la mia ricerca si basa esclusivamente sull'edizione svizzera di Art Basel, ho isolato i dati riguardanti la sede di Basilea ed infine l'anno di riferimento, il 2018.

---

<sup>4</sup> [www.artbasel.com](http://www.artbasel.com).

Una volta impostati i filtri di ricerca, ho potuto agilmente raccogliere i dati riguardanti le gallerie partecipanti alla suddetta edizione di Art Basel.

In particolare, la mia attenzione è stata posta sui seguenti elementi:

- Nome della galleria;
- Paese di origine ed eventuali sedi estere;
- Data di fondazione;
- Genere del/la gallerista;
- Artisti rappresentati;
- Numero di opere esposte per artista;
- Data di produzione dell'opera (in presenza di più opere prodotte da un solo artista l'anno che figura è una media degli anni di produzione).

Questi dati sono stati in seguito integrati con ulteriori informazioni relative agli artisti che ho reperito in rete:

- Data di nascita ed eventuale data di morte;
- Nazionalità;
- Paese/i di residenza (alcuni artisti dividono il proprio tempo tra due o più città, spesso ubicate in Paesi diversi);
- Genere.

Inoltre, è importante sottolineare che, durante la fase di raccolta dei dati dal sito ufficiale della fiera, ho riscontrato delle difficoltà nel reperire le sopracitate informazioni riguardanti le opere presentate ad Art Basel 2018 da 11 espositori (Landau Fine Art, Levy Grovy, Mnuchin, Galerie Hans Mayer, Anthony Meier Fine Arts, Helly Nahmad Gallery, Gallerieske, Galerie Pietro Spartà, Christian Stein, Vitamin Creative Space e Washburn). Infatti, nonostante i nomi delle gallerie comparissero nell'elenco degli espositori, i cataloghi *online* dell'edizione 2018 non risultavano disponibili. Per comprendere il motivo di tale mancanza, ho contattato via email Isabelle Baume<sup>5</sup>, *Gallery and Project Manager* di Art Basel, la quale mi ha riferito che alcune gallerie sono solite rimuovere dal sito i pezzi venduti e che spesso, per motivi di privacy, esse preferiscono non condividere pubblicamente il proprio catalogo. Le gallerie possono liberamente decidere di sfruttare il proprio spazio dedicato sul sito ufficiale di Art Basel per pubblicare il proprio catalogo e promuovere gli artisti che verranno presentati all'evento, ma

---

<sup>5</sup> 27/01/2020; 28/01/2020.

ciò non rappresenta in alcun modo un obbligo per le gallerie. Di conseguenza, in certi casi, le opere pubblicate sul sito rappresentano solo una parte dell'intero catalogo.

Per sopperire alla mancanza di tali informazioni ho utilizzato tre diversi metodi:

- 1) Il primo consisteva nel visitare i siti ufficiali delle singole gallerie e si è rivelato proficuo nel caso di Levy Grovy, Muchin e Washburn.
- 2) Nel caso di Anthony Meier Fine Arts, Galleryske e Galerie Hans Mayer ed Helly Nahmad Gallery, invece, sono riuscita a raccogliere parte dei dati mancanti dal profilo Instagram ufficiale delle gallerie. Per quanto riguarda le prime due gallerie, sono riuscita a rintracciare i nomi degli artisti presentati a Basilea, ma non il numero delle opere, né l'anno di produzione. Dai profili Instagram di Galerie Hans Mayer ed Helly Nahmad Gallery, invece, ho reperito solo dei cataloghi parziali. Di conseguenza le sezioni del *database* dedicate alle quattro gallerie appena citate risultano tutt'ora, in parte, incomplete.
- 3) In caso i primi due metodi si fossero rivelati inefficaci, mi sono affidata ad una ricerca generica *online* che mi ha permesso di raccogliere il catalogo completo della Galleria Pietro Spartà, citato da due articoli di giornale<sup>6</sup> e l'elenco completo degli artisti presentati da Christian Stein, di cui però non è stato reso noto il numero di opere né, chiaramente, l'anno di produzione<sup>7</sup>.

Del catalogo di Landau Fine Art e Vitamin Creative Space, invece, nonostante l'approfondita ricerca, non sono riuscita a reperire alcuna informazione.

Inoltre, non sono riuscita a risalire alle generalità (data di nascita, eventuale data di morte, nazionalità e Paese di residenza) degli artisti Bruno Hoang e Diego Hernández, rappresentati rispettivamente dalle gallerie Jan Mot e Nicolas Krupp, né alle generalità dei singoli componenti del collettivo artistico Slavs and Tatars, di cui si conoscono solo i due fondatori, provenienti da Polonia e Iran.

### **2.1.2. Analisi dei dati**

Attraverso una ricerca incrociata dei dati raccolti e suddivisi per settore, ho analizzato tre aspetti principali che mi hanno permesso di studiare l'effettivo grado di diversità ed eterogeneità della fiera. In primo luogo, ho esaminato il grado di diversità degli espositori partecipanti in base al

---

<sup>6</sup> <https://martebenicult.wordpress.com/2018/06/29/quattro-artisti-italiani-ad-art-feature/> ;  
<https://www.nonsolocinema.com/art-basel-2018.html>.

<sup>7</sup> <https://www.elledecor.com/it/viaggi/a21287112/art-basel-2018-anteprima/>.

Paese di origine, soffermandomi poi sul livello di internazionalizzazione delle gallerie. Successivamente, ho svolto un'analisi simile relativa alla nazionalità (nel caso l'artista sia stato naturalizzato, viene considerato il Paese di naturalizzazione) e al Paese di residenza degli artisti esposti. Dalla mia ricerca è emerso che un considerevole numero di artisti divide la propria vita personale e professionale tra più Paesi; qualora fra di essi figurasse il Paese di origine dell'artista, esso viene considerato sede primaria dell'artista in questione. Inoltre, è importante sottolineare che molti degli artisti esposti, soprattutto all'interno del settore *Galleries*, sono stati rappresentati da più di una galleria e compaiono, dunque, in più di un catalogo. Nella sezione dedicata all'analisi della distribuzione geografica degli artisti per settore non ho tenuto in considerazione le eventuali ripetizioni, mentre nella sezione generale dedicata alla fiera ho analizzato per intero tutti i cataloghi delle gallerie partecipanti, al fine di verificare se gli espositori hanno effettivamente dimostrato una predilezione per determinate nazionalità a discapito di altre. In questo caso, il grado di diversità che emerge dallo studio è decisamente più elevato. Ciononostante, anche in questo caso risulta evidente l'esistenza di uno squilibrio in favore degli Stati Uniti e di pochi altri Paesi europei.

Il terzo aspetto analizzato riguarda, invece, il genere degli artisti esposti e dei galleristi che li hanno rappresentati. Come previsto, la presenza maschile è sensibilmente superiore a quella femminile in entrambi i casi. Inoltre, è bene precisare che le coppie ed i collettivi artistici composti da artisti di diverso genere sono stati inseriti in una categoria definita "Misto".

Per ognuno dei tre aspetti considerati, ho esposto prima i dati generali relativi all'evento nel suo complesso e, solo in seguito, mi sono concentrata sui singoli settori, con particolare enfasi sul settore *Galleries*, il quale è il principale della fiera Europea di Art Basel e di tutti gli altri eventi affiliati. I settori *Unlimited*, *Parcours* e *Film* sono costituiti da gallerie che espongono anche in altri settori della fiera e, poiché costituiscono fondamentalmente una ripetizione, sono stati trattati meno approfonditamente rispetto agli altri quattro. I sette settori sono stati presentati in ordine decrescente di grandezza, misurata in base al numero di espositori.

Infine, ho brevemente analizzato il grado di innovazione della fiera basandomi sull'età media degli artisti presentati dalle gallerie e sull'anno di produzione delle opere esposte. I risultati dimostrano un'accentuata predilezione per la produzione artistica recente, ma una tendenza ad esporre artisti nati tra gli anni Quaranta e Settanta, fatta eccezione per il settore *Statements*, il quale è infatti dedicato a gallerie che presentano giovani artisti emergenti in lizza per il premio *Baloise Art Prize*.

Come menzionato precedentemente, non sono riuscita a reperire i cataloghi delle gallerie Landau Fine Art e Vitamin Creative Space, le quali sono state però considerate sia nell'analisi della distribuzione geografica delle gallerie partecipanti, sia nella sezione riguardante la distribuzione di genere tra i galleristi. Inoltre, non ho potuto considerare gli artisti Bruno Hoang, Diego Hernández ed il collettivo Slavs and Tatars nella sezione dedicata alla provenienza geografica degli artisti. È stato però tenuto conto del genere dei tre artisti all'interno della penultima sezione dedicata alla diversità di genere.

## 2.2. Risultati

### 2.2.1. Distribuzione geografica ed internazionalizzazione delle gallerie

Come menzionato nel capitolo precedente, le gallerie partecipanti sono suddivise all'interno di sette settori (*Galleries, Unlimited, Feature, Statements, Parcours, Edition e Film*), i quali si differenziano per gli espositori ed il tipo di arte presentata. Ogni settore della fiera è stato analizzato singolarmente e tutte le gallerie, con le relative informazioni, sono state in seguito inserite all'interno di un database, anch'esso suddiviso in sette sezioni, ciascuna delle quali corrisponde ad un settore di Art Basel.

**Tabella 1. Numero di espositori e Paesi per settore a Art Basel (Basilea, 2018)**

	GALLERIES	UNLIMITED	FEATURE	STATEMENTS	PARCOURS	EDITION	FILM	TOTALE*
N. di GALLERIE	214	47	31	18	17	14	5	277
N. di PAESI	31	13	14	9	6	9	5	63

Nota: (\*) Al netto di gallerie partecipanti a più di un settore.

Come si evince dalla Tabella 1, il settore *Galleries* è il più vasto e conta 214 espositori provenienti da 31 diversi Paesi. *Galleries* è, infatti, il settore principale di Art Basel Basilea e di tutte le fiere affiliate al marchio Art Basel. All'interno dei settori *Feature* ed *Edition*, destinati rispettivamente a progetti curatoriali dedicati ad artisti del XX e XXI secolo e gallerie ed editori che presentano multipli e stampe, hanno esposto rispettivamente 31 e 14 gallerie provenienti da 14 diversi Paesi nel primo caso e 9 nel secondo. Il settore *Statements*, dedicato esclusivamente ad artisti emergenti, conta invece 18 gallerie e 9 differenti Paesi di provenienza. All'interno delle sezioni *Unlimited, Parcours e Film* hanno esposto rispettivamente 47, 17 e 5 gallerie le quali, però, hanno partecipato ad Art Basel 2018 anche all'interno di altre categorie,

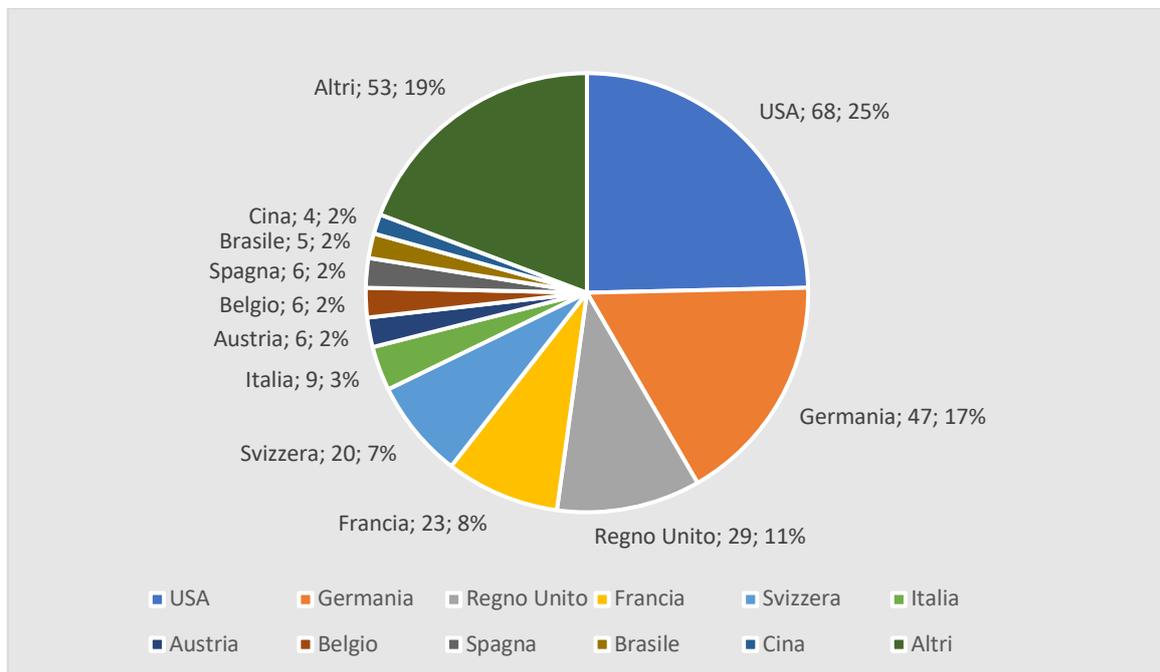
quali *Galleries*, *Edition* e *Feature*, oltre alle tre appena citate. Per quanto riguarda la provenienza geografica degli espositori appartenenti a queste categorie, le 5 gallerie della sezione Film provengono tutte da Paesi diversi, il settore *Parcours* conta 6 diversi Paesi di provenienza, mentre la categoria *Unlimited* ne conta 13. Inoltre, è importante sottolineare che la galleria Neugeriemshneider di Berlino ha preso parte sia al settore *Film* che al settore *Parcours*, mentre le gallerie Carlier Gebauer, anch'essa berlinese, Sadie Coles, di Londra, e Galleria Continua di San Gimignano hanno partecipato alla rassegna nelle categorie *Parcours* e *Unlimited*.

È chiaro che per partecipare alla rassegna in un determinato settore gli espositori devono soddisfare alcuni requisiti legati al tipo di arte che intendono esporre. Ciononostante, non ho trovato nulla, né sul sito di Art Basel né altrove, che spiegasse perché tutte le gallerie che hanno esposto nel 2018 in almeno uno dei settori *Unlimited*, *Parcours* e *Film* abbiano partecipato all'evento anche in uno dei settori *Galleries*, *Edition* e *Feature*. La mia ipotesi è che, siccome i tre settori sopracitati sono dedicati a progetti artistici estremamente peculiari (opere di grandi dimensioni, installazioni *site-specific* disseminate per il centro di Basilea e film ed altre opere audiovisive) che costituiscono solo una piccola parte dei cataloghi delle gallerie che vi prendono parte, queste ultime possono presentare le loro opere più "tradizionali" all'interno di settori più generici, quali appunto *Galleries*, *Feature* ed *Edition*.

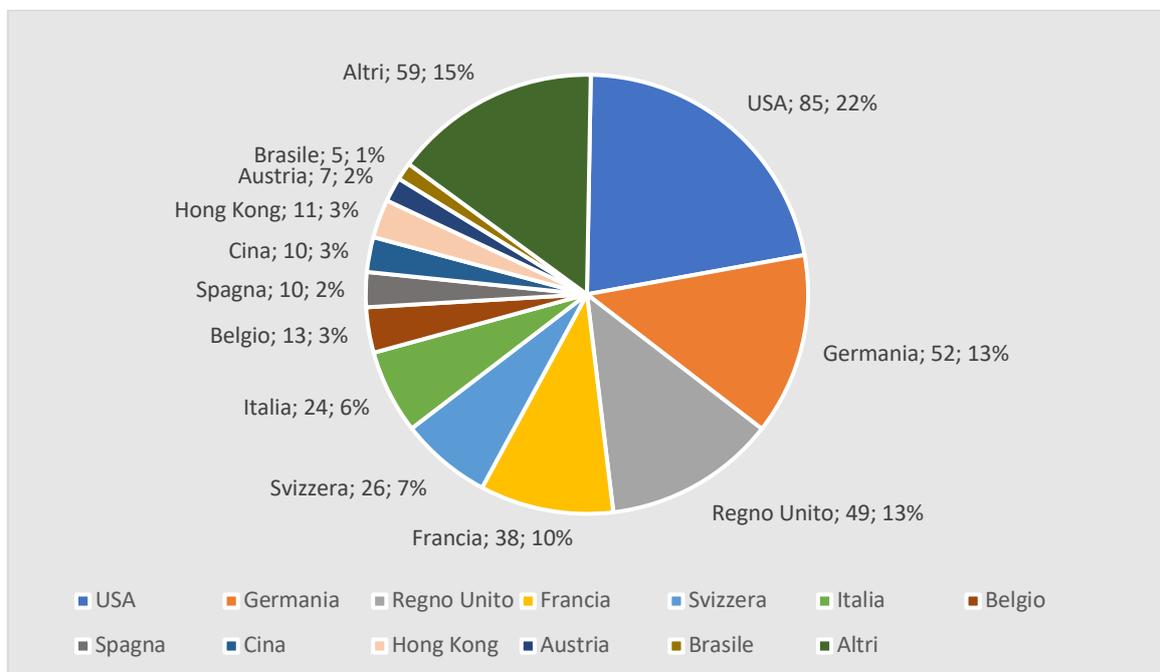
Come ho trattato nel capitolo precedente, secondo Quemin (2013), la diversità in termini di provenienza geografica delle gallerie partecipanti è, solitamente, un ottimo indicatore della qualità di una fiera d'arte contemporanea, la quale dovrebbe limitare la partecipazione delle gallerie nazionali, a meno che il Paese ospitante non ricopra un ruolo particolarmente rilevante all'interno del mercato globale, come appunto la Svizzera. Per essere considerate realmente internazionali, inoltre, le fiere d'arte devono ospitare anche un elevato numero di gallerie provenienti dai principali mercati internazionali: Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Germania, Svizzera e così via. Utilizzando questi elementi come indicatori di qualità, i dati dimostrano che Art Basel è una fiera d'arte contemporanea realmente internazionale ed estremamente rappresentativa dell'effettiva struttura del mercato.

Complessivamente, risulta estremamente evidente quanto la struttura del mercato che si affaccia ad Art Basel sia profondamente squilibrata. Come si evince dalla Figura 6, il peso maggiore è dato dagli USA, mentre delle 178 gallerie provenienti dall'Europa, 47 sono tedesche, 29 britanniche, 23 francesi, 20 svizzere e 19 italiane. Le restanti 39 provengono da altri 18 Paesi che, se sommati, costituiscono solo il 21,9% del totale degli espositori europei.

**Figura 6. Distribuzione delle gallerie per Paese di provenienza a Art Basel (Basilea, 2018)**



**Figura 7. Distribuzione delle gallerie per Paese di provenienza e sedi secondarie ad Art Basel (Basilea, 2018)**



Se si considerano le gallerie nordamericane è facilmente intuibile quale Stato detenga il maggior numero di espositori presenti alla rassegna. Gli Stati Uniti, infatti, hanno partecipato ad Art Basel 2018 con ben 68 gallerie, suddivise nei vari settori. Il Canada, invece, conta solo due gallerie, entrambe partecipanti alla fiera nel settore *Galleries*.

La partecipazione delle gallerie asiatiche, invece, è stata molto più diffusa. Le 19 gallerie orientali, infatti, provengono da 10 diversi Paesi. La Cina è lo Stato che conta il maggior numero di espositori, 4 per la precisione, più uno situato ad Hong Kong. Seguono Giappone ed India, con 3 gallerie ciascuno, poi Corea del Sud e Turchia, che contano invece 2 gallerie ciascuno, ed infine Israele, Libano, Singapore ed Emirati Arabi. L'America Latina è, invece, altamente sottorappresentata. Nonostante conti più di 20 Stati, solo quattro Paesi hanno partecipato alla rassegna per un totale di 8 gallerie, 5 brasiliane, 2 messicane ed una colombiana. Il continente africano è il meno rappresentato e conta solo due gallerie, entrambe sudafricane. Infine, dal grafico si evince che nessuna galleria ha partecipato alla rassegna in rappresentanza dell'Oceania.

**Tabella 2. Distribuzione delle gallerie per Paese di provenienza e sedi secondarie ad Art Basel (Basilea, 2018)**

Città	Galleries		Unlimited		Feature		Statements		Parcours		Edition		Film		Totale gallerie*
USA	54	69	10	17	4	6	5	5	8	8	5	5	-	-	68
Germania	36	40	8	9	6	6	4	4	4	4	1	2	1	1	47
Regno Unito	23	42	4	10	3	3	2	2	1	3	2	2	1	1	30
Francia	17	30	5	7	3	3	2	3	-	3	1	2	-	-	23
Svizzera	18	23	3	5	1	2	-	-	1	1	1	1	-	1	20
Italia	15	19	8	9	4	5	-	-	1	1	-	-	1	1	19
Austria	5	6	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Belgio	5	12	-	4	-	-	-	-	2	2	1	-	-	-	6
Spagna	5	9	-	1	-	-	-	-	-	1	1	1	-	-	6
Brasile	3	3	2	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Cina	3	9	2	4	-	-	1	1	-	1	-	-	-	1	4
Hong Kong	-	10	-	4	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	
Altri	30	46	4	7	7	7	4	4	-	2	2	2	2	1	43
	214		47		31		18		17		14		5		277

NOTA: (\*) Al netto di gallerie partecipanti a più di un settore.

Se si considerano invece i dati esposti in Figura 7 e nella Tabella 2, le quali tengono in considerazione l'internazionalizzazione degli espositori partecipanti alla rassegna, la composizione del grafico cambia, ma non significativamente. Nella Tabella 2, infatti, nelle colonne bianche è indicato il numero di gallerie nate in ciascun Paese, mentre nelle colonne evidenziate in grigio, al numero di gallerie originariamente fondate in ciascun Paese sono sommate anche tutte le filiali e sedi estere lì situate. Dai dati si evince che gli Stati Uniti detengono il primato sia se si considera esclusivamente il numero di gallerie nate in territorio statunitense, sia se si considerano anche le filiali e sedi secondarie. Il settore *Galleries* è il più eterogeneo in termini di diversità geografica, ma ciò è certamente dovuto all'ampiezza del campione, notevolmente più vasto rispetto agli altri. Al secondo posto si posiziona la categoria *Feature*, seguita da *Edition* e *Statements*. In tutti e quattro i settori si riscontra uno squilibrio in favore dei Paesi occidentali, in quanto dei 12 Paesi più rappresentati 8 sono europei e uno, gli Stati Uniti, nordamericano. Le variazioni più rilevanti tra i due grafici riguardano la Cina, che conta 10 gallerie tra sedi principali e filiali, 9 delle quali appartenenti al settore *Galleries*, e Hong Kong, la quale è stata scelta da 11 gallerie straniere per via del suo fiorente mercato. Anche Francia e soprattutto Italia hanno visto aumentare la loro quota percentuale, passando rispettivamente dall'8% al 10% e dal 3% al 6%.

