



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea  
magistrale  
in Economia e  
Gestione delle Arti e  
delle attività culturali

Tesi di Laurea

# **Le House Sales e l'importanza dell'allestimento per il coinvolgimento emotivo dei bidders: il caso di Maison Bibelot**

**Relatrice**

Ch.ma Prof.ssa Stefania Funari

**Correlatrice**

Ch.ma Prof.ssa Stefania Portinari

**Laureanda**

Anna Cerri

Matricola 874179

**Anno Accademico**

2019 / 2020

## Indice

|  |    |
|--|----|
| <b>Introduzione</b>  | 5  |
| <b>Capitolo 1. Le aste House Sales, luogo di collezionismo e memoria</b>                 | 8  |
| <b>1.1. Aste House Sales, una breve introduzione</b>                                     | 8  |
| <b>1.2. Le House Sales nelle varie case d'asta</b>                                       | 10 |
| <i>1.2.1. Le case d'asta selezionate e la metodologia di raccolta delle informazioni</i> | 10 |
| <i>1.2.2. Connotazioni ed evoluzioni delle House Sales</i>                               | 12 |
| <b>1.3. Collezionismo e vendite all'asta di collezioni</b>                               | 26 |
| <i>1.3.1. Il rapporto tra collezionista e collezione</i>                                 | 26 |
| <i>1.3.2. Il Celebrity Factor</i>  | 32 |
| <b>Capitolo 2. L'ambiente domestico, spazio pubblico e privato</b>                       | 36 |
| <b>2.1. Indagine sulla valenza dell'idea di casa</b>                                     | 36 |
| <i>2.1.1. Le caratterizzazioni del luogo abitativo</i>                                   | 37 |
| <i>2.1.2. La centralità dell'oggetto nella costruzione della domesticità</i>             | 40 |
| <i>2.1.3. La casa come luogo deputato all'arte</i>                                       | 46 |
| <b>2.2. Esposizione empatica e sensoriale</b>  | 54 |
| <b>2.3. L'allestimento e l'esposizione di una House Sale</b>                             | 61 |
| <b>Capitolo 3. Il caso di studio la Maison Bibelot</b>                                   | 69 |
| <b>3.1. La casa d'aste Maison Bibelot</b>  | 69 |
| <i>3.1.1. Il processo allestitivo delle House Sales della Maison Bibelot</i>             | 73 |
| <b>3.2. Le House Sales</b>   | 78 |
| <i>3.2.1. Analisi delle aste del 2016</i>  | 79 |
| <i>3.2.1.1. ASTA HOUSE SALE 121– VILLA PIATTI</i>  | 84 |

|  |            |
|--|------------|
| 3.2.1.2 ASTA 128 – TRE SESSIONI DI HOUSE SALES   | 86         |
| 3.2.1.3. <i>Confronto tra le House Sales e le altre aste</i>   | 89         |
| 3.2.2. <i>Analisi delle aste del 2017</i>  | 91         |
| 3.2.2.1. ASTA HOUSE SALE 135 – ARTE MODERNA E CONTEMPORANEA e<br>UN ANTICO CASALE  | 97         |
| 3.2.2.2 <i>Confronto tra le House Sales e le altre aste</i>  | 98         |
| 3.2.3. <i>Analisi delle aste del 2018</i>  | 100        |
| 3.2.4. <i>Analisi delle aste del 2019</i>  | 108        |
| 3.2.4.1. ASTA 153 – SESSIONE DI HOUSE SALE – HOUSE-SALE: ARREDI E<br>DIPINTI ANTICHI DA UNA DIMORA FIORENTINA. GIOIELLI DI FAMIGLIA          | 116        |
| 3.2.4.2. ASTA 164 – HOUSE SALE: ARTE E DESIGN DA VILLA “HORTO ANTICO”  | 118        |
| 3.2.4.3. ASTA 169 – HOUSE SALE: ARREDI E DIPINTI DA VILLA IL ROSETO -<br>FIRENZE   | 120        |
| 3.2.4.4. <i>Confronto tra le House Sales e le altre aste</i>   | 121        |
| 3.2.5. <i>Analisi delle aste del 2020</i>  | 124        |
| 3.2.5.1. ASTA 188 – 189 – 190 – 191 – 192 – VILLA DELLE AZALEE   | 134        |
| 3.2.5.2. ASTA 196 – HOUSE SALE: ARREDI E DIPINTI DI PALAZZO AL BOSCO<br>E DA ALTRE PRIVATE PROVENIENZE                                       | 136        |
| 3.2.5.3. ASTA 198 – ARREDI TIROLESÌ DI VILLA REGINA A DOBBIACO   | 138        |
| 3.2.5.4. ASTA 199 – LA COLLEZIONE DI PITTURA DELL’800 DI ROMOLO MONTI.<br>ARREDI, GIOIELLI E CURIOSITÀ DA VILLA IL NIRVANA A CASTIGLIONCELLO | 139        |
| 3.2.5.5. <i>Confronto tra le House Sales e le altre aste</i>   | 140        |
| 3.2.6. <i>Comparazione delle House Sales</i>   | 143        |
| 3.2.7. <i>Comparazione degli anni</i>  | 147        |
| <b>3.3. Esito dell’analisi</b>   | <b>149</b> |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Conclusioni</b>  | 151 |
| <b>Ringraziamenti</b>   | 154 |
| <b>Bibliografia</b>   | 155 |
| <b>Sitografia</b>   | 161 |
| <b>Appendice 1: Intervista alla Dottoressa Elisabetta Mignoni, direttrice generale della casa d'aste Maison Bibelot</b> | 162 |
| <b>Appendice 2: Intervista a Jacopo Donati Sarti, curatore degli allestimenti della casa d'aste Maison Bibelot</b>      | 164 |
| <b>Appendice 3: Intervista alla casa d'aste Christie's</b>  | 175 |
| <b>Appendice 4: Intervista alla casa d'aste Il Ponte</b>  | 181 |
| <b>Appendice 5: Intervista alla casa d'aste Wannenes</b>  | 185 |
| <b>Appendice 6: Intervista alla casa d'aste Farsettiarte</b>  | 192 |
| <b>Appendice 7: Intervista alla casa d'aste Pandolfini</b>  | 196 |
| <b>Appendice 8: Intervista alla casa d'aste Cambi</b>   | 201 |
| <b>Appendice 9: Intervista alla casa d'aste Arcadia</b>   | 205 |

## Introduzione

Una tipologia molto particolare di asta è la House Sale, che tradizionalmente era la vendita di una collezione ampia e variegata contenuta all'interno della dimora di un privato, o di una famiglia, e che comprendeva tutte le decorazioni e i beni contenuti all'interno della casa. Oggi, all'interno dello stesso dipartimento, sono comprese anche le vendite di collezioni appartenenti a singoli proprietari che non implicano la messa in asta di abitazioni complete. Le House Sales possono contenere tesori a lungo dimenticati, oggetti noti e di grande importanza come, ad esempio, inestimabili opere d'arte, oppure oggetti di uso comune e quotidiano. Tutto ciò che quella proprietà specifica contiene, viene messo in vendita in un'asta unica, che si caratterizza per l'eterogeneità dei lotti offerti all'asta, come quadri, arredi, libri, guardaroba vintage.

La particolarità di tali aste, oltre all'attrattiva esercitata dal contenuto differenziato che propongono, è che l'esposizione e la vendita dei lotti vengono organizzate, quando possibile, direttamente nell'abitazione, suscitando un grande fascino sull'acquirente. Le condizioni affinché sia possibile un'apertura della dimora risiedono nel benessere della famiglia e in ragioni pratiche, quali la sicurezza e l'accessibilità del luogo.

In questo elaborato vengono analizzate le principali caratteristiche di queste aste attraverso esempi di importanti House Sales avvenute nel passato. Inoltre, grazie ad aste più recenti viene analizzata l'evoluzione che questa tipologia di asta ha compiuto nel tempo e come si è adeguata alle nuove esigenze del mercato. Le House Sales, pur essendo aste diffuse e che da un punto di vista mediatico richiamano l'attenzione, sono poco trattate. Per questo, lo studio è stato arricchito dalle esperienze raccolte direttamente presso alcune case d'asta e da interviste effettuate con i vari responsabili degli uffici e dei dipartimenti. Per selezionare le case d'asta da considerare nello stesso studio si sono utilizzati due criteri di selezione, ovvero la notorietà delle stesse e la loro specializzazione nelle House Sales.

In particolare, come caso di studio, si è scelta la casa d'aste Maison Bibelot, che ha dimostrato grande disponibilità a collaborare alla ricerca su questo specifico argomento. Un importante contributo è stato dato, nello specifico, dalla Dottoressa Elisabetta

Mignoni, fondatrice della Maison Bibelot, e da Jacopo Donati Sarti, curatore degli allestimenti della stessa.

L'obiettivo che la presente analisi si è prefissata è quello di studiare approfonditamente le House Sales, sia come specifica tipologia di asta che come eventi caratterizzati dalle particolarità delle loro esposizioni, le quali avvengono in uno spazio intimo e denso di storia come soltanto una casa può esserlo. Per verificare il coinvolgimento che queste esercitano sul pubblico sono state raccolte, e in seguito elaborate, informazioni inerenti alle aste organizzate dalla casa d'aste Maison Bibelot durante un arco temporale di cinque anni.

La tesi si struttura in tre capitoli. Il primo capitolo si concentra inizialmente sui criteri generali che concorrono a stabilire quando un'asta può essere definita House Sales. Si presentano, poi, i criteri di selezione e le case d'asta considerate nella ricerca. Grazie alle testimonianze raccolte si è indagato il particolare rapporto che si instaura tra il proprietario e gli oggetti da lui posseduti, un rapporto che, durante le esposizioni che precedono l'asta, viene enfatizzato per suggestionare e affascinare il visitatore. Si è approfondita, successivamente, la figura del collezionista, con una particolare attenzione verso le collezioni di antiquariato. Dato che alle vendite di intere collezioni vengono spesso associati nomi celebri, si è approfondito l'aspetto del celebrity factor e di come esso influenzi il bidder, aumentando la sua disponibilità a pagare un sovrapprezzo pur di ottenere gli oggetti appartenuti a personaggi noti.

Nel secondo capitolo si analizza il luogo in cui avviene l'esposizione e le tecniche utilizzate per aumentare il coinvolgimento emotivo del pubblico. Il capitolo è suddiviso in una prima parte in cui si esplora l'ambiente della casa e il suo ruolo nella vita quotidiana di chi la abita, approfondendo il legame che si instaura tra i proprietari e gli oggetti comuni posseduti da questi e contenuti all'interno dell'abitazione. La funzione di luogo destinato al privato viene meno quando si instaura un rapporto tra casa, arte ed esposizioni; nello studio si analizza tale rapporto, che si sviluppa da una rappresentazione pittorica e si consolida nelle esposizioni concepite all'interno di spazi domestici. La seconda parte del secondo capitolo analizza la nozione di visual merchandising e marketing sensoriale come concetti fondamentali del coinvolgimento del visitatore. L'ultima parte del capitolo espone come si sviluppa il legame tra cliente e

proprietario precedente, tra il visitatore e la scenografia domestica ricreata per presentare al meglio una casa aperta al pubblico, utilizzando anche il contributo che in materia hanno dato case storiche e case museo.

Il terzo capitolo è dedicato all'analisi delle informazioni raccolte in merito alle aste della Maison Bibelot. Viene inizialmente presentata la casa d'aste, con un approfondimento sugli allestimenti organizzati da questa in occasione di House Sales. Per studiare gli effettivi risultati che una House Sale raggiunge, e confrontarli con i risultati delle altre aste, vengono considerate le aste che la casa d'aste Maison Bibelot ha tenuto in un periodo di cinque anni, dal 2016 al 2020, per un totale di settantaquattro aste, di cui dieci sono House Sales. Si sono raccolte informazioni su ogni asta, analizzando nello specifico i risultati delle vendite, il tasso di vendita e il prezzo medio di aggiudicazione. Per ogni anno analizzato si sono messe in relazione le House Sales con le altre aste organizzate dalla Maison Bibelot e con le medie annuali di riferimento. Si è proceduto, poi, a confrontare le dieci House Sales per individuare eventuali tendenze comuni a questo tipo di asta e, in conclusione, si sono comparati i risultati d'asta dei cinque anni così da evidenziare l'andamento nel tempo delle attività che la casa d'aste Maison Bibelot, e dei risultati d'asta delle House Sales da questa organizzate.

# Capitolo 1. Le aste House Sales, luogo di collezionismo e memoria

## 1.1. Aste House Sales, una breve introduzione

Secondo quanto afferma Melegati nell'intervista a lui sottoposta ai fini della presente tesi<sup>1</sup>, *“le House Sales hanno una tradizione che risale all'inizio delle case d'asta, già nel periodo olandese all'inizio del Seicento e, soprattutto, a quello inglese della metà del Diciottesimo secolo. In realtà, quindi, l'House Sale è come se fosse la madre di tutte le vendite all'asta. Era tipico del Settecento prendere una casa, che generalmente a quei tempi era una residenza nobiliare, e vendere tutto quello che c'era dentro. Si vendeva dal Tiziano fino agli utensili da cucina. Questo è il senso intrinseco e storico delle House Sales.”*

Nella stessa intervista spiega che il *“momento di gloria di queste vendite è stato dopo le guerre napoleoniche e dopo la Rivoluzione, con la vendita di intere collezioni di emigrati, di membri delle case regnanti, oppure di inglesi che non riuscivano a sostenere le spese di mantenimento delle grandi dimore, e quindi dovevano vendere tutti i contenuti della casa.”*

Melegati afferma che *“poco prima del periodo Vittoriano, nasce la versione moderna dell'House Sale: mentre inizialmente è la vendita, come dice la parola, del contenuto di un'intera residenza, con il tempo il termine “house sale” comincia a significare la vendita di un'intera collezione. Tale collezione, però, può essere anche monotematica. Quindi, mentre nell'House Sale si vende tutto, come abbiamo detto dai dipinti, agli arredi, alle porcellane, una vendita di una grande collezione, ad esempio di porcellane, diventa considerabile come House Sale.”*

Melegati riassume, dunque, il concetto dicendo che una House Sale è la vendita all'asta di un'unica proprietà e che spesso è coincidente con tutto il contenuto di una residenza. La discriminante affinché la vendita sia considerata House Sale è che la committenza sia mono proprietaria.

---

<sup>1</sup> Luca Melegati è il direttore dell'Ufficio Wannenes di Milano e responsabile del Dipartimento Ceramiche e Vetri della casa d'aste Wannenes dal 2008. Il testo completo dell'intervista citata nel testo è riportato in Appendice 5.



All'interno dell'intervista esplica anche che le vendite possono avere delle "code": se la casa d'aste ha, tra gli oggetti appartenenti ad altri committenti, *"se si hanno dei lotti che possono interessare lo stesso segmento di utenti attirati dalla vendita principale, ovvero quella degli oggetti contenuti nell'abitazione, è molto probabile che le case d'asta aggiungano in coda tali lotti"*. Deve essere, però, dichiarato e ben sottolineato che tali lotti non appartengono alla collezione principale, cioè alla proprietà unica. Questo perché la provenienza è una caratteristica dell'oggetto che influisce notevolmente sull'interesse del collezionista e, di conseguenza, una provenienza ricercata e unica può avvantaggiare la vendita. Nelle aste la proprietà è generalmente anonima, mentre nelle House Sales e nelle aste che disperdono collezioni importanti, ove la famiglia sia d'accordo, è dichiarata e talvolta resa fulcro del battage mediatico. Per tale motivo queste aste specifiche rappresentano l'apoteosi della provenienza e richiamano l'attenzione di numerosi appassionati ed esperti. Proprio per l'importanza rivestita dalla provenienza e il fatto che questa è esplicita e certa nelle House Sales, nel caso in cui un lotto abbia una diversa origine è d'obbligo per la casa d'asta comunicare tale differenziazione al cliente, oltre ad essere indice di professionalità e serietà per qualunque mercante di beni di antiquariato ed artistici, soprattutto per quanto attiene alla chiarezza e alla correttezza di informazione.

Melegati conclude la riflessione dicendo che le vendite con proprietà uniche permettono di creare una profonda relazione umana, basata su fiducia e conoscenza con il proprietario: durante il periodo che precede l'asta vera e propria si devono catalogare, valutare e studiare gli oggetti. Affinché questo sia fatto si passa molto tempo in casa e in compagnia di queste persone, se ne conoscono i membri della famiglia, spesso per ragioni di praticità avviene di consumare i pasti insieme e discorrere, sentire le loro storie, e si instaura così una grandissima componente personale e relazionale che concorre alla volontà che la vendita abbia esito positivo.

Nella letteratura classica non è presente una classificazione o una definizione delle aste House Sales, pur essendo una tipologia di vendita che ha radici storiche, come abbiamo visto. Vendite di intere proprietà dei defunti o di chi avesse necessità di denaro sono rintracciabili sin fino alle origini delle case d'asta, sebbene non con una denominazione specifica. Nel XVI secolo, ad esempio, il re di Francia conferì ad un gruppo di persone il

titolo di *huissiers priseurs* e il diritto esclusivo di vendere le proprietà dei defunti; le aste si svolgevano nella proprietà del defunto, subito dopo la sua morte (Argoneto, 2009). Da notare è il fatto che venissero venduti i beni del defunto nel loro complesso e all'interno della sua casa, esattamente come per chi decide di mettere in vendita i propri beni attraverso un'asta House Sales.

Possiamo, inoltre, trovare testimonianza del fatto che inizialmente l'attività di James Christie era quasi interamente dedicata alla vendita di proprietà e di case londinesi, e la vendita di quadri e altri beni mobili costituiva solo una piccola percentuale delle transazioni. James Christie stesso organizzò delle vendite molto simili ad House Sales. Roberts (1897), infatti, racconta che la prima "vendita generale" organizzata da James Christie's di cui abbiamo traccia comprendeva il mobilio, i gioielli, i piatti, le armi, la porcellana cinese, il vino e altri oggetti, "*late the property of a Noble Personage (deceas'd)*" (Roberts, 1897, p. 21). Fu un'asta della durata di cinque giorni e ogni giorno le vendite cominciavano a mezzogiorno (Roberts, 1897).

Nonostante ciò, non sono riscontrabili studi scientifici che approfondiscano questa specifica tematica. Per supplire alla carenza di riferimenti, dunque, si sono raccolte le esperienze delle maggiori case d'asta internazionali ed italiane attraverso articoli e interviste realizzate nel corso degli anni. A tale materiale si aggiungono, inoltre, interviste sottoposte ad alcune case d'asta per i fini della presente tesi, i cui testi integrali sono consultabili in Appendice.

## **1.2. Le House Sales nelle varie case d'asta**

### *1.1.1. Le case d'asta selezionate e la metodologia di raccolta delle informazioni*

La scelta delle case d'asta utilizzate nella presente ricerca è stata fatta sia in base alla notorietà delle case, e quindi all'attendibilità delle informazioni riscontrate, sia in base alla disponibilità a rispondere alle domande ideate per questa specifica tesi. Una trattazione a parte verrà poi fatta per la Maison Bibelot, casa d'aste fiorentina oggetto del caso di studio.