Non stupisce che delle tre regioni considerate più periferiche (Asia, America Latina ed Africa), India, Cina, Brasile e Sudafrica siano i Paesi più ricorrenti nell'ospitare sedi secondarie. Tutti e quattro, infatti, fanno parte dei cosiddetti BRICS (Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica), i quali sono accomunati da una condizione economica emergente, favorita dall'abbondanza di risorse naturali, nonché dalla crescente rilevanza che stanno assumendo all'interno del commercio internazionale (Walton, 2019). Ciò ha portato di conseguenza ad un aumento della ricchezza tra la popolazione (anche se non distribuita in modo omogeneo) e, come è noto, il commercio artistico fiorisce spesso in ambienti agiati e tra individui dotati di grandi patrimoni.

Anche l'elevata presenza degli Stati Uniti era certamente un fattore prevedibile, in quanto nel 2018 hanno rappresentato da soli il 44% del mercato globale (costituito da vendite private, vendite *online* e aggiudicazioni d'asta), seguiti da Regno Unito, anch'esso presente alla rassegna con un elevato numero di gallerie, e dalla Cina. La scarsa partecipazione di quest'ultima rappresenterebbe certo un'anomalia se si considera la crescente importanza che sta assumendo all'interno del mercato internazionale, ma come già menzionato, ciò potrebbe essere spiegato dall'esistenza della fiera di Hong Kong, affiliata ad Art Basel, che dal 2016 si svolge in primavera. Dunque, per motivi di prossimità geografica e logistici, le gallerie cinesi

ed in generale asiatiche, potrebbero prediligere la rassegna di Hong Kong. Per questo motivo, in futuro, sarebbe interessante approfondire questo aspetto ed integrare i risultati con questa mia ricerca.

La prossimità geografica potrebbe essere anche il motivo dell'elevata partecipazione di alcuni Paesi europei, tra cui l'Italia, il cui mercato, nel 2018, è stato stimato attorno ai 431 milioni di dollari ricoprendo un ruolo decisamente marginale rispetto alle tre superpotenze, Stati Uniti, Regno Unito e Cina, che da soli rappresentano l'84% del valore totale del mercato, pari a 67,4 miliardi di dollari (MacAndrew, 2019). Il cospicuo numero di gallerie svizzere, invece, è certamente motivato dai legami territoriali che Quemín (2013) ha evidenziato analizzando la diversità in termini di provenienza geografica sia degli artisti esposti nelle principali collezioni d'arte francese, sia delle gallerie partecipanti alle principali fiere internazionali d'arte contemporanea. I suoi studi hanno infatti dimostrato che, nonostante i fenomeni di globalizzazione ed internazionalizzazione, tra le principali istituzioni artistiche ed il territorio in cui esse sono ubicate, esiste ancora un profondo legame di interdipendenza, il quale si traduce spesso in una tendenza, da parte di musei, gallerie e fiere d'arte, ad esporre e rappresentare artisti nazionali o a favorire la partecipazione di gallerie ed espositori locali. Ciononostante, Quemín (2013) sostiene che, se il Paese organizzatore occupa un ruolo particolarmente rilevante all'interno del mercato globale, l'elevato numero di espositori nazionali e locali potrebbe essere motivato da questo fatto e il caso di Art Basel, Basilea, ne è certamente una dimostrazione. Inoltre, come già menzionato all'inizio di questa sezione, anche l'alta partecipazione di Paesi quali Stati Uniti, Regno Unito, Francia e Germania, i quali occupano una posizione di spicco all'interno del mercato artistico, rappresenta un indicatore di qualità dell'evento. Allo stesso tempo, però, l'ingombrante presenza dei suddetti Paesi dimostra l'esistenza di una forte concentrazione geografica, a discapito della tanto anelata diversità geografica e, per esteso, culturale.

Dalla mia ricerca emerge, inoltre, una concentrazione di gallerie ed intermediari anche all'interno degli stessi Paesi. Questo fenomeno è particolarmente evidente negli Stati Uniti. Poco più dell'85% delle gallerie statunitensi, infatti, possiedono almeno una sede a New York; senza contare le 17 gallerie estere che hanno deciso di aprire almeno una filiale nella Grande Mela. Lo stesso vale per gli altri grandi centri del mercato internazionale, quali Berlino, Londra, Parigi e Hong Kong. La capitale tedesca ospita la sede principale di 30 gallerie tedesche e le filiali di altre 4 gallerie. Londra conta invece 30 gallerie britanniche e 5 filiali estere, mentre la capitale francese rappresenta la sede principale di 23 gallerie ed ospita filiali di altre 11 gallerie

estere. Solo un espositore, invece, proviene da Hong Kong, nonostante essa rappresenti il centro nevralgico del commercio d'arte in Asia, probabilmente per lo stesso motivo della scarsa partecipazione della Cina. Ciononostante, 11 gallerie estere tra le partecipanti ad Art Basel 2018, possiedono almeno una filiale nella metropoli asiatica.

La costante e crescente affluenza di intermediari verso poche, ma grandi e dinamiche città, è certamente dovuta alla concentrazione di grandi masse critiche di esperti, istituzioni e musei e dall'esistenza stessa del mercato, che a sua volta viene alimentato da tutti gli attori del settore che vi gravitano attorno (MacAndrew, 2019). Non è un caso, infatti, che le principali case d'asta, come Christie's e Sotheby's, o i più celebri musei di arte contemporanea e le più rinomate collezioni d'arte private, così come le "mega-gallerie", tra cui figurano Gagosian e Houser and Wirth, siano ubicate proprio in metropoli come New York, Londra, Parigi e Hong Kong.

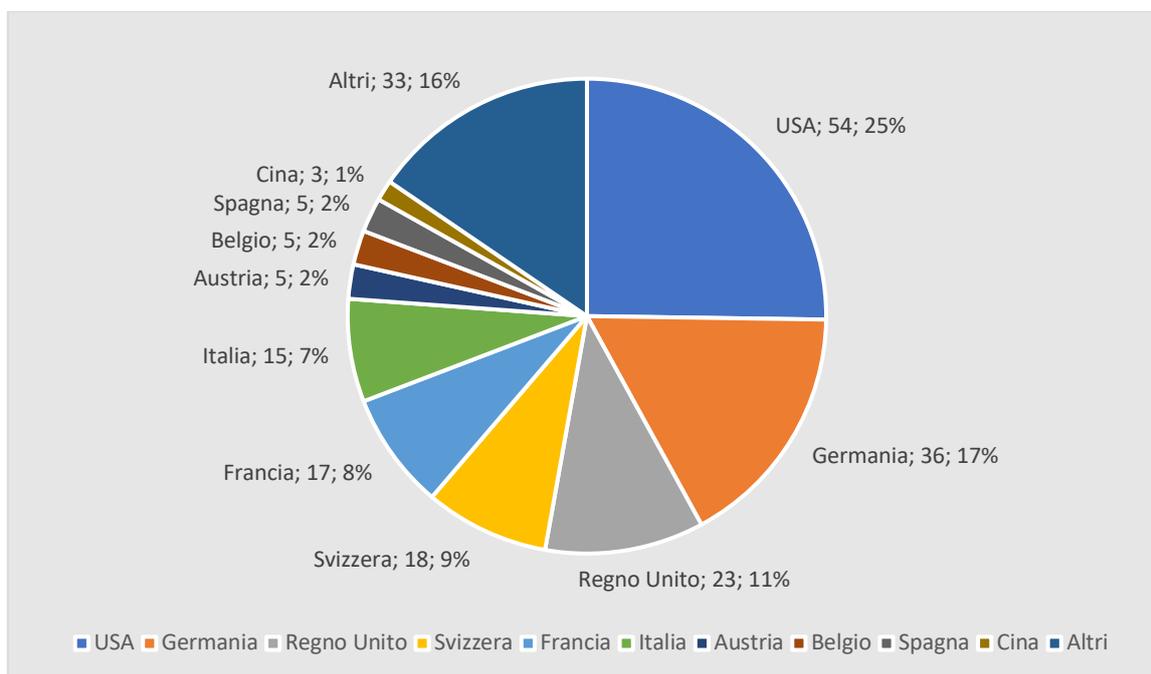
### **2.2.2. Distribuzione geografica e internazionalizzazione delle gallerie per settore**

Sono riportati di seguito i principali risultati circa la distribuzione geografica delle gallerie per ciascun settore della fiera.

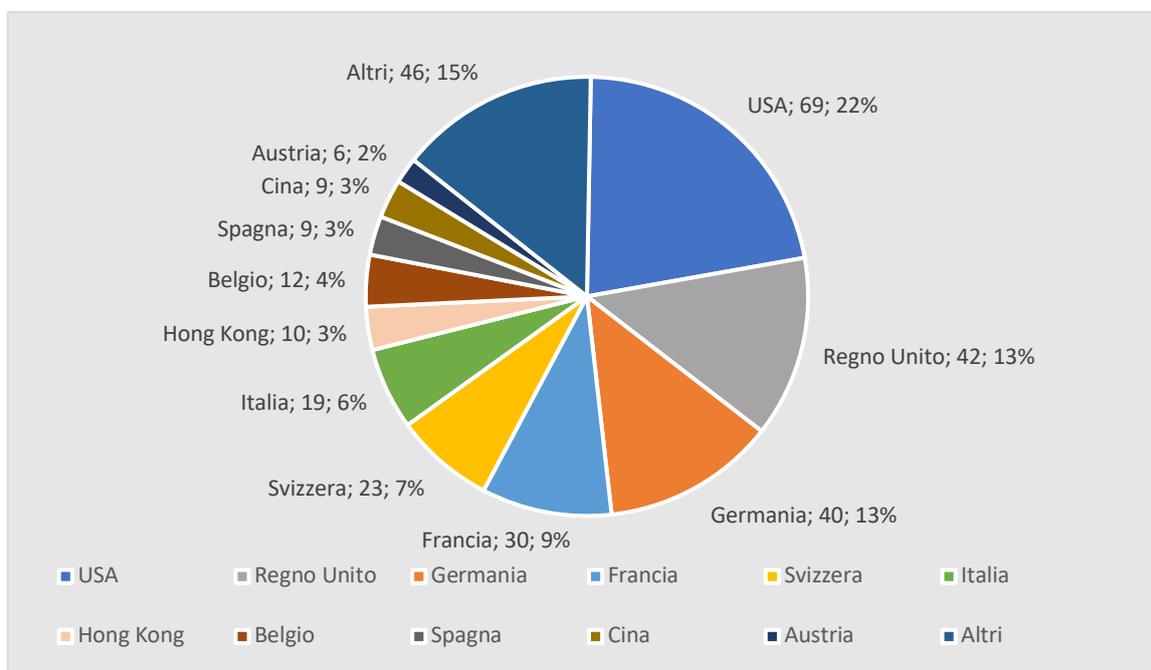
#### ***A. Galleries***

Come dimostra la Figura 8, relativa al Paese di origine dei 214 espositori facenti parte del settore *Galleries*, il più vasto ed eterogeneo, esiste un forte squilibrio in favore di Europa ed America del Nord. In particolare, poco più del 25% delle gallerie considerate nel campione hanno la loro sede principale negli Stati Uniti. Quasi il 17% delle gallerie del campione, invece, sono state fondate in Germania. Seguono Regno Unito, con 23 gallerie, Svizzera, con 18 espositori, Francia, con 17 gallerie ed Italia che ne conta, invece, 15. Austria, Belgio e Spagna hanno partecipato alla fiera nel settore *Galleries* con sole 5 gallerie ciascuno.

**Figura 8. Distribuzione geografica delle gallerie per Paese di origine (settore *Galleries*)**



**Figura 9. Distribuzione delle gallerie per Paese di origine e sedi secondarie (settore *Galleries*)**



Altri 22 Paesi sono presenti in minori quantità. Brasile, Cina e Giappone contano 3 gallerie ciascuno, ne contano solo 2, invece, Canada, Danimarca, India, Messico, Polonia, Portogallo,

Sud Africa e Svezia. Colombia, Grecia, Islanda, Irlanda, Israele, Libano, Paesi Bassi, Norvegia, Romania, Sud Corea e Turchia hanno invece partecipato alla rassegna con una sola galleria.

La scarsa partecipazione della Cina alla rassegna rappresenta certamente un'anomalia. Come è stato ampiamente dimostrato nella sezione precedente di questo elaborato, la Cina occupa il terzo posto, dopo Stati Uniti e Regno Unito, per ampiezza e valore del mercato. Come già menzionato, però, questa anomalia potrebbe essere spiegata dal fatto che, per motivi di prossimità geografica, numerose gallerie cinesi potrebbero scegliere di partecipare ad Art Basel Hong Kong, che si tiene solitamente in primavera, a distanza di pochi mesi dalla rassegna di Basilea. L'elevata partecipazione della Svizzera, invece, può essere in parte motivata dal ruolo che ancora oggi gioca la dimensione territoriale all'interno del mercato dell'arte, soprattutto all'interno del settore delle fiere d'arte, come dimostrato dallo studio empirico svolto da Queminnel nel 2013.

Come si evince dai dati sopra esposti, l'Europa è il continente da cui proviene il maggior numero di espositori (136), certamente anche per via della prossimità geografica che facilita e giustifica, per motivi di mercato, la loro partecipazione. Segue l'America del Nord, che conta 56 gallerie, 54 delle quali provengono dagli Stati Uniti d'America e solo due dal Canada. Al terzo posto si posiziona l'Asia con 12 espositori, seguita dall'America Latina rappresentata da quattro gallerie, tre delle quali brasiliane ed una colombiana; l'ultima posizione è occupata invece dall'Africa che conta 2 gallerie sudafricane. Nessun espositore in rappresentanza dell'Oceania ha partecipato ad Art Basel 2018 nella categoria *Galleries*.

Se si considerano invece i dati esposti in Figura 9, in cui sono considerate anche le sedi secondarie delle gallerie, la composizione del grafico cambia, ma non significativamente. Gli Stati Uniti, infatti, mantengono il primato di gallerie situate sul loro territorio, pur diminuendo di qualche punto percentuale; la Germania (40) viene superata dal Regno Unito (42), ed è seguita da Francia (30), Svizzera (23) e Italia (19). Belgio e Spagna contano rispettivamente 12 e 10 gallerie, rappresentando il 4% ed il 3% del totale, mentre la percentuale di gallerie situate in Austria rimane invariata. L'unica variazione degna di nota riguarda la presenza della Cina e della Regione amministrativa speciale di Hong Kong all'interno del campione. Nella Figura 8, in cui si prendeva in considerazione esclusivamente il Paese in cui sono situate le sedi principali delle gallerie, la Cina costituiva solo l'1,4% del totale, mentre Hong Kong non era nemmeno menzionata. Dei 214 espositori considerati, però, 6 hanno deciso di aprire una filiale estera in Cina, mentre Hong Kong è stata scelta da ben 10 gallerie. Ciò significa che nell'edizione Europea di Art Basel, Cina e Hong Kong hanno un peso appena inferiore a quello di Italia e Belgio, se si considera l'espansione degli espositori oltre i confini nazionali.

**Tabella 3. Principali hub dell'arte contemporanea (settore *Galleries*)**

	Sedi principali	Sedi secondarie
New York	48	15
Los Angeles	4	5
Parigi	17	10
Londra	22	17
Berlino	26	3
Milano	8	0
Bruxelles	4	7
Zurigo	8	1
Basilea	5	1
Shanghai	1	3
Pechino	2	3
Hong Kong	0	10

Un'altra considerazione degna di nota riguarda la localizzazione delle gallerie all'interno dei singoli Paesi. Dall'analisi dei dati emerge l'esistenza di un'evidente concentrazione di gallerie in alcune grandi città. Come si evince dalla Tabella 3, 48 delle 54 gallerie statunitensi hanno la loro sede principale a New York. Le restanti sei si dividono tra Los Angeles, che ne conta quattro, e San Francisco, che ne conta solo due. Le 17 gallerie francesi hanno tutte la loro sede principale a Parigi; uno scenario simile si può riscontrare nel Regno Unito in quanto delle 23 gallerie, solo una è situata al di fuori di Londra e dell'Inghilterra, a Glasgow. Delle 36 gallerie tedesche, invece, poco più del 72% hanno sede a Berlino, il restante 28%, invece, è suddiviso tra altre cinque città: Colonia (3), Dusseldorf (3), Amburgo (1), Monaco (2) e Wulsbüttel (1, originariamente situata a Berlino). Nonostante Milano detenga il primato con 8 gallerie, i 15 espositori italiani sono distribuiti in modo decisamente più diffuso sul territorio: le restanti 7 gallerie, infatti, sono situate in altrettante città (Brescia, Napoli, Roma, San Gimignano, Torre Pellicce, Torino e Verona). Le gallerie svizzere sono anch'esse distribuite in modo relativamente diffuso sul territorio, eccezione fatta per Zurigo, sede di 8 gallerie, e Basilea, la città che ospita l'evento, che ne conta 5; i restanti 5 espositori sono distribuiti in altrettante città (Ginevra, Losanna, Lugano, Lucerna e Zuoz).

Come anticipato nella Sezione 2.2.1., un'ulteriore osservazione, concernente la distribuzione geografica delle gallerie, riguarda il processo di internazionalizzazione che molte di esse hanno intrapreso dalla loro fondazione ad oggi.

**Tabella 4. Diffusione delle gallerie oltre i confini nazionali (settore *Galleries*)**

	N. di Gallerie
Un solo Paese	151
Due Paesi	39
Tre Paesi	15
+ di tre Paesi	9

I dati dimostrano, però, che la stragrande maggioranza delle gallerie considerate (151 su 214) hanno sede in un solo Paese, solitamente quello in cui sono state fondate. Poco più del 18% degli espositori, invece, sono presenti in due diversi Paesi, mentre il 7% (15 gallerie) opera in ben tre Paesi. Solo 9 dei 214 espositori sono presenti in più di tre Paesi, di cui quattro operano in altrettanti mercati, tre sono attivi in cinque Paesi, mentre i restanti due, Galerie Perrotin e Gagosian Gallery, operano entrambe in sei diversi Paesi, Perrotin ha sedi in Francia, USA, Giappone, Sud Corea, Cina e Hong Kong, mentre Gagosian opera in USA, Svizzera, Regno Unito, Hong Kong, Francia e Italia. Queste ultime due gallerie, in particolare, sono tra le più rinomate ed influenti al mondo. Alla stregua delle grandi case d'asta, anche le più prestigiose gallerie del mondo hanno aperto filiali nei principali centri del commercio internazionale al fine di diversificare sia i propri mercati sia l'offerta (Codignola, 2015). L'apertura di nuove filiali in altri Paesi è una strategia che permette alle gallerie di seguire i nuovi segmenti del mercato costituiti da acquirenti facoltosi provenienti dalle economie emergenti. Infatti, entrambe le gallerie hanno aperto una filiale ad Hong Kong, che dall'inizio del secolo ha iniziato, insieme alla Cina, ad acquisire un ruolo sempre più rilevante all'interno del mercato artistico globale, soprattutto grazie alle sue politiche commerciali liberali, le quali hanno favorito e facilitato l'importazione di beni artistici dall'estero.

Come si evince dai dati della Tabella 3, in totale, sono 10 le gallerie che possiedono almeno una sede ad Hong Kong e 9 in almeno una delle due principali città cinesi, Pechino (5) e Shanghai (4). Per quanto riguarda il resto dell'Asia, invece, cinque gallerie occidentali hanno ampliato il loro mercato aprendo filiali a Tokyo (3), Taipei e Seoul. La cinese ShangART Gallery, invece, possiede una sede secondaria in un'altra nazione asiatica, a Singapore. È interessante notare come le gallerie occidentali siano sempre più propense a penetrare i più giovani mercati orientali, mentre il contrario accade molto più di rado. Tra le città statunitensi, invece, New York è stata scelta come sede secondaria da 15 gallerie, di cui una statunitense; mentre Los Angeles è stata scelta da sole 6 gallerie, di cui 3 statunitensi. Sempre in tema di internazionalizzazione, le città Europee più ricorrenti sono Londra, Parigi e Bruxelles, le quali

sono state scelte rispettivamente da 17, 10 e 7 delle 163 gallerie che hanno deciso di diversificare i propri mercati aprendo filiali all'estero.

Il fatto che la maggior parte dei mercanti d'arte abbia scelto queste grandi città metropolitane per ampliare e diversificare la propria attività commerciale oltre i confini nazionali, dimostra ancora una volta come la concentrazione di grandi masse critiche di artisti, collezionisti, esperti, intermediari, istituzioni artistiche e culturali, quali accademie, musei e fondazioni, renda città come New York, Londra, Parigi ed Hong Kong centri nevralgici del commercio internazionale. Ciò comporta di conseguenza un profondo squilibrio all'interno del sistema dell'arte che vede numerosi Paesi ed intere regioni geografiche fondamentalmente marginali o addirittura escluse dal mercato. Nessuna delle gallerie considerate, infatti, ha scelto di espandere il proprio mercato in Africa e Oceania e solo due gallerie europee in Centro America, precisamente a Città del Messico e L'Avana.

### ***B. Unlimited***

*Unlimited* è il secondo settore più vasto di Art Basel 2018, dopo *Galleries*, ed è composto da 47 gallerie provenienti da 12 Paesi. I più ricorrenti sono, come sempre, Stati Uniti (10 gallerie), Francia (5), Germania (8), Italia (8), Svizzera (3) e Regno Unito (4). Le restanti 9 gallerie sono così suddivise: Grecia, Cina e Brasile ospitano 2 gallerie ciascuno; Austria, Romania e Sud Africa, invece, ne ospitano una sola. Anche in questo caso le principali città in cui si concentrano il maggior numero di gallerie si confermano New York, con 9 gallerie, Berlino, con 7 gallerie, Parigi, che ne conta 5, Londra e Milano, che ne contano 4 e Zurigo, che ne conta 3.

Delle 47 gallerie considerate, 21 hanno deciso di internazionalizzare la propria attività e, come previsto, i risultati dell'indagine non si discostano molto da quelli esposti precedentemente. I galleristi, infatti, prediligono i grandi centri del commercio internazionale per aprire filiali delle loro gallerie, quali Hong Kong, New York e Londra.