Per quanto riguarda le case d'asta intervistate si sono utilizzati due criteri di selezione, ovvero la notorietà e la loro specializzazione nelle House Sales.

Si sono individuate le maggiori case d'asta internazionali grazie al report di Deloitte 2020, "Il Mercato dell'Arte e dei Beni da Collezione", secondo il quale le case d'asta più importanti a livello internazionale sono Christie's, Sotheby's e Phillips. Tutte e tre vedono i propri natali a Londra, la piazza artistica europea per eccellenza. Anche se la città di New York nel corso degli anni è riuscita a rubare a Londra il primato nel mercato, rimane indiscussa l'influenza che la realtà inglese riesce ad esercitare a livello globale grazie alla sua variegata offerta di musei e di istituzioni di prestigio.

Secondo un articolo del quotidiano online ArtsLife, "Pandolfini guida le aste nel 2019. Il mercato dell'arte in Italia vale oltre 260 milioni. Ecco la Top Ten"<sup>2</sup>, le maggiori case d'asta italiane, guardando al fatturato del 2019, sono la fiorentina Pandolfini, la milanese Il Ponte e la genovese Cambi. Altre case italiane che sono sicuramente da citare e tenere presenti, se non altro per l'importanza che ricoprono da un punto di vista storico, sono la Finarte di Milano, la Farsetti di Prato e la Sant'Agostino di Torino (Poli, 1999).

Per quanto riguarda il criterio di selezione secondo l'esperienza e l'interesse maturati nei confronti delle vendite House Sale, si sono individuate altre case d'asta, ovvero Bonhams, Wannenes, Arcadia e, ovviamente, la Maison Bibelot.

Tra le case nominate si sono dimostrate disponibili all'intervista Christie's, Pandolfini, Il Ponte, Cambi, Farsetti, Wannenes e Arcadia. Le interviste si sono svolte da remoto, soprattutto viste le limitazioni agli spostamenti imposte a causa del COVID-19. Dopo un primo colloquio telefonico con la casa d'aste Il Ponte si è proceduto alla stesura di domande rilevanti per la presente indagine e si sono sottoposte alle varie case d'asta. Il Ponte ha risposto per iscritto a tali domande, così come Cambi e Arcadia. Con Pandolfini, Farsetti e Wannenes le interviste si sono svolte per telefono e si è proceduto alla registrazione di tali colloqui, previo consenso degli interessati, e alla trascrizione di questi. L'intervista all'ufficio di Londra di Christie's, invece, è stata introdotta con un video colloquio, a seguito del quale il suddetto ufficio ha provveduto a rispondere all'intervista scritta.

Verranno utilizzate, comunque, informazioni reperite dai vari siti internet di tutte le case d'asta sopramenzionate e da articoli che le hanno come protagoniste, includendo anche

---

<sup>2</sup> <https://artslife.com/2019/12/31/top-ten-italia-aste-2019/>

un catalogo di una società di art consulting, la Porro & C., la quale ha realizzato una vendita di nostro interesse.

Casa d'aste su cui si sviluppa l'analisi della presente tesi è la Maison Bibelot. Si è preceduto, dunque, a intervistare la Dottoressa Elisabetta Mignoni, direttrice generale della casa d'asta Maison Bibelot, attraverso vari colloqui e per iscritto; l'intervista a Jacopo Donati Sarti, curatore degli allestimenti della Maison Bibelot, è il risultato di un colloquio.

### *1.2.2. Connotazioni ed evoluzioni delle House Sales*

Le maggiori case d'asta hanno un dipartimento specializzato nelle House Sales. Possiamo trovare tali dipartimenti sotto vari nomi e categorie: per la Maison Bibelot, il nostro caso di studio, il dipartimento di riferimento è Uniche proprietà/House Sale<sup>3</sup>, per Pandolfini House Sales e Collezioni Private<sup>4</sup>, Sotheby's lo identifica come House Sales & Private Collections<sup>5</sup>, per Christie's è identificato con le Private & Iconic Collections<sup>6</sup>. Attraverso una lettura complessiva di questi dipartimenti è possibile descrivere tale tipologia come vendite all'asta di patrimoni privati, dell'intero arredo di dimore e collezioni. Ove possibile l'esposizione è organizzata nei luoghi a cui la collezione appartiene ed è legata, il che contribuisce alla creazione di un'esperienza dal grande coinvolgimento empatico<sup>7</sup>.

La casa d'aste Maison Bibelot asserisce che grazie a questa particolare tipologia di vendita all'asta il collezionista ha l'opportunità di valorizzare gli arredi, i dipinti e le collezioni della propria dimora attraverso l'esposizione in loco, poiché fatti risaltare dal fascino del loro ambiente originale. Il pubblico che apprezza la possibilità di ammirare queste antiche dimore, attratto dal fascino del passato, si è dimostrato ampio; collezionisti, mercanti, interior designer, antiquari, ma anche semplici appassionati<sup>8</sup>.

---

<sup>3</sup> <https://www.maisonbibelot.com/it/dipartimenti/uniche-proprietà-e-trattative-private.asp>

<sup>4</sup> <https://www.pandolfini.it/it/la-casa-daste/house-sales-e-collezioni-private.asp>

<sup>5</sup> <https://www.sothebys.com/en/departments/house-sales-private-collections>

<sup>6</sup> <https://www.christies.com/departments/Private-Iconic-Collections-88-1.aspx?pagesection=upcoming-auctions#overview>

<sup>7</sup> <https://www.maisonbibelot.com/it/dipartimenti/uniche-proprietà-e-trattative-private.asp>

<sup>8</sup> <https://www.maisonbibelot.com/it/news-ed-eventi/maison-bibelot-specilizzati-in-house-sale.asp>

Bonhams ha dedicato un approfondimento informativo sulle House Sales<sup>9</sup> nel quale espone come, che si tratti di case di campagna, grandi tenute o collezioni private, le aste con un unico proprietario di alto profilo stanno crescendo in popolarità. In tale sede si sottolinea come i collezionisti amino la storia che si cela dietro l'oggetto o il dipinto che stanno acquistando e le aste dedicate alle collezioni di un unico proprietario forniscono quel legame essenziale con il passato dell'oggetto.

Melegati (1995) analizzando l'esito della vendita della collezione dei Margravi e Granduchi del Baden organizzata da Sotheby's nel 1995, definisce l'"effetto house sales" come quell'evento *"per il quale si scatena una feticistica lotta per aggiudicarsi cose appartenute a personaggi famosi"*. Partecipando a tale asta, organizzata in un castello appartenente ad un'antica famiglia nobiliare tedesca, si aveva la certezza di trovarsi di fronte ad un evento unico. È stata un'asta dalla durata di quindici giorni che ha presentato 25000 oggetti divisi in 6000 lotti con una stima di vendita di 33 miliardi di lire. La somma totale realizzata dalle aggiudicazioni è stata di circa 85 miliardi e con la vendita di parte degli arredi di famiglia la casa granducale del Baden contava di rimettere in sesto le fortune del casato. All'esposizione hanno partecipato più di ventitremila persone, tra cui diversi importanti musei internazionali, grandi mercanti e moltissimi privati.

Per celebrare i 275 anni di Sotheby's, House (2019) ha scritto un articolo in cui descrive come gli anni Trenta del Novecento siano stati l'epoca d'oro per le House Sales<sup>10</sup>. In quegli anni la società britannica stava attraversando un cambiamento fondamentale sulla scia della Prima Guerra Mondiale: molte delle vaste proprietà divennero finanziariamente insostenibili per le famiglie che vi avevano vissuto per secoli e che avevano accumulato vaste collezioni. Sotheby's organizzò una ventina di aste in loco presso varie case di campagna durante quegli anni, arrivando ad allestirne anche sette in un solo anno. Si creò una squadra dedicata a queste aste, chiamata "The Flying Squad", ovvero la Squadra Mobile, per la loro capacità di organizzare velocemente le vendite in queste grandi tenute. Gli esperti appartenenti a questo gruppo riuscivano a

---

<sup>9</sup> [https://images1.bonhams.com/original?src=publications/live/Bonhams\\_HouseBrochure\\_online.pdf](https://images1.bonhams.com/original?src=publications/live/Bonhams_HouseBrochure_online.pdf)

<sup>10</sup> House, C. (2019), "Sotheby's and the Golden Age of the House Sale", 29 marzo 2019, disponibile a <https://www.sothebys.com/en/articles/sothebys-and-the-golden-age-of-the-house-sale>

trovare gli oggetti di valore nelle camere da letto della servitù, nelle stanze degli ospiti e nelle soffitte, portando così alla luce dei veri e propri tesori grazie al loro lavoro.

Lo stesso House, nel suo articolo “Celebrated Collections at Sotheby’s”, espone come la storia di Sotheby’s sia strettamente legata a quella dei grandi collezionisti<sup>11</sup>. La vendita a Mentmore Towers nel Buckinghamshire, in Inghilterra, nell'estate del 1977, “*una stravaganza di nove giorni organizzata in un tendone sul prato della tenuta*”, ha stabilito un nuovo punto di riferimento per le House Sales. Il New York Times, in un articolo del 1977<sup>12</sup>, parla di come l’asta si sia conclusa raccogliendo un totale di 6.032.543 sterline (10,3 milioni di dollari) dell’epoca, molto più di quanto chiunque si aspettasse. L’articolo riporta che l’asta si è svolta in un’atmosfera “eccitata e festosa”, ogni giorno si sono presentate circa mille persone per fare un’offerta o semplicemente perché curiosi di guardare e che l’ammissione avveniva tramite l’acquisto di un catalogo con una serie completa di illustrazioni. I partecipanti, con una forte percentuale di stranieri, gravitavano intorno al parco e alla tenda del catering, come a ricreare l’atmosfera di una festa in giardino, dove hanno potuto bere e guardare l’andamento delle offerte su una televisione a circuito chiuso. Nello stesso articolo si specifica come un esperto di Sotheby’s abbia attribuito gli alti prezzi ottenuti alla pubblicità distribuita a livello mondiale e incentrata sui tesori che le dimore inglesi contenevano. L’ampio interesse diffuso e la provenienza rinomata associata a un pezzo appartenente a Mentmore hanno suscitato competizione nelle offerte, al punto che i commercianti erano pronti a sostenere i rilanci dei collezionisti privati con rialzi parimenti alti. Erano presenti anche molti acquirenti che volevano semplicemente un ricordo, attratti dal fascino regale degli stemmi di famiglia e dei monogrammi d’argento. House riporta che Mentmore ha inaugurato una nuova era in cui le collezioni, dopo aver passato secoli nascoste nelle grandi case di campagna britanniche, si concedono alla vista degli appassionati e che queste aste continuano ad attirare un gran numero di spettatori e offerte entusiaste, sia nelle sale di Sotheby’s che nelle aste in loco<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> House, C., *Celebrated Collections at Sotheby’s*, disponibile a <https://www.sothebys.com/en/articles/celebrated-collections-at-sothebys>

<sup>12</sup> *Mentmore. Furnishings Auction Brings Surprising \$10.3 Million*, in “The New York Times”, 28 maggio 1977

<sup>13</sup> House, C., *Celebrated Collections at Sotheby’s*, disponibile a <https://www.sothebys.com/en/articles/celebrated-collections-at-sothebys>

Jonathan Rendell, Vicepresidente e Senior Advisor di Christie's America, nell'arco della sua carriera ha ricoperto vari ruoli all'interno di Christie's. In un'intervista realizzata da Christie's ha dichiarato che secondo il suo punto di vista la maggior parte delle collezioni private sono come degli autoritratti di chi le possiede ed è un enorme privilegio vederle nelle case dei loro proprietari<sup>14</sup>. Il fatto che ci sia una personalità che attraversa l'intera asta è ciò che fa la differenza tra una normale asta e una vendita mono proprietaria. Poter vedere la casa in prima persona, prima che venga allestita, permette di essere più vicino al caos personale che racconta esattamente il momento in cui il tempo si è fermato e gli oggetti si sono cristallizzati in posa, l'ultima che il proprietario gli ha dato. Dichiarando *"I'll be looking at the ensemble and the questions I am asking are: what's the conversation that's going on here? What is the intelligence behind it?"* spiega come la ricerca del fil rouge che si dispiega all'interno dell'intera collezione si faccia atto necessario per cogliere la personalità del proprietario.

Nella stessa sede ha parlato di come tale lavoro in alcuni casi possa rivelarsi cupo e mesto, dato il fatto che collezioni raccolte durante l'arco di intere vite, o di generazioni, vengano scorporate e destinate verso altri proprietari, *"Because the moment when you start to take things out, that is when the spell begins to dissipate. It is my job to keep that spell alive throughout the process whereby the objects make their journey to another collector, and a new home."*

Auster (2010), nel suo romanzo scrive come alla morte del padre sia stato costretto ad occuparsi dei suoi oggetti personali e di come questo gli sia sembrato un atto di violazione.

*"Ho imparato che niente è più terribile che trovarsi faccia a faccia con gli oggetti di un morto. Di per sé le cose sono amorfe: assumono significato solo in funzione della vita che ne fa uso. Quando essa giunge al termine, le cose cambiano anche restando uguali. Ci sono e non ci sono, come spettri tangibili, condannati a sopravvivere in un mondo dove non hanno più posto. [...] Ogni volta che aprivo un cassetto o infilavo la testa in un armadio mi sentivo un intruso, uno scassinatore al*

---

<sup>14</sup> Jonathan Rendell: *how I look at a house*, <https://www.christies.com/Features/What-I-look-for-in-a-house-Christies-top-appraiser-shares-his-secrets-10551-3.aspx>

*saccheggio del sacrario di un'anima. Mi aspettavo che da un momento all'altro mio padre entrasse e guardandomi incredulo mi chiedesse che porco accidente stavo combinando. Sembrava ingiusto che non potesse protestare. Non avevo il diritto di violare la sua intimità" (Auster, 2010, p. 20).*

Secondo quanto emerso dalle interviste fatte, le case d'asta gestiscono internamente le House Sales in vario modo. Possono, ad esempio, avere un dipartimento specializzato in House Sales o un responsabile di riferimento, generalmente l'Amministratore Delegato, che coordina tutti i dipartimenti e i consulenti esterni a disposizione della casa d'aste; oppure, vari dipartimenti collaborano per realizzare il progetto finale: le singole catalogazioni e valutazioni vengono effettuate dagli esperti di competenza, che possono anche essere esterni alle case d'asta, soprattutto per categorie di beni minori (ad esempio l'Arte Africana). Il dipartimento che solitamente ha un ruolo centrale e di coordinamento nelle House Sales è quello degli Arredi, data l'eterogeneità dei beni che lo caratterizza e l'ingente presenza di mobili e oggetti nelle proprietà considerate.

Data la varietà di lotti presenti in tali aste, ci sono vari criteri per suddividerli nelle varie sessioni di presentazione ai clienti.

*"L'ordine della vendita segue logiche di mercato specifiche, che si differenziano a seconda del pubblico di riferimento. Comune denominatore nelle House Sales è la distribuzione dei beni in catalogo a seconda della tipologia, dello stile (es. arredi, dipinti, oggetti d'arte) e della valutazione. I top lot sono inseriti solitamente nelle tornate principali (pomeridiane) e si concentrano verso la metà o fine della vendita (a seconda della corposità del conferimento)"<sup>15</sup>.*

Nel corso degli anni si sono susseguite molte House Sales che hanno contribuito a creare un'aura di fascino attorno a queste vendite.

Abbiamo citato due tra le House Sales più importanti: Mentmore Towers nel Buckinghamshire e la vendita del Neues Schloss di Baden Baden, dei Margravi e Granduchi del Baden, entrambe organizzate da Sotheby's. Un'altra vendita, sempre gestita da Sotheby's, che ebbe un rilievo storico notevole si è tenuta a Regensburg

---

<sup>15</sup> Intervista realizzata alla casa d'aste Il Ponte, in Appendice 4.



nell'ottobre del 1993 e vide la messa in asta delle proprietà della nobile famiglia dei Thurn und Taxis. L'esposizione ebbe luogo dal 3 al 10 ottobre al Castello St. Emmeram, residenza della famiglia. L'esposizione continuò nei giorni della vendita, anch'essa tenutasi al Castello, e fu possibile vedere ogni lotto fino al termine del giorno antecedente la vendita del lotto stesso. Dal 12 al 21 ottobre vennero messi in asta circa 7500 lotti, per un totale di nove giorni complessivi di vendita (domenica 17 non si tennero vendite) e un catalogo suddiviso in sei volumi. Il primo volume del catalogo era dedicato al mobilio e alle decorazioni, messi in asta nell'arco di quattro giorni nelle sessioni mattutine; nelle sessioni pomeridiane degli stessi giorni avvennero le vendite degli oggetti d'arte, degli argenti e miniature e dei gioielli, raccolti nel secondo volume del catalogo; le mattine di sabato 18 e lunedì 20 ottobre hanno visto lo svolgersi delle vendite dedicate alle ceramiche e ai vetri, descritti nel terzo volume; il quarto volume era dedicato ai dipinti, le cui vendite si sono tenute in una singola sessione mattutina; con il quinto volume ritroviamo il mobilio e le decorazioni con l'arricchimento di oggetti da collezione e del costume, per un totale di quattro sessioni di vendita; l'ultimo volume è dedicato ai vini, le cui sessioni sono state sei, pomeridiane e serali<sup>16</sup>.

Un esempio italiano di una vendita organizzata all'interno di un castello è l'asta organizzata da Farsetti al castello di Monteacuto, vicino a Firenze, nel 2003. I proprietari hanno messo in vendita gli arredi del castello e Farsetti ha realizzato sia l'esposizione che l'asta in loco. All'interno del castello sono stati trovati oggetti appartenuti alle diverse epoche dell'abitazione, *“perché le famiglie nobili negli anni hanno raccolto arredi diversi, sostituendoli o riadattandoli nel corso dei secoli. Sono state ricostruite le fonti, la storia dell'abitazione, la storia delle famiglie che hanno posseduto il castello, i vari interventi fatti dal Medioevo fino all'Ottocento e infine le provenienze e la storia dei lotti offerti. In quel caso siamo stati fortunati perché abbiamo trovato all'interno del castello stesso l'intero archivio riguardante la dimora, dalla fine del Quattrocento all'inizio dell'Ottocento”*<sup>17</sup>.

Eventi di simile portata influenzano positivamente anche i luoghi e le città in cui le aste hanno luogo, basti pensare alle strutture ricettive. Questo succede perché le House

---

<sup>16</sup> Sotheby's (1993), catalogo *Die Fürstliche Sammlung Thurn und Taxis*, ottobre 1993, Regensburg

<sup>17</sup> Intervista realizzata alla casa d'aste Farsetti, in Appendice 6.

Sales sono occasioni che spesso hanno risonanza internazionale, soprattutto quando riguardano personaggi di nota fama.