### ***C. Feature***

*Feature* è il settore destinato ad artisti del XX o XXI secolo presentati individualmente o accuratamente accostati tra di loro. Fanno parte di questa categoria 31 gallerie provenienti da 14 diversi Paesi. Ancora una volta gli Stati Uniti ed una manciata di Stati europei detengono il primato. Gli Stati Uniti, infatti, contano 4 gallerie, così come l'Italia, mentre Francia e Regno

Unito ne contano 3 ciascuno. La Germania detiene invece il primato con 6 gallerie. I restanti espositori sono suddivisi nel seguente modo, dimostrando una spiccata eterogeneità in termini di diversità geografica: Brasile e Paesi Bassi contano due espositori ciascuno, mentre Austria, Repubblica Ceca, Grecia, Hong Kong, Svizzera, Turchia ed Emirati Arabi ne contano uno solo.

Ancora una volta Berlino dimostra di occupare una posizione di rilievo all'interno del mercato artistico tedesco; 3 delle 6 gallerie tedesche, infatti, hanno la loro sede principale nella capitale. Le restanti 3, invece, si suddividono in altrettante città: Colonia, Monaco e Mönchengladbach. Lo stesso vale, come sempre, per New York, Londra e Parigi, le quali contano rispettivamente 4, 3 e 2 gallerie. La terza galleria francese ha invece sede a Chagny. In Italia, invece, le 4 gallerie sono distribuite in modo molto più diffuso in quanto sono ubicate in altrettante città: Milano, Bologna, Roma e Napoli. Tutti gli espositori olandesi e brasiliani sono invece ubicati rispettivamente ad Amsterdam e San Paolo, fatta eccezione per Galeria Nara Roesler, la quale possiede una seconda sede a Rio de Janeiro.

Per quanto riguarda l'internazionalizzazione delle 18 gallerie considerate, solo 4 di esse hanno ampliato la propria attività oltre i confini nazionali. La galleria milanese Monica de Cardenas possiede due filiali in Svizzera, precisamente a Lugano e Zuoz. La galleria Grimm di Amsterdam e Galerie Emanuel Layr di Vienna, invece, possiedono una sede secondaria rispettivamente a New York e Roma. Galeria Nara Roesler, oltre alla sede di Rio de Janeiro, possiede una filiale negli Stati Uniti, a New York.

#### ***D. Statements***

*Statements* è il settore dedicato alle gallerie che presentano progetti individuali di artisti emergenti, i quali competono per il rinomato premio Baloise Art Prize e conta 18 espositori provenienti da 9 diversi Paesi: Stati Uniti, da cui provengono 5 delle 18 gallerie totali, Germania, Paese di provenienza di 4 gallerie, Regno Unito e Francia, i quali contano solo 2 gallerie, ed infine Cina, India, Paesi Bassi, Portogallo e Corea del Sud, i quali sono rappresentati da un solo espositore.

Per quanto concerne la distribuzione delle gallerie sul territorio, Los Angeles è la città che conta il maggior numero di espositori (3), seguita da New York e Parigi, che ne contano solo due. Le due gallerie britanniche, invece, sono ubicate rispettivamente a Londra e Glasgow, mentre i 4 espositori tedeschi sono situati in altrettante città, tre delle quali tedesche (Berlino, Colonia e Monaco) ed una austriaca, Vienna.

Solo uno dei 18 espositori del settore *Statements* possiede una filiale estera. Si tratta della galleria statunitense Freedman Fitzpatrick, che agli inizi del 2018 aprì una sede secondaria nella capitale francese.

### ***E. Parcours***

La categoria *Parcours*, invece, è ancora una volta dominata da Europa e Stati Uniti. Dei 17 espositori, infatti, 9 provengono da 5 Paesi Europei: Germania (4 gallerie), Belgio (2), Regno Unito (1), Svizzera (1) ed Italia (1). Le restanti otto gallerie sono invece statunitensi.

Delle 4 gallerie tedesche, 3 sono ubicate a Berlino, mentre la quarta ha la sua sede a Düsseldorf; le 2 gallerie belghe, invece, sono ubicate a Bruxelles e Antwerp. Gli espositori statunitensi, come sempre, sono quelli distribuiti in modo meno omogeneo sul territorio; infatti, solo uno di essi è situato a Los Angeles, mentre le restanti 7 gallerie si trovano a New York. Infine, la galleria inglese è ubicata a Londra, quella Italiana a San Gimignano e quella svizzera a Basilea, dove ha luogo la fiera.

Per quanto riguarda l'internazionalizzazione delle gallerie, solo 5 hanno deciso di espandere la propria attività al di fuori dei confini nazionali. La galleria Carlier Gebauer di Berlino possiede una filiale nella capitale spagnola; Galleria Continua di San Gimignano possiede ben 3 sedi estere, precisamente a Pechino, Boissy-le-Châtel e L'Avana. Freedman Fitzpatrick e Marian Goodman Gallery possiedono entrambe una filiale a Parigi; l'ultima, inoltre, ha sede anche nella capitale inglese, così come König Galerie, di Berlino, la quale oltre alla filiale londinese, possiede anche una sede secondaria a Tokyo.

### ***F. Edition***

Espongono in questo settore 14 gallerie ed editori che presentano stampe, multipli ed opere inedite prodotte da rinomati artisti internazionali. Delle 14 gallerie considerate, 5 sono statunitensi e 2 inglesi. Le restanti 7 si dividono tra Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Singapore, Spagna e Svizzera. Come si può facilmente notare dai dati appena riportati, i 14 espositori provengono esclusivamente da Europa occidentale e Stati Uniti.

Per quanto riguarda la distribuzione delle gallerie all'interno dei singoli Stati, 4 dei 5 espositori statunitensi possiedono almeno una sede a New York, la quinta invece, ha sede a Los Angeles. Entrambe le gallerie britanniche sono state fondate a Londra, mentre i restanti 7 espositori hanno sede nelle capitali dei rispettivi Paesi.

Delle 14 gallerie appartenenti al settore *Edition*, solo due hanno ampliato la propria attività oltre i confini nazionali: Niels Borch Jenses Gallery and Edition, galleria danese con sede a Copenhagen e Berlino, e Mfc-Michèle Didier, fondata in Belgio, ma con una filiale nella capitale francese.

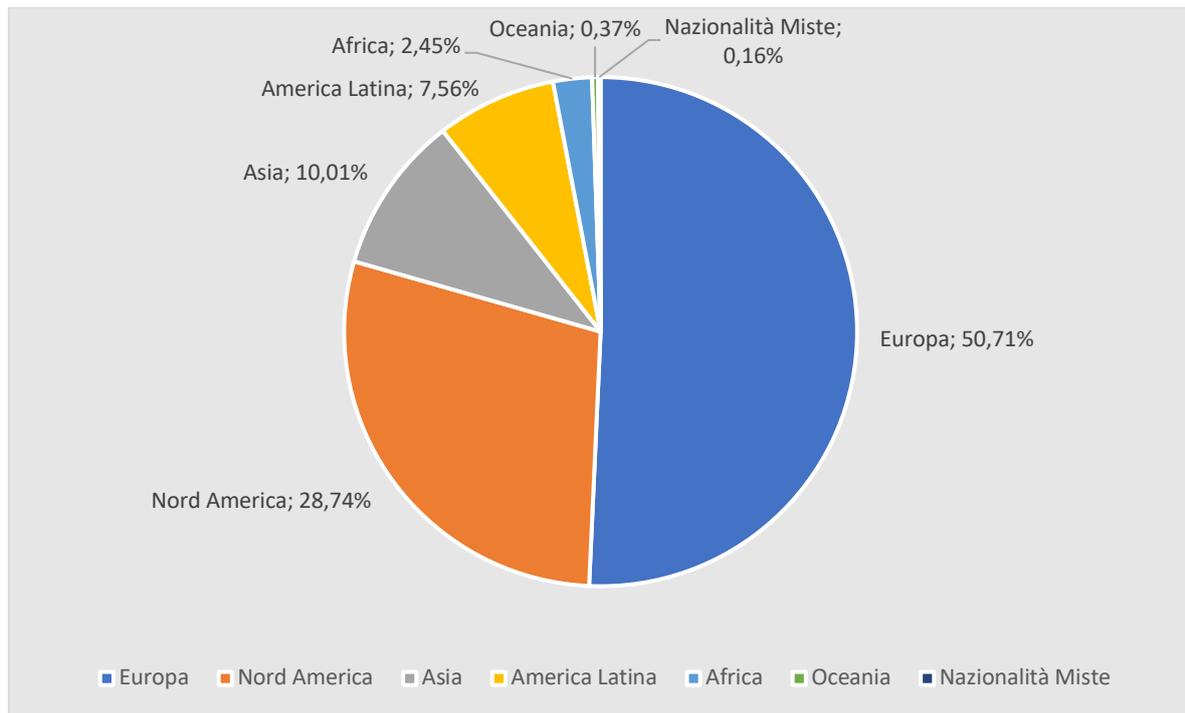
### ***G. Film***

Per quanto riguarda il settore *Film*, il più contenuto, le 5 gallerie provengono da 5 diversi Paesi, tre europei, uno africano e uno asiatico: Germania, Italia, Regno Unito, Sud Africa e Giappone, e sono tutte ubicate nelle rispettive capitali, fatta eccezione per la galleria italiana Monica De Cardenas, la quale è ubicata a Milano. Due dei cinque espositori, però, possiedono almeno una filiale all'estero: Monica De Cardenas è infatti presente sul mercato svizzero in due diverse località, Lugano e Zuoz; mentre Tokyo Gallery + BTAP possiede una filiale a Pechino.

#### **2.2.3. Distribuzione geografica degli artisti: nazionalità vs. residenza**

Considerando nell'insieme i settori *Galleries*, *Edition*, *Feature* e *Statements*, il totale degli artisti presenti nei cataloghi delle gallerie partecipanti alla rassegna ammonta a 1882. Come menzionato precedentemente, infatti, numerosi artisti sono stati rappresentati da più di una galleria o esposti in più di un settore. Considerando questo aspetto, è evidente che il campione finale dovrà tener conto di queste ripetizioni, al fine di poter stabilire con esattezza se le gallerie partecipanti alla rassegna tendono effettivamente a prediligere determinate categorie di artisti a discapito di altre. Inoltre, è importante ricordare che di tre artisti appartenenti al settore *Galleries* non si è riusciti a reperire informazioni riguardanti nazionalità e Paese di residenza, di conseguenza il campione subirà un'ulteriore, ma esigua, variazione, passando da 1882 a 1879.

**Figura 10. Provenienza degli artisti per area geografica ad Art Basel (Basilea, 2018)**



Come si evince dal grafico, poco più della metà degli artisti provengono dall'Europa, seguita dal Nord America, dall'Asia e dall'America Latina. Africa e Oceania rappresentano insieme solo il 1,5% del campione. La categoria "Nazionalità Miste" si riferisce a coppie o collettivi di artisti i cui componenti provengono da diverse regione geografiche. Tale denominazione verrà utilizzata anche nel corso delle prossime sezioni dedicate ai singoli settori.

Tenendo in considerazione che Europa e Nord America costituiscono quasi il 90% del campione delle gallerie partecipanti alla rassegna, i dati relativi alla provenienza geografica degli artisti dimostrano l'effettiva esistenza dei cosiddetti "home bias" teorizzati da Velthuis (2013).

**Tabella 5. Distribuzione degli artisti per Nazionalità ad Art Basel (Basilea, 2018)**

PAESE:	N. di ARTISTI:
USA	514
Germania	251
Regno Unito	234
Svizzera	95
Italia	91

Francia	82
Cina	42
Giappone	35
India	21
Sud Africa	24
Brasile	39
Cuba	25
Messico	23
Argentina	11
Australia	4
Nuova Zelanda	2
Altri (70 Paesi)	474

Considerando singolarmente ciascuna regione geografica, lo squilibrio diventa ancor più evidente. Come si evince dai dati esposti nella Tabella 5, dei 540 artisti nordamericani inseriti in catalogo dalle gallerie partecipanti alla rassegna, 514 sono di nazionalità statunitense. I grafici sovrastanti (Figura 10 e Tabella 5) dimostrano, inoltre, che quasi il 75% degli artisti europei presenti nei cataloghi degli espositori provengono da soli 5 Paesi: Germania (251), Regno Unito (134), Svizzera (95), Italia (91) e Francia (82); mentre 98 dei 176 artisti asiatici provengono da Cina, Giappone e India. È importante sottolineare che dei 21 artisti indiani presentati alla fiera di Art Basel 2018, 13 sono stati rappresentati dalle uniche tre gallerie indiane partecipanti alla rassegna. Lo stesso vale per i 24 artisti sudafricani, i quali, come si evince dalla Tabella 5, hanno rappresentato più del 50% di tutti gli artisti africani esposti; 14 di essi, infatti, sono stati rappresentati dalle uniche due gallerie sudafricane presenti alla fiera. Per quanto concerne l'America Latina, come indicato nella Tabella 5, più del 75% di tutti gli artisti latinoamericani presenti inseriti in catalogo dagli espositori provengono da soli quattro Paesi: Brasile (39), Messico (23), Cuba (25) ed Argentina (11). Come per India e Sud Africa, anche per quanto concerne il Brasile, si è riscontrata una forte correlazione tra la provenienza geografica della galleria e la nazionalità degli artisti; più del 70% degli artisti brasiliani, infatti, sono stati rappresentati dai tre espositori brasiliani del settore *Galleries*. Questi dati forniscono un'ulteriore prova dell'esistenza degli "home bias", soprattutto all'interno dei nuovi centri del commercio internazionale che stanno sorgendo nei Paesi in via di sviluppo, tra i quali figurano, appunto, i "BRICS" (Brasile, Russia, India, Cina e Sud Africa). Infine, gli artisti provenienti dal continente oceanico rappresentano meno dell'1% di tutti gli artisti inseriti in catalogo dalle gallerie partecipanti all'evento.

Dunque, i risultati dell'indagine dimostrano che, in termini di diversità geografica, le gallerie partecipanti alla rassegna hanno dimostrato una predilezione per gli artisti provenienti da Europa (soprattutto Francia, Germania, Italia, Regno Unito e Svizzera) e Stati Uniti e da pochi altri Paesi ubicati in altre regioni geografiche considerate periferiche. Infatti, ogni galleria ha rappresentato, in media, quasi 5 artisti europei e 2 statunitensi.

Come già anticipato, la distribuzione geografica degli artisti non riguarda esclusivamente la nazionalità ed il Paese di origine, ma anche i Paesi e le regioni geografiche in cui gli artisti scelgono di risiedere e avviare la loro carriera artistica.

I motivi di questi spostamenti sono molteplici:

- La ricerca di migliori opportunità professionali e l'accesso a mercati più floridi;
- L'accesso ad un pubblico più ampio ed eterogeneo;
- La creazione di *partnership* e contatti con altri operatori del settore al fine di creare un vasto *network* internazionale.

Se si considera l'effettiva distribuzione degli artisti sul territorio, ci si rende ulteriormente conto che la struttura del mercato è effettivamente soggetta ad un forte sbilanciamento. La maggior parte degli artisti, infatti, tendono a concentrarsi nei grandi centri del mercato internazionale dove sperano di trovare migliori opportunità professionali ed entrare in contatto con nuovi pubblici ed altri attori del settore, al fine di creare un vasto *network* internazionale. Come dimostrano i dati relativi ai singoli settori che verranno esposti più avanti nel corso dell'elaborato, però, sembra che la maggior parte degli artisti preferisca non abbandonare il proprio Paese di origine. Tuttavia, se si considera che circa l'80% degli artisti provengono da Stati Uniti ed Europa (in particolar modo da Regno Unito, Germania, Francia e Italia), il motivo di questa tendenza diventa estremamente evidente. È proprio in questi Paesi, infatti, che avvengono la maggior parte delle transazioni di opere d'arte e dove si concentrano grandi masse critiche di artisti, critici, istituzioni artistiche ed intermediari di vario genere.

Se si esamina il totale degli artisti rappresentati, questa volta senza considerare le eventuali ripetizioni costituite dagli artisti rappresentati da più gallerie all'interno dello stesso settore, si evince che ben 520 artisti hanno scelto di vivere e lavorare, a tempo pieno o saltuariamente, negli Stati Uniti. È importante sottolineare che di questi, circa il 73% sono di nazionalità statunitense. Per quanto concerne l'Europa, invece, la Germania è il Paese in cui risiede il maggior numero di artisti (235), di cui circa il 50% tedeschi. A questi, se ne aggiungono quattro che hanno scelto la Germania come sede secondaria dei propri interessi personali o lavorativi. Come previsto, seguono il Regno Unito e la Francia, rispettivamente con

Nel continente asiatico, invece, gli artisti tendono a concentrarsi in Cina, terzo mercato artistico per ampiezza e valore delle vendite. Seguono Giappone ed India. Come previsto, gli unici due Paesi latinoamericani che hanno attratto un cospicuo numero di artisti sono Brasile, con 26 artisti, e Messico, che ne conta invece 23. Ancora una volta, il ruolo giocato dal continente africano e da quello oceanico è di marginale importanza.

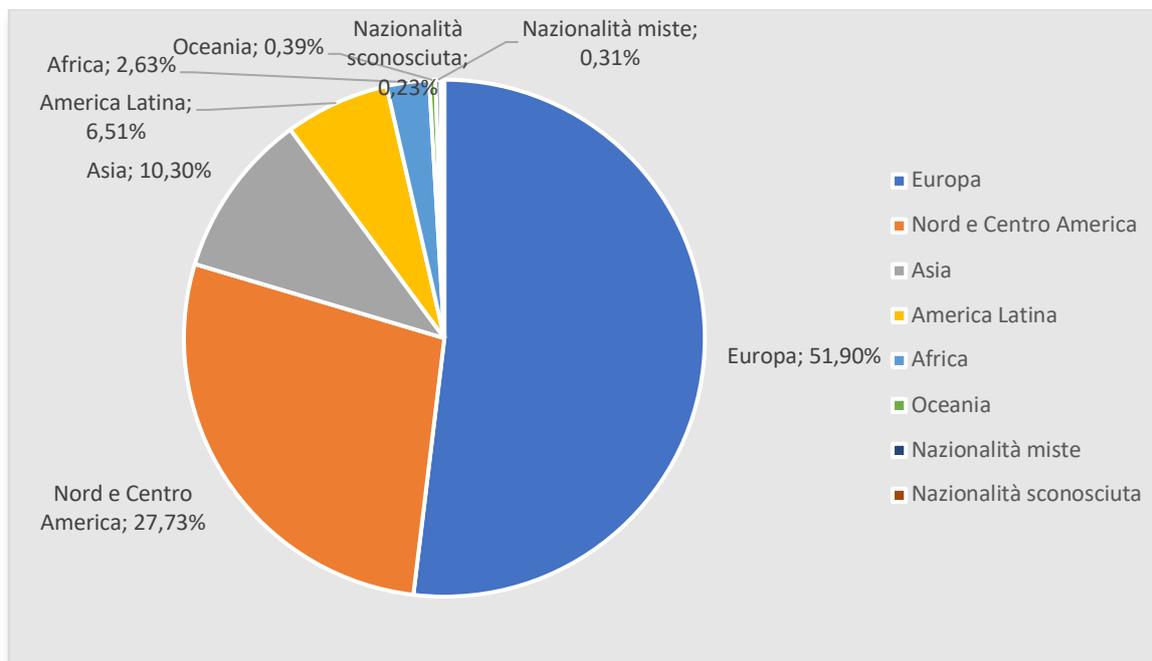
#### **2.2.4. Distribuzione geografica degli artisti per settore: nazionalità vs. residenza**

Verranno di seguito esposti i dati relativi ai singoli settori di Art Basel 2018.

##### ***A. Galleries***

I 214 espositori del settore *Galleries* hanno rappresentato 1291 artisti provenienti da 84 diversi Paesi, con una media di quasi 8 artisti per espositore. Tra i 1291 artisti figurano anche 16 coppie e nove collettivi, i cui componenti non verranno presi in considerazione singolarmente. Di questi, quattro sono composti da artisti di nazionalità diverse: Elmgreen and Dragset provengono da Norvegia e Danimarca; Kerstin Brätsch and Debo Eilers, i componenti del duo KAYA, provengono rispettivamente da Germania e Stati Uniti; Inga Svala Thorsdottir e Wu Shanzhuan sono invece rispettivamente islandese e cinese; i componenti del gruppo Troika, infine, provengono da Francia e Germania. Come si evince dal grafico sottostante, a fini statistici tali gruppi verranno inseriti in un'unica categoria denominata "*Nazionalità miste*", la quale rappresenta solo lo 0,31% del totale. È importante ricordare che, come anticipato all'inizio del capitolo, durante la fase di ricerca non sono riuscite a reperire informazioni riguardanti le generalità né la nazionalità ed il Paese di residenza degli artisti Bruno Hoang e Diego Hernández, né dei singoli componenti del collettivo Slavs and Tatars.

**Figura 11. Distribuzione degli artisti in base alla provenienza geografica (settore *Galleries*<sup>8</sup>)**



**Tabella 6. Distribuzione geografica degli artisti per Nazionalità (settore *Galleries*)**

PAESE:	N. di ARTISTI:
USA	338
Germania	160
Regno Unito	89
Svizzera	76
Italia	56
Francia	52
Austria	34
Belgio	27
Spagna	17
Polonia	17
Danimarca	15
Portogallo	14
Paesi Bassi	14
Svezia	13
Romania	13
Cina	38
Giappone	30
India	18
Brasile	26
Messico	17
Cuba	12
Argentina	8
Sud Africa	17
Australia	3
Nuova Zelanda	2

<sup>8</sup> Russia e Georgia sono stati inclusi tra i Paesi europei.

Come si evince dal grafico di Figura 11 e dalla Tabella 6, i dati dimostrano un grave squilibrio in termini di distribuzione geografica. Più del 52% degli artisti considerati, infatti, provengono dall'Europa, mentre il 27,82% del campione è nordamericano. Tra i 670 artisti europei si registra un'ulteriore concentrazione in Germania, Regno Unito, Svizzera, Italia e Francia. Oltre alle nazionalità europee elencate nella tabella, alla rassegna hanno preso parte altri 73 artisti europei provenienti dai seguenti Paesi: Albania (2), Bosnia (1), Bulgaria (2), Croazia (6), Cipro (1), Repubblica Ceca (3), Georgia (2), Grecia (2), Ungheria (5), Islanda (3), Irlanda (9), Kosovo (2), Lettonia (2), Lussemburgo (1), Monaco (1), Norvegia (7), Russia (9), Serbia (5), Slovacchia (3), Slovenia (4) e Ucraina (3).

Se si considera la regione del Nord e Centro America, invece, lo squilibrio è ancora più evidente: 338 artisti su un totale di 358 sono di nazionalità statunitense. I restanti 20 si dividono tra Canada (19) e Jamaica, che conta un solo artista.

L'Asia, il primo continente del mondo per estensione, si posiziona al terzo posto contando 133 artisti ripartiti tra 21 diversi Paesi: la Cina, terzo mercato del mondo per volumi e valore economico, conta 38 artisti, a cui se ne aggiungono due provenienti dalla regione amministrativa speciale di Hong Kong; seguono il Giappone che, nonostante ricopra un ruolo marginale all'interno del mercato artistico globale, ha presenziato alla rassegna con 30 artisti, e l'India, che ne conta invece 18. I restanti 45 artisti asiatici sono distribuiti in modo più diffuso all'interno del continente: Sud Corea e Iran contano entrambi 7 artisti, il Libano ne conta 6, Israele ne conta 5, Tailandia 3, Emirati Arabi, Turchia, Iraq e Arabia Saudita solo 2, mentre Taiwan, Singapore, Filippine, Palestina, Armenia ed Afghanistan contano solo un artista ciascuno. Africa e America Latina, le quali ricoprono un ruolo marginale all'interno del mercato artistico globale, contano, infatti, un ristretto numero di artisti.

L'America Latina, invece, conta 84 artisti: 26 brasiliani, 17 messicani, 12 cubani, 8 argentini, 5 venezuelani, 4 cileni, 4 colombiani, 3 peruviani, 2 uruguaiani, un boliviano, un costaricano ed un guianese.

L'Africa conta solo 34 artisti, di cui 17 sono di nazionalità sudafricana, mentre la metà restante è distribuita tra altri 10 Paesi: Algeria (2), Angola (1), Benin (1), Cameroon (1), Egitto (3), Ghana (3), Malawi (1), Marocco (2), Nigeria (1) e Zimbabwe (2).

Infine l'Oceania, come si evince dal grafico, è vittima di una notevole sotto-rappresentanza. Dei 5 artisti provenienti dal continente oceanico, 3 sono di nazionalità australiana e 2 di nazionalità neozelandese.

La forte presenza di artisti europei non rappresenta certamente un'anomalia se si considera che il 64,26% delle gallerie partecipanti proviene dall'Europa. Anche l'alta percentuale di artisti statunitensi era un fattore prevedibile. Gli Stati Uniti, infatti, sono il mercato artistico più esteso sia per volumi che per valore economico e sono catalizzatori di numerosissimi artisti, intermediari ed istituzioni che popolano il sistema dell'arte contemporanea. Inoltre, bisogna tener conto di quelle tendenze che Velthuis (2013) ha definito "home bias" e che consistono in una propensione dei galleristi verso artisti locali o nazionali, piuttosto che verso artisti stranieri, soprattutto se provenienti da Paesi o regioni geograficamente molto distanti dal luogo in cui ha sede la galleria. Secondo Velthuis, infatti, gli "home bias" avrebbero origine da motivazioni di carattere puramente organizzativo e logistico, in quanto la prossimità geografica tra la galleria e l'artista rappresentato faciliterebbe, sotto numerosi aspetti, la creazione di una collaborazione fruttuosa e duratura. La tendenza dei galleristi a preferire artisti nazionali e locali è riscontrabile nel campione di gallerie da me considerato, in quanto le nazionalità più ricorrenti corrispondono ai Paesi da cui provengono la maggior parte delle gallerie facenti parte del settore *Galleries*.

Anche in questo caso, la considerevole presenza di Brasile, Cina, India e Sud Africa (7,67% del totale) dimostra la crescente rilevanza che i BRICS stanno assumendo all'interno del mercato artistico e non solo. Dalla fine del secolo scorso, infatti, si è assistito allo sviluppo economico di grandi sistemi geopolitici costituiti da Paesi emergenti che ha comportato una notevole concentrazione di capitali ed investimenti in queste aree geografiche un tempo considerate periferiche. Ciò ha implicato la formazione di consistenti livelli di reddito destinabili all'acquisto di beni di lusso e, di conseguenza, di opere d'arte (Genco et al., 2017). La crescita della domanda di opere d'arte ha comportato, soprattutto nei grandi centri metropolitani in cui si concentra la maggior parte della ricchezza del Paese e in cui avvengono i principali scambi commerciali, lo sviluppo di un fiorente mercato dell'arte, che a sua volta ha favorito la comparsa di scuole d'arte ed istituzioni culturali, nonché la nascita di una nuova generazione di artisti.

Per quanto concerne il tema della residenzialità, dei 1291 artisti presenti all'edizione 2018 di Art Basel, 986 hanno scelto di continuare ad operare nel loro Paese di origine. Ciononostante, l'8,2% di questi artisti ha deciso di espandere la propria attività artistica anche oltre i confini nazionali. Gli Stati Uniti, grazie al loro fiorente mercato ed alle molteplici opportunità professionali, hanno attratto il maggior numero di artisti (21). Francia e Germania sono state entrambe scelte come residenza secondaria da 17 artisti, seguite da Regno Unito (5) e Italia (4). Messico e Paesi Bassi, invece, contano entrambi tre artisti ciascuno, seguiti da

Svizzera, Cina e Svezia (2). Danimarca, Repubblica Ceca, Canada, Spagna e Grecia, invece, sono state scelte come sede secondaria dei propri interessi personali ed economici da un solo artista ciascuno.

Come dimostrano questi dati non è raro che un artista decida di dividere la propria vita personale e lavorativa tra più città o, addirittura, tra più Paesi. Solo 21 tra coloro che non hanno mantenuto né il domicilio né una sede lavorativa nel proprio Paese hanno deciso di operare in due diversi Stati. Gli Stati Uniti sono stati scelti da 8 artisti, seguiti da Germania (4), Messico (2), Belgio (2), Regno Unito (1), Italia (1), Francia (1), Nuova Zelanda (1) e Taiwan (1). Infine, solo 7 artisti su 1291 hanno deciso di dividere la propria vita personale e professionale tra addirittura tre diversi Paesi.

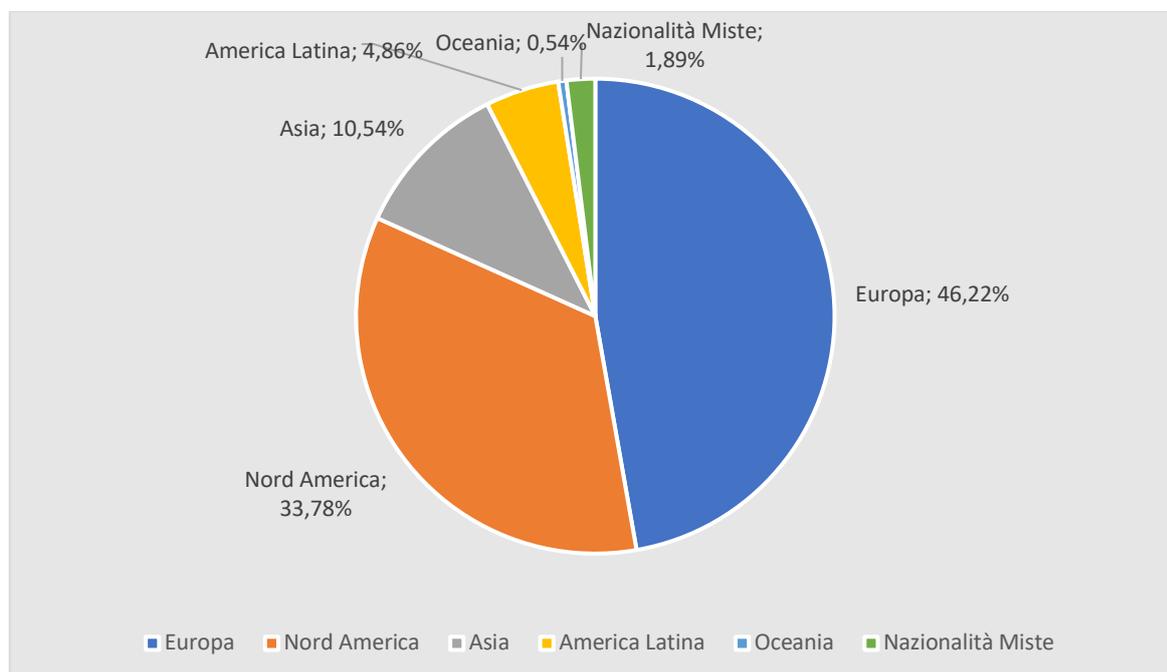
Come previsto, gli Stati Uniti hanno dimostrato di essere il mercato con il maggior potere attrattivo; infatti, ben 447 artisti, su un totale di 1291, hanno deciso di risiedere o lavorare negli USA. Di questi, più del 70% sono di nazionalità statunitense. La Germania, invece, è il Paese europeo che, dal punto di vista della residenzialità, conta il maggior numero di artisti: 221. Di questi, più della metà sono di nazionalità tedesca. Al secondo posto in Europa si posiziona il Regno Unito con 106 artisti, di cui 67 britannici, seguito a breve distanza dalla Francia con 101 artisti, di cui 42 di nazionalità francese. Svizzera e Italia si posizionano rispettivamente al quarto e quinto posto con 69 e 63 artisti ciascuna. A differenza degli Stati appena citati, Svizzera e Italia sono stati scelti come Paesi di residenza principalmente da artisti svizzeri e italiani; ciò dimostra che il potere attrattivo di questi Paesi per gli artisti internazionali è ancora decisamente marginale.

Lo stesso vale per i Paesi extra-europei che sono stati scelti da un cospicuo numero di artisti come centro dei loro interessi economici e personali. Per quanto concerne il continente asiatico, la Cina conta 30 artisti, di cui 28 cinesi, seguita a breve distanza dal vicino Giappone, con 26 artisti, di cui 23 giapponesi. L'India, invece, conta 18 artisti tutti di nazionalità indiana. Per quanto concerne l'America Latina, invece, il Brasile conta 26 artisti, di cui solo due stranieri, mentre il Messico, con 21 artisti, conta un numero leggermente superiore di artisti stranieri (5).

## ***B. Unlimited***

*Unlimited*, è costituito da 47 gallerie che rappresentano 370 artisti.

**Figura 12. Distribuzione degli artisti in base alla provenienza geografica (settore *Unlimited*)**



**Tabella 7. Distribuzione degli artisti per nazionalità (settore *Unlimited*)**

PAESE:	N. di ARTISTI:
USA	120
Germania	38
Regno Unito	35
Italia	20
Francia	18
Svizzera	9
Cina	9
India	7
Giappone	5
Brasile	6
Cuba	4
Sud Africa	5
Australia	2
Altri (41 Paesi)	85

Come si evince dalla Figura 12 e dalla Tabella 7, 171 artisti sono di origine europea, con un'ulteriore concentrazione in Germania, Francia, Italia, Svizzera e Regno Unito che, come previsto, rappresentano quasi il 70% di tutti gli artisti europei esposti nel settore *Unlimited*.

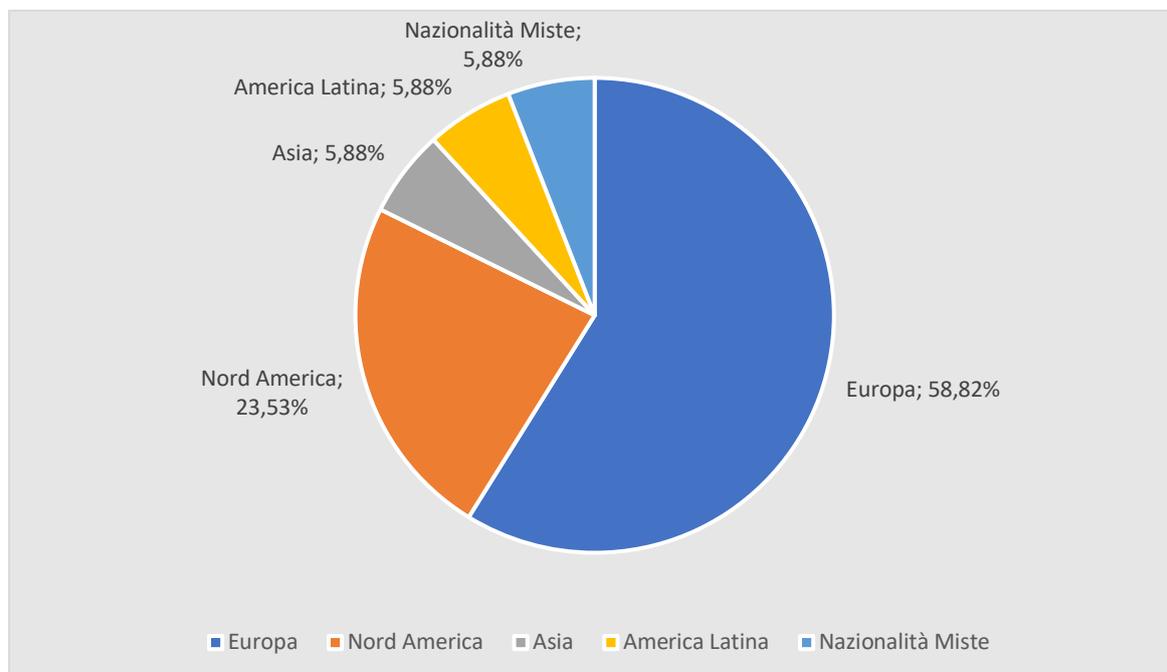
Circa il 32% del campione, invece, è costituito da artisti statunitensi. Provengono dall'Asia solo 39 artisti, di cui 9 cinesi, mentre Africa, America Latina ed Oceania rappresentano un quota ancora più marginale degli artisti esposti alla rassegna.

Infine, i dati dimostrano come sempre una concentrazione di artisti che risiedono in Europa, principalmente in Germania (49), Regno Unito (41), Francia (34) e Italia (20), e negli Stati Uniti (161). Inoltre, è bene ricordare che la maggior parte degli artisti considerati ha scelto di mantenere almeno un *pied-à-terre* nel Paese di origine.

### C. Feature

Il settore *Feature* conta solo 51 artisti, tra cui figurano anche 5 coppie, provenienti da 4 regioni geografiche e 16 diversi Paesi. Anche in questo caso, tre delle cinque coppie facenti parte del campione sono nate dalla collaborazione dell'americano Robert Watts con artisti di diversa nazionalità: Milan Knížák, ceco, Dick Higgins, britannico, e Augusto de Campos, brasiliano. Di conseguenza, come nel settore *Galleries*, tali coppie sono state inserite in un'unica categoria denominata "*Nazionalità Miste*".

**Figura 13. Distribuzione geografica degli artisti per provenienza geografica (settore Feature)**



**Tabella 8. Distribuzione geografica degli artisti per Nazionalità (settore *Feature*)**

PAESE:	N. di ARTISTI:
USA	12
Germania	10
Italia	5
Regno Unito	5
India	1
Libano	1
Turchia	1
Brasile	2
Venezuela	1
Altri (8 Paesi)	10

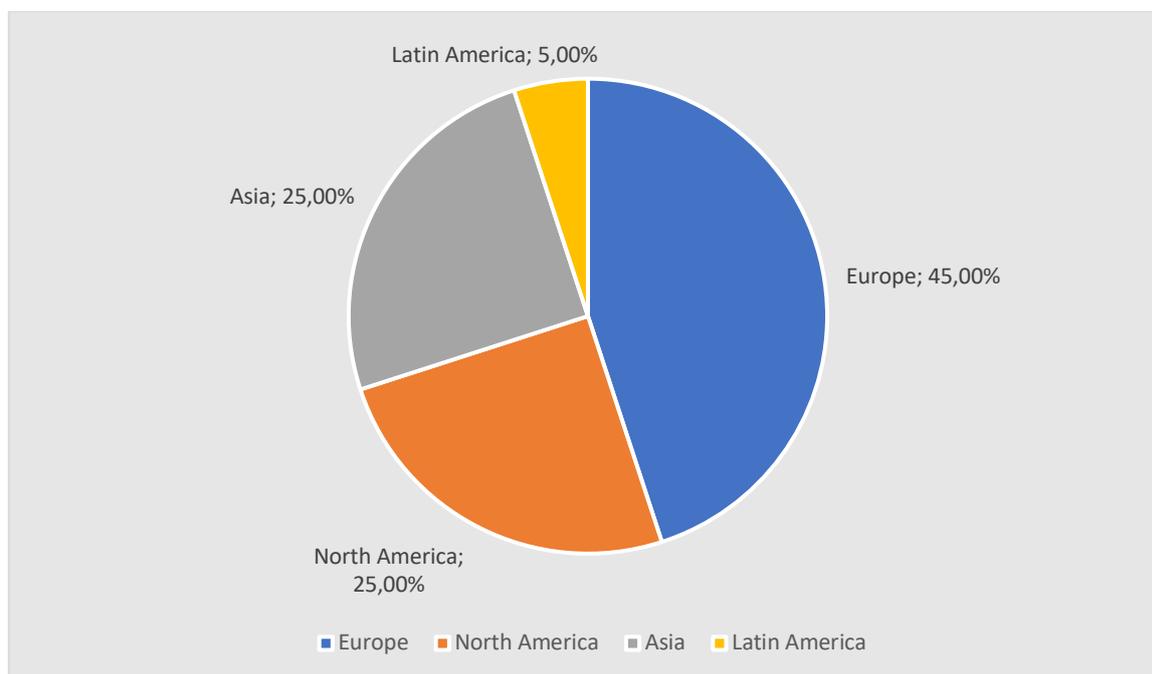
Come previsto, i dati esposti in Figura 13 e Tabella 8 indicano che l'Europa è il continente che ricorre più di frequente ed è rappresentata da 30 artisti e 11 diverse nazionalità: Belgio, Francia, Germania, Grecia, Italia, Paesi Bassi, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia e Svizzera. Ancora una volta, la Germania si dimostra il Paese europeo più influente per numero di artisti esposti. Seguono l'America del Nord, rappresentata esclusivamente dagli Stati Uniti (12 artisti) e l'Asia, rappresentata da 3 artisti provenienti da India, Libano e Turchia. Infine, l'America Latina è ancora una volta rappresentata dal Brasile, la più grande potenza economica del continente sudamericano, che in questo caso conta solo due artisti, e dal Venezuela, che ne conta solo uno.

Anche in questo caso, solo un ristretto numero di artisti ha deciso di risiedere in un Paese diverso da quello di provenienza. Più precisamente, 3 artisti hanno scelto la Francia come centro dei propri interessi personali e lavorativi, mentre altri 4 hanno avviato la loro carriera in altrettanti Paesi: Regno Unito, Svezia, Canada e Stati Uniti.

#### ***D. Statements***

Dei 18 espositori del settore *Statements*, 16 hanno esposto un solo artista emergente ciascuno, mentre le gallerie Mon Charpentier e White Space Beijing ne hanno rappresentati due, per un totale di 20 artisti provenienti da 15 diversi Paesi. Anche in questo caso, all'interno del campione figura una coppia di artisti costituita da Daniel Dewar e Grégory Gicquel, rispettivamente di nazionalità inglese e francese.

**Figura 14. Distribuzione degli artisti per provenienza geografica<sup>9</sup> (settore Statements)**



**Tabella 9. Distribuzione geografica degli artisti per Nazionalità (settore Statements)**

PAESE:	N. di ARTISTI:
USA	5
Belgio	1
Francia	1
Germania	1
Paesi Bassi	1
Russia	1
Svizzera	1
Regno Unito	1
Cina	1
India	1
Giappone	1
Giordania	1
Sud Corea	1
Messico	1

<sup>9</sup> La Russia è stata inclusa tra i Paesi europei.

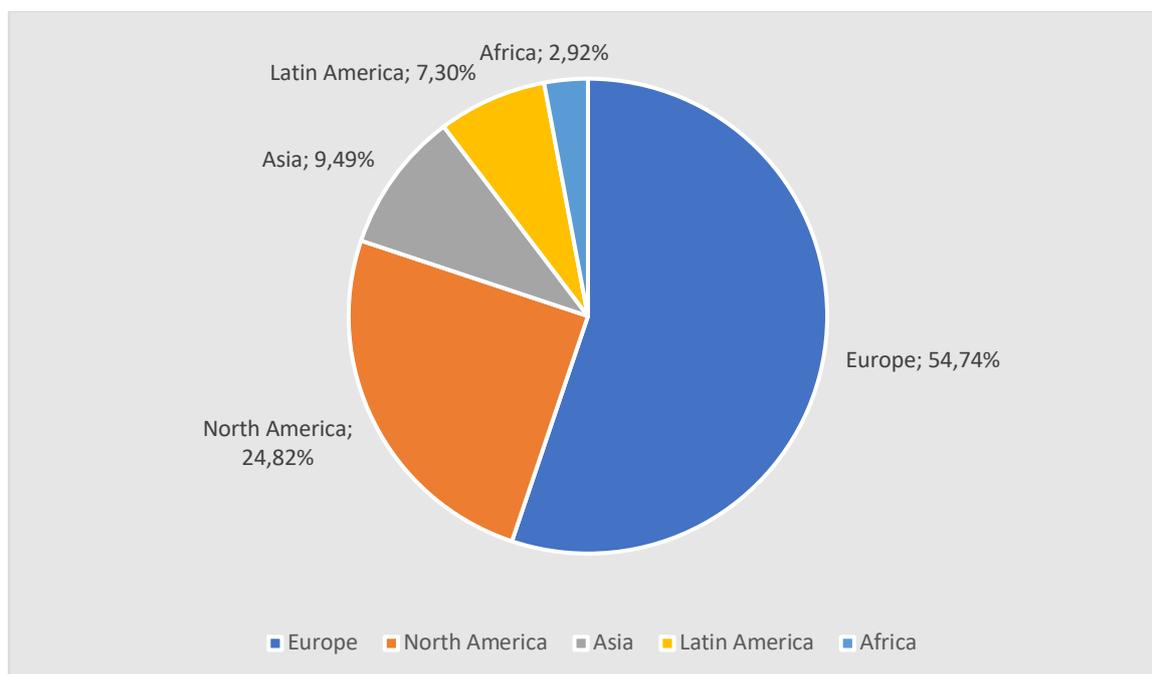
Come si evince dal grafico di Figura 14 e dalla Tabella 9, quasi metà del campione è costituito da artisti europei provenienti da 7 diversi Paesi: Belgio, Francia, Germania, Paesi Bassi, Russia, Svizzera, Regno Unito. Asia e Nord America, invece, contano entrambi 5 artisti, con la differenza che gli artisti nordamericani sono tutti di nazionalità statunitense, mentre gli asiatici provengono da 5 diversi Paesi: Cina, India, Giappone, Giordania e Corea del Sud. Solo un artista originario del Messico ha partecipato alla rassegna in rappresentanza dell'America Latina, mentre ancora una volta, Africa ed Oceania sono esclusi dal campione. I dati dimostrano una maggiore diffusione rispetto ai settori precedenti, ma la supremazia degli Stati Uniti rimane comunque inalterata.