Un esempio di ciò è l'asta affidata a Il Ponte nel 1999 dell'eredità di Renzo Mongiardino che, anche grazie alle suggestive ambientazioni istituite in sede dagli architetti Roberto Peregalli e Laura Rimini, ebbe eco a livello internazionale. Il The New York Times la cita in un articolo di Moonan (1999), insieme ad altre quattro vendite di collezioni e di arredi del XVIII e IX secolo, come esempio di vendite di oggetti di antiquariato. Owens (1999) gli dedica, poi, un articolo in cui si enfatizza la riservatezza del personaggio che ammetteva solo pochi amici e familiari all'interno della sua abitazione. L'asta organizzata da Il Ponte Casa d'Aste si trasforma, così, in un'occasione per vedere dal vivo i lavori e lo stile di vita dell'interior designer milanese, il quale ha lavorato per Gianni Agnelli, Randolph Hearst, il Principe Radziwiłł, la famiglia di Ermenegildo Zegna e per il barone Hans Heinrich Thyssen-Bornemisza de Kászon e le sue cinque mogli. La casa d'aste ha trasformato cinque stanze di Palazzo Crivelli, storico palazzo di Milano, in una celebrazione dell'appartamento di Renzo Mongiardino, dalla carta da parati genovese blu gas nella sua camera da letto fino alle enormi librerie nel suo studio. Ha allestito, inoltre, un sesto ambiente come una ricostruzione di una sala neoclassica da lui progettata per un cliente. Sono andati in asta un totale di 697 lotti, tra cui poltrone in mogano intagliato in stile gotico, un lampadario di Murano nei toni del rosa e del turchese, e busti in terracotta e legno.

In Italia è avvenuta, nel 2005, l'asta "Raccolte d'arte dell'abitazione milanese di Gianni Versace" curata dalla società Porro & C. L'asta dedicata a Gianni Versace presentava dipinti antichi, dipinti del XIX secolo, arredi, micromosaici, sculture e oggetti d'arte. L'esposizione e l'asta dei 221 lotti hanno avuto sede a Palazzo dei Giureconsulti a Milano<sup>18</sup>.

Più recentemente Christie's ha realizzato un'asta dedicata a Elizabeth Taylor che rappresentava l'attrice sia nella sua quotidianità che nel suo ruolo pubblico attraverso la messa in vendita degli arredi, degli oggetti d'arte, dei vestiti, e, soprattutto, dei gioielli.

---

<sup>18</sup> Porro & C., (2005), catalogo *Raccolte d'arte dell'abitazione milanese di Gianni Versace*, 7 aprile 2005, Milano

Dal 13 dicembre al 16 dicembre 2011 si sono dispiegate a New York le cinque sessioni d'asta, presentando un totale di 802 lotti e realizzando un fatturato di 42.879.874,00 dollari<sup>19</sup>.

Con il tempo le aste House Sales sono mutate, ma hanno mantenuto il loro stretto legame con la provenienza e con la proprietà. I dipartimenti di Sotheby's e Christie's, infatti, che sono specializzati in House Sales sono inerenti anche alle collezioni private e iconiche. La vendita di collezioni private è sicuramente una delle prime forme di vendita intraprese dalle case d'asta anglosassoni: nel marzo del 1768 James Christie concluse la vendita di una collezione di dipinti a cui era stato associato il nome del collezionista, il signor Delbourg (Roberts, 1897) e nel 1823 Sotheby's dedicò un'asta alla collezione di libri di Napoleone<sup>20</sup>.

Volendo dei grandi esempi in tempi più recenti, è sicuramente da nominare l'asta "Casa di Fantasia" nata dalla collaborazione tra Cambi e Phillips, la quale si è svolta a Londra nel 2019. Tale vendita è stata concepita per la dispersione della prestigiosa collezione di Casa Lucano, casa milanese disegnata da Gio Ponti nel 1951 in sinergia con artisti e artigiani del calibro di Edina Altara, Pietro Fornasetti, Fausto Melotti e Giordano Chiesa (Braga, 2019). L'asta comprendeva trenta lotti tutti fondamentali per l'opera dell'artista. L'asta ha raggiunto il 100% delle aggiudicazioni e l'877% delle aggiudicazioni per il valore stimato, totalizzando aggiudicazioni pari a 2.280.000 euro.

La particolarità di queste aste risiede nello stretto legame che soggiace tra i proprietari e i loro oggetti, e tra gli oggetti e i loro luoghi d'origine. Tale rapporto e legame si rende particolarmente visibile ed esplicito in una House Sale.

Pavoni (2016) a proposito delle case museo scrive di come si possano osservare le tracce che chi ha abitato una casa ha lasciato dietro di sé, in quelle stanze e su quegli oggetti: entrare nello spazio in cui una persona ha vissuto è come ricercare lo svolgersi di un racconto, poiché una casa è un luogo in cui qualcuno ha abitato, e che porta ancora i

---

<sup>19</sup> Christie's, (2011) catalogo *The Collection of Elizabeth Taylor*, 13-14-15-16 dicembre 2011, New York, disponibili sul sito ufficiale christies.com

<sup>20</sup> Sotheby's (1823), catalogo *A catalogue of the library of the late Emperor Napoleon, removed from the Island of St. Helena, by order of his Majesty's Government. Which will be sold by auction on Wednesday, the 23rd of July.*, J. Compton for Sotheby, Londra.

segni e le forme della cultura e della società a cui quel qualcuno è appartenuto. Nelle varie diramazioni che nascono dall'abitare, rimangono sempre indizi, vicende, gusti e manie che non si possono trovare altrove e che raccontano storie personali e sociali, dinastiche ed economiche, collezionistiche e imprenditoriali, con un linguaggio comune. Si può affermare che partecipare ad un'esposizione di un'asta House Sale ricrea lo stesso grado di intimità.

All'interno dell'abitazione privata anche gli oggetti di uso quotidiano possono essere considerati arte e testimoniare come viveva la famiglia che li ha posseduti. Ad esempio, secondo l'opinione di Rendell<sup>21</sup>, le sale da pranzo non sono spazi meno sociali dei salotti, pur essendo allo stesso tempo anche strettamente funzionali: Peggy e David Rockefeller possedevano sessantacinque serviti di porcellana, a testimonianza di come la famiglia si riuniva e di come si godevano le loro amicizie scegliendo il servito che più si addiceva alle persone che si sarebbero uniti alla loro tavola. Tutti gli oggetti che si rendono necessari per una cena, dall'argenteria ai serviti, sono arte che deve essere usata. Anche oggetti che non hanno un intrinseco valore economico contribuiscono a ricreare la personalità dei proprietari e della casa: Betsy Bloomingdale aveva ricettari e un diario di ogni cena che aveva dato, incluso chi era seduto a tavola. Quei libri permettono di intuire la cura impiegata nel preparare le serate e qual era lo scopo di quell'abitazione. Le House Sales consentono di entrare nello spazio privato, nelle camere da letto e negli armadi, offrendo una visione unica del mondo interiore e privato delle persone.

I tesori trovati in queste abitazioni appartengono alle famiglie che vi abitavano, che negli anni hanno continuato ad accumulare arte e collezionare cimeli. Dopo una vita dedicata a collezionare, si può reagire in vari modi al distacco dai propri oggetti: i faraoni egizi, ad esempio, si facevano seppellire con tutte le loro ricchezze o Mi Fu, un poeta e calligrafo, chiese ai suoi amici di bruciare i suoi dipinti e le sue calligrafie. Oppure, ed è il caso che ci riguarda più da vicino, esiste la possibilità di rispondere a tale evento come lo scrittore Edmond De Goncourt, il quale era convinto che le opere d'arte non sarebbero dovute essere consegnate a un'istituzione come un museo, luogo impersonale e distante dalla vitalità di una collezione, sottoposto a uno sguardo disattento di un passante passivo,

---

<sup>21</sup> *Jonathan Rendell: how I look at a house* disponibile a <https://www.christies.com/Features/What-I-look-for-in-a-house-Christies-top-appraiser-shares-his-secrets-10551-3.aspx>

ma al contrario sarebbero dovute andare in asta, così che la gioia che aveva provato per l'acquisto di ogni suo pezzo si sarebbe potuta nuovamente diffondere, tra qualcuno erede del suo gusto (Baekeland, 1981).

Varie motivazioni possono spingere a circondarsi di oggetti di uso quotidiano. Per il borghese, ad esempio, la sua casa era un'autorappresentazione manifestata attraverso oggetti e mobili che devono esprimere una bellezza solida e allo stesso tempo lussuosa (Eco, 2004).

*“La casa era la quintessenza del mondo borghese. [...] L'impressione più immediata dell'interno borghese della metà del secolo è di sovraffollamento e dissimulazione: una quantità di oggetti, più spesso che no mascherati da cuscini, stoffe, drappaggi, tappezzerie, e sempre, qualunque ne sia la natura, elaborati. Nessun quadro senza una cornice dorata, cesellata, ad intarsi, perfino listata di velluto, nessuna sedia senza imbottitura, nessun tessuto senza una nappa, nessun lavoro in legno su cui non sia passato il tornio, nessuna superficie senza un fronzolo o un oggettino sopra. Era indubbiamente un segno di ricchezza e di prestigio. [...] Gli oggetti esprimevano il loro costo e, in tempi in cui quasi tutti gli oggetti domestici continuavano largamente ad essere prodotti a mano, l'elaborazione era in gran parte indizio di costo e, insieme, di materiale raro. Il prezzo pagava pure il confort, che quindi non era soltanto gustato ma visibile. Gli oggetti non erano però solo utilitari, o simboli di condizione sociale e di successo. Avevano valore in sé come espressione di personalità, come il programma e, insieme, la realtà della vita borghese, perfino come trasformatori dell'uomo” (Hobsbawm, 1998, p. 284).*

Per un collezionista, invece, il desiderio di acquistare un bene che ha una storia, una provenienza, qualcosa di unico, è ciò che lo spinge a comprare tali oggetti<sup>22</sup>. Tale bramosa ricerca di unicità e particolarità è ciò che porta a una continua circolazione degli oggetti, una circolazione che si rivela fruttuosa per gli intermediari.

La testimonianza pubblica e collettiva di questa circolazione è un'esperienza profondamente avvincente, che potrebbe essere ciò che definisce l'asta in quanto spettacolo culturale dato che gli oggetti in questione sono raramente impersonali. Al

---

<sup>22</sup> Intervista alla Dottoressa Mignoni in Appendice 1.

contrario, sono oggetti che posseggono un valore legato a persone ed eventi conosciuti, emblematici della storia e dell'identità di comunità e regioni specifiche (Jarvenpa, 2003).

Il Report di Deloitte del 2019, "Il Mercato dell'Arte e dei Beni da Collezione" afferma che nel 2018 molte vendite record sono state realizzate nelle aste dedicate a collezioni private, le quali risultano essere molto attrattive per gli appassionati. La vendita di intere collezioni private, infatti, non solo permette di approfondire la visione di un singolo collezionista, spesso dotato di elevato status sociale, ma anche di avere accesso a beni in molti casi inediti, poiché rimasti fuori dal mercato o provenienti dagli studi degli autori. Il tasso medio di unsold delle vendite di collezioni private, pari al 17,8%, ne comprova l'eccellente riscontro del mercato.

*"Se la proprietà è riconducibile a un nome spendibile, l'appeal che suscita nel pubblico è certamente maggiore. Altro fattore importante è riuscire a catalizzare l'attenzione dell'audience, creando un evento mediatico, calcolando che i collezionisti sono sempre molto attratti dalle opere che riaffiorano sul mercato dopo molti anni"<sup>23</sup>.*

Nello stesso Report di Deloitte (2019), Cristiano De Lorenzo, Managing Director di Christie's Italia, risponde così alla domanda sui motivi del crescente interesse nei confronti delle collezioni private:

*"Le collezioni private sono fonte d'ispirazione per chi cerchi a sua volta di costruirne una propria. Ciò che si apprezza di una grande raccolta è infatti la visione di chi l'ha assemblata. Ogni collezione d'arte riflette sempre il gusto, la cultura, lo stile di vita di un individuo o di una coppia o persino di varie generazioni di una medesima famiglia. Le opere provenienti dalla celebre collezione Rockefeller, venduta da Christie's a New York la scorsa primavera, sono state selezionate con passione e custodite con cura per molti decenni da una delle famiglie più famose e potenti del mondo. Ecco dunque che l'arrivo di quei meravigliosi quadri sul mercato, per la prima volta, ha subito destato l'interesse del mondo dell'arte. Si è trattata*

---

<sup>23</sup> Intervista realizzata alla casa d'aste Arcadia, in Appendice 9.

*insomma di un'occasione unica, per coloro a cui non mancano i mezzi economici, di appropriarsi di un pezzettino di storia” (Deloitte, 2019, p. 47).*

Elaine Whitmire, a capo del Dipartimento Uniche Proprietà di Sotheby's, in un'intervista realizzata da Holcomb-Holland (2014) dichiara che far parte della storia, possedere un pezzo della vita di un personaggio famoso e distante, lasciare un'eredità al futuro e impossessarsi di quella del passato sono le motivazioni che hanno portato all'aumento del successo, e di conseguenza del numero, di vendite di collezioni private. Quando ha iniziato la sua carriera, circa trenta anni fa, la media delle vendite di collezioni private era circa di due all'anno mentre adesso ne vengono organizzate anche nove in una singola stagione.

Analizzando le vendite del 2019 di Sotheby's in Francia, per esempio, notiamo che arriva ad un fatturato di 354,6 milioni di euro, il che rappresenta un aumento sostanziale del 41% rispetto ai 251,4 milioni di euro registrati nel 2018. Parte fondamentale del successo delle aste di Sotheby's nel 2019, secondo gli ultimi dati sul fatturato, è dovuta alle vendite di Uniche Proprietà, e Mario Tavella, presidente di Sotheby's Europe, ha osservato che il 2019 è stato un anno in cui le collezioni hanno ottenuto grande successo e Sotheby's ne ha fatto una specializzazione in Francia (Crane, 2020). Le vendite di collezioni storiche, importanti e mono proprietarie fanno parte della storia delle aste di Sotheby's sin dai suoi primi anni<sup>24</sup>.

Non è possibile stabilire con certezza di quanto aumenti l'interesse del pubblico quando nella vendita è presente un nome noto, anche se c'è indubbiamente un legame tra la provenienza dell'oggetto e il suo valore percepito. È notevole, tra l'altro, come anche le collezioni di personaggi meno famosi accentrino grande attenzione: questo per la già citata eccitazione suscitata da un oggetto che è stato lontano dal mercato per lungo tempo o che non vi è mai apparso perché appartenente da generazioni a una collezione (Holcomb-Holland, 2014).

Per questo si dà grande importanza alla persona del collezionista e, quando la proprietà è d'accordo, nei cataloghi delle aste mono proprietarie gli viene dedicata qualche pagina di presentazione. Questa presentazione è utile affinché la vita del collezionista sia

---

<sup>24</sup> <https://www.sothebys.com/en/departments/house-sales-private-collections>

condivisa e sia diffusa una maggiore fiducia e familiarità nei compratori e, quando è possibile confrontarsi con i proprietari, risulta di grande fascino l'arricchimento del testo con approfondimenti o interviste dedicate, in cui gli oggetti sono raccontati in prima persona da chi li ha vissuti. Nei cataloghi delle House Sales, tra l'altro, proprio perché l'affidamento riguarda l'intera proprietà, in fase di inventario si ha la possibilità di scattare fotografie degli ambienti e dei lotti nella loro collocazione originaria<sup>25</sup>.

Così, in un catalogo di Sotheby's<sup>26</sup> si lascia spazio alla storia personale e familiare di due fratelli antiquari. Il catalogo ci racconta come uno dei due, Salvatore, faceva parte di un ristretto gruppo di antiquari che dominava il mercato con il proprio gusto e la propria bravura nello scoprire straordinarie opere d'arte e collocarle nelle collezioni adatte, descrivendolo come collezionista appassionato e mercante rispettato, con uno spiccato gusto e molteplici competenze. Ci racconta la sua storia personale e la sua passione per l'arte della fabbricazione di violini, di come invece di vendere i suoi pezzi ai mercanti d'arte mantenesse una clientela ristretta e ricercata, e della sua donazione al Comune di Firenze e apertura della Fondazione Salvatore Romano, un museo nel Cenacolo della Chiesa di Santo Spirito. Vi è inserito un intervento dei nipoti, che ci fanno entrare nella loro infanzia e intimità, raccontando di come il nonno avesse acquistato un sontuoso palazzo con lo scopo di situarvi quegli oggetti d'arte, così importanti per lui da non poter essere collocati in un'ubicazione che non ne fosse all'altezza. Il contenitore doveva essere degno del contenuto, come un prezioso gioiello che si possa apprezzare soltanto se inserito all'interno di un bel portagioie.

Nei grandi cataloghi associati a importanti House Sales, oltre al proprietario che risulta essere il protagonista dell'asta, spesso gode di fama e autorevolezza anche colui che scrive l'introduzione, che si occupa delle descrizioni nei cataloghi ragionati o che funge da consulente per lotti particolarmente importanti.

Christie's chiese ad uno storico dell'arte come Alvar González-Palacios di descrivere la figura di Marcella Nobili della Scala, donna protagonista della scena culturale aristocratica della Firenze della prima metà del Novecento. Di lei descrive la

---

<sup>25</sup> Intervista realizzata alla casa d'aste Il Ponte, in Appendice 4.

<sup>26</sup> *Salvatore e Francesco Romano, Antiquari a Firenze. Un secolo di attività a Palazzo Magnani Feroni*, catalogo di Sotheby's, 12-13-14-15 ottobre 2009, Firenze.



particolareggiata personalità e si sofferma sugli interni della sua abitazione, costruiti in qualche anno e diversi dalle altre case italiane viste: *“Un’atmosfera ovattata, pigramente lussuosa, le pareti rivestite di lampassi variopinti, i grandi divani capitonné, l’oro delle suppellettili e dei centrotavola, i profumi capitosi, i cibi squisiti presentati ad arte su magnifici finimenti d’argento, tutto invitava il sorriso compiaciuto, come nelle grandi dimore dei tempi di Napoleone III”*<sup>27</sup>. Una descrizione così lusinghiera e fatta da una tale personalità insinua nel compratore un senso di sicurezza sul gusto e sulla provenienza degli oggetti che si accinge a vedere, valutare ed acquistare.

Altro aspetto considerevole oltre la fama del venditore è la storia della dimora i cui oggetti sono messi in vendita.

La casa d'aste Pandolfini, per esempio, nel giugno 2002, ha tenuto l'asta degli arredi della villa medicea di Lappoggi. Tale villa, la quale si trova a pochi chilometri da Firenze nelle colline del Chianti, dopo essere appartenuta ad alcune tra le più prestigiose famiglie toscane, nel 1569 viene acquistata da Don Francesco dei Medici ed entra così nel patrimonio mediceo. Viene tramandata per secoli nella famiglia ed è con il cardinale Francesco Maria, fratello minore di Cosimo III, che questa villa vede il periodo più splendido della sua storia. Dopo un'opera di ristrutturazione e ampliamento realizzata dall'architetto Antonio Ferri, la villa diventò un edificio fastoso, la decorazione degli interni venne affidata ai maggiori artisti del periodo e numerosi scultori lavorarono alle statue che adornavano il giardino, raffigurato in incisioni del tempo. La villa era centro di un'intensa vita mondana, eletta quasi a corte fuori città, e rifletteva un'immagine di arcadia difficilmente rievocabile ai nostri giorni<sup>28</sup>.

La provenienza dell'oggetto è un fattore importante non solo per quanto riguarda la determinazione dell'autenticità dell'oggetto, ma anche per il legame che unisce l'oggetto al passato, al proprietario precedente e a quello che sta per acquistarlo in una continuità che sconfigge la dimensione temporale (Molfino e Molfino, 1997).

---

<sup>27</sup> González-Palacios, A., pp. 13-14, in Christie's (1995), catalogo *Proprietà di Donna Marcella Traballesì Nobili Della Scala, Palazzo della Stufa, Firenze*, 3-4 ottobre 1995, Firenze

<sup>28</sup> Pandolfini Casa d'Aste (2003), catalogo *Arredi della Villa medicea di Lappoggi* di Pandolfini Casa d'Aste, 3 giugno 2003, Firenze

Le collezioni appartengono a famiglie note o membri dell'aristocrazia, a personaggi famosi o di grande importanza. Più il mandante è noto, per meriti collezionistici o per importanza storica, più sarà l'eco del clamore suscitato negli appassionati e negli addetti al settore. Importanti e storiche Ville, Imperatori, personaggi noti al grande pubblico o collezionisti di successo fanno scaturire nell'immaginario collettivo interesse e curiosità.

### **1.3. Collezionismo e vendite all'asta di collezioni**

#### *1.3.1. Il rapporto tra collezionista e collezione*

*“Il poter ricondurre un bene ad una identità, ad una figura definita di proprietario, ad una provenienza certa conferisce al bene stesso un valore aggiunto. E' una sorta di pedigree, di certificato e questo è senz'altro l'aspetto attrattivo delle House Sale. Hanno una connotazione di vissuto molto più rilevabile rispetto ad un anonimo venditore. Inoltre, c'è un criterio collezionistico, un elemento emozionale nell'abitazione vissuta e le cui porte sono state spalancate al pubblico, che conferisce un fascino del tutto particolare ad ogni oggetto. Fino a 20 anni fa l'attrattiva del nome era una peculiarità che bastava a fare la differenza: possedere un oggetto appartenuto a quel tale personaggio significava a renderlo “unico” e scatenava gara. Oggi questo elemento non è sufficiente. Dietro una House Sale ci devono essere comunque qualità, particolarità, gusto dei lotti presentati”<sup>29</sup>.*

Il complesso degli oggetti venduti in un House Sale rientra generalmente nella categoria della fine art. Le fine arts riguardano gli oggetti da collezione che assumono un significato simbolico (antiquariato, gioielli, tappeti, orologi, memorabilia, auto d'epoca) (Zorloni, 2013). Il Dipartimento di riferimento per Christie's infatti è, come già detto in precedenza, Private & Iconic Collections<sup>30</sup>.

Con collezionismo comprendiamo l'insieme di attività di selezione, acquisizione e cura di una serie di beni artistici e culturali correlati, allo scopo di generare auto-gratificazione (Troilo, 2002).

---

<sup>29</sup> Intervista realizzata alla casa d'aste Il Ponte, in Appendice 4.

<sup>30</sup> <https://www.christies.com/departments/Private-Iconic-Collections-88-1.aspx?pagesection=upcoming-auctions#overview>

Già nell'Italia del Cinquecento i patrizi riempivano le loro abitazioni di oggetti che trovavano il loro scopo nell'essere mostrati ai visitatori. Oggetti antichi, curiosità, libri, dipinti e sculture riempivano i giardini e le stanze dei palazzi italiani. La diffusione del collezionismo in tutta la penisola italiana di questo periodo era il naturale sviluppo di una nuova sensibilità verso gli oggetti, sensibilità che si era diffusa a metà del Quattrocento fra le élites mercantili e politiche e che doveva la sua nascita al diffondersi dell'interesse verso tutto ciò che riguardava l'essere umano, il suo passato e le sue creazioni. Il collezionismo in quell'epoca era considerato una virtù pubblica e l'accumulazione e l'ostentazione di oggetti erano diventate espressione di potere personale, l'investimento in conoscenza e cultura collettiva era sintomo e sinonimo di buona cittadinanza (Findlen e Trabucchi, 2004).

Uno dei punti di partenza per condurre un'indagine sul collezionismo è l'oggetto, del quale è intriso il rituale del collezionismo. Il collezionismo, infatti, consiste nella raccolta di oggetti riconducibili ad una stessa categoria, ristretta o estremamente ampia che possa essere. Tali oggetti sono accomunabili per tratti più o meno esplicitamente condivisi dalla comunità e sono l'unità minima della collezione, la quale non esisterebbe senza la singolarità di ogni oggetto. I parametri che delimitano i confini della collezione sono specificati e definiti dal collezionista stesso e gli oggetti assumono il loro valore definitivo solo una volta contestualizzati all'interno della collezione. L'inserimento dell'oggetto all'interno della collezione determina la perdita di relazione con l'uso pratico originario, e fa sì che quel determinato bene assumi rilievo soltanto come parte integrante di una categoria, parte appunto di una collezione (Diazi, 2013).

Per il collezionista l'intimità e la familiarità con la sua raccolta iniziano con la ricerca, guidata dalle informazioni che circolano all'interno del mercato. Come un esploratore, viene coinvolto in prima persona nelle fasi dell'individuazione e dell'impossessamento dei beni, attività in cui viene messa in gioco la competenza dell'individuo. Diventa motivo di orgoglio e di vanto saper giudicare la qualità intrinseca del bene e saper valutare se tale bene è meritevole di entrare a far parte della collezione. Il collezionista è un consumatore seriale: acquista e compone in maniera reiterata, si attende continua novità e sorpresa allo scopo di vedere arricchita di emozione e significato la sua esperienza (Troilo, 2002).

L'esperienza di consumo di un collezionista, dunque, non si limita all'acquisto ma è composta da più fasi, ognuna delle quali lo coinvolge in modo diverso: l'interesse e l'attrazione che si provano nei confronti di un dato argomento, periodo storico, o categoria di oggetti, fanno nascere una vera e propria passione, la quale è alimentata dalla curiosità e dalla necessità di conoscenza; arriva, poi, l'atto vero e proprio dell'acquisto, in cui si canalizza e si fa manifesto lo studio preliminare e la capacità di trattativa del compratore, che quasi sfida il venditore cercando di impressionarlo; tutto culmina, poi, con il possesso.

Il possesso gioca un ruolo fondamentale, l'appropriazione dell'oggetto si fa imprescindibile affinché esso possa trovare il suo posto e per il collezionista non è sufficiente la semplice osservazione e ammirazione. La collezione si personifica e diventa simile a un interlocutore, intessendo un rapporto umanizzato, affettivo ed esclusivo che lega il collezionista alla sua serie e a ogni elemento di questa. Il possesso implica il piacere del contatto fisico che, insieme alla selezione e all'appropriazione dell'oggetto, crea una sorta di rituale cerimoniale all'interno del quale gli elementi della collezione assumono un plusvalore. Tale plusvalore è dato e alimentato anche dall'utilizzo delle conoscenze personali e dalla soddisfazione di veder riconosciuto il proprio intuito nella valutazione e nella valorizzazione (Diazi, 2013).

Hook (2014) spiega come non tutti coloro i quali comprano arte si possono definire collezionisti: un collezionista è qualcuno che compra soprattutto per l'amore verso l'oggetto e per la valutazione positiva di tale oggetto nel contesto delle altre opere che egli già possiede. Le migliori collezioni sono opere d'arte a sé stanti, più apprezzabili nel contesto rispetto che alla somma delle loro parti. Quando una collezione è il risultato di una mente collezionistica l'ammirarla può stimolare una soddisfazione più elevata rispetto al rimirare un agglomerato di opere in un museo, anche se di importanza maggiore, la cui combinazione risulta artificiale.

Il 24 marzo 2021 andranno in asta, tramite Phillips, 27 opere di un collezionista italiano, Enea Righi<sup>31</sup>. Carolina Lanfranchi, Senior Specialist di Phillips, lo ha intervistato per

---

<sup>31</sup><https://www.phillips.com/press/release/philips-announces-out-of-the-blue-works-from-the-collection-of-enea-righi->

l'occasione<sup>32</sup> ed insieme hanno delineato che alla base della sua collezione c'è l'affetto per le sue opere, che fanno ormai parte di lui, che ha sempre acquistato artisti che incontravano il suo gusto estetico, e che il possedere tali opere risponde a un'esigenza fisica e psicologica<sup>33</sup>. Rispondendo a una domanda su Alighiero Boetti, molto presente nella collezione, il Signor Righi spiega come Alighiero Boetti sia, secondo lui, il vero anello di congiunzione tra moderno e contemporaneo, e che venderlo *“per me è come mutilarmi e tagliare via alcuni pezzi del mio corpo. Sono molti i pezzi rimasti nella collezione oltre a quelli che sono all'asta. Ma per me è il vero artista, è l'artista che ha rappresentato la vera svolta della collezione”*.

Nella stessa intervista, alla domanda sul perché avesse deciso di vendere, il Signor Righi risponde che la raccolta deve continuare e progredire, e quindi il denaro che verrà raccolto dall'asta verrà investito completamente nella collezione. Carolina Lanfranchi sottolinea come la stessa casa d'asta abbia voluto mantenere unita la collezione nel rispetto del collezionista, e abbia per questo scelto la forma della sigle-owner sale, ovvero una vendita mono proprietaria.

Il Signor Righi si interroga e si analizza, scoprendo su se stesso quale sia il vero problema del collezionista: che ne sarà della collezione? Questo è il tema centrale, in realtà, anche dell'ultima mostra a cui ha prestato la sua collezione, mostra curata da Lorenzo Pains e Eric Mezil e organizzata a Palazzo Fortuny a Venezia, la quale aveva un nome significativo, *“Quand fondra la neige, où ira le blanc”*, che si traduce *“quando la neve si scioglierà cosa resterà del bianco?”*, che metaforicamente intende esprimere la domanda *“quando sarai alla fine della tua vita cosa rimarrà di te? Quando non esisterai più che ne sarà della collezione?”*. Questo è il grande tema delle grandi collezioni secondo la sua conclusione<sup>34</sup>.

Quale spinta muove un collezionista? Cosa prova rimirando la propria collezione?  
Secondo Walter Benjamin

---

<sup>32</sup> <https://www.phillips.com/article/70323922/enea-righi-twentieth-century-contemporary-art-day-sale>

<sup>33</sup> Il video dell'intervista realizzata ad Enea Righi è disponibile a <https://www.youtube.com/watch?v=iyRgZJwrWbo>

<sup>34</sup> <https://www.phillips.com/article/70323922/enea-righi-twentieth-century-contemporary-art-day-sale>

*“Se ogni passione confina con il caos, quella del collezionista confina però con il caos dei ricordi. [...] Così l'esistenza del collezionista è tesa dialetticamente tra i poli del disordine e dell'ordine. Naturalmente è legata anche a molte altre cose. A un rapporto assai enigmatico con il possesso, su cui in seguito spenderemo ancora alcune parole; dunque, a un rapporto con le cose che non ne mette in risalto il valore funzionale, ossia la loro utilità, la loro adoperabilità, ma che invece le studia e le ama come la scena, il teatro del loro destino. E' il più profondo incantamento del collezionista includere il singolo pezzo in una sfera d'influenza in cui, mentre l'ultimo brivido - il brivido dell'essere acquistato - fluisce rapidamente oltre, esso si irrigidisce. [...] Infatti, già si sono insediati nella sua intimità degli spiriti, o quantomeno degli spiritelli, i quali fanno sì che per il collezionista - intendo quello vero, il collezionista come dovrebbe essere - il possesso sia il rapporto più profondo che si possa avere in generale con le cose: non che esse siano viventi in lui, è egli stesso invece ad abitare in loro”<sup>35</sup>.*

I motivi del collezionare possono andare dall'esenzione fiscale, alla passione, all'investimento economico, alla fama, al potere. Durante le diverse epoche il collezionista poteva essere un principe, un borghese, un aristocratico, un capitalista o persino un eccentrico. Nel Rinascimento esso aveva l'apparenza dell'uomo di scienza, di colui che riportava in vita il passato e riusciva a dominare la natura. Il collezionista borghese, invece, è legato alla visione romantica delle passioni e delle passionalità. Oggi, grazie alla diminuzione del tempo di lavoro e del diffuso benessere economico, il collezionismo è diventata una pratica sociale diffusa e perseguibile da tutti i ceti (Molfino e Molfino, 1997).

Impossibile non fare un paragone tra il gusto per l'antiquariato e la passione per il collezionismo date le numerose e profonde affinità tra le due attività, e il fatto che in entrambe troviamo la stessa ricerca di dominazione del tempo, la stessa volontà narcisistica di dominare la morte. L'oggetto antico è caratterizzato dalla nostalgia per le origini e dall'ossessione per l'autenticità, entrambi tratti derivanti dall'evocazione mitica che circonda la nascita dell'oggetto antico. Il fascino dell'artigianato deriva dal fatto che

---

<sup>35</sup> <https://www.libreriamarini.it/news/walter-benjamin-sul-collezionismo-librario-disfo-la-mia-biblioteca>

un oggetto è passato dalle mani di qualcuno i cui segni del lavoro sono ancora incisi su di esso: siamo affascinati da ciò che è stato creato, perché il momento della creazione non può essere riprodotto ed è unico; così, la ricerca delle tracce della creazione, dall'impronta concreta della mano alla firma, è anche ricerca di una linea di discendenza (Baudrillard, 1996).

Il collezionare oggetti appartenenti ad epoche pregresse è caratterizzato dal desiderio di un rapporto privilegiato con il passato e dalla volontà di possedere tale passato. Collezionare oggetti che altrimenti andrebbero smarriti e dimenticati rappresenta il bisogno umano di salvare ciò che è stato, cercando di garantire la sopravvivenza del passato nel presente. Si crea la possibilità di intraprendere un viaggio nel tempo, attraverso varie epoche e attraverso una moltitudine di storie, siano esse legate al singolo e personali o legate al periodo e collettive. Attraverso il singolo oggetto la microstoria e la macrostoria si concretizzano e si unificano (Diazi, 2013).

Jarvenpa (2003), conducendo uno studio sulla circolazione di valore all'interno del commercio di antiquariato, identifica una vera e propria comunità nomade che si sposta di asta in asta, dai mercatini delle pulci alle fiere, attratta dalle cerimonie che hanno luogo durante questi scambi. Il ruolo del mercato secondario è quello di reimmettere sul mercato i beni usati, trasformandoli così in merci. Le aste, però, agiscono anche sul piano emotivo delle persone grazie alla teatralizzazione della vendita che avviene attraverso cerimonie socialmente costruite. Durante queste cerimonie, la circolazione degli oggetti è caricata di valore con profondi significati personali, storici e geografici e questo arricchimento di senso trasforma gli oggetti in oggetti di valore. Al di là del valore di prestigio intrinseco associato agli oggetti relativamente rari, i beni d'antiquariato e da collezione possiedono storie di vita, sentimenti e ricordi unici che possono essere trasmessi anche negli scambi commerciali. In questo modo, le merci acquisiscono storie d'uso, o biografie culturali (riferimento a Kopytoff, I. (1986), *The cultural biography of things. Commoditization as process*, in Jarvenpa, 2003), caricate emotivamente, mentre attraversano le collezioni personali e le vite dei successivi commercianti e collezionisti. In questo tipo di vendite c'è un aspetto che è possibile ricondurre al regalare, identificabile con il desiderio del venditore di trasferire qualcosa di sé, la sua conoscenza personale e l'apprezzamento di un oggetto, all'acquirente. Molti venditori iniziano ad

avvicinarsi a questo mercato in quanto collezionisti di una particolare categoria di merce, e, successivamente, diventano venditori al fine di ampliare i canali di ricerca per la propria collezione. Per questo è molto probabile che all'interno di un tale mercato si sviluppi l'aspetto del donare una parte di sé negli oggetti messi in vendita.

Approfondendo i bisogni e le necessità che muovono un collezionista si rivela la necessità del singolo di rivivere, non solo la propria storia ma anche quella collettiva, di invertire e fermare il percorso naturale della vita, di fornire una nuova prospettiva al passato, così da dare eternità al mondo e alle cose (Molfino e Molfino, 1997).

Il collezionista di opere d'arte non è soltanto un amante della bellezza e neanche un semplice accumulatore, ma è colui che attraverso la sua opera di selezione ha stimolato e incarnato cambiamenti nella cultura e nella mentalità del suo tempo (Molfino e Molfino, 1997).

La collezione implica che l'uomo tragga piacere nel possedere e osservare qualcosa che, a prescindere da lui, ha una vita. Gli oggetti si legano ai proprietari, per cui finché qualcuno li possiede questi possono vivere. Si ha la certezza che la collezione sopravviva all'uomo soprattutto quando essa afferisce a cose appartenute a persone del passato e nello specifico quadri, mobili e arredi di una casa: si ha come la sensazione di entrare in una stanza in cui non dovremmo essere in quanto estranei che violano il mistero di una intimità che non ci riguarda. Osservare ambienti privati rende possibile l'esplorazione di numerose informazioni e, quando tali informazioni sono di tipo visivo, possiamo estrarre quelle storie e quegli istanti dallo scorrere del tempo, rendendoli eterni. I quadri esposti nei musei, al contrario, sono separati rispetto alla loro storia caratteristica e legati alla storia comune. Capita sovente, nel caso in cui i singoli oggetti non siano opere d'arte o oggetti unici e quindi desiderabili ma posseggono solo la bellezza come qualificazione, di intessere una trama di rimandi storici intorno ad essi, di eventi e persone esemplari, di costruire un ambiente che li renda preziosi, ricercando la rarità e la preziosità nell'insieme (Molfino e Molfino, 1997).

### *1.3.2. Il Celebrity Factor*

Nel 1997 la casa d'aste Christie's è stata incaricata di gestire la vendita di opere d'arte del XX secolo dalla tenuta di Victor e Sally Ganz. I giornali e le riviste di tutto il mondo



hanno pubblicato storie che lodavano la coppia perché aveva una notevole lungimiranza e un riconosciuto talento nello scegliere le opere di artisti che con il tempo si sono rivelati di grande talento e successo. La fama che la famiglia ha acquisito come collezionisti d'arte potrebbe aver influenzato anche le quotazioni degli artisti da questi posseduti: collezionando artisti come Jasper Johns ed Eva Hesse all'inizio delle loro carriere, i Ganz potrebbero aver contribuito a migliorare la reputazione e il valore di mercato di questi stessi artisti (Landes, 1999).