Se ci si sofferma sull'effettiva distribuzione degli artisti sul territorio, si riscontra un'ulteriore concentrazione degli artisti in pochi Paesi, principalmente occidentali. Dei 20 artisti totali, infatti, 5 risiedono in Germania, 4 negli Stati Uniti, 3 nel Regno Unito e 2 in Messico. Il duo artistico composto da Daniel Dewar e Grégory Gicquel si divide tra Belgio e Francia, mentre i restanti 5 artisti sono distribuiti in altrettanti Paesi: Belgio, Cina, India, Sud Corea e Svezia. Solo 5 dei 20 artisti totali dividono la propria vita personale e lavorativa tra due diversi Paesi, scegliendo come sede secondaria dei propri interessi i seguenti Paesi: Germania, Libano, Portogallo, Svizzera e Stati Uniti.

### ***E. Parcours***

Il settore *Parcours*, composto da 17 gallerie, conta 137 artisti. È importante sottolineare nuovamente che di uno, Bruno Hoang, non sono riuscita a reperire informazioni riguardanti il Paese di origine e di residenza.

**Figura 15. Distribuzione degli artisti per provenienza geografica (settore *Parcours*)**



**Tabella 10. Distribuzione geografica degli artisti per Nazionalità (settore *Parcours*)**

PAESE:	N. di ARTISTI:
USA	33
Germania	24
Regno Unito	11
Svizzera	8
Italia	5
Belgio	5
Cina	3
India	2
Messico	3
Cuba	3
Argentina	2
Brasile	2
Sud Africa	3
Altri (18 Paesi)	31

Come riportato in Figura 15 e nella Tabella 10, dei 137 artisti totali, 75 provengono dall'Europa, 34 dal Nord America, 10 dall'America Latina, 13 dall'Asia e 4 dall'Africa. Anche in questo

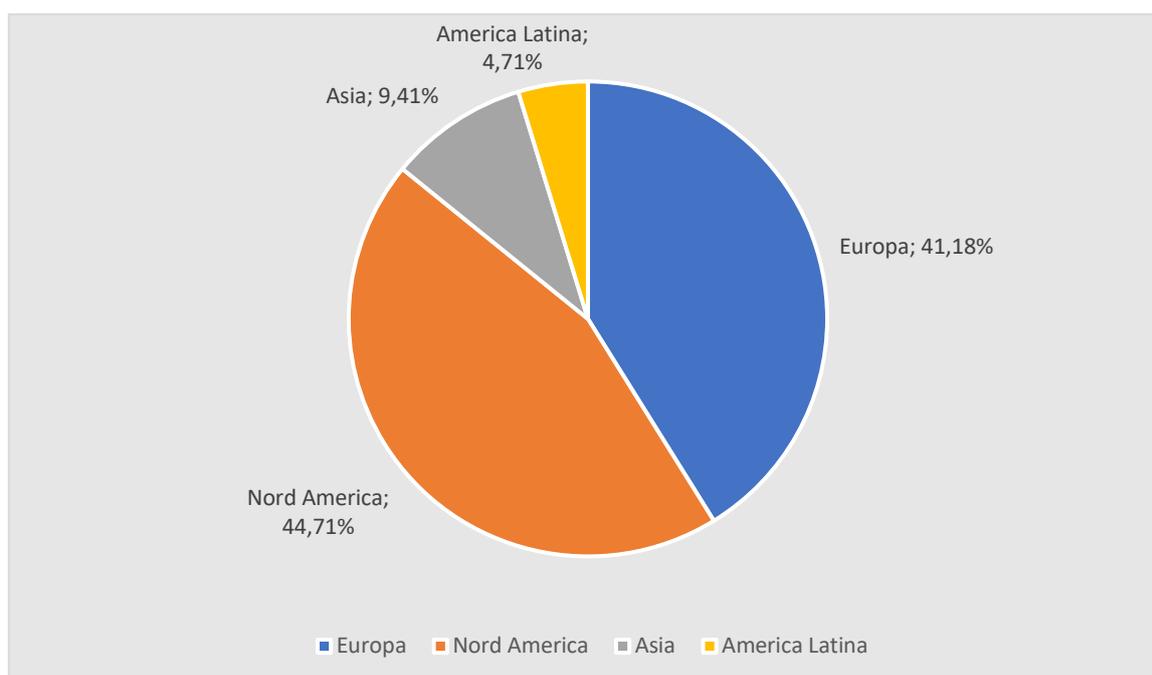
caso, le nazionalità più frequenti sono le seguenti: statunitense (33), tedesca (24), Regno Unito (11), Svizzera (8), Italia (5) e Belgio (5).

Dei 137 artisti totali, 34 hanno deciso di risiedere, a tempo pieno o saltuariamente, in Germania; di questi, 21 sono di nazionalità tedesca. Gli Stati Uniti sono stati scelti come sede primaria o secondaria dei propri interessi lavorativi e personali da 51 artisti, di cui 34 statunitensi. Infine, 10 artisti possiedono almeno un appoggio nel Regno Unito, di questi 9 sono di nazionalità britannica.

### ***F. Edition***

Le 14 gallerie del settore *Edition* hanno rappresentato solo 85 artisti, di cui 10 sono stati rappresentati da due espositori, mentre solo un artista, Bruce Nauman (1941), è stato rappresentato da tre diverse gallerie. Ogni galleria, dunque, ha esposto in media 7 artisti. Essendo il campione molto ridotto rispetto a quelli precedenti, anche la varietà di Paesi ed aree geografiche risulta decisamente più contenuta. Infatti, tra gli 85 artisti considerati si possono identificare 20 diverse nazionalità, di cui 10 europee, 7 asiatiche, 2 latinoamericane ed una nordamericana. Come si evince dai grafici sottostanti (Figura 16 e Tabella 11), però, la sproporzione in tema di provenienza geografica degli artisti risulta evidente.

**Figura 16. Distribuzione degli artisti in base alla provenienza geografica (settore *Edition*)**



**Tabella 11. Distribuzione geografica degli artisti in base alla Nazionalità  
(settore *Edition*)**

PAESE:	N. di ARTISTI:
USA	38
Regno Unito	12
Germania	9
Francia	5
Singapore	2
Cina	1
Argentina	3
Altri (13 Paesi)	15

Come previsto, gli Stati Uniti hanno ottenuto un primato assoluto per numero di artisti esposti durante la rassegna: 38. Per quanto riguarda l'Europa, gli artisti sono distribuiti tra 10 diversi Paesi. In questo caso la Germania, con 9 artisti, è stata superata dal Regno Unito che ne conta, invece, 12, mentre al terzo posto si posiziona la Francia con 5 artisti. I restanti 9 artisti europei sono così suddivisi: 2 svizzeri, 2 spagnoli, 1 albanese, 1 italiano, 1 olandese, 1 portoghese ed 1 ungherese. In rappresentanza del continente asiatico, invece, hanno partecipato 8 artisti provenienti da 7 Paesi, dimostrando così una spiccata diversità geografica: Cina (1), Israele (1), Giappone (1), Libano (1), Singapore (2), Thailandia (1) e Vietnam (1). L'America Latina, altamente sotto-rappresentata, conta solo 4 artisti: 3 argentini ed uno venezuelano. Nessun artista proveniente dal continente africano od oceanico figura all'interno del campione.

Anche per quanto concerne il tema della residenzialità, gli 85 artisti considerati sono distribuiti in modo estremamente disomogeneo su quattro regioni geografiche e 14 Stati. L'Europa conta il 43,5% del totale degli artisti; di questi 11 risiedono nel Regno Unito, 9 in Francia, 9 in Germania e 2 in Italia. I restanti 6 artisti, invece, risiedono in altrettanti Paesi: Austria, Danimarca, Paesi Bassi, Portogallo, Spagna e Svizzera. L'Asia è stata scelta come centro dei propri interessi personali e lavorativi da soli tre artisti che risiedono rispettivamente in Cina, Thailandia e Singapore; solo un artista risiede nel continente oceanico, precisamente in Australia. Mentre nessuno degli artisti considerati risiede in Africa o in America Latina, gli Stati Uniti contano, come previsto, il maggior numero di artisti: 54.

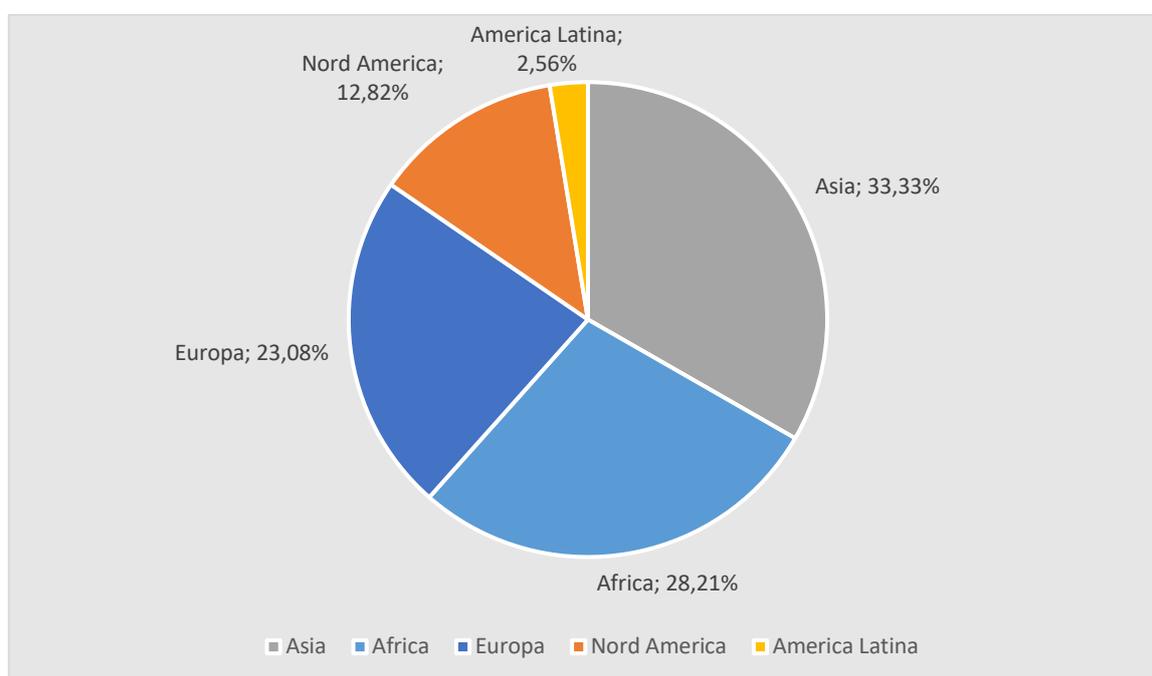
Degli 85 artisti totali, solo 23 hanno deciso di risiedere in Paesi diversi da quello di origine. Di questi, 8 risiedono negli Stati Uniti, 6 in Francia, 3 in Germania, uno in Australia, uno in Austria, uno in Israele, uno in Italia, uno a Singapore ed uno in Svizzera. I restanti 63, invece, hanno scelto di vivere e lavorare, a tempo pieno o saltuariamente, nel Paese di

provenienza; di questi, infatti, 4 possiedono un appoggio anche all'estero, precisamente in Germania, Islanda, Italia e Stati Uniti.

### G. Film

Il settore *Film*, dedicato alle opere audiovisive, è il più contenuto in quanto è composto da 5 espositori che hanno esposto 39 artisti provenienti da 15 Paesi.

**Figura 17. Distribuzione degli artisti in base alla provenienza geografica (settore Film)**



**Tabella 12. Distribuzione geografica degli artisti in base alla Nazionalità (settore Film)**

PAESE:	N. di ARTISTI:
Sud Africa	9
Giappone	6
Cina	3
Sud Corea	3
USA	5
Regno Unito	3
Altri (9 Paesi)	10

Poiché ha partecipato in questa categoria la galleria Stevenson, uno dei due espositori sudafricani che hanno partecipato alla rassegna, come si evince dalla Figura 17, la percentuale di artisti africani è nettamente superiore a quelle dei settori precedenti. Nella Tabella 12 si contano, infatti, 9 artisti sudafricani, un artista proveniente dal Cameroon e uno dal Benin. Segue il Giappone con 6 artisti rappresentati dalla Tokyo Gallery + BTAP. Questi dati dimostrano ancora una volta quanto gli “*home bias*” teorizzati da Velthuis (2013) siano rilevanti nel settore delle gallerie d’arte. Seguono USA (5), Regno Unito (3), Sud Corea (3) e Cina (3).

Se si considera la distribuzione degli artisti all’interno dei singoli Paesi, i dati non differiscono di molto. Gli Stati Uniti contano 10 artisti, di cui 3 hanno scelto il Paese nordamericano come sede secondaria dei propri interessi lavorativi e personali. Seguono Sud Africa e Giappone, i quali contano rispettivamente 7 e 6 artisti; ciò significa che più della metà degli artisti sudafricani e tutti gli artisti giapponesi hanno deciso di risiedere nel Paese di origine.

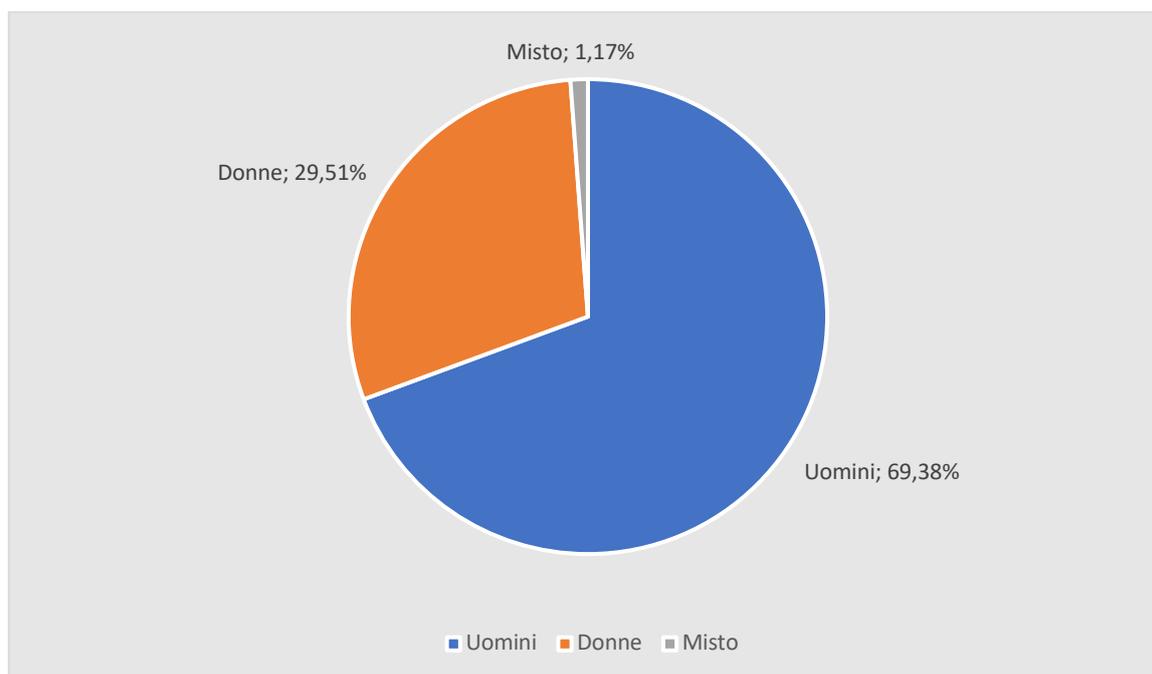
#### **2.2.5. Distribuzione di genere tra artisti e galleristi**

Considerando tutti gli artisti rappresentati dagli espositori alla fiera, si ottiene un campione di 1447 artisti<sup>10</sup>. Tra questi figurano 1004 uomini, 427 donne e solo 16 coppie/collettivi che contano almeno una donna tra i loro componenti.

---

<sup>10</sup> N.B. Nei 1447 artisti sono compresi i 47 artisti esposti in più di un settore.

**Figura 18. Distribuzione di genere tra gli artisti ad Art Basel (Basilea, 2018)**



La sproporzione risulta quindi estremamente evidente e dimostra che gli uomini rappresentati dalle gallerie sono stati più del doppio delle donne.

Al fine di comprendere meglio con quale frequenza le gallerie tendono a rappresentare uomini e donne, è necessario considerare nella loro interezza i cataloghi dei 275 espositori partecipanti alla rassegna<sup>11</sup>. Ciò comporta chiaramente un ampliamento del campione, che passerà da 1447 artisti a 1882. Infatti, questo campione tiene conto non solo degli artisti che ricorrono in più di una categoria, ma anche di quelli rappresentati da più di una galleria all'interno dello stesso settore. I dati relativi alla totalità degli espositori ed in linea con quanto verrà esposto più avanti in merito alla distribuzione di genere nei singoli settori, dimostrano che all'interno del catalogo di ogni singola galleria si trovano, in media, 5 uomini e 2 sole donne.

Se si considera l'ammontare totale delle opere presentate, lo squilibrio diventa ancora più evidente. Le gallerie hanno infatti esposto solo 969 opere prodotte da donne e 2358 prodotte da uomini, cioè più del triplo. Le restanti 28 sono invece state prodotte da coppie o collettivi artistici tra i cui componenti figurano almeno un uomo ed una donna. Un altro dato degno di nota riguarda l'età delle artiste esposte alla rassegna, più della metà delle quali sono nate dopo il 1950 e che, presumibilmente, sono comparse sul mercato dagli inizi degli anni Settanta in

<sup>11</sup> Come spiegato nella Sezione 2.1.1. delle gallerie Landau Fine Art e Vitamin Creative Space non sono riuscite a reperire neanche un catalogo parziale.

poi, una scoperta perfettamente in linea con quanto sostenuto da Cameron et al. (2019). Ciò dimostra che, apparentemente, il rapporto sta cambiando e che, in tema di parità di genere, il mercato dell'arte segue l'evoluzione storica della società ed il lento, ma continuo, processo di integrazione delle donne all'interno dei processi produttivi, economici e decisionali. Come sostenuto da Nochlin (1971; 1989), l'abbandono di determinate istanze socio-culturali e norme sociali che per secoli hanno assimilato il ruolo della donna a quello di madre e moglie, ha consentito alle donne l'accesso all'istruzione artistica e, di conseguenza, alle principali istituzioni culturali ed artistiche ed ai circuiti di vendita, nazionali ed internazionali.

Per quanto concerne la distribuzione di genere tra i galleristi, si evince che delle 277 gallerie, 141 sono gestite da soli uomini e 85 da donne, mentre le restanti 51 sono gestite congiuntamente da uomini e donne. Infine, dai dati emerge che il circa il 62% delle artiste esposte ad Art Basel 2018, sono state rappresentate da gallerie gestite unicamente, o in parte, da donne. Il che potrebbe significare che galleriste e curatrici, consapevoli delle difficoltà che le artiste sono solite incontrare durante la loro carriera e della conseguente sotto-rappresentanza a cui sono soggette all'interno mercato, tendano a supportare più dei colleghi maschi l'arte prodotta dalle donne.

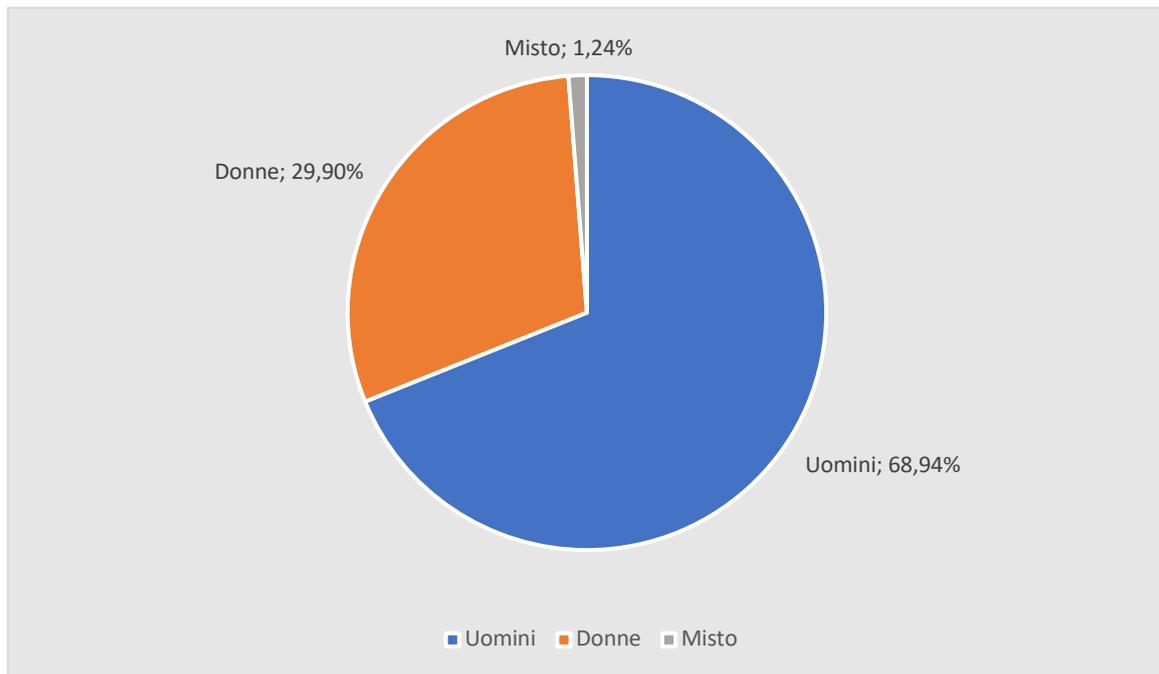
#### **2.2.6. Distribuzione di genere di artisti e galleristi per settore**

Di seguito sono riportati i dati riguardanti le disparità di genere relative ai singoli settori della fiera. Come sempre, essendo *Galleries* il settore principale di Art Basel, sarà trattato più nel dettaglio.

##### ***A. Galleries***

Come si evince dal grafico di Figura 19, la sproporzione tra uomini e donne è estremamente evidente. Dei 1291 artisti considerati, infatti, 890 sono di genere maschile, mentre solo 386 sono donne, cioè meno della metà. Inoltre, solo 15 delle 16 coppie e dei 9 collettivi artistici, contano almeno una componente di genere femminile.

**Figura 19. Distribuzione di genere tra gli artisti (settore *Galleries*)**



Prendendo in considerazione il campione di 1714 artisti, che comprende anche coloro che sono stati rappresentati da più di una galleria nel corso della rassegna, ci si accorge che lo squilibrio di genere aumenta, anche se lievemente. La percentuale di uomini sale oltre il 70%, mentre la quota femminile scende sotto al 29%. Questi dati dimostrano una predilezione da parte dei galleristi nei confronti degli artisti uomini. Infatti, ogni galleria ha rappresentato in media 8 artisti, di cui 6 uomini e 2 donne.