Secondo quanto riporta Landes (1999) l'asta ha fruttato più di 207 milioni di dollari, una cifra record per una vendita di opere d'arte in un'asta di un'unica proprietà. Analizzando 73 opere delle 114 totali messe in asta, ha confrontato il rendimento economico di queste opere. Ha considerato 73 opere poiché soltanto per queste aveva a disposizione sia il prezzo pagato originariamente dai Ganz che il prezzo di vendita all'asta del 1997. Per tali opere i Ganz hanno investito complessivamente quasi 2 milioni di dollari, che convertiti secondo il valore del dollaro del 1997 risultano essere 5 milioni di dollari odierni. Il guadagno netto per la famiglia, togliendo quindi le commissioni, è stato di circa 184 milioni. Le analisi delle vendite effettuate su artisti affini agli artisti della collezione Ganz, o al periodo di tempo in cui i Ganz hanno acquisito le loro opere, trovano rendimenti comparabili ma comunque inferiori rispetto alle opere della collezione Ganz. Questo perché gli acquirenti sembrano essere disposti a pagare un cosiddetto "celebrity premium", quindi un sovrapprezzo, per le opere della collezione Ganz. Data la ben nota fama della famiglia nel mondo dell'arte, un acquirente potrebbe guadagnare prestigio o status sociale attraverso il possesso di una delle loro opere. Inoltre, un'"opera Ganz" potrebbe fornire all'acquirente una maggiore certezza della qualità dell'opera all'interno di un mercato in cui è spesso difficile reperire informazioni. Infine, un acquirente potrebbe ricevere utilità indipendentemente dal fatto che gli altri sappiano che possiede tale oggetto, grazie alla stretta relazione dell'opera con il suo precedente proprietario che ne determina un valore aggiunto.

La particolarità delle aste con un unico proprietario sta nel fatto che si possono concentrare le attività di promozione su una precisa figura, che sia una persona, una storia o un'abitazione, anziché sui singoli pezzi in asta. L'attenzione del pubblico si distribuisce così su tutta la collezione che ha come leitmotiv proprio la provenienza.

Il Report del 2020 di Deloitte riporta che nel 2018 le opere che hanno ottenuto prezzi di aggiudicazione maggiori in asta erano accomunate dal possedere qualità indiscussa e spesso dall'appartenenza a collezioni private di prestigio. Analizzando anche le caratteristiche e la provenienza delle cinque opere che nel 2019 hanno ottenuto i più elevati prezzi di aggiudicazione, si evince il successo ottenuto da opere di qualità elevata, particolarmente rare o appartenute a grandi personaggi del sistema dell'arte.

Uno studio di Newman, Diesendruck, e Bloom (2011), pubblicato nel Journal of Consumer Research, spiega il fenomeno considerando tre fattori che influenzano la disponibilità a pagare dei compratori nei confronti di oggetti appartenuti a personaggi noti: l'associazione, la richiesta di mercato e il contagio.

L'associazione è il processo per cui oggetti che in precedenza appartenevano o sono stati toccati da specifiche persone, ci ricordano di quelle persone. Ricerche in psicologia e comportamento dei consumatori hanno documentato la tendenza delle persone a conservare e raccogliere oggetti che hanno un certo valore sentimentale, anche se gli oggetti sono relativamente privi di valore intrinseco. In aggiunta, le celebrità sono apprezzate dalla società e le persone tendono a provare emozioni positive come associazione di idee. A sua volta, un oggetto che apparteneva a quella celebrità è apprezzato perché funge da promemoria fisico che aiuta le persone a rivivere quei piacevoli stati emotivi.

Prendendo in considerazione il punto di vista del mercato viene considerato il valore potenziale di questi articoli percepito dagli altri. I beni delle celebrità sono spesso unici nel loro genere, il che li rende beni scarsamente disponibili sul mercato e rari. Le persone acquistano questi articoli partendo dal presupposto che il loro valore di mercato continuerà ad aumentare in corrispondenza alla combinazione di rarità dell'oggetto e all'elevato desiderio altrui di possederli.

Il contagio è un concetto percepito come una forma di processo "magico" per il quale le persone credono che le qualità o l'essenza immateriali di una persona possano essere trasferite a un oggetto attraverso il contatto fisico.

Rendell, nella sopracitata intervista realizzata da Christie's<sup>36</sup>, ha descritto come lui stesso entri nelle case alla ricerca di feticci e oggetti che possano riassumere e impersonare l'essenza di chi li ha posseduti. Talvolta potrebbero risultare essere piccole cose con poco o nessun valore intrinseco, come ad esempio il ferma soldi dei Rockefeller. Questa piccolissima reliquia può dire tutto sui Rockefeller, sulla New York degli anni Trenta e Quaranta, sulla ricchezza e sullo status sociale, ed è questo che le persone vedranno e il messaggio che desidereranno trasmettere. Il possederlo pone l'acquirente nella stessa relazione con l'oggetto delle persone che lo possedevano in precedenza. Ecco perché la provenienza è così importante. La provenienza è tutto, infatti da dove viene un pezzo conta tanto quanto l'oggetto in sé.

La notorietà che richiama l'attenzione del pubblico, oltre a quella della persona o dell'oggetto, può essere anche quella della stessa casa d'aste. La notorietà di un'impresa artistica, se questa è affermata, esercita un valore psicologico di grande influenza: l'impresa occupa un ruolo di maggiore peso nel mercato e, sicuramente, le viene garantito un rapporto privilegiato con i clienti. In presenza di più offerte tra loro in concorrenza, che per un venditore può essere rappresentata da un prezzo di partenza simile e per un compratore oggetti in asta con caratteristiche e prezzi comparabili, viene premiato dalla domanda quell'organismo e quel servizio che possono vantare una maggiore notorietà, visto che il loro valore simbolico ha un grande peso ed è in grado di ridurre i rischi collegati alla scarsità di informazioni che caratterizza il mercato dell'arte. Concretamente il nome della casa d'aste trasmette la sua identità, la sua storia e la sua affidabilità, oltre che il posizionamento della sua offerta. Sapremo quindi dire facilmente a chi essa si rivolge e il suo ruolo nel settore artistico (Foglio, 2005).

---

<sup>36</sup> *Jonathan Rendell: how I look at a house* disponibile a <https://www.christies.com/Features/What-I-look-for-in-a-house-Christies-top-appraiser-shares-his-secrets-10551-3.aspx>

## Capitolo 2. L'ambiente domestico, spazio pubblico e privato

### 2.1. Indagine sulla valenza dell'idea di casa

La grande fortuna delle aste House Sales è legata, oltre che all'importanza degli oggetti e al nome della famiglia, alla casa che le ospita. Riuscire a contestualizzare gli oggetti all'interno di un progetto espositivo che trova il suo scopo nella creazione di bellezza e di arte è una parte molto importante degli allestimenti, e creare suggestioni per l'uso quotidiano che si ha di questi è fondamentale per amplificare il coinvolgimento di chi compra antiquariato e, in generale, beni appartenuti ad altre persone.

Non sempre è possibile organizzare le esposizioni nei luoghi di origine, dati gli elevati costi, *“però, ovviamente, quando sono state fatte grandi aste negli spazi originari il successo ottenuto è stato maggiore. Quando il cliente ritrova le scelte estetiche di chi ha abitato il luogo, scelte che hanno creato una precisa situazione e un'atmosfera particolare, ovviamente si sente più coinvolto. La situazione d'intimità suscita quella curiosità voyeuristica di ripercorrere le scelte del proprietario e coinvolge maggiormente rispetto alla visione di stanze che non hanno quella caratterizzazione. Soprattutto, poi, quando sono case affrescate o palazzi storici bellissimi”*<sup>37</sup>.

Più uno spazio è percepito come segreto e privato, più il visitatore è incuriosito; ciò che è in penombra, socchiuso, attrae l'attenzione e l'immaginazione. Durante la visita di una House Sale l'idea della scoperta è sempre presente nel cliente, vengono spostati cassettoni e aperte porte, gli armadi sono osservati minuziosamente e le credenze studiate in quanto contenitori e contenuto. Grazie al personale addetto all'accoglienza e alla sorveglianza di un'esposizione si può controllare e indirizzare l'acquirente, ma gran parte dell'esperienza risiede nella libertà di poter esplorare, si crea una condizione di fiducia reciproca, ed è ciò che poi stimola l'acquisto. Spesso stanze secondarie, di passaggio o con oggetti meno importanti, sono quelle che hanno la miglior resa di vendita in proporzione all'oggetto, che in asta sollecita più rilanci; questo perché vengono allestite in un modo tale per cui si incentiva il desiderio di indagare e di trovare qualcosa che magari rimane nascosto<sup>38</sup>.

---

<sup>37</sup> Intervista alla Dottoressa Lucia Montigiani della casa d'asta Pandolfini, in Appendice 7.

<sup>38</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

La forza delle House Sales, osservata in particolar modo nelle vendite effettuate dalla casa d'aste Maison Bibelot, è quella di ricreare un luogo familiare in cui il cliente si sente a suo agio perché si percepisce a casa propria, ma ne vede espresso il potenziale attraverso un allestimento professionale.

### *2.1.1. Le caratterizzazioni del luogo abitativo*

Possiamo utilizzare il termine “casa” per intendere l'edificio architettonico che costituisce l'abitazione, per identificare le strutture che accolgono particolari categorie di persone per determinati periodi di tempo (ad esempio le case di cura o le case di pena), per indicare il gruppo di persone che condividono uno stesso ambiente abitativo o una stessa ideologia, oppure per riferirsi a un'impresa societaria (ad esempio casa madre o casa editrice). Ognuna di queste accezioni ha, poi, ulteriori significati che si diramano all'interno dei vari significati che la “casa” può assumere<sup>39</sup>. Notiamo, dunque, che tale termine può identificare varie accezioni, sia positive che negative, può rappresentare un sogno e un ideale da perseguire, oppure essere il simbolo dell'esclusione sociale; può essere un rifugio sicuro o una prigione terrificante; essa può rappresentare il terreno fertile per la socialità e la crescita individuale, oppure incarnare il senso del dovere, dell'obbligo e della mortificazione; è una ricerca costante per il migrante e una nostalgia persistente per l'esule (Moore, 2000; Lusini, 2014).

Come abbiamo visto, ci sono molti significati simbolici e metaforici comunemente associati alla casa, come la felicità, l'appartenenza, un processo di autorealizzazione e la morte, la fine del viaggio della vita. Tali riferimenti continuano a essere intrisi di senso e significante nonostante siano stati a lungo oggetto di riflessione, e questo è indice del modo in cui il concetto di casa ha continuato a rappresentare una gamma di significati molto più ampia di quella comunemente usata per riferirsi alla quotidianità (Moore, 2000).

La difficoltà nel definire il concetto di “casa” è dovuta al suo ruolo centrale nella vita di tutti i giorni, insieme al fatto che alla casa sono attribuibili diversi significati sociali, culturali e storici (Moore, 2000). In parte tale difficoltà è rintracciabile nei suoi molti

---

<sup>39</sup> Enciclopedia online Treccani, voce Casa, accessibile all'indirizzo: <https://www.treccani.it/vocabolario/casa/>

strati di significato; utilizzando l'analisi di Rybczynski (1986) possiamo dire che comprendere la casa *“è come cercare di descrivere una cipolla. Sembra semplice all'esterno, ma è ingannevole, perché ha molti strati. Se viene tagliata e sezionata, rimangono visibili soltanto gli strati e la forma originale è scomparsa. Se ogni strato viene descritto separatamente, perdiamo di vista il tutto. Gli strati sono trasparenti in modo che quando guardiamo l'intera cipolla vediamo non solo la superficie ma anche qualcosa dell'interno”* (traduzione personale della citazione di Rybczynski, 1986, presente in Moore, 2000, p. 208).

Il significato che più comunemente viene associato all'idea di casa è quello di luogo in cui un individuo vive, sia esso un'abitazione privata o un luogo geografico. Come Moore (2000) sottolinea, molti psicologi sostengono che la natura e l'essenza stessa della casa sono definite dalla relazione emotiva che si instaura tra una persona e il luogo in cui abita, per questo la focalizzazione di molti studi psicologici riguardanti questo tema tende a ricadere sull'interazione diretta tra la persona e la casa, interazione che contribuisce a costruire l'esperienza personale di ogni individuo.

Quando parliamo di luogo fisico in cui una persona abita, da un punto di vista di spazio architettonico, la creazione di tale luogo è la manifestazione dello studio dello spazio e della ricerca di equilibrio tra l'idea di ambiente potenzialmente sconfinato e quello di pareti concrete che ne limitano l'espansione. Tra la stanza e i suoi confini si crea, così, un rapporto non soltanto funzionale e pragmatico, ma che influenza l'essere umano anche a livello intuitivo ed emotivo. Anche le pareti e i pavimenti contribuiscono, dunque, a far sì che le abitazioni diventino luoghi intrisi di contributi artistici che

*“non sono solo cornice o supporti funzionali ai gesti quotidiani della vita personale e collettiva [...], ma sono presenze viventi, con animo e carattere inscritto chiaramente nella loro forma corporea; sono modi di essere al mondo, in cui è possibile ritrovarsi simbolicamente, ovvero riconoscere sé stessi o almeno una potenzialità, anche sorprendente e imprevedibile, del sé. Per questo essi possono anche segnare una svolta nel nostro stesso modo di essere al mondo”* (Ottolini, 2017, p. 8).

La possibilità di racchiudere l'ambiente interno in un concetto definito e fisicamente finito fa sì che l'essere umano possa concepirsi nello spazio e tale delimitazione lo fa sentire protetto, come il bambino che per sentirsi al sicuro crea un suo spazio su misura opponendosi al senso di sconfinatezza e di ignoto (si veda Forino, 2014).

Meloni (2011 b) descrive la sfera domestica come un argomento di indagine peculiare, data la sua ambivalente caratterizzazione di luogo privato e coacervo di relazioni personali e profonde, e di ambiente dedicato alla socialità e all'ospitalità, connotato da caratteristiche di apertura e senso di comunità. Tale dicotomia rappresenta l'incontro a partire dal quale sorgono le manifestazioni degli schemi culturali più radicati, a livello familiare e territoriale, individuabili anche grazie allo studio della quotidianità e del rapporto con gli oggetti.

All'interno della casa, infatti, possiamo identificare i luoghi atti alla socialità sia all'interno della famiglia che considerando l'accoglienza dedicata agli ospiti: il salotto e la cucina, ad esempio, sono indubbiamente dedicati alla condivisione, alla conversazione e all'ospitalità. Lo scopo sociale del soggiorno, stanza di intrattenimento per eccellenza, è evidente anche nella funzione degli oggetti che contiene: è in questa stanza che si espongono i pezzi di arredamento, le opere artistiche e i lavori artigianali più importanti, sia da un punto di vista di valore economico sia secondo un significato sentimentale, soprattutto per quanto attiene alle storie che si possono narrare su quegli specifici beni (Meloni, 2011 a).

Così, la disposizione dei mobili all'interno della realtà domestica offre un'immagine fedele delle strutture familiari e sociali di un determinato periodo storico e culturale. L'interno tipico borghese, ad esempio, è patriarcale e trova la sua rappresentazione attraverso le immagini e i rapporti che si creano grazie alla disposizione interna della sala da pranzo e della camera da letto: anche se diversificato rispetto alla funzione, l'arredamento risulta attinente e integrato nell'ambiente, disponendosi a partire dalla credenza o dal letto, situati al centro della stanza. Ogni stanza ha un ruolo rigidamente definito che riflette i diversi pesi del nucleo familiare, e ciascuna stanza si sviluppa dalla concezione che considera l'individuo come un insieme equilibrato di molte personalità distinte che si sviluppano a partire da un centro ben radicato, ovvero il padre. Si sviluppa

una relazione armoniosa ed equilibrata all'interno dell'insieme dei mobili e diventa evidente l'esistenza di una mente unica che ha creato quel sistema complesso composto dalla pluralità degli arredi. Osservare una casa è come vedere la famiglia che l'ha abitata, che l'ha costruita e che ha intriso ogni oggetto di se stessa, fino a vedersi rappresentata in essi. All'interno di questo spazio privato, ogni mobile a sua volta, e ogni stanza, assume la propria funzione particolare e una dignità simbolica, e la casa nel suo complesso si connota per la capacità di integrare e assorbire i rapporti familiari (Baudrillard, 1996).

Il desiderio di possedere un'abitazione e rintracciare un legame con essa è diventato parte centrale della nostra comprensione del termine, soprattutto nell'uso quotidiano odierno. Identificare la casa come luogo in cui individuare le proprie radici mette in evidenza le qualità dei legami che vi si sviluppano, in quanto essa diventa centro dell'esistenza a partire dal quale si definisce il resto del mondo (Moore, 2000).

*“Studiare gli oggetti della vita quotidiana, avendo l'opportunità di entrare nelle case delle persone per vedere i modi in cui sono disposti, riclassificati, usati, consente agli antropologi di analizzare i modi in cui una cultura generale viene ripasmata e risignificata all'interno di singole storie di vita, spesso incorporate negli oggetti di cui le persone si circondano”* (Meloni, 2011 a, p. 410).

### 2.1.2. La centralità dell'oggetto nella costruzione della domesticità

Nel tardo Ottocento collezionare era diventato una moda quasi ossessiva. Con la diffusione delle vendite all'asta e il successo riscosso dall'antiquariato, si aprirono nuovi mercati e il collezionismo, di ogni genere, vide un notevole sviluppo. Tra i motivi più comuni di questo compulsivo acquistare c'era anche la volontà, che arrivò anche alla piccola borghesia, di arredare la propria casa (Morfino e Morfino, 1997).

Il senso di domesticità, di privato e intimo, il comfort, il concetto di casa e di famiglia, infatti, sono accezioni che sono entrate nell'immaginario comune a partire dall'età borghese (Lukacs, 1970).

La possibilità di arredare a proprio piacimento un ambiente rappresenta un processo di appropriazione e riconoscimento del luogo stesso: specifici oggetti appartengono a specifici luoghi e la loro collocazione nello spazio permette l'identificazione dell'ambiente circostante. La relazione tra interno domestico e interiorità personale è



resa esplicita dall'affermazione secondo cui *“l'evoluzione dell'arredamento delle abitazioni cittadine va di pari passo con la presa di coscienza della propria interiorità”* (Lukacs, 1970, p. 622, traduzione personale), ed è proprio tale relazione che rende l'arredamento un mezzo per la crescita personale e il benessere interiore, come un tramite materiale tra l'individuo e il mondo esterno (si veda Forino, 2001).

Durante un periodo come quello appena affrontato, ovvero il lock down, in cui le persone sono state costrette a vivere il proprio ambiente domestico in modo molto più profondo e continuativo di quanto fossero abituate a fare ultimamente, si è sentito il desiderio di riavvicinamento alla casa, a quello che deve essere un nido accogliente, che deve rispecchiare la personalità di chi la abita. Allo stesso tempo, si è tornati a vedere l'oggetto come un investimento che un domani può essere messo in vendita nuovamente, che oltre a piacere crea l'allure di una casa, che ha riacquisito dignità e importanza<sup>40</sup>.

La casa accoglie e trasmette la storia della famiglia che la abita e di quelle che l'hanno occupata in precedenza, e proprio così si rende manifesto il passaggio delle varie entità che vi hanno dimorato. Grazie agli oggetti, le persone danno vita ad ambienti che riconoscono come propri e all'interno dei quali svolgono e dispiegano la loro storia personale, in una prosecuzione naturale rispetto alle vite di chi ha posseduto quei determinati beni in precedenza. L'oggetto sociale si caratterizza per la stratificazione di sensi che vi si concentra, e favorisce il rapporto con il mondo circostante aiutando ad esprimersi e a caratterizzarsi (Meloni, 2011 a).