Come ampiamente discusso precedentemente, le disparità di genere all'interno del mondo dell'arte non coinvolgono esclusivamente gli artisti ed i processi produttivi, ma sono presenti anche a livello manageriale e curatoriale. Infatti, se si considera la distribuzione di genere tra i galleristi che hanno partecipato alla rassegna nel 2018, lo sbilanciamento nei confronti del genere maschile è estremamente evidente. Delle 214 gallerie partecipanti ad Art Basel 2018 solo 67 sono guidate da donne, mentre poco più della metà (110) sono dirette da uomini. Le restanti 37 gallerie, invece, sono gestite congiuntamente da due o più galleristi di diverso genere.

Dai dati si può trarre un'ulteriore interessante considerazione: prendendo in esame i cataloghi di tutti gli espositori del settore *Galleries* partecipanti ad Art Basel 2018, si evince che oltre il 60% delle artiste esposte sono state rappresentate da gallerie alla cui direzione si trova almeno una donna. Invece, le gallerie dirette esclusivamente da uomini, che rappresentano più della metà del campione (110), hanno rappresentato poco meno del 40% delle artiste

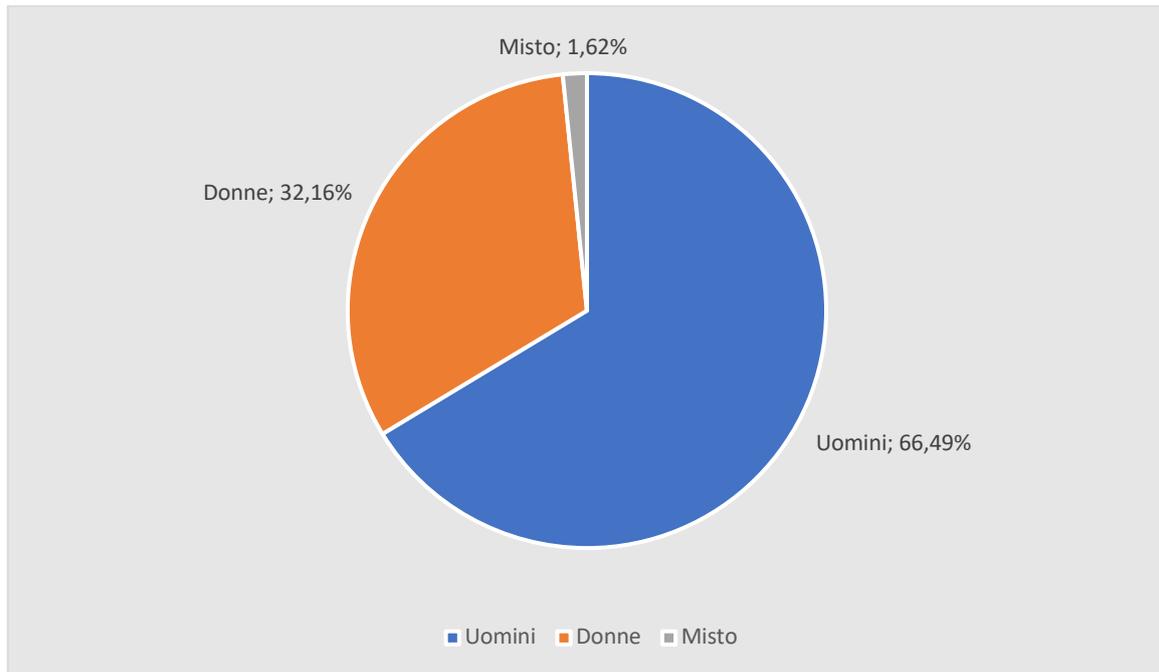
presenti alla rassegna. Le gallerie dirette esclusivamente da uomini hanno rappresentato, in media, 2 artiste, mentre quelle gestite da donne o da più di un gallerista di diverso genere ne hanno rappresentate 3.

Il numero totale delle opere presentate alla rassegna, al netto di quelle esposte dalle gallerie Hans Mayer, Anthony Meier, Galleries e Christian Stein, di cui non sono riuscita a reperire il catalogo completo, ammonta a 2744. Di queste, 1920 sono state prodotte da uomini, 797 da donne e solo 27 da coppie o collettivi artistici tra i cui componenti figura almeno una donna. Questi dati sembrano confermare l'esistenza di una predilezione da parte dei galleristi in favore dell'arte prodotta da artisti di sesso maschile. Le motivazioni di questa propensione potrebbero essere molteplici e guidate da diversi fattori. Cowen (1996) e Thornton (2008), per esempio, imputarono questa differenza di trattamento e la carenza di donne di successo all'interno del mercato artistico a fattori biologici che renderebbero l'arte prodotta dalle donne meno apprezzabile, soprattutto da parte dei collezionisti più facoltosi, prettamente occidentali e di genere maschile. Nochlin (1971; 1989) e MacAndrew (2019), invece, ricercano l'origine di questi squilibri nelle istanze socio-culturali che, nel corso dei secoli, hanno impedito alle donne di partecipare attivamente al mercato dell'arte. Questa tesi è certamente quella più accreditata in quanto numerosi studi, sia empirici che teorici (vedi Cameron et al., 2019), hanno riscontrato una crescente partecipazione da parte del genere femminile al mercato dell'arte al crescere dell'emancipazione femminile e alla diffusione dei movimenti femministi. Anche in questo caso, i risultati di questa ricerca sono coerenti con l'andamento e le tendenze del mercato. Infatti, 298 delle 386 artiste totali, sono nate dal 1950 in poi, con un'ulteriore concentrazione tra gli inizi degli anni Sessanta ed i primi anni Ottanta.

### ***B. Unlimited***

La categoria *Unlimited*, è costituita, invece, da 47 gallerie che hanno rappresentato 370 artisti. Come si evince dai dati in Figura 20, di questi, 246 sono uomini e 119 sono donne (di cui 86 nate dopo il 1950), mentre i restanti 6 sono coppie/collettivi di artisti tra i cui componenti figurano almeno un uomo ed una donna.

**Figura 20. Distribuzione di genere tra gli artisti (settore *Unlimited*)**



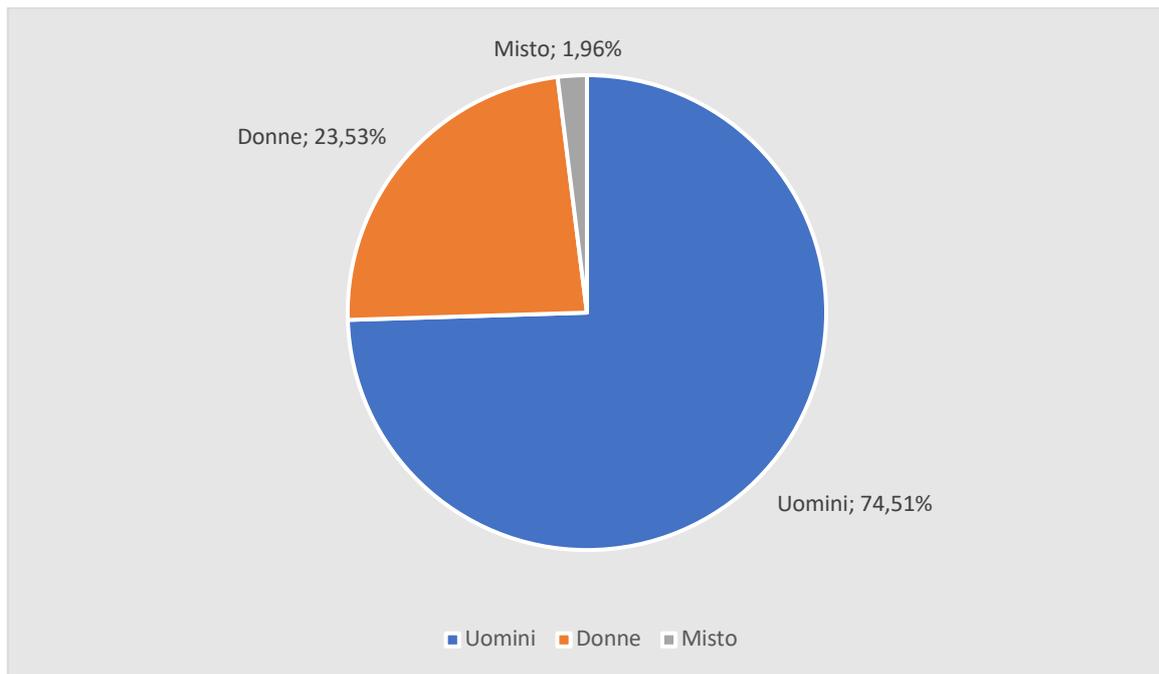
Anche in questo caso, analizzando i cataloghi degli espositori, si evince che le gallerie hanno rappresentato, in media, 6 uomini e 3 donne. Delle 693 opere esposte, 475 sono state prodotte da uomini, meno della metà (204) da donne e 14 da coppie miste di artisti.

Il numero di gallerie gestite da uomini e da donne è lo stesso, 20; mentre le restanti 7 sono gestite congiuntamente da uomini e donne. Poco più del 62% dei nomi femminili, però, sono inclusi nei cataloghi di gallerie alla cui direzione si trova almeno una donna.

### ***C. Feature***

Come si evince dalla Figura 21, i 51 artisti del settore *Feature*, tra cui figurano 5 coppie di artisti, quattro delle quali nate dalla collaborazione di Robert Watts con altri artisti, sono così suddivisi: 38 uomini, 12 donne ed una sola coppia composta da un uomo ed una donna. Gli uomini rappresentano, dunque, quasi  $\frac{3}{4}$  del totale degli artisti esposti. Un rapporto ben peggiore di quelli presentati nelle due sezioni precedenti. Il totale delle opere presentate, che ammonta a 302, è così distribuito tra artisti e artiste: 218 sono stati prodotte da uomini, 83 da donne e solo uno da una coppia di artisti composta da un uomo ed una donna.

**Figura 21. Distribuzione di genere tra gli artisti (settore *Feature*)**



A differenza delle gallerie dei settori precedenti, i 31 espositori di questa categoria hanno rappresentato in media solo due artisti; questo perché *Feature* è il settore destinato a progetti curatoriali dedicati ad artisti del XX e XI secolo solitamente presentati individualmente. Ciononostante i numeri parlano chiaro: anche in questo caso le gallerie hanno dimostrato un'evidente predilezione nei confronti del genere maschile.

Come nei settori precedenti, anche in questo caso più del 65% delle artiste considerate sono nate dopo il 1950.

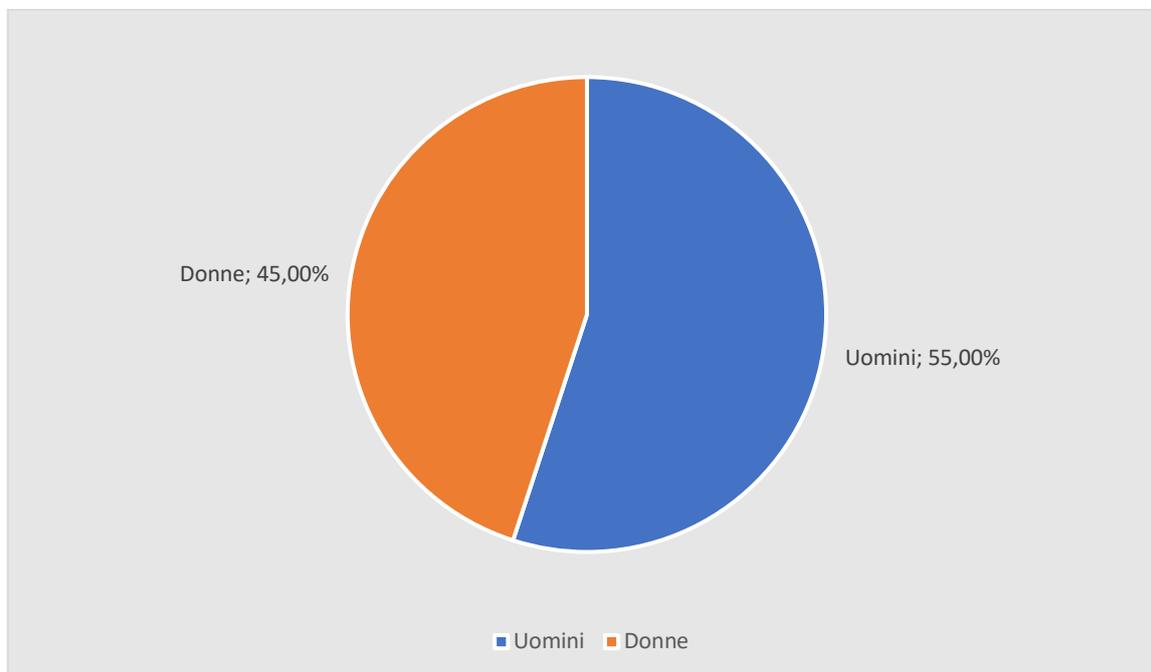
Per quanto concerne il genere dei galleristi, solo 7 dei 31 espositori sono gestiti da sole donne, mentre 17 sono diretti da uomini. Le restanti 7 sono invece gestite congiuntamente da almeno un uomo ed una donna. Delle 12 artiste totali, 7 sono state rappresentate da gallerie alla cui direzione si trova almeno una donna.

#### ***D. Statements***

Il settore *Statements*, composto da 18 gallerie, si è rivelato il più inclusivo per quanto riguarda la parità di genere. I dati esposti in Figura 22 dimostrano, infatti, che dei 20 artisti esposti, 9 sono di sesso femminile e 11 di sesso maschile. Ciò potrebbe essere dovuto al fatto che questo settore è dedicato esclusivamente a gallerie che presentano progetti individuali di artisti

emergenti in lizza per il rinomato premio *Baloise Art Prize*. Tutti i 20 artisti esposti, infatti, sono nati dopo il 1972. Il più giovane, nato nel 1988, aveva solo 20 anni al tempo della rassegna.

**Figura 22. Distribuzione di genere tra gli artisti (settore *Statements*)**



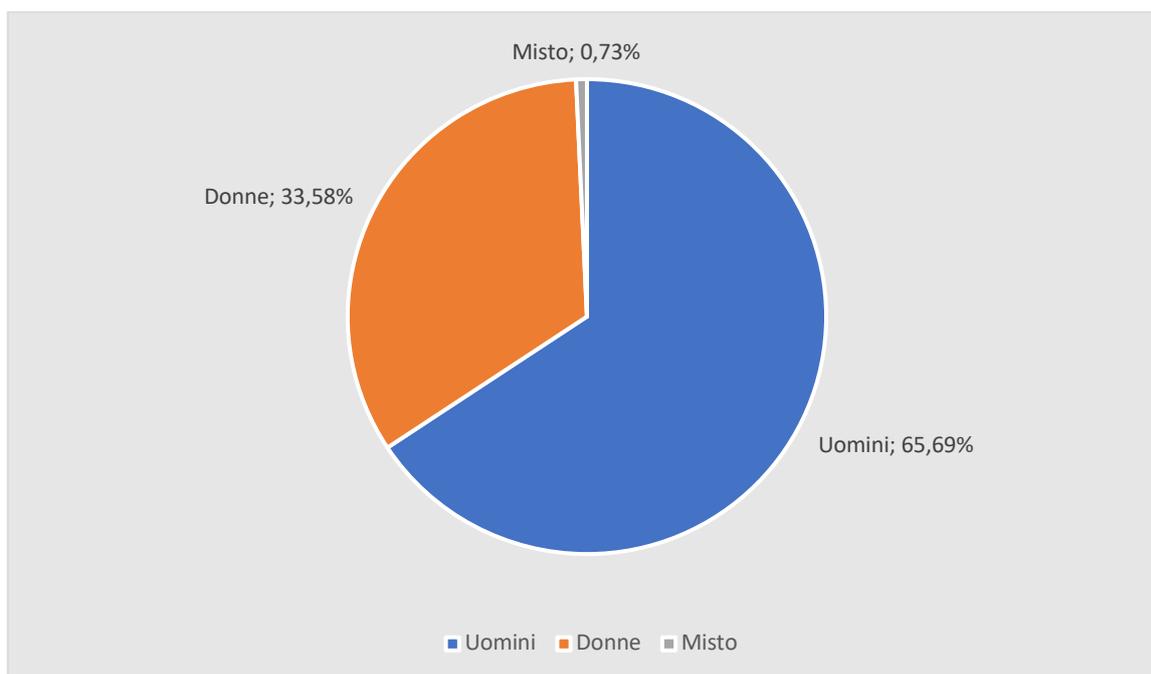
Anche le 78 opere esposte in questa categoria sono distribuite più omogeneamente tra uomini e donne. Infatti, 41 sono state prodotte da uomini e 37 da donne.

Anche per quanto concerne il genere dei galleristi, i dati dimostrano un maggiore equilibrio rispetto ai settori analizzati precedentemente. Per la prima volta, infatti, le gallerie considerate sono dirette da uomini e donne in egual misura. Dei 18 espositori, infatti, 4 sono gestiti congiuntamente da uomini e donne, mentre dei restanti 14, 7 sono diretti da uomini e 7 da donne. Infine, 8 delle 9 donne presenti alla rassegna nel settore *Statements*, sono state rappresentate da gallerie alla cui direzione si trova almeno una donna.

### ***E. Parcours***

Nel settore *Parcours*, come si evince dalla Figura 23, si trovano 90 uomini che hanno esposto 146 opere, 46 donne (quasi la metà degli uomini) che ne hanno esposte 60 e solo una coppia di artisti composta da un uomo ed una donna che ha partecipato alla rassegna con una sola opera.

**Figura 23. Distribuzione di genere tra gli artisti (settore *Parcours*)**



Inoltre, dai cataloghi delle singole gallerie, si evince che ogni espositore ha rappresentato, in media, 5 uomini e 3 donne.

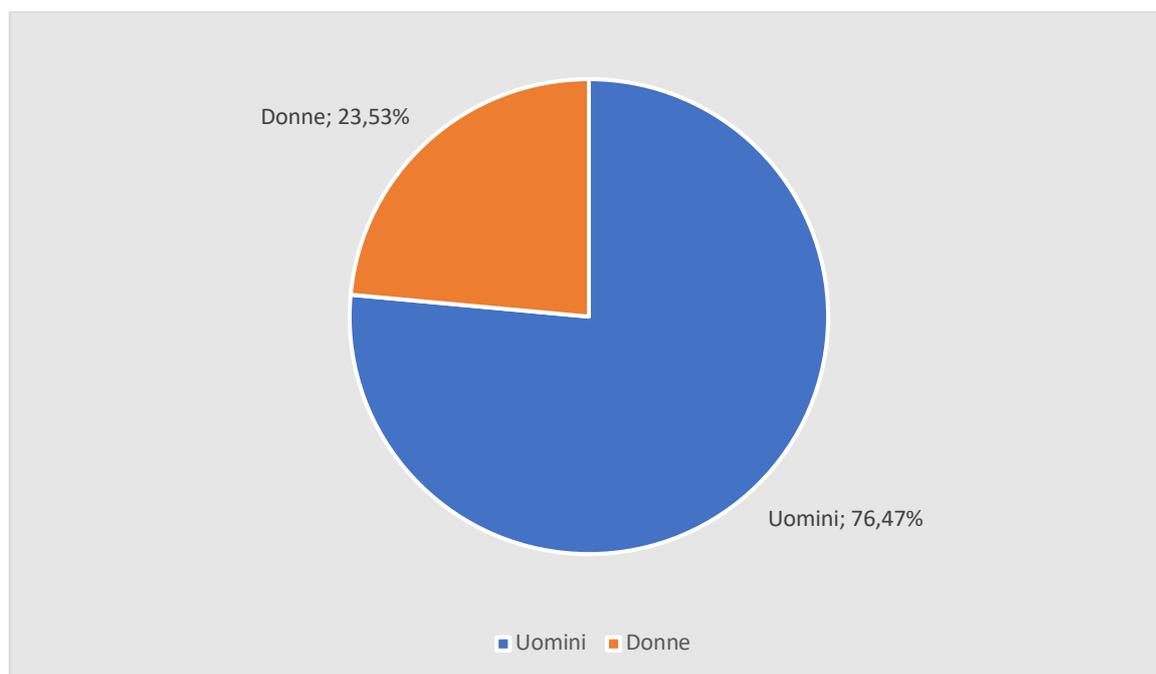
Delle 17 gallerie, invece, 9 sono gestite esclusivamente da uomini, 5 da donne e 3 congiuntamente da almeno un uomo ed una donna. Circa il 57% delle artiste esposte sono state rappresentate da gallerie gestite da almeno una donna.

Infine, coerentemente con quanto appreso precedentemente, quasi il 90% delle artiste rappresentate alla rassegna sono nate dopo il 1950.

### ***F. Edition***

Il settore *Edition*, invece, è costituito da 85 artisti, di cui 65 uomini e solo 20 donne (Figura 24). In questo caso, gli uomini rappresentano più dei  $\frac{3}{4}$  del totale degli artisti esposti, rendendo il settore *Edition* uno dei meno inclusivi in termini di diversità di genere.

**Figura 24. Distribuzione di genere tra gli artisti (settore *Edition*)**



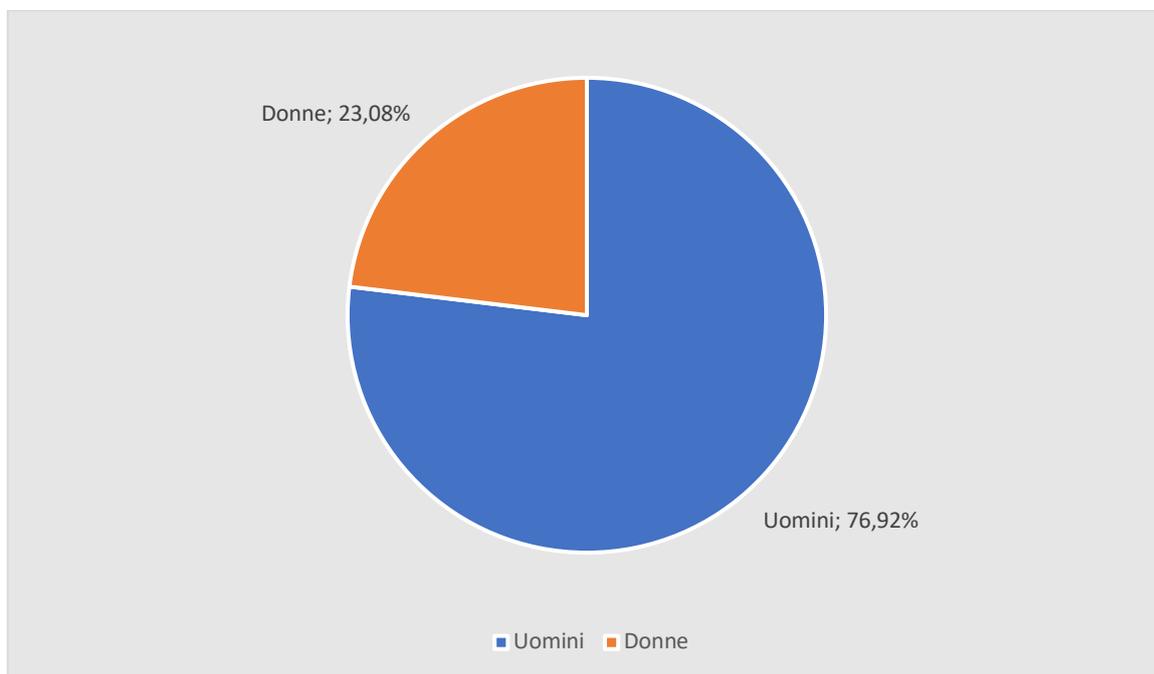
Degli 85 artisti rappresentati, 10 sono stati esposti da due gallerie, mentre solo uno, Bruce Nauman, da ben tre gallerie. Di conseguenza, si evince che ciascun espositore ha esposto, in media, 5 artisti di sesso maschile e solo uno di sesso femminile. Le opere esposte in questo settore ammontano a 231, ma solo il 22% di esse sono state prodotte da donne.