Una casa aperta al pubblico scrive la propria biografia mentre attraversa una serie di trasformazioni costanti e tipologie di esposizioni diverse; *“analizzare queste traiettorie è una possibile metodologia per illuminare il contesto umano e sociale delle cose”* (traduzione personale della citazione di Appadurai, 1986, presente in Mårdh, 2015, p. 36).

Praz (2009) a proposito del rapporto di identificazione dell'essere umano con l'ambiente che lo circonda scrive:

*“L'ambiente diviene un museo dell'anima, un archivio delle sue esperienze; essa vi rilegge la propria storia, è perennemente conscia di sé; l'ambiente è la sua cassa*

---

<sup>40</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

*armonica dove, e costì soltanto, le sue corde rendono la loro autentica vibrazione”*

(Praz, 2009, p. 22).

Nello specifico questa particolare identificazione assume una doppia valenza quando si visita una casa in occasione dell’esposizione di una House Sale, poiché si deve contemporaneamente avere la sensazione di scoperta di un qualcosa che ci è sconosciuto e che ci incuriosisce, sia quella di essere a casa propria e che non si sta violando niente pur entrando in un posto in cui solitamente non si potrebbe entrare. Il lieve confine tra marachella e opportunità di fare una cosa che prima non si poteva fare, perché quella casa era chiusa, e la curiosità unita al senso di appartenenza sono gli elementi che creano la convinzione di poter esplorare in libertà, che non ci si sta approfittando delle sfortune altrui ma, anzi, se ne sta celebrando la vita. Quando il cliente è all’interno dell’abitazione da un po’ di tempo deve sentirsi a casa propria, così da avere la sensazione che quegli oggetti siano suoi, perché incontrano il suo gusto, così da avere il desiderio di acquistarli; il possesso di questi deve diventare quasi una smania, un dire “lo voglio a qualunque costo”. *“Per questo, secondo me, le nostre esposizioni funzionano. Perché riesco a interpretare il gusto dei nostri clienti e perché comunque si ha il desiderio di entrare in un ambiente nuovo e diverso, ma allo stesso tempo ci si aspetta che assomigli al nostro, magari in meglio; l’ambiente deve essere di ispirazione e di aspirazione”*<sup>41</sup>. Quando, infatti, si ha la sensazione di avere la possibilità di acquistare qualcosa che appartiene alla nostra linea stilistica ed è di qualità migliore, perché quello che si è collezionato e comprato negli anni lo si ritrova in una casa di un livello sociale più alto del nostro, si ha la conferma che tale linea stilistica sia valida, di gusto, di un determinato ambiente a cui, quindi, apparteniamo anche noi. Così, si è anche più motivati a spendere e a fare quel passo in più: il cliente, vedendo cose che già possiede e che trova a casa propria insieme a un oggetto bello che può sembrargli irraggiungibile, si convince che tale oggetto non sia così impossibile da avere perché è in un ambiente che gli è familiare, che è comune al suo, ed è più motivato nell’acquisto, a fare una spesa che altrimenti non avrebbe scelto di affrontare, e si lascia trascinare nei rilanci delle varie battute<sup>42</sup>.

---

<sup>41</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

<sup>42</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

Una volta che si compie un acquisto, il posizionarlo secondo il proprio gusto e nel proprio ambiente fa perdere a questo ogni carattere di massificazione e mercificazione, perché acquista una connotazione personale e si distingue da tutto il resto. Le cose, grazie all'utilizzo e alla trasmissione, sono in continuo mutamento di significato e di funzione e vengono arricchite dai sentimenti che i proprietari riversano in esse: particolari condizioni di acquisto, se tali oggetti sono un regalo, se essi appartengono alla storia familiare da diverse generazioni; sono tutte condizioni che fanno sì che si verifichi un arricchimento di senso dei beni materiali attraverso l'attribuzione di qualità immateriali (si veda Meloni, 2011 a).

La casa è il luogo in cui le persone danno vita a una celebrazione di se stesse grazie all'utilizzo che fanno degli oggetti, un utilizzo che contribuisce alla creazione di caratterizzazione: attraverso l'analisi di che cosa è stato acquistato, quando, dove, perché e come è stato posizionato all'interno della casa e allestito rispetto agli altri oggetti già presenti, possiamo scoprire le determinanti culturali che hanno costruito i gusti delle varie epoche e il rapporto che il proprietario ha con la sfera materiale ed esterna alla quotidianità domestica (Meloni, 2011 b).

Il contatto prolungato e la relazione esclusiva che si crea tra beni e proprietario porta all'identificazione dell'uno negli altri e viceversa:

*“Čičikov diede ancora una volta uno sguardo alla stanza, e tutto quello che c'era dentro era saldo, goffo al massimo grado e aveva una qualche strana somiglianza con il padrone di casa in persona; in un angolo del salotto c'era una scrivania in noce panciuta su quattro assurdisime gambe che era identica a un orso. Il tavolo, le poltrone, le sedie, tutto aveva le caratteristiche più pesanti e scomode che ci si possa immaginare; in breve, ogni oggetto, ogni sedia sembrava dicesse: «Anch'io sono Sobakevič!» oppure «Anch'io sono molto simile a Sobakevič!»” (Gogol, 2010, p. 97).*

Gli esseri umani e gli oggetti sono legati da un rapporto di scambio simbiotico, attraverso cui agli oggetti viene attribuito valore grazie alla carica emotiva che li investe. È per questo motivo, e secondo questo processo di attribuzione di senso, che le case dell'infanzia hanno un peso così rilevante nella memoria personale, e gli oggetti che sono

contenute in esse determinano i criteri per stabilire quando un luogo è definibile “casa”. La casa familiare rappresenta la prima esperienza di differenziazione tra interno ed esterno, oltre a rappresentare la fisicità del concetto di famiglia attraverso gli oggetti che la popolano e che incarnano gli affetti. Gli oggetti hanno vita finché vengono trasmessi alle generazioni successive o, se dispersi, fino a quando hanno un proprietario che li utilizza e, così, anche i mobili hanno una seconda possibilità di esistere (si veda Baudrillard, 1996).

La generazione che oggi risulta essere quella dei nuovi compratori, la quale probabilmente è cresciuta in case di un certo tipo ma le ha rifiutate per andare contro ai genitori, a una determinata etichetta o una determinata usanza, in parte subisce la vena nostalgica di un oggetto che ricorda loro l’infanzia o i genitori che non ci sono più. È comunque presente un legame con gli oggetti che hai vissuto nel passato, che magari erano gli oggetti intoccabili perché destinati alla festa, che hai vissuto come una cosa che non si poteva toccare e di cui hai rifiutato il possesso. Se assisti alla sua contestualizzazione hai l’impressione che non solo sia bello, ma che può anche essere utilizzato, perché a una certa tipologia di clientela devi far vedere che un oggetto bello, che simboleggia un determinato passato, è comunque vivo. Così, quando il cliente trova esposto un qualcosa che la sua famiglia possedeva ma che, ad esempio, si è dispersa in una divisione ereditaria, è disposto e incentivato a riappropriarsi dei simboli che quella determinata cosa rappresenta, attraverso anche l’impossessamento fisico della cosa stessa<sup>43</sup>.

All'interno dell'ambiente privato gli oggetti sono caricati di una componente mitologica e fanno parte della trasmissione di un passato personale. Sono un modo per fuggire dalla vita di tutti i giorni, e nessuna fuga è più radicale della fuga nel tempo, nessuna è così liberatoria come la fuga nella propria infanzia (Baudrillard, 1996).

Meloni (2011 b) nel suo lavoro ripensa e riadatta allo studio del quotidiano le domande che l’etnologa Hélène Balfet suggeriva al visitatore che voleva analizzare gli oggetti di una collezione, in riferimento al Musée de l’Homme. Meloni (2011 b) riporta che, secondo i quesiti proposti da Balfet, lo spettatore si doveva interrogare su quale fosse

---

<sup>43</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

l'uso e l'utilità dell'oggetto, su quale fosse la sua composizione e costruzione e sulla sua provenienza e origine. Queste domande possono essere riadattate e utilizzate anche per indagare su un oggetto all'interno della sua sfera domestica, chiedendosi a quale utilizzo fosse destinato secondo chi lo possedeva e quale trascorso lo caratterizzava. Un bicchiere, ad esempio, da un punto di vista pragmatico, ha la funzione di consentire alla persona di bere, ma può essere intriso anche di significati simbolici, ad esempio quel bicchiere può far parte di un servizio di cristalleria, regalo di matrimonio di persone care ormai scomparse, e viene custodito ed esposto all'interno di una vetrina affinché sia visibile.

Gli oggetti posseggono la capacità di comunicare anche in modo non verbale, ma trasmettendo la stessa intensità: quelli domestici, nello specifico, che hanno una duplice consistenza, materica e significativa, manifestano ciò che le persone vi hanno impresso (si veda Meloni, 2011 b).

*“Le forme antropomorfe e teriomorfe così frequenti nei mobili non sono che indici e promemoria della loro partecipazione alla vita dell'uomo; L' antichissima zampa di leone conserva ancora qualche vestigio del primitivo significato sacrale che era di trasfondere la sua virtù, la sua forza, nella persona che sedeva sulla seggiola così sostenuta; Il senso ultimo di un armonioso arredamento, come s'è ora accennato, è sì di rispecchiare l'uomo, ma di rispecchiarlo nella sua essenza ideale: e un'esaltazione dell'io. Il mobilio rivela lo spirito d'un'epoca.” (Praz, 2009, p. 23).*

Determinati oggetti hanno la capacità di rappresentare veri e propri patrimoni culturali di comunità intere, nei quali la società si riconosce e si identifica (Meloni, 2011 a).

All'interno di un diverso studio rispetto a quello citato in precedenza, Meloni (2011 a) mette in evidenza due aspetti: il modo con il quale chi ricerca la trasmissione del passato e dei beni di famiglia tramanda gli oggetti e quanto il possedere determinati oggetti faccia parte di un'azione di differenziazione sociale e di caratterizzazione di una identità locale. All'interno delle sue ricerche, l'abitazione è concepita come intersezione tra i bisogni primari e i consumi superficiali, che determina i caratteri di intimità e rappresentanza racchiusi all'interno del concetto di casa. Casa è il luogo in cui coesistono le rappresentazioni della tradizione, trasmessa a livello sociale grazie agli oggetti, e le

manifestazioni dello scorrere del tempo caratterizzate da nuovi fenomeni sociali e nuove culture. All'interno della casa e di come la si vive, di come la si arreda, è rintracciabile la relazione con i beni che si posseggono e con la materialità in genere e *“rendendo inoltre visibile la tensione permanente tra i modelli dominanti e gli atti di creatività culturale attraverso i quali ci si appropria dello spazio domestico”* (citazione di Bonnin e Perrot, 1989, presente in Meloni, 2011 a, p. 397).

Vi è poi l'aspetto fondamentale che riguarda la provenienza: gli oggetti domestici, soprattutto quelli di antiquariato e di lunga trasmissione ereditaria, possiedono una loro biografia. La provenienza è intesa sia come caratterizzazione geografica che temporale: quel particolare oggetto può essere originario di un determinato luogo o di una determinata epoca, e a queste determinanti si legano i sentimenti e la memoria. Studiando la biografia degli oggetti appartenenti alla sfera domestica, quindi identificandone le varie fasi di vita, è possibile ricostruire anche la storia dei proprietari e dei legami familiari o affettivi che li caratterizzano. Ogni volta che cambia il proprietario, al valore costituito dalle precedenti proprietà si aggiunge il valore del nuovo possessore, che trasmetterà all'oggetto dei tratti diversi attraverso una collocazione diversa e un utilizzo diverso. In questo modo non si possiede un semplice oggetto, ma un'incarnazione di diverse essenze. La provenienza, a seconda del gusto e del senso sociale, può aumentarne o diminuirne il valore e più ci allontaniamo nel tempo e nello spazio, più grande è il fascino che tale oggetto racchiude, trasmettendo una condizione di nostalgia e aspirazione per una situazione irripetibile o difficilmente realizzabile (Meloni, 2011 b).

### *2.1.3. La casa come luogo deputato all'arte*

Le particolarità dell'ambiente domestico e le identità dei luoghi divengono percepibili, attraverso i lavori artistici, come un insieme complesso di suggestioni, memorie e oggetti che non si possono ricondurre a modalità stilistiche riconoscibili. Normalmente l'opera si genera attraverso una trama di vissuto e relazioni, di vita e ambienti, i cui segni vengono lasciati e manifestati su di essa, poiché il fermento vitale da cui l'opera affiora fanno parte dell'opera stessa. Il nuovo canone di asetticità, sia nelle gallerie che nelle sedi espositive museali, non ha cancellato proposte di carattere più personale e domestico, anche perché uno sfondo neutrale non sempre rende giustizia alla

complessità creativa. L'espone in case private, fenomeno che si è diffuso molto, è un atteggiamento che possiamo riscontrare anche in tempi meno recenti, e non uno sviluppo nuovo e originale. Ogni intervento artistico crea un connubio particolare tra pubblico e privato, e tali aspetti rimangono in bilico, lasciando all'osservatore, protetto dalle mura domestiche, la possibilità di rendere la visita più intima e più confidenziale rispetto ad altre esperienze espositive (Boràgina e Brivio, 2013).

Quello che nello specifico ogni casa può apportare all'arte dipende da casa a casa e dall'opera d'arte: la casa può fungere da sfondo assertivo o come parte integrante dell'opera. La casa ha una storia tangibile, che include persone del passato, proprietari, architetti, artisti, lavoratori, con cui l'artista può dialogare o cercare di entrare in comunicazione. Gli interventi e le interazioni artistiche nelle case museo hanno dimostrato di essere una strategia efficace per esplorare i legami esistenti tra le epoche e le culture. Anche se l'inautenticità o il falso storico possono essere vissuti come creatori di dissonanze e idiosincrasie, il consumatore sembra essere molto ben disposto ad accettarlo e a scendere a compromessi con l'inautentico e, talvolta, potrebbe anche preferirlo (si veda Mårdh, 2015).

Lusini (2014) riferisce che l'ambiente domestico è un tema di indagine fondamentale nell'arte, che ne studia le strutture fin dai tempi dell'antico Egitto. La pittura fiamminga consacrò tale soggetto a tematica di studio indipendente, e non come mera circostanza in cui inserire il personaggio ritratto. Scene di genere, feste popolari e attività quotidiane divennero sempre più diffuse e rappresentate in tutta Europa. Anche nella pittura impressionista e moderna non mancano gli esempi di realizzazione di scene che hanno gli ambienti domestici come tema centrale. Nel Novecento la sfera domestica privata non è più soltanto tema pittorico ma entra a far parte dell'opera d'arte stessa o ne espone i prodotti. Esempio è l'operato di Michelangelo Pistoletto, che tramuta la sua casa in una galleria per esporre i lavori artistici degli amici. Per Giacomo Balla, ad esempio, era abitudine accogliere gli amici e i sostenitori nella propria abitazione privata a Roma: la casa era disseminata dei suoi oggetti personali e di arredi che lui stesso creava come risultato del processo di riflessione sulla relazione tra arte e design, in un momento storico in cui la produzione di massa stava aumentando. *“Invitando i suoi ospiti a intromettersi nei dettagli della sua vita quotidiana e del suo universo creativo, Balla fece*

*un atto estetico ma anche fortemente politico, di decostruzione della dicotomia tra arte e vita e di critica all'istituzione museale, tradizionalmente deputata all'esposizione e alla fruizione dell'arte, che lo portò a immaginare e realizzare la propria abitazione come una vera e propria installazione d'arte ambientale"* (Lusini, 2014, pp. 555-556). L'annullamento delle barriere tra arte e vita privata è estremamente lampante nella forma abitativa dell'ateleir, in cui spesso coesistono la quotidianità, il processo creativo e l'esposizione delle opere.

Le mostre domestiche si inseriscono in un contesto in cui l'intrecciarsi tra arte e vita è reso evidente e indissolubile e propongono l'arte come definizione materiale della quotidianità. È evidente il contrasto tra un'ambientazione domestica e il concetto di white cube, soprattutto se si considera la differente percezione che l'occhio ha di un'opera d'arte posizionata in un contesto asettico e completamente snaturato rispetto all'impressione che deriva dall'osservare un lavoro artistico in un contesto quotidiano o riccamente decorato. Cambia la percezione del visitatore e la tipologia di osservazioni. Non si propongono valutazioni in merito, sono semplicemente momenti diversi. Si crea comunque un rapporto di intimo dialogo tra visitatore e opera osservata, ma nel caso di un'esposizione domestica è molto più probabile la condivisione e la creazione di un'osservazione partecipativa oltre che privata. Il visitatore diventa esploratore voyeuristico nella vita della persona che ospita la mostra e che ha disseminato nell'ambiente varie tracce della sua esistenza (Boràgina e Brivio, 2013).

Alla fine degli Sessanta aumentarono considerevolmente le esposizioni in ambienti domestici, a simboleggiare un crescente coinvolgimento dell'arte nell'essenza quotidiana dello spazio domestico nonché una ricerca, da parte degli artisti, di contesti sempre più intimi e personali (si veda Lusini, 2014).

Gli anni Settanta del Novecento sono gli anni in cui si sviluppa una profonda riflessione sui concetti di arredamento e di ambiente domestico, testimoniati dalla mostra al MoMA, "Italy: The New Domestic Landscape" del 1972 che esplorava gli spazi abitativi moderni come paradigmi attraverso cui esplorare stili di vita e modalità di socialità, luoghi in cui convivono oggetti dal design moderno riprodotto in serie e opere di artigianato (Modena, 2018).



In tempi moderni l'indagine artistica si è concentrata maggiormente sulla vita in sé, come atto forzoso ma necessario, e l'abitazione è tornata ad avere un ruolo di contesto del quotidiano, della memoria personale e del senso di appartenenza del singolo. In questo senso è da notare l'opera "La Terza Camera" di Flavio Favelli, in cui sono riallestiti gli ambienti dell'abitazione di famiglia in un centro commerciale di Roma. Si rende manifesta la completa dissoluzione dei limiti tra ricordi privati, immagini intime, e l'assoluta pubblicità dello spazio (Lusini, 2014).

Secondo Boràgina e Brivio (2013) un primo esempio italiano di appropriazione della casa come luogo da parte di un artista è "Interno", ovvero un allestimento di Fabio Mauri del 1990 in cui lo spazio espositivo è trasformato in casa d'artista, e quindi in un luogo in cui l'intera esistenza dell'artista è accolta e generata, materializzata da oggetti carichi di memoria e di vita. L'artista ha trasferito i propri mobili in galleria come conseguenza di un periodo in cui era stato costretto a casa, durante la preparazione della mostra. I suoi assistenti gli portarono le opere a casa, appoggiandole vicino ai mobili, e, osservando quell'allestimento casalingo e casuale, l'artista decise che il senso della mostra che stava ideando sarebbe stato da ricercarsi nell'ibridazione tra la realtà quotidiana della casa e quella ufficiale della galleria (Boràgina e Brivio, 2013).