Anche in questo caso, i dati sembrano confermare le tesi di Nochiln (1971;1989); infatti, il 65% delle artiste considerate sono nate dopo il 1950. Ciò significa che, presumibilmente, hanno iniziato a comparire sul mercato dalla fine degli anni Sessanta e gli inizi degli anni Settanta, proprio in concomitanza con l'acuirsi dei movimenti femministi e la crescente emancipazione del genere femminile.

Anche se si considera il genere dei galleristi, lo squilibrio rimane evidente. Dai dati si evince, infatti, che 4 gallerie sono gestite da sole donne, 7 sono dirette da uomini, mentre solo 3 sono gestite congiuntamente da almeno un uomo ed una donna. Anche in questo caso, il 75% delle artiste sono state rappresentate da gallerie alla cui direzione si trova almeno una donna.

## G. Film

Figura 25. Distribuzione di genere tra gli artisti (settore *Film*)



Il settore *Film*, il più ristretto della rassegna, conta 39 artisti. Di questi, 30 sono uomini, e solo 9 sono donne, tutte nate dopo il 1950. Ciò significa che ogni galleria, in media, ha rappresentato 6 uomini e solo 2 donne, con un rapporto di 3:1. Ciò rende il settore *Film* il meno inclusivo in termini di diversità di genere di tutta la rassegna. Le donne hanno esposto in questo settore 29 opere, mentre gli uomini più del doppio.

Per quanto concerne il genere dei galleristi, invece, *Film* è il secondo settore in cui la distribuzione tra uomini e donne è perfettamente equilibrata. Delle 5 gallerie, infatti, 2 sono gestite da donne, 2 da uomini ed una sola da almeno un uomo ed una donna. Inoltre, i dati dimostrano che 6 delle 9 artiste esposte, sono state rappresentate dalle 3 gallerie alla cui direzione si trova almeno una donna.

### 2.2.7. Il grado di innovazione di Art Basel 2018

In questa sezione verrà discusso brevemente il grado di innovazione dell'edizione 2018 di Art Basel. A tale proposito sono stati considerati due fattori: l'età media degli artisti e l'anno di produzione delle opere esposte. Infatti, più una fiera è orientata verso artisti giovani ed una produzione artistica recente, più alto sarà il grado di innovazione.

**Tabella 13. Età degli artisti ad Art Basel (Basilea, 2018)**

	Galleries	Feature	Statements	Edition	Film	Parcours	Unlimited
Deceased	238	24	-	17	5	7	38
80+	83	8	-	9	8	3	34
80-61	261	11	-	31	11	34	91
60-40	545	7	5	26	7	71	165
>40	162	1	15	1	1	22	41

I dati esposti nella Tabella 13 dimostrano che gli espositori hanno favorito le generazioni di artisti nati tra gli anni Quaranta e Sessanta, a cui appartengono la maggior parte degli artisti contemporanei più affermati, a discapito delle nuove generazioni di artisti emergenti. Il settore *Galleries*, il più ampio ed importante, conta infatti ben 261 artisti di età compresa fra gli 80 e i 61 anni e addirittura 545 artisti tra i 60 e i 40 anni, mentre 238 sono deceduti prima del 2018. Gli artisti di *Feature* sono tra i più anziani della rassegna; metà di essi infatti sono deceduti prima del 2018. Mentre *Edition* registra una concentrazione di artisti di età compresa tra gli 80 e i 61 anni e tra i 60 e i 40. L'unica eccezione è costituita da *Statements*, il settore dedicato a giovani artisti emergenti, i cui artisti sono tutti nati dopo il 1972, con un'ulteriore concentrazione tra il 1983 ed il 1987.

Per quanto concerne i settori *Film*, *Parcours* e *Unlimited*, costituiti da gallerie appartenenti ad almeno una delle quattro categorie sopracitate, i dati non si discostano da quelli appena illustrati. Nei settori *Parcours* e *Unlimited* è stata riscontrata una concentrazione di artisti nati tra la fine degli anni Cinquanta e la fine degli anni Settanta, mentre nel settore *Film* la fascia di età che conta il maggior numero di artisti è quella compresa tra gli 80 e i 60 anni.

Analizzando nel complesso tutti i cataloghi degli espositori dei settori *Galleries*, *Edition*, *Feature* e *Statements*, e tenendo dunque conto di eventuali artisti rappresentati da più gallerie, si evince che ogni espositore ha rappresentato, in media, 3 artisti di età compresa tra i 40 e i 60 anni e circa 2 artisti di età compresa tra i 60 e gli 80. Gli ultraottantenni e gli artisti di ultima generazione hanno invece rappresentato una quota notevolmente inferiore, pari al 16,7% del totale. Chiaramente questi dati sono puramente indicativi, vi sono infatti alcune gallerie che scelgono di avere in catalogo solo artisti affermati e, dunque, tendenzialmente più maturi, sia per esperienza che per età. Altre gallerie, invece, che rappresentano principalmente artisti provenienti da aree geografiche che solo negli ultimi si sono affacciate sul mercato artistico, avranno in catalogo artisti emergenti e, di conseguenza, tendenzialmente più giovani.

L'anno medio di produzione delle opere esposte, salvo l'eccezione costituita dalla categoria *Feature*, dimostra una predilezione per la produzione artistica recente. In particolare, l'anno medio di produzione delle opere esposte nel settore *Galleries* si colloca agli inizi del secolo, mentre per il settore *Edition* il risultato aumenta di sei anni, posizionandosi intorno al 2006. Inoltre, nel primo caso, circa il 30% del totale delle opere esposte sono state prodotte lo stesso anno in cui ha avuto luogo l'evento preso in esame per questa ricerca, mentre per quanto concerne il settore *Edition*, la percentuale è leggermente più bassa collocandosi intorno al 27%. È stato tratto invece un risultato totalmente diverso dall'analisi degli anni di produzione delle opere esposte nel settore *Feature*, in quanto l'anno medio di produzione si colloca intorno al 1982. Questo risultato, però, non stupisce affatto se si considera che metà degli artisti rappresentati dalle gallerie della categoria sopracitata sono deceduti e che poco più del 37% degli artisti ancora in vita nel 2018 erano di età compresa tra gli 80 e i 60 anni o, addirittura, ultraottantenni. Al contrario, come previsto, le opere proposte nella categoria *Statements*, essendo state create da artisti emergenti, sono state tutte prodotte tra il 2016 ed il 2018.

Infine, il tema della diversità apre la strada alla questione dei diversi trattamenti riservati agli espositori e alle condizioni a cui sono sottoposti al fine di poter partecipare a fiere d'arte del calibro di Art Basel. Come ricorda Quemin (2013), infatti, in ogni fiera è presente un comitato organizzativo che si occupa di assicurare il perfetto andamento dell'evento e di selezionare le gallerie partecipanti ad ogni edizione, ciò significa che gli artisti non sono invitati direttamente, ma solo tramite le gallerie che rappresentano ed espongono il loro lavoro. Le gallerie vengono dunque accuratamente selezionate e non è raro che molte di esse vengano direttamente invitate ad esporre dalla fiera stessa. Ovviamente, si tratta di gallerie estremamente note e, solitamente, presenti nei maggiori mercati del mondo (Stati Uniti, Regno Unito, Cina ecc.). Queste "mega-gallerie" sono solite rappresentare artisti già affermati sul mercato e, di conseguenza, molto quotati. Le gallerie di medie-piccole dimensioni, invece, tendono ad offrire programmi più sperimentali e a rappresentare artisti meno conosciuti, le cui opere vengono proposte sul mercato a prezzi decisamente più contenuti (Masturzo, 2019).

È probabile, dunque, che le gallerie minori siano sottoposte a limitazioni da parte della fiera che le ospita in termini di programmi proposti o del settore in cui esporre i propri artisti. L'esistenza di un settore preposto all'esposizione di giovani artisti emergenti (*Statements*) sembra corroborare questa tesi. Inoltre, analizzando la composizione dei diversi settori, ho riscontrato una concentrazione di grandi gallerie internazionali all'interno del settore *Galleries*, la categoria principale e più ampia della fiera. Non è un caso, infatti, che nel settore appena

citato espongano gallerie del calibro di Gagosian Gallery, Sadie Coles HQ, Massimo De Carlo, Houser & Wirth e Galerie Perrotin, solo per citarne alcune.

Tutte queste limitazioni avrebbero dunque notevoli ripercussioni sulla diversità e l'eterogeneità dei cataloghi proposti dai singoli espositori. Inoltre, Lazzaro e Moreau (2019) analizzando la partecipazione delle gallerie tedesche, britanniche, francesi e svizzere ai tre eventi di Art Basel (Art Basel, Art Basel Miami Beach e Art Basel Hong Kong), hanno riscontrato un'alta partecipazione da parte di "mega-gallerie" dal profilo internazionale con filiali nei principali centri nevralgici del mercato artistico. Le due ricercatrici ricordano che per le gallerie di medie dimensioni che non possiedono filiali all'estero, partecipare a fiere d'arte del calibro di Art Basel rappresenterebbe una grande opportunità, tuttavia i metodi di selezione e gli elevati costi di partecipazione favoriscono le gallerie già posizionate nelle fasce più alte del mercato.

## Conclusioni

L'obiettivo del presente elaborato è stato quello di apportare un ulteriore contributo empirico alla ricerca già esistente in materia. Dopo aver svolto un'ampia recensione della letteratura rilevante in materia di diversità nel mercato artistico, in particolar modo relativa alla diversità geografica e di genere, ho analizzato l'eterogeneità degli espositori partecipanti all'edizione 2018 di Art Basel a Basilea e degli artisti da questi rappresentati.

I contributi scientifici passati in rassegna hanno messo in evidenza una serie di squilibri e dinamiche che rendono la struttura del mercato gerarchica e ancora poco inclusiva. Le politiche attuate da numerosi Paesi, tra cui spiccano Stati Uniti e Regno Unito, si sono rivelate in molti casi inconcludenti, sovente per via dell'elitarismo delle istituzioni culturali che troppo spesso si fanno promotrici di un'arte occidentale ed eurocentrica, oppure a causa dell'approccio economico utilizzato che, col tempo, si è discostato dalla centralità di importanti temi quali le discriminazioni razziali e la giustizia sociale (Béhague, 2006; Nwonka, 2019). Infatti, nonostante le ipotesi avanzate da Waters (2001) o Crane (2015), i quali sostengono che il fenomeno della globalizzazione abbia indissolubilmente fuso i singoli mercati locali in un unico mercato globale in grado di offrire pari opportunità a chiunque voglia parteciparvi, i contributi teorici e scientifici di Bourdieu (1999), Velthuis (2013), Quemin (2008; 2013) e MacAndrew (2019) dipingono un quadro totalmente diverso.

Già nel 1999 Bourdieu, riducendo il fenomeno della globalizzazione a quello di "americanizzazione" dell'Occidente, affermava che il dominio e l'influenza degli Stati Uniti sul resto del mondo avrebbero avuto gravi ripercussioni sia a livello economico che culturale. Infatti, MacAndrew (2019) ha rilevato che, nonostante la nascita di nuovi mercati nelle economie emergenti, quali Cina (terzo mercato mondiale per ampiezza e valore delle vendite), India e Brasile, la maggior parte degli intermediari e delle transazioni commerciali (vendite private, aste ecc.) tendono ad accentrarsi in pochi Paesi occidentali con elevati livelli di reddito e di potere d'acquisto, quali Regno Unito, Germania, Francia e Svizzera, a cui fanno capo, appunto, gli Stati Uniti. Quemin (2008; 2013) analizzando le più celebri collezioni d'arte francesi e la distribuzione geografica delle principali fiere internazionali d'arte contemporanea, elaborò il concetto di "centro-semiperiferia-periferia" per spiegare la struttura egemonica e gerarchica del mercato, al cui centro si trovano, appunto, gli Stati Uniti, seguiti da Germania, Regno Unito e Francia, mentre nella fascia più esterna si collocano tutti i Paesi fondamentalmente esclusi dal mercato o che svolgono un ruolo di minore importanza.

Similmente, gli studi di Velthius (2013) sulla rappresentazione degli artisti da parte di gallerie private situate in Germania e Paesi Bassi, dimostrano una propensione da parte dei mercanti d'arte a favorire artisti provenienti dai principali mercati internazionali o artisti locali e nazionali. Questa seconda tendenza è, secondo Velthius, motivata dagli “*home bias*”, profondi legami con il territorio che determinano una sovra-rappresentanza di artisti locali a discapito di artisti internazionali o comunque geograficamente distanti. La vicinanza geografica, infatti, agevolerebbe notevolmente le pratiche organizzative della galleria e la collaborazione tra mercante e artista rendendola più fruttuosa, soprattutto quando le gallerie e gli artisti coinvolti non sono ancora particolarmente affermati nel panorama artistico. Inoltre, le barriere di accesso al mercato primario ostacolano l'accesso al mercato della rivendita e rendono estremamente complesso per gli artisti completare il loro processo di consacrazione nei musei, all'interno dei quali espongono principalmente artisti occidentali, bianchi e di genere maschile (Kinsella, 2019).

La seconda prospettiva da cui è stato trattato il tema della diversità in questa tesi riguarda, infatti, le disparità di genere tra uomini e donne all'interno del mercato. I contributi di Adams et al (2017), Cameron et al. (2019), Bocart et al. (2018), MacAndrew (2019) e Halperin et al. (2019) hanno dimostrato l'esistenza di un forte squilibrio in favore del genere maschile che nel mondo dell'arte gode di una notevole rappresentanza occupando le fasce più alte del mercato. Le donne e l'arte da loro prodotta, invece, faticano ad ottenere il medesimo riconoscimento artistico da parte di critica e mercato, che si traduce, solitamente, in valutazioni e prezzi di aggiudicazione sensibilmente più bassi di quelle ottenuti dalla controparte maschile.

Anche in questo caso, la letteratura ha formulato una serie di ipotesi che possono spiegare e motivare questa disparità. La prima teoria proposta da Davis (2015) è perfettamente in linea con quanto affermato da Thornton (2008). Essa afferma che, siccome la pratica del collezionismo è stata per secoli una prerogativa di facoltosi uomini appartenenti alla classe agiata, essi hanno modellato il mercato con le loro preferenze che sembrerebbero non includere l'arte prodotta dalle donne, troppo distante dai loro gusti per stili e temi trattati. La seconda teoria proposta da Davis, invece, sulla scia di quanto affermato da Nochlin già negli anni Settanta e ribadito da MacAndrew (2019), sostiene che le donne, a causa della struttura sociale patriarcale e misogina, sono state nel corso dei secoli escluse dall'istruzione artistica e, di conseguenza, dai circuiti commerciali, il che ha chiaramente limitato le loro opportunità di carriera. Infine, l'ultima ipotesi riconosce il carattere ancora fortemente discriminatorio della società, la quale non premia allo stesso modo uomini e donne per la medesima qualità ed il medesimo lavoro.

Al contrario, Cowen (1996) e numerosi studiosi ed artisti, tra cui Gropius e Baselitz, hanno avanzato l'ipotesi che le donne producano arte sistematicamente inferiore in termini di qualità rispetto alla controparte maschile in quanto dotate di minori capacità. Una teoria la cui validità è stata messa ampiamente in discussione. Numerosi contributi empirici (Adams et al., 2017; Cameron et al., 2019; MacAndrew, 2019) hanno infatti dimostrato che le disuguaglianze di genere tendono ad assottigliarsi con il passare del tempo e contestualmente al raggiungimento dell'emancipazione da parte delle donne di tutto il mondo. I dati raccolti da *Artfacts.net* e *Artnet News*, infatti, dimostrano un miglioramento per quanto concerne il posizionamento delle donne sul mercato. MacAndrew (2019) afferma che la percentuale di artiste presenti nelle principali mostre d'arte internazionali è passata, nel corso dell'ultimo secolo, dal 4% al 25%, un dato che fa sperare che, almeno nel settore contemporaneo, le artiste stiano iniziando ad ottenere il riconoscimento che meritano.

Anche nel settore delle gallerie private sembra che la situazione delle donne stia subendo un netto miglioramento. *Artnet News* ha rivelato che la quota di artiste rappresentate da alcune delle più celebri gallerie del mondo (David Zwirner, Pace Gallery, Lisson Gallery, solo per citarne alcune) stia crescendo considerevolmente di anno in anno. *Artfacts.net*, analizzando le gallerie presenti nella sua base dati, ha invece osservato che degli artisti emergenti rappresentati da gallerie operanti nel mercato primario, circa il 43% sono di sesso femminile, a riprova del fatto che il settore contemporaneo gioca un ruolo di primaria importanza in tema di diversità ed inclusione nel settore artistico. Ciononostante il numero di donne rappresentate tende a diminuire all'aumentare del successo ottenuto dagli artisti. Inoltre, *Artfacts.net* ha constatato che le gallerie che occupano le fasce più alte del mercato (con un fatturato superiore al milione di dollari) tendono a rappresentare un numero inferiore di donne e che il numero diminuisce ulteriormente se si considerano le gallerie attive esclusivamente nel mercato secondario. Questi dati dimostrano che, nonostante i segnali di cambiamento relativamente positivi, per le donne risulta ancora estremamente complesso riuscire ad ottenere sufficiente successo nel mercato primario da poter accedere al mercato della rivendita.

In questo complesso scenario, gli intermediari del mercato (gallerie private, case d'asta, fiere d'arte ecc.) giocano un ruolo sempre più determinante. I contributi di Codignola (2015) e MacAndrew (2019) spiegano come i principali attori economici e commerciali del mondo dell'arte siano stati influenzati dai recenti cambiamenti economici e culturali che hanno reso il mercato sempre più globalizzato ed interconnesso. Critici, collezionisti e mercanti d'arte sono diventati sempre più cosmopoliti, mentre le grandi case d'asta, le gallerie d'arte ed i musei hanno iniziato un processo di internazionalizzazione sia verso i grandi centri del mercato

internazionale, quali New York e Londra, sia verso nuove economie emergenti dove poter entrare in contatto con nuovi pubblici e potenziali acquirenti. Ciononostante, come ricordano Kolbe et al. (2020), il divario economico tra la popolazione è in costante aumento, mentre il collezionismo d'arte sta lentamente assimilando tutte le dinamiche dell'accumulazione finanziaria. Le conseguenze di questo fenomeno sono molteplici: in primo luogo la creazione di un nucleo di artisti indispensabili per creare una collezione prestigiosa e di valore, il che comporta una serie di pressioni dal lato dell'offerta. Agli artisti viene infatti chiesto di produrre un tipo di arte notoriamente apprezzata dalla maggior parte dei collezionisti, acuendo ulteriormente il fenomeno del “*winner-takes-all*” per cui una minoranza di artisti e di gallerie (quelle che rappresentano tali artisti) controllano la maggior parte del mercato, con un impatto estremamente dannoso sulla diversità del sistema artistico.

Un fenomeno analogo si registra nelle istituzioni museali pubbliche e private, le quali tendono ad esporre artisti già estremamente affermati sul mercato che garantiscano un'affluenza di visitatori costante e, di conseguenza, cospicue entrate. Queste limitazioni, però, impediscono spesso ai musei di svolgere la loro funzione primaria: diffondere la conoscenza in modo democratico e, soprattutto, capillare, raggiungendo pubblici eterogenei per gusti e pratiche di consumo culturale.

Il secondo capitolo, invece, è stato dedicato al caso di studio di Art Basel, Basilea, 2018, al fine di fornire un'ulteriore evidenza empirica di quanto discusso nella prima sezione dell'elaborato, in riferimento alla più celebre fiera internazionale d'arte contemporanea del mondo, la quale funge da luogo di consacrazione in grado di decretare il successo degli artisti presenti e dell'arte da loro prodotta, nonché di legittimare il ruolo ricoperto dagli espositori partecipanti all'evento (Schultheis, 2015).

I dati relativi alle gallerie partecipanti alla rassegna, raccolti dal sito ufficiale della fiera, sono stati successivamente integrati con ulteriori informazioni relative agli artisti, reperite tramite una generica ricerca in rete. L'insieme dei dati, inseriti in un unico database, sono stati poi studiati tramite un'analisi incrociata che mi ha permesso di ricavare risultati di grande interesse per il dibattito sulla diversità nel mercato dell'arte.

La prima parte di ogni sezione è stata dedicata alle considerazioni generali relative alla all'edizione Europea di Art Basel 2018 e, solo successivamente, ho analizzato ogni settore singolarmente, soffermandomi particolarmente sul settore *Galleries*, il più ampio ed importante della rassegna.