Sempre in Italia, a Torino, possiamo riscontrare un progetto che crea l'incontro tra arte e persone radicate nel territorio; tale progetto è viadellafucina16, un esperimento di condominio museo e residenza per artisti, creato da Kaninchen-Haus nel 2016 da un'idea dell'artista Brice Coniglio. Tramite un'open call internazionale agli artisti è stato chiesto di trascorrere un periodo nel palazzo, durante il quale sono stati stimolati a realizzare interventi e opere negli spazi comuni al fine di attivare il dialogo tra le diverse comunità che lo abitano e favorire la riqualificazione dell'edificio, in stato di degrado e abbandono. Le proposte vincitrici sono state selezionate dagli stessi abitanti del condominio (circa 200 persone di ogni nazionalità distribuiti in 53 appartamenti) con la collaborazione di curatori, sulla base della capacità di rendere partecipe la comunità, di interpretarne i sogni, di attivare nuovi percorsi di co-creazione e cura degli spazi. Il condominio, che rappresenta un punto di intersezione tra pubblico e privato, tra intimità e condivisione, si apre alla pratica artistica come fattore di rigenerazione estetica, sociale e culturale, divenendo così un luogo in cui la comunità rappresenta se stessa, come un tempo i

palazzi signorili decorati dagli artisti rappresentavano il prestigio delle singole casate. Il condominio museo è diventato oggi una straordinaria fabbrica di produzione culturale e innovazione sociale ospitando opere e performance di giovani artisti così come contributi di grandi maestri come Giorgio Griffa o Michelangelo Pistoletto<sup>44</sup>.

Esistono, inoltre, associazioni culturali che realizzano mostre in residenze private. Un esempio di queste è Wunderkammern, fondata da Franco e Giuseppe Ottavianelli e Afra Zucchi nel 1998. Le mostre proposte da tale associazione hanno lo scopo di suscitare meraviglia, in perfetto connubio con lo sconcerto che spesso caratterizza la ricerca artistica contemporanea. Tale creazione di stupore si rivolge non soltanto ad esperti, ma anche a turisti o semplici passanti che risultano essere in profondo dialogo con il tessuto urbano, e per cui le mostre stimolano riflessioni sulla privacy, sull'esibizionismo e il voyeurismo rintracciabili nell'arte, e sulla proposta di una fruizione artistica opposta rispetto quella a cui siamo abituati. Il rapporto fra pubblico e privato in ambiente artistico diventa un modo per riflettere sulla situazione culturale attuale, cercando di recuperare un'estetica e un'etica della percezione e della produzione, lasciando maggiore flessibilità percettiva e creativa (Boràgina e Brivio, 2013).

Danielle Mourning, artista nata a San Francisco nel 1976, dal 2018 ha trasformato la sua casa in un'installazione artistica. Tale artista trova nell'autoritratto la sua poetica, compie un'indagine profonda di se stessa, alla ricerca di ogni lato del suo essere e coinvolgendo il suo legame con gli antenati. All'interno del progetto Stay With Me ognuna delle sette stanze dell'abitazione è stata trasformata e caratterizzata dalle opere d'arte create dall'artista con l'ausilio di mosaici di specchi, di piume e di fiori: la natura che riflette e si riflette è al centro del percorso creato nella casa e un insieme di visioni, colori e odori guidano il visitatore alla scoperta del mondo privato dell'artista, anche grazie a oggetti e ricordi personali della stessa. La casa, ereditata dai genitori, è aperta per tour privati, si apre allo sguardo dei curiosi che sfidano l'intimità dell'artista. Si viaggia attraverso la sua storia personale e familiare, respirando la convivenza tra la sua arte e il suo passato. Una foto semibruciata della nonna è appesa su una parete piena di fiori di calendula. Album di famiglia riscoperti e ridipinti con colori neon sono esposti sotto la luce di un

---

<sup>44</sup> <https://viadellafucina16.kaninchenhaus.org/condominio-museo>

lampadario appartenuto alla nonna, e da sfondo fa un mare di margherite fotografate dall'artista. Questo progetto fa riscoprire la bellezza celata nel quotidiano<sup>45</sup>.

Farid Rasulov ha realizzato, in occasione della Biennale di Venezia del 2013, un'installazione dal titolo "Carpet Interior", che riproduceva un interno domestico completamente ricoperto di stoffe decorate con geometrie tipicamente caucasiche. Questo spazio proponeva un appariscente contrasto tra la ricchezza dei motivi mediorientali e la linearità degli arredi di design, accostando un elemento che nell'immaginario comune identifica la tradizione culturale dell'Azerbaijan, ovvero il tappeto decorato con pattern floreali e raffigurazioni astratte, a un moderno salotto cittadino. Ogni oggetto, ogni mobile e ogni parete facevano parte di quella visione di insieme in cui diversi stili e culture si univano (Lusini, 2014).

Le abitazioni che ospitano aste House Sales sono spesso dimore storiche e nobiliari che al loro interno contengono anche opere di arte moderna e contemporanea, integrate nell'ambiente secondo il gusto dei proprietari più recenti. Un esempio di connubio tra luoghi storici e progettazioni contemporanee è visibile a Versailles, in cui ogni anno il palazzo ospita mostre di importanti artisti contemporanei come Jeff Koons e Takashi Murakami. Sul sito web di Château de Versailles Spectacles, queste mostre sono descritte come un affascinante confronto tra arte barocca e contemporanea, che mostrano Versailles come un luogo vivo e aperto alla creatività (il riferimento al sito web di Château de Versailles Spectacles è presente in Mårdh, 2015, p. 33; l'indirizzo web di riferimento su tale intervento non è più attivo). La maggior parte di queste installazioni è stata posizionata nei giardini, ma alcune sono state esposte anche in spazi che ospitano opere del passato all'interno del palazzo. L'accoglienza da parte della critica e del pubblico è stata varia, a seconda dell'artista in esposizione, ma qualsiasi orrore o indignazione è visto come parte dell'opera d'arte. Il ruolo strumentale della mostra è quello di creare titoli che inducano i visitatori a chiedersi cosa proponga Versailles e questo tipo di mostre, quando hanno successo, hanno contribuito alla modernizzazione e diffusione dell'antico marchio di Versailles, riempiendolo di un senso di creatività e di nuova vita (Mårdh, 2015).

---

<sup>45</sup> <https://www.daniellemourning.shop/book-installation-tour>

Un luogo storico accostato a opere d'arte anacronistiche, e per questo dicotomiche, *“offre spazi in cui il dialogo tra passato e presente crea tensione e risonanza”* (Serota e Koshalek, 2001, p. 17).

Un esempio di questo è la creazione di Dennis Severs, una casa museo particolare, che non ha la pretesa di essere relazionata alla realtà. Severs faceva parte di un gruppo di persone che ha iniziato a ristrutturare case a Spitalfields, sulla scia del movimento di quegli anni per la salvaguardia del patrimonio nel Regno Unito. Severs, tuttavia, non si è limitato a ristrutturare la casa: ha trasformato la sua casa in una capsula del tempo, una fantasia, ricreando le vite di persone immaginarie che sembra abbiano appena lasciato la stanza. Il visitatore ha l'occasione di partecipare a un viaggio nel tempo mentre si muove nella casa, quando è in salotto diventa testimone della vita privilegiata degli abitanti del XVIII secolo, salendo le scale assiste alle pessime condizioni degli inquilini del XIX secolo che vivono all'ultimo piano. L'ambiente è creato dalla combinazione di scenografie e opere d'arte, offrendoci una storia e uno spettacolo da seguire. La casa è piena di oggetti acquisiti, raccolti, ricevuti e realizzati dallo stesso autore. Sono vecchi e nuovi, veri e falsi, belli e volgari, ma la cosa fondamentale è che sono stati scelti da lui (Mårdh, 2015). Severs ha realizzato un romanzo tridimensionale all'interno di una dimora storica: la comprensione emotiva del passato e la sua visione olistica e terapeutica, quasi spirituale, hanno creato un luogo fuori dal comune. È stato in grado di evocare epoche passate attraverso l'empatia con gli oggetti e i luoghi, per raccontare una storia immaginaria, che per i visitatori si confonde con la realtà della vita (Stamp, 2000).

Le case museo sono, in effetti, luoghi in cui gli arredi e gli oggetti personali di uso quotidiano vengono integrati all'interno del percorso espositivo ai fini di presentare una narrazione. Per la casa museo è osservabile che *“[...] la specificità di questo tipo di edificio è il legame indissolubile tra contenitore e contenuto, tra palazzo, casa, appartamento e collezioni permanenti, arredi, suppellettili ornamentali”* (traduzione personale della citazione di Leoncini e Simonetti, 1998, presente in Pavoni, 2001, p. 17) ed è possibile rintracciarvi similitudini con un'abitazione allestita per una House Sale. Partendo da tematiche legate alle case museo, dunque, possiamo sviluppare le dinamiche che si instaurano all'interno di una esposizione di un'asta House Sale.

La concezione dello spazio e la disposizione degli oggetti al suo interno acquistano un valore ben preciso in questo tipo di allestimenti: sono gli oggetti a definire la spazialità della casa e la ricostruzione della collezione viene utilizzata per evocare lo spirito dell'antichità, drammatizzando e incarnando l'anima, la personalità e la fisicità di chi vi ha abitato (Meschini, 2016).

La casa museo è diventata interessante come spazio creativo proprio perché non è un asettico spazio bianco o un museo costruito appositamente per le mostre d'arte, ma è piuttosto la casa di personaggi del passato che può riguardare la storia culturale, la storia dell'arte, la storia della comunità e molto altro. Le case museo sono luoghi reali che offrono eccellenti collezioni. Kevin Moore si riferisce a questo tipo di abitazioni come aventi "il potere del tre": la cosa reale, il luogo reale e la persona reale (traduzione personale del riferimento a Moore, 1997, presente in Mårdh, 2015, p. 28). Queste Sono piene delle tracce di chi le ha vissute e utilizzate e gli oggetti portano il visitatore a immedesimarsi con i proprietari, e questo è un confronto che evoca sentimenti di empatia oltre a fornire conoscenza del passato (Mårdh, 2015).

La casa museo realizza l'utopico connubio tra spazio abitativo e spazio comunicativo, incarnando le caratteristiche di condivisione e convivialità. Si crea la possibilità di godere di una collezione all'interno di un luogo che si struttura come sintesi tra pubblico e privato e un allestimento che non distingue stili e correnti. Un progetto che enfatizza la socialità dell'arte e la sua capacità di dialogare con l'osservatore (Modena, 2018).

Una notevole forza trainante per l'apprezzamento di tali realtà è la creazione di esperienze, il che richiede di generare atmosfere e raccontare storie. Gli interventi artistici concretizzano nuove esperienze attraverso la stimolazione di tutti i sensi, evocando sentimenti come curiosità, sensualità e avventura, portando nuovamente la vita all'interno della casa. Sono anche un'eco della spinta alla democratizzazione, contribuendo a creare un ambiente in cui più gruppi di visitatori si sentano i benvenuti e dove il passato viene riconosciuto, generando nuove storie (Mårdh, 2015).

La particolarità della casa museo è quella di fare immaginare al visitatore il connubio tra il lavoro artistico e la propria vita quotidiana. Una tale esperienza, per cui la visita dell'ordinario si aggiunge alla vista dello straordinario, accade ogni volta che si varca la

soglia di una casa museo: non esiste una temporalità delimitata dalla durata della visita, ma il tempo si fa elastico e si espande. La casa museo conserva costantemente la sua complessa identità e rappresenta una vera e propria drammatizzazione della vita, poiché non si occupa solo del godimento estetico delle opere presenti, ma la visita è integrata anche dalla ricerca della presenza dell'artista, del collezionista o della figura politica che abitava in quelle stanze e della sua presenza negli oggetti. Nella casa museo tutto diventa personificazione, tutto è attraversato dalla sfera del possesso e tutto è stato toccato (Meschini, 2016).

Una soluzione sempre più spesso adottata nei musei sono le “period rooms”, ovvero le sale storiche: stanze che sintetizzano in maniera semplificata un dato stile e un certo gusto artistico e che *“come disse un critico italiano nel 1864, pur costituendo effettivamente un museo, sembrano più stanze in cui si vive ancora”* (Pavoni, 2001, p. 16, traduzione personale).

In conclusione, potremmo dire che attualmente la dimensione pubblica di una casa sembra essere più interessante che mai, non solo dal punto di vista dell'arte contemporanea, ma piuttosto di una situazione sociologica per cui il condividere costantemente la propria quotidianità e raccontare la propria vita con il resto della società, anche attraverso i social media, ha spostato sempre di più l'interesse verso il privato, l'ordinario, il segreto e il nascosto. Al proprietario si associano i suoi sogni, i desideri e le frustrazioni della società in cui ha vissuto e la temporalità non si limita a uno spazio cronologico specifico, ma implica una temporalità più complessa dove l'oggettività della storia e la soggettività della narrazione si sovrappongono costantemente (Meschini, 2016).

## **2.2. Esposizione empatica e sensoriale**

*“Il compito espositivo e comunicativo proprio dell’allestimento deve dunque farsi carico specificamente di un’esigenza non del semplice vivere, ma del conoscere. Tutto il lungo lavoro preparatorio di selezione dei materiali, messaggi o prodotti da esporre, che il progettista compie assieme ai curatori, è la base per far maturare un’idea di spazio, margini, arredi e attrezzature, che diventano valore aggiunto a*

*quelli messi in mostra, come una bella scenografia è valore aggiunto a un bel canto o a una musica suonata bene.*” (Ottolini, 2017, p. 10)

Il concetto di “esposizione” può avere significati multipli, dipendentemente a quale campo di indagine si prende come riferimento: antropologia, architettura, arte, economia, fotografia, geografia, musica o storia<sup>46</sup>.

Locker (2011) ci dà una definizione attinente al nostro campo di indagine: con esposizione intendiamo “*presentazione pubblica di opere d'arte o oggetti di interesse*” (Locker, 2011, traduzione propria).

L’allestimento diviene la forma corporea della celebrazione delle sfaccettature di senso e di significato del tema principale, e si deve sempre collocare in una relazione di complementarità rispetto alle opere esposte, altrimenti si presenta il rischio che la personalità eccessiva del contenitore predomini sulla considerazione del contenuto. La temporaneità dell’esposizione obbliga a esaltare in modo semplificato il rapporto formale che si instaura tra allestimento e i lavori artistici esposti (Ottolini, 2017).

L’allestimento diventa esposizione quando è caratterizzato dalla durata limitata dell’evento. Terminato il motivo principale della sua esistenza, l’allestimento decade, e insieme a esso sparisce anche la sperimentazione artistica che ne è scaturita e che è intrisa di umano, di conoscenze e di emozioni. Esporre significa far risaltare il soggetto e comunicare significati relativi a esso (Ottolini, 2017).

Le pareti, i tappeti, gli affreschi, il bel mobile che dialoga con l’oggetto comune sono ciò che fa un ambiente. Si crea un’idea, una suggestione romantica, che si basa sul senso del bello, di serenità e di piacevolezza. Anche un qualcosa che non rispecchia il gusto personale e che non riesci a contestualizzare, che non senti tua, riesce ad avere un impatto sulla tua persona quando sei immerso in un determinato percorso, e questo accade sia nelle esposizioni che nelle foto ambientate<sup>47</sup>.

---

<sup>46</sup>Enciclopedia online Treccani, voce Esposizione, accessibile all’indirizzo: <https://www.treccani.it/enciclopedia/esposizione/>

<sup>47</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

Anche nel marketing possiamo trovare processi che sottolineano la capacità del luogo che ospita una data esposizione di creare legami e suggestioni nel pubblico.

Secondo quanto riportato da Provenzano (2012) il visual merchandising è definito dall'American Marketing Association come una serie di metodi e tecniche attuate al fine di migliorare la presentazione dei prodotti. Il visual merchandising si pone all'interno di uno studio più ampio, quello della grammatica visiva e della teatralizzazione delle vendite: come in un teatro, l'acquirente diventa spettatore dell'esperienza messa in scena all'interno dell'ambiente, vertendo sempre più sulla spettacolarizzazione dei consumi grazie alla quale l'acquirente diventa il protagonista della situazione creata. Tale processo di intrattenimento e coinvolgimento sensoriale porta all'amplificazione del ruolo assunto dalle componenti del piacere e delle emozioni dell'atto dell'acquisto, componenti che, agendo sullo stato d'animo e sulle reazioni del visitatore, apportano maggiore valore alla visita del luogo in cui quella situazione si è andata a creare. L'identità fortemente narcisistica del consumatore moderno ha un peso in costante aumento e l'unico modo per rispettare la sua importanza è dedicargli tutte le attenzioni possibili. Soltanto così si potrà creare un rapporto duraturo e di affezione.

Vescovi e Checchinato (2004) riferiscono come l'acquisto sia concepito sempre di più come un momento di svago, che si tratti di acquisti di prima necessità o di spese a elevato coinvolgimento estetico<sup>48</sup>. È possibile notare che il consumatore sta variando le sue preferenze, e da *"consumatore dell'aver"* sta diventando *"consumatore dell'essere"* (si veda Vescovi e Checchinato, 2004, p. 595). La visita al punto vendita non avviene soltanto per il mero acquisto, ma alla ricerca di un'immersione stimolante su più piani. Dalla loro ricerca emergono diverse strade possibili per la costituzione dell'esperienza: un percorso particolarmente comune si sviluppa a partire dalla realizzazione di eventi, intesi come situazioni coinvolgenti e nettamente distinte dalla quotidianità. Una seconda strada, anch'essa verificatasi spesso, è la possibilità di creare atmosfere esclusive che contribuiscono alla differenziazione dell'offerta. Un terzo percorso è la proposta di categorie merceologiche diverse, ma comunque legate logicamente, in un unico spazio, cercando di suggerire varie combinazioni degli oggetti. Tali percorsi suggeriscono un

---

<sup>48</sup>La riflessione di Vescovi e Checchinato (2004) tiene conto di vari studi, tra cui: Codeluppi, V. (2000), "Shoptainment: verso il marketing dell'esperienza", in *Micro&Macro Marketing*, vol. 10, n. 3, pp. 403-412



nuovo modo di creazione dell'esperienza, che lascia ampio margine alle relazioni tra territorio e cultura: si possono creare rapporti di relazione tra esperienze d'acquisto uniche, luoghi memorabili e situazioni indimenticabili, sviluppando il collegamento con l'arte e la natura.

*"[...] L'atmosfera non deve essere ferma, stagnante ma vibrare, e il pubblico vi si deve trovare immerso e stimolato, senza che se ne accorga"* (Albini, 1982, p. 421).

L'architettura degli allestimenti determina l'itinerario cognitivo e sentimentale che lo spettatore intraprenderà per avvicinarsi all'argomento affrontato. Tale itinerario è definito a partire dai lavori e dai significati, ma deve tener conto di un ulteriore elemento, che talvolta risulta fondamentale quanto i primi: il luogo (Ottolini, 2017).