La prima sezione è stata destinata al discorso sulla distribuzione geografica delle gallerie partecipanti alla rassegna, le quali sono concentrate principalmente nei grandi centri del mercato internazionale: Stati Uniti, Regno Unito e pochi altri Paesi europei (Germania, Francia, Svizzera), il che corrobora ulteriormente la teoria “centro-semiperiferia-periferia” di Quemin (2008; 2013). Gli Stati Uniti hanno partecipato alla rassegna con 68 gallerie, 54 delle quali appartenenti al settore *Galleries*. Come previsto, seguono Germania, con 47 gallerie, Regno Unito, con 29 espositori, Francia, che ne conta 23, Svizzera, con 20 espositori ed, infine, Italia, che ne conta 19. L’unica anomalia riguarda la scarsa partecipazione della Cina, terzo Paese al mondo per ampiezza e valore delle vendite, che conta solo 4 espositori. Questa anomalia potrebbe però essere spiegata dall’esistenza di Art Basel Hong Kong, che si svolge in primavera e che, per via della prossimità geografica, è sicuramente più appetibile per le gallerie asiatiche e del continente oceanico. La vicinanza geografica a Basilea ha sicuramente favorito anche la partecipazione di numerose gallerie europee. Per quanto concerne l’Africa e l’America Latina, la prima è stata rappresentata da sole due gallerie sudafricane, mentre la seconda, leggermente più rappresentata, ne conta 8, di cui 5 brasiliane. Un risultato per niente inaspettato visto lo sviluppo economico e sociale che sta interessando i due Paesi, i quali insieme a Cina, Russia e India (rappresentata da 3 gallerie), costituiscono i cosiddetti BRICS.

Questi numeri variano, ma non in modo significativo, se si considera anche l’internazionalizzazione delle gallerie e l’ampliamento del mercato all’interno dei confini nazionali. Gli Stati Uniti mantengono il primato con 94 gallerie, seguiti ancora una volta da Germania, Regno Unito, Francia e Svizzera, a riprova del fatto che questi mercati sono considerati i più appetibili per gli espositori interessati ad espandere la propria attività all’estero. L’unica variazione significativa riguarda la Cina e, in particolar modo, la Regione amministrativa speciale di Hong Kong, in cui sono ubicate le filiali estere di 11 gallerie. Inoltre, all’interno dei singoli Stati, si possono facilmente rilevare ulteriori concentrazioni di intermediari, specialmente nelle grandi metropoli in cui hanno sede artisti, prestigiose case d’asta e collezionisti facoltosi. Tra queste figurano New York, Londra, Parigi, Berlino e Hong Kong.

Uno scenario simile è quello che emerge dall’analisi della distribuzione geografica degli artisti inseriti in catalogo dalle gallerie partecipanti. Anche in questo caso, infatti, i cataloghi degli espositori dimostrano una predilezione dei galleristi nei confronti di artisti statunitensi ed europei. Dai dati emerge, infatti, che ogni galleria ha rappresentato, in media, 5 artisti europei e 2 artisti statunitensi. Se si considera che Europa e Nord America costituiscono quasi il 90% delle gallerie partecipanti alla rassegna, i dati forniscono un’ulteriore evidenza empirica

dell'esistenza dei cosiddetti “*home bias*” teorizzati da Velthius (2013). Ancora una volta, i Paesi europei più rappresentati sono Germania, Regno Unito, Svizzera, Italia e Francia, i quali da soli costituiscono quasi il 75% degli artisti europei esposti.

La Cina è, come previsto, il Paese asiatico da cui proviene il maggior numero di artisti, seguita da Giappone e India. Anche in questo caso, il Brasile è il Paese latinoamericano più ricorrente, seguito da Cuba, Messico e Argentina. Africa e Oceania sono, invece, vittime di una notevole sotto-rappresentanza. L'Oceania, in particolare, è il continente di provenienza di soli 6 artisti.

Se si considera il Paese di residenza degli artisti, lo sbilanciamento diventa ancora più evidente. Tuttavia, i dati suggeriscono che solo una minoranza di artisti hanno deciso di abbandonare definitivamente il proprio Paese di origine. Questa tendenza potrebbe essere spiegata dal fatto che la maggior parte di essi provengono da Paesi i cui mercati sono particolarmente floridi (Stati Uniti, Regno Unito, Germania ecc). e, dunque, non sono spinti dalla necessità di cercare nuove e più vantaggiose opportunità professionali. Ciononostante, dai dati emerge che 520 degli artisti considerati hanno scelto di risiedere negli Stati Uniti, di cui 73% di nazionalità statunitense. In Europa, la Germania detiene il maggior numero di artisti residenti sul territorio (235), seguita, come sempre, da Regno Unito e Francia. Nel continente asiatico, invece, gli artisti tendono a concentrarsi in Cina, terzo mercato artistico per ampiezza e valore delle vendite. Seguono Giappone ed India. Come previsto, gli unici due Paesi latinoamericani che hanno attratto un cospicuo numero di artisti sono Brasile e Messico. Ancora una volta, il ruolo giocato dal continente africano e da quello oceanico è di marginale importanza.

Se in tema di diversità geografica, la struttura del mercato artistico ha dimostrato un'evidente squilibrio, ma anche un'apertura verso nuovi Paesi e mercati rappresentati dalle economie emergenti, in tema di diversità di genere il divario è ancora più evidente. Dai dati emerge, infatti, che il 69,38% degli artisti esposti è di sesso maschile. Le donne rappresentate, invece, solo il 29,51% del totale. Il restante 1,17% è costituito da coppie o collettivi artistici tra i cui componenti figurano almeno un uomo ed una donna.

Al fine di comprendere meglio con quale frequenza le gallerie tendono a rappresentare uomini e donne, ho in seguito considerato nella loro interezza i cataloghi dei 275 espositori partecipanti alla rassegna (delle gallerie Landau Fine Art e Vitamin Creative Space non sono riuscite a reperire neanche un catalogo parziale), il che ha comportato un ampliamento del campione, che è passato da 1447 artisti a 1882. Infatti, questo campione tiene conto non solo degli artisti che ricorrono in più di una categoria, ma anche di quelli rappresentati da più di una

galleria all'interno dello stesso settore. Dall'analisi si evince che ogni espositore ha rappresentato, in media, 5 uomini e 2 sole donne. Considerando l'ammontare totale delle opere presentate, lo squilibrio diventa ancora più evidente. Le gallerie hanno infatti esposto 2358 opere prodotte da uomini e solo 969 prodotte da donne, mentre le restanti 28 sono state prodotte da coppie o collettivi artistici misti. In linea con quanto sostenuto da Nochlin (1971; 1989) e Cameron et al. (2019), i risultati dimostrano una crescente partecipazione delle donne al mercato artistico. Infatti, più del 50% delle artiste presenti alla rassegna sono nate dopo il 1950 e, presumibilmente, si sono affacciate sul mercato solo agli inizi degli anni Settanta.

Per quanto concerne la distribuzione di genere tra i galleristi, i dati sono leggermente più incoraggianti. Delle 277 gallerie, 141 sono gestite esclusivamente da uomini, 85 da donne, mentre le restanti 51 sono gestite congiuntamente almeno da un uomo ed una donna.

Il dibattito sulla diversità all'interno della fiera di Art Basel è, infine, profondamente legato al grado di innovazione degli espositori e delle opere proposte. Infatti, più una fiera è orientata verso artisti giovani ed una produzione artistica recente, più sarà considerata innovativa e veicolo di novità e creatività per il mercato. Tuttavia, i dati suggeriscono che gli espositori hanno favorito le generazioni di artisti nati tra gli anni Quaranta e Settanta, a discapito di quelle più recenti. Infatti, al netto degli artisti già deceduti, ogni galleria ha rappresentato, in media, 3 artisti di età compresa tra i 40 e i 60 anni e 2 artisti di età compresa tra i 60 e gli 80, mentre gli ultraottantenni e gli artisti di ultima generazione (sotto ai 40 anni) hanno rappresentato solo il 16,7% dei cataloghi totali. Solo il settore *Statements*, dedicato agli artisti emergenti, annovera esclusivamente artisti nati dopo il 1972.

Al contrario, l'anno medio di produzione delle opere esposte, che si posiziona all'inizio degli anni Duemila per i settori *Galleries* ed *Edition*, dimostra una preferenza per la produzione artistica recente. Tutte le opere del settore *Statements*, vista la giovane età degli artisti presentati, sono state prodotte tra il 2016 ed il 2018. L'anno medio di produzione della categoria *Feature*, in cui sono stati esposti artisti notevolmente più anziani rispetto agli altri settori, si colloca intorno al 1982. Infine, è importante sottolineare che i rigidi criteri di selezione e gli alti costi di partecipazione favoriscono la partecipazione delle gallerie posizionate nelle fasce più alte del mercato, le quali sono solite rappresentare artisti il cui successo è già consolidato, mentre penalizzano le gallerie di piccole-medie dimensioni che, al contrario, offrono programmi più pionieristici e rivoluzionari in cui vengono spesso inclusi artisti emergenti provenienti da nuovi mercati o appartenenti a minoranze etniche e culturali.

In futuro, sarebbe opportuno svolgere un'indagine analoga in merito agli altri due eventi affiliati ad Art Basel: Art Basel Hong Kong e Art Basel Miami Beach, al fine di valutare

l'eterogeneità degli espositori e degli artisti presentati ed integrare i risultati con quelli appena esposti. Tale ricerca permetterebbe di comprendere se i legami territoriali e la prossimità geografica favoriscano effettivamente la partecipazione di un maggior numero di gallerie asiatiche ed americane (ed in particolar modo latinoamericane) alle più recenti fiere targate Art Basel.

## Riferimenti bibliografici

Adams, R., Kräussl, R., Navone M., Verwijmeren, P., (2017) Is Gender in the Eye of the Beholder? Cultural Attitudes with Art Auction Prices, *CFs Working Paper series 595*, Center for Financial Studies.

Baia Curioni, S., Velthuis, O. (2015) Making markets global, *Cosmopolitan canvases: the globalization of markets for contemporary art*, Oxford.

Barber, B. (1995) *Jihad vs. McWorld*, Times Books, New York.

Béhague, G. (2006) Diversity and the Arts: Issues and Strategies, *Latin American Music Review / Revista De Música Latinoamericana*, 27(1), 19-27. Retrieved June 11, 2020, from [www.jstor.org/stable/4121692](http://www.jstor.org/stable/4121692).

Bennet, T. (2002) *Differing Diversities: Cultural Policy and Cultural Diversity*, Cultural Policy and Action Department, Council of Europe Publishing.

Bourdieu, P. a cura di Santoro, M. (2015) *Forme di capitale*, Armando Editore, Roma.

Bourdieu, P. (1992, ristampa del 2013) *Le regole dell'arte*, il Saggiatore, Milano.

Bourdieu, P., Wacquant, L. (1999) *On the Cunning of Imperialist Reason*, Theory, Culture and Society.

Cameron, L., Goetzmann, W., Nozari, M. (2019) Art and Gender: Market Bias or Selection Bias?, *Journal of Cultural Economics*, 43, 279–307, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-019-09339-2>.

Caroli G., M. (2000) *Globalizzazione e localizzazione dell'impresa internazionalizzata*, Franco Angeli, Milano.

Codignola, F. (2015) The Globalization of the Art Market: A Cross-Cultural Perspective where Local Features meet Global Circuits, In: *Analyzing the Cultural Diversity of Consumers in the Global Marketplace*, Hershey PA, IGI Global.

Cowen, T. (1996) Why Women Succeed and Fail in the Arts, *Journal of Cultural Economics*, 20(2), 93-113, <https://www.jstor.org/stable/41810579>.

Cowen, T. (2002) *Creative Destruction: How globalization is changing the world's cultures*, Princeton University Press, Princeton.

Crane, D. (2015). *La géographie du marché de l'art mondial en pleine évolution: Cultures des arts régionales et mondialisation culturelle*. *Sociologie et sociétés*, 47(2), 19–38, DOI: <https://doi.org/10.7202/1036338ar>.

Farrel, L., M. Fry, J., R. L. Fry, T. (2020) Gender differences in hammer prices for Australian Indigenous art, *Journal of Cultural Economics*, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-020-09382-4>.

Farrel, M. (2018) *Diversity and Inclusion in Art Museum Board of Governance: Does The Boardroom Reflect the Community?*, MA Thesis, Sotheby's Institute of Art.

Fillitz, T. (2014) The booming global market of contemporary art, *Focaal*, 2014(69), DOI: 10.3167/fcl.2014.690106.

Gao, S. (2000) *Economic globalization: trends, risks and risk prevention*, Department of Economic and Social Affairs, United Nations.

Garfias, R. (1991) Cultural diversity and the arts in America. In *Public money and the muse*, ed. Stephen Benedict, Norton, New York.

Gertzberg, M., Pownall, R., Y.R.P. Bocart, F. (2017) Glass Ceiling in the Art Market, *SSRN Electronical Journal*, DOI: 10.2139/ssrn.3079017.

Genco, P., Zorloni, A. (2017) Struttura e dinamiche evolutive del mercato dell'arte contemporanea, *Economia e diritto del terziario*, Franco Angeli, Milano, DOI: 10.3280/edt1-2017oa5139.

Glazer, N. (1997) *We are all multiculturalist now*, Harvard University Press, Cambridge.

Jaffe, E. (2006) *Globalization and Development*, Infobase Publishing, New York.

Jansson, B. (2010) *Becoming and Effective Policy Advocate*, Cengage Learning, Boston.

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

KEA European Affairs (2006) *The Economy of Culture Europe*, Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture).

Kolbe, K., Upton-Hansen, C., Savage, M., Lacey, N., Cant, S. (2020) *The art world's response to the challenge of inequality*, International Inequalities Institute, London School of Economics and Political Science, London, UK.

Komarova, N., Velthuis, O. (2018) Local contexts as activation mechanisms of market development: contemporary art in emerging markets, *Consumption Markets & Culture*, 21:1, 1-21, DOI: 10.1080/10253866.2017.1284065.

Lazzaro, E., Moureau, N. (2018) Une diversité artistique en trompe l'oeil, *Le Journal des Arts*, n. 503, pp. 38-39.

Lazzaro, E., Moureau, N. (2019) *Resilience and the City: Art, Education, Urbanism*, 15th ELIA Biennial Conference.

MacAndrew, C. (2019) *The Art Market 2019. UBS & Art Basel Report*, UBS, Art Basel.

Merton, R. (1988) The Matthew Effect in Science, II: Cumulative Advantage and the Symbolism of Intellectual Property, *Isis*, 79(4), 606-632. Retrieved June 10, 2020, from [www.jstor.org/stable/234750](http://www.jstor.org/stable/234750).

Miller L. D., (2016) Gender and the Artist Achetype: Understanding Gender Inequality in Artistic Careers, *Sociology Compass*, 10 (2), 119-131, DOI: <https://doi.org/10.1111/soc4.12350>.

Nochlin, L. (1971) Why there have been no great women artists?, *ARTnews*.

Nochlin, L. (1989). *The Politics of Vision: Essays on Nineteenth-century Art and Society*. Boulder, CO: Westview Press.

Peterson, Richard A., Roger M. Kern. 1996. Changing highbrow taste: From snob to omnivore, *American Sociological Review*, 61: 900-47.

Pieterse, Jan N., (2003) *Globalization and Culture*, Rowman & Littlefield, Lanham.

Pujar, S. (2016) *Gender Inequalities in the Cultural Sector*, Culture Action Europe, Brussels.

Quemin, A. (2008). *International Contemporary Art Fairs and Galleries: An exclusive Overview*, The Contemporary art Market. Annual Report 2007/2008.

Quemin, A. (2013) International Contemporary Art Fairs in a 'Globalized' Market, *European Societies*, DOI:10.1080/14616696.2013.767927.

Rushton, M., (2003) Cultural Diversity and Public Funding of the Arts, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 33:2, 85-97, DOI: 10.1080/10632920309596568.

Schultheis, F. (2015) *Economy of Symbolic Goods: Ethnographical Explorations at the Art Basel*, Contribution to a workshop on „Documenta 2017“ in Athenes.

Schultheis, F., Single, E., Egger, S., Mazzurana, T. (2015) *When Art meets Money : Encounters at the Art Basel*, König, Köln.

Thornton, S. (2008) *Seven Days in the Art World*, W. W. Norton & Company, New York.

Topaz, C. M., Klingenberg, B., Turek, D., Heggseth B., Harris, E. P., Blackwood, C. J., Chavoya, C. O., Nelson, S., Murphy, M. K. (2019) *Diversity of Artists in Major U.S. Museums*, PLoS ONE 14(3): e0212852, DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0212852>.

UNESCO (2001) Dichiarazione Universale dell'UNESCO sulla Diversità Culturale.

Upton-Hansen, C. (2018). *The Financialization of Art: A Sociological Encounter*, Tesi di dottorato, London School of Economics and Political Science.

Velthius, O. (2013) Globalization of Markets for Contemporary Art, *European Societies*, 15:2, 290-308, DOI: <https://doi.org/10.1080/14616696.2013.767929>.

Waters, M., (2001) *Globalization*, Routledge, London.

Yogev, T., Ertug, G. (2015). Global and local flows in the contemporary art market: the growing prevalence of Asia. In: O. Velthius, S. Baia Curioni, *Cosmopolitan canvases: the globalization of markets for contemporary art*, Oxfordd.

## **Riferimenti Sitografici**

Allen, G. (2005) The X Factor: Is the Art Market Rational or Biased?, *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/2005/05/01/arts/design/the-x-factor-is-the-art-market-rational-or-biased.html> (Ultimo accesso: 5 marzo 2020).

American Alliance of Museums (2018) Museum Board Leadership 2017: A National Report, Based on Leading with Intent: 2017 National Index of Nonprofit Board Practices, <https://www.aam-us.org/2018/01/19/museum-board-leadership-2017-a-national-report/> (Ultimo accesso: 15 giugno 2020).

Barillà, A. (2018) Il mercato dell'arte cinese spiegato dal collezionista Uli Sigg, *Arteconomy24*, [https://www.ilsole24ore.com/art/il-mercato-dell-arte-cinese-spiegato-collezionista-uli-sigg-AENOVniF?refresh\\_ce=1](https://www.ilsole24ore.com/art/il-mercato-dell-arte-cinese-spiegato-collezionista-uli-sigg-AENOVniF?refresh_ce=1) (Ultimo accesso: 1 Aprile 2020).

BoardSource (2017) Leading with Intent: 2017 National Index of Nonprofit Board Practices, <https://leadingwithintent.org> (Ultimo accesso: 15 giugno 2020).

Cardinale Ciccotti, E. (2014) Contemporary art fairs as new forms of cultural consumption and urban experience, *Tafter Journal*, <https://www.tafterjournal.it/2014/07/30/contemporary-art-fairs-as-new-forms-of-cultural-consumption-and-urban-experience/> (Ultimo accesso: 15 marzo 2020).

Clinton, W. (1997) Remarks on Presenting the Arts and Humanities Awards, *The American Presidency project*, <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/remarks-presenting-the-arts-and-humanities-awards-2> (Ultimo accesso: 11 giugno 2020).

Codignola, F. (2010) Globalizzazione e mercato dell'arte contemporanea, *Tafter Journal*, <https://www.tafterjournal.it/2010/06/01/globalizzazione-e-mercato-dell'arte-contemporanea/> (Ultimo accesso: 25 maggio 2020).

“Cultura popolare.” *Wikipedia*. [Wikipedia.orh](https://it.wikipedia.org/wiki/Cultura_popolare), 26 Marzo 2020, [https://it.wikipedia.org/wiki/Cultura\\_popolare](https://it.wikipedia.org/wiki/Cultura_popolare) (Ultimo accesso: 13 Aprile 2020).

European Institute for Gender Equality, *Relevance of gender in the policy area*, <https://eige.europa.eu/gender-mainstreaming/policy-areas/culture> (Ultimo accesso: 4 giugno 2020).

Gullace, V. (2019) Si è molto parlato, negli ultimi anni e nell'ultimo periodo, del ruolo della donna nel mondo dell'arte..., *Artuu*, <https://www.artuu.it/2019/03/27/78557/donne/> (Ultimo accesso: 9 marzo 2020)

Halperin, J. (2019) Female Artists Represent Just 2 Percent of the Market. Here's Why—and How That Can Change, *Artnet News*, <https://news.artnet.com/womens-place-in-the-art-world/female-artists-represent-just-2-percent-market-heres-can-change-1654954> (Ultimo accesso: 10 marzo 2020).

Halperin, J., Burns, C. (2019) *Women's Place in the Art World*, Artnet News, <https://news.artnet.com/womens-place-in-the-art-world> (Ultimo accesso: 10 giugno 2020).

Kinsella, E. (2019) An Estimated 85 Percent of Artists Represented in US Museum Collections Are White, a New Study Claims, *Artnet News*, <https://news.artnet.com/market/new-study-shows-us-art-museums-grappling-with-diversity-1467256> (Ultimo accesso: 2 marzo 2020).

Maggi, N. (2019) Report: il mercato dell'arte vale 67.4 miliardi di dollari, *Collezione da Tiffany*, <https://www.collezionedatiffany.com/the-art-market-2019/> (Ultimo accesso: 1 Aprile 2020).

Masturzo, C. (2019) Il futuro delle gallerie d'arte, *Artribune*, <https://www.artribune.com/professionisti-e-professionisti/mercato/2019/02/futuro-gallerie-arte/> (Ultimo accesso: 22 giugno 2020).

McGivern, H. (2017) Uffizi to show more female artists, *The Art Newspaper*, <https://www.theartnewspaper.com/news/uffizi-to-show-more-female-artists/> (Ultimo accesso: 9 marzo 2020).

Neuendorf, H. (2015) Georg Baselitz Makes Disgraceful Sexist Remarks on Women Painters, Again, *Artnet News*, <https://news.artnet.com/art-world/georg-baselitz-women-painters-300663> (Ultimo accesso: 10 giugno 2020).

Nwonka, C. (2019) The arts were supposed to champion diversity. What went wrong?, *The Guardian*, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/feb/15/arts-diversity-arts-council-england-inequality> (Ultimo accesso: 11 giugno 2020).

Obiettivo 5: Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze (2015) Centro Regionale di Informazione per le Nazioni Unite. Web, <https://unric.org/it/obiettivo-5-raggiungere-luguaglianza-di-genere-ed-emancipare-tutte-le-donne-e-le-ragazze/> (Ultimo accesso: 3 marzo 2020).

Primo e Secondo Mercato dell'Arte (2018) *ArtRights Magazine*, <https://www.artrights.me/primo-e-secondo-mercato-arte/> (Ultimo accesso: 30 aprile 2020).

Walton, A. (2019) *Cos'è il BRICS*, Inside Over, <https://it.insideover.com/schede/politica/cose-il-brics.html> (Ultimo accesso: 20 giugno 2020).

Wealth X (2019) Ultra Wealth Population Analysis: The World Ultra Wealth Report 2019, <https://www.wealthx.com/report/world-ultra-wealth-report-2019/#downloadform> (Ultimo accesso: 15 aprile 2020).

Weldon, M. (2017) A Picture of Parity: Women Leaders in The Art World Aim to #BeBoldforChange, *Take the Lead*, <https://www.taketheleadwomen.com/blog/a-picture-of-parity-women-leaders-in-the-art-world-aim-to-beboldforchange> (Ultimo accesso: 9 marzo 2020).