Provenzano (2012) riferisce che lo spazio espositivo si va a delineare sempre più come luogo principale della comunicazione con il cliente. Per attuare tale comunicazione, non è richiesto lo snaturamento del luogo, quanto piuttosto tenere in considerazione ed esaltare la personalità dell'ambiente attraverso l'allestimento. Tutte le arti tengono in considerazione lo spazio, elemento centrale nel dare rilievo: *"il soggetto principale di ogni composizione artistica ha dello spazio intorno a sé che ne accentua l'espressione"* (Provenzano, 2012, p. 75).

Alla base della psicologia ambientale, disciplina che studia le relazioni tra ambiente ed essere umano, vi è il principio secondo cui *"i comportamenti umani sono influenzati non solo da variabili personali, ma anche da fattori situazionali e in particolare dal contesto fisico in cui tali comportamenti si manifestano; pertanto, il variare delle caratteristiche dell'ambiente determina – a parità di o in funzione di caratteristiche personali – una variazione corrispondente nelle condotte di individui e gruppi"* (De Nisco e Napolitano, 2011, p. 326).

Il neuromarketing, ovvero l'applicazione di tecniche di neuroimaging al comportamento umano per studiare gli scambi e sviluppare la vendita di un dato oggetto (si veda Lee, Broderick e Chamberlain, 2007), collabora con il design ricercando la stimolazione dei sensi attraverso l'impiego di vari elementi visivi, uditivi, olfattivi, tattili, e gustativi dato che i sensi sono il principale veicolo di creazione delle emozioni e che queste, a loro volta, stimolano la memoria e i ricordi (Provenzano, 2012).

Grazie alla musica, ai fiori, all'idea di stare in un ambiente rilassante, anche con l'utilizzo di caramelle e cioccolatini, si crea nel visitatore una certa immagine di quel luogo, a cui viene associata una determinata allure. Tutti i sensi della persona che compie il percorso devono essere coinvolti<sup>49</sup>.

Un esempio dell'applicabilità reale di studi che si concentrano sulla stimolazione sensoriale è riscontrato nella ricerca svolta da Guido et al. (2015), secondo le cui conclusioni è stato osservato che l'utilizzo di una luce blu a bassa lunghezza d'onda induce un aumento della volontà di acquistare beni legati alla sfera irrazionale più pronunciato rispetto a una luce calda.

*“Personalmente non apprezzo la ricreazione di neutralità, perché sembra piacere a tutti ma in realtà non piace a nessuno: lo apprezzi in un'esposizione ma non lo vorresti mai a casa tua”<sup>50</sup>.* Attraverso l'esperienza diretta dell'arredatore della casa d'aste Maison Bibelot possiamo affermare che, ad esempio, un allestimento in una stanza con le pareti rosse risalta e i beni vengono esaltati. Con una parete gialla, invece, un oggetto rustico che ha le sue macchie e il suo vissuto viene scaldato; il giallo crea la sensazione di casa, dà serenità e convivialità, dà un qualcosa in più all'oggetto, gli attribuisce personalità mentre uno sfondo anonimo non toglie e non dà niente. Non è vero che una cosa neutrale incontra il gusto di tutti, prima di tutto perché il cliente rischia di perdere la concentrazione, mentre un diversivo lo distrae e lo risveglia. È importante essere suggestionati da ciò che ci circonda: entrare in stanze colme di oggetti e con gli stessi colori affatica lo sguardo, mentre creare luoghi sempre diversi, con colori diversi, con una fantasia diversa, con un gusto diverso ma che mantiene un determinato fil rouge di base, aiuta il percorso espositivo e immaginativo, e mantiene il cliente vivace e attivo nella visita<sup>51</sup>.

Fondamentale per comprendere i meccanismi alla base dell'influenza provocata dall'ambiente è lo schema Stimolo-Organismo-Risposta, il quale mette in relazione gli attributi dell'ambiente (e quindi gli stimoli) alle risposte emotive. L'organismo che media tale relazione è caratterizzato da tre diverse categorie di emozioni: il piacere (felicità e

---

<sup>49</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

<sup>50</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

<sup>51</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

appagamento), l'eccitazione (esaltazione e sollecitazione) e il dominio (comando e influenza sull'ambiente) (De Nisco e Napolitano, 2011).

Sono molteplici i benefici che il venditore ottiene dallo sviluppare situazioni che garantiscono esperienze, dato che l'aumento di tali situazioni consente di realizzare sia finalità prettamente comunicative che un miglioramento in termini qualitativi e quantitativi dell'offerta: una proposta accolta positivamente dai clienti accresce le ripercussioni della rete di viral marketing tra consumatori, i quali riportano l'esperienza diretta di elevata soddisfazione data dalla visita, stimolando nuove visite. Un ulteriore beneficio dato dalla creazione di un ambiente piacevole riguarda l'aumento della permanenza all'interno del luogo di esposizione: tale aumento, provocato dalla piacevolezza dell'ambiente, determina una maggiore disponibilità all'acquisto e consente una dimostrazione dell'offerta più approfondita (Vescovi e Checchinato, 2004).

Una House Sale, similmente a un negozio di arredamento, non espone soltanto un oggetto, ma presenta al pubblico un vero e proprio stile di vita, suscitando ispirazioni per ricreare nelle proprie case ambientazioni coinvolgenti come quelle viste. Un armadio aperto, una tavola apparecchiata con la porcellana e l'argenteria o un quadro di arte contemporanea appeso sopra un cassettone in stile Barocco: ogni sguardo può suggerire al visitatore un mondo diverso e riproducibile in casa propria.

*“Un tempo il parvenu aveva il denaro, lo investiva e si appellava a un arredatore che facesse da intermediario. Il ruolo dell'arredatore oggi è svolto dalla casa d'aste, perché il parvenu ha scoperto che esiste la possibilità di comprare senza mediatori oggetti di qualità che si trovano in negozio o che vengono suggeriti dal progettista, e saltando un passaggio sono acquistabili a un prezzo minore”<sup>52</sup>. Chi si è arricchito indipendentemente dalla famiglia di origine sa lo sforzo che ha dovuto compiere per accumulare ricchezza ed è per questo che si reca alla fonte; la casa d'aste, anche se è un intermediario, rappresenta comunque il mercato primario, perché è difficile che il privato abbia l'occasione di acquistare direttamente da un altro privato che vuole vendere. In questo caso, tra l'altro, la casa d'aste offre un servizio aggiuntivo, ovvero quello di dare un'idea*

---

<sup>52</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

di come contestualizzare un oggetto, di come presentarlo, di come potrebbe rappresentarti ed entrare nella tua abitazione, eliminando il passaggio dell'arredatore<sup>53</sup>.

Punto di convergenza tra gli ambienti di una casa e l'allestimento di una mostra è che entrambi, quando ben studiati e ben realizzati, comunicano il pensiero che sottostà alla loro esistenza: la casa mostra ed esprime se stessa, mentre un'esposizione si fa carico di esaltare e comunicare qualcosa di diverso rispetto a se stessa, ovvero l'ente (sia esso un oggetto, una persona o un'idea) che presenta al pubblico. Sia una casa che un'esposizione riescono a rendere percepibile il proprio fine, rispettivamente quello di abitare e di comunicare, e finiscono per incarnarlo (Ottolini, 2017).

Provenzano (2012) afferma che in spazi allestiti per la vendita è possibile identificare una proposta di lifestyle. L'estetica e la piacevolezza di un ambiente per stimolare la mente e le emozioni sono al centro dei progetti visual, e il consumo edonistico, il quale ha come riferimento dei beni altamente coinvolgenti, considera le emozioni come ragioni fondamentali del processo di acquisto. Si dovranno, dunque, creare scene allestite per sfruttare al meglio anche tutte le sollecitazioni sensoriali ambientali, in cui ogni elemento contribuisce all'espressione di personalità e irripetibilità della situazione, mirando alla creazione di un'esperienza unica, sperimentale e suggestiva. L'ormai diffusa convinzione che esistano motivazioni extraeconomiche che spingono all'acquisto fa attribuire un ruolo centrale alle atmosfere create nelle esposizioni:

*“L'atmosfera del negozio si potrebbe infatti definire come un insieme di elementi fisici e non, che sono percepiti soggettivamente dal consumatore, principalmente attraverso i sensi, determinati da reazioni cognitive e/o affettive in grado di tradursi in atteggiamenti e comportamenti favorevoli, riconoscendo l'importante ruolo delle emozioni e spostando l'attenzione sulla dimensione esperienziale dei processi mentali”* (Provenzano, 2012, p. 14).

Dall'analisi di Mehta e Chugan (2014), che considera l'impatto del visual merchandising sui clienti di negozi di mobili, è emerso che gli arredi giocano un ruolo molto importante nella vita della maggior parte delle persone, soddisfano i bisogni sociali, riflettono lo stile di vita, il valore e lo status sociale di un individuo. Per i negozi di arredamento, dunque,

---

<sup>53</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

l'esposizione, la disposizione, l'organizzazione del punto vendita e la combinazione creativa di colori forniscono ai clienti una nuova idea di design per la casa e sono significativamente correlati al comportamento di acquisto dei clienti. Anche se mobili e oggetti d'arredamento non vengono acquistati d'impulso, gli stimoli visivi hanno comunque un importante effetto sul cliente. L'esposizione deve essere chiara e curata, per massimizzare l'impatto positivo sui clienti. Anche il layout e l'organizzazione del negozio devono essere ben organizzati e l'esposizione sugli scaffali deve essere alla portata dell'occhio del cliente.

### **2.3. L'allestimento e l'esposizione di una House Sale**

Nel precedente capitolo abbiamo affrontato l'importanza della provenienza e dell'origine degli oggetti, e quanto le House Sales rappresentino un evento fondamentale dato che gli acquirenti sanno di poter stabilire con esattezza la proprietà dei beni poiché li ottengono dalla loro fonte originale, un luogo associato a una famiglia conosciuta e alla sua storia. Questa tradizione aggiunge una dimensione di valore e rarità che verrà trasmessa ai proprietari successivi.

Attraverso i pareri degli esperti che si sono raccolti, emerge che le House Sales, soprattutto in tempi recenti, presentano vari problemi organizzativi legati ai costi: uno tra i principali è quello legato allo spostamento fisico del personale e della struttura organizzativa dalla sede della casa d'aste alla residenza la cui vendita è in oggetto. Soprattutto con il diffondersi della tecnologia, che permette di seguire l'asta da remoto, il pubblico è aumentato ma il costo di installazione all'interno dell'abitazione è notevolmente aumentato.

A ciò si può supplire in due modi, ovvero realizzando soltanto l'esposizione in loco e poi battere l'asta nella sede della casa d'aste, o comunque in un luogo di più facile gestione logistica (facilitazioni che riguardano il permettere ai clienti di raggiungerlo facilmente o avere una connessione internet adeguata), ed è la soluzione adottata dalla casa d'aste Maison Bibelot, oppure realizzare anche le esposizioni in sede. Realizzando le esposizioni in sede ci sono vari criteri da poter seguire: si può cercare di riprodurre la stanza originale, così da mantenere intatto il fascino dell'ambiente di provenienza con le sue suggestioni storiche e personali, oppure, ove questa prima soluzione non fosse

applicabile, si espongono gli oggetti come una normale asta seguendo vari criteri che si stabiliscono e si applicano caso per caso: si può seguire un criterio temporale, un criterio di importanza dei pezzi, oppure un criterio di stile.

Durante l'intervista condotta per la presente tesi al dipartimento di Private and Iconic Collections and Country House Sales di Londra è emerso che al giorno d'oggi quasi tutte le mostre di Christie's si tengono presso la loro sede in King Street, perché la logistica di un'esposizione fuori sede è impegnativa e perché i tempi della vendita non sono sempre in linea con quelli del cliente che vuole vendere. Altri fattori che influenzano la scelta sono da riscontrare nel fatto che i clienti non desiderano una visualizzazione in loco per motivi di privacy, oppure per quanto attiene alla sicurezza dello spazio espositivo. L'ultima esposizione in loco è stata nel dicembre 2014 per "A Townhouse off Grosvenor Square: the Collection of Doctor Peter D. Sommer" e l'asta si è poi svolta nella sede della casa d'aste. "Cowdray Park" nel settembre del 2011 è stata l'ultima vendita che si è svolta completamente nell'abitazione privata, in cui l'intera mostra e l'asta stessa si sono svolte in loco. Tuttavia, a causa delle restrizioni del Covid-19, i dipartimenti di Christie's hanno dovuto utilizzare sempre di più la tecnologia, organizzando vendite esclusivamente online per le quali non era prevista la visualizzazione fisica dei lotti; per rendere tali vendite possibili hanno iniziato a utilizzare un programma che permette la visione virtuale di lotti selezionati, disposti all'interno di ambienti virtuali ma allestiti. I criteri che, normalmente, stabiliscono un allestimento sono lo spazio a disposizione, se contemporaneamente si stanno tenendo altre vendite con esposizione nelle gallerie, e talvolta far coincidere le aste con eventi specifici del mondo dell'arte se integrano il contenuto della collezione in vendita in quel momento. Cercare, inoltre, di evidenziare i lotti di valore in modo che la loro importanza sia visibile e utilizzare le fotografie scattate nell'ambiente d'origine come guida per replicare il modo in cui la collezione è stata esposta a casa del cliente, alterando i colori delle pareti della galleria, costruendo tramezzi temporanei, utilizzando pavimentazioni e luci diverse.

Gli arredi, però, ammirati nella loro collocazione originale, acquistano un valore storico<sup>54</sup> ed è per questo che si cerca di riprodurre l'originalità dell'atmosfera.

---

<sup>54</sup>Intervista alla Dottoressa Mignoni in Appendice 1.

Una soluzione che l'avvento di Internet ha reso diffusa è la pubblicazione di foto e video dettagliati degli ambienti originali, facendo una sorta di ricostruzione visiva di ciò che l'abitazione è stata e ha rappresentato per la famiglia senza però visitarla personalmente. La foto dell'ambiente ricostruito serve sia per dare un'idea degli oggetti che andranno in asta, sia per ricostruire la persona del precedente proprietario. La linea adottata ultimamente dalla Maison Bibelot, infatti, è di non fare foto su sfondo bianco ma quella di fotografare l'oggetto in un insieme che ti introduce ai successivi, perché si è suggestionati da un ambiente ricostruito e si è incuriositi. Così, durante la ricerca di una torciera del Settecento, sullo sfondo vedi delle porcellane o l'angolo di un mobile, e sei incoraggiato a sfogliare il catalogo. Le foto di quattro candelabri in Sheffield si trasformano quasi in una natura morta, il famoso *tableau vivant*. Si crea un'atmosfera poetica che ha al centro oggetti quotidiani ricostruiti in un contesto straordinario, poiché lo sfondo della fotografia è un quadro, o un drappo, magari in vendita anche quello; si è incuriositi e questi non vengono associati con l'appartenenza a un negozio<sup>55</sup>.

Ricerca e ripensare l'ambiente rispetto a come lo hanno vissuto i proprietari è un interessante processo di scoperta. Rendell<sup>56</sup> sostiene che è affascinante parlare con le persone che hanno frequentato e lavorato in quelle case, e coinvolgerle nel ricreare tale ambiente per far sì che, nel caso in cui sia pianificato un servizio fotografico per il catalogo, la ricostruzione sia il più reale e veritiera possibile. Anche la disposizione stessa dei piatti o dei cucchiari da dessert può essere parte dell'eredità estetica di un collezionista leggendario per la propria ospitalità, e quello che viene creato grazie a chi lo ha conosciuto è una sorta di performance, "The Laying of the Table", e le foto che vengono scattate sono un modo per immortalare il rituale e memorizzare l'esito di tale performance.

*"Abbiamo iniziato a fare fotografie più curate a seguito del Coronavirus, ed è stato un accorgimento necessario poiché volevamo ricreare comunque la fascinazione subita dal cliente originata dall'entrare in un'abitazione durante un periodo in cui non era possibile fare esposizioni. Abbiamo riproposto questa idea dello scoprire, e*

---

<sup>55</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.

<sup>56</sup> Jonathan Rendell: *how I look at a house* disponibile a <https://www.christies.com/Features/What-I-look-for-in-a-house-Christies-top-appraiser-shares-his-secrets-10551-3.aspx>

*quindi non mostrare un oggetto in maniera diretta, ma di avere comunque la sensazione di entrare in un ambiente, di poter indagare e curiosare. È questo ciò che piace al cliente, il poter entrare all'interno del vissuto di una famiglia, di una determinata persona, e indagare frugare nel privato e nell'intimità, poter aprire un armadio, vedere cosa c'è dentro anche se è tutto architettato a livello commerciale. [...] lo stesso che ho composto il lotto ambientato ho subito il fascino del complesso e, una volta che lo scomponevo per il magazzinaggio, perdeva di magia. Anche se so che è tutto architettato, perché lo sto costruendo io in quel momento, affascina e cattura anche me. L'ambientazione è fondamentale”<sup>57</sup>.*

Inserendosi in spazi vissuti da altri, l'osservatore da ospite diventa voyeur, il guardare si trasforma in spiare, come si può spiare attraverso la serratura di una casa. Lo spiare diviene il cercare nella realtà domestica da parte di un ospite familiare, quasi intimo; spiare nella vita altrui, osservando segretamente la sua casa, fa sì che lo sguardo si insinui nel luogo della vita privata per poi rifuggire negli spazi pubblici (Boràgina e Brivio, 2012).

Pavoni (2001) sostiene che le case, per quanto storicamente importanti o particolarmente affascinanti possano essere, fanno parte dell'esperienza condivisa di tutti e sono strettamente correlate alla storia delle collezioni che contengono e all'evoluzione del gusto nella decorazione d'interni, chiarendo il rapporto tra l'aspetto mutevole della vita quotidiana e l'ambiente che le fa da sfondo. Calandoci nei panni di un visitatore, ci interroghiamo sul come si siano mosse altre persone negli stessi spazi, ci paragoniamo a loro, ci poniamo domande su quegli stessi luoghi. Nel processo di arredamento, che tratta l'interior design come uno strumento attraverso il quale ci si può autorappresentare, la casa è come costretta ad abbandonare la sua potenziale libertà di accumulare oggetti di ogni genere, e a cambiare il suo aspetto per sostenere una sorta di musealizzazione, riflettendo la volontà del proprietario nella riproduzione di uno o più stili.

Pavoni (2001) fa anche presente che una casa pensata come strumento comunicativo e di conoscenza coglie le qualità conservative ed espositive dei musei, ma anche le connotazioni espressive, cognitive ed emotive della casa: la questione che diventa

---

<sup>57</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, arredatore della Maison Bibelot, in Appendice 2.



cruciale è in che misura e in quali proporzioni queste qualità, le quali non si annullano a vicenda ma anzi si rinforzano, dovrebbero essere combinate. Il contenitore architettonico, inteso come testimonianza significativa della storia, deve essere abitabile, testimoniare gli oggetti e gli arredi che riflettono i riti sociali e le vite private condotte in questi particolari ambienti. Con l'aiuto della casa e del suo ricco ventaglio di oggetti, simboli e convenzioni, è possibile trasmettere al visitatore un approccio semplificato della storia, dell'arte e dell'architettura, perché le case fanno parte dell'esperienza comune di tutti. La casa è reale perché riflette un codice cognitivo che è stato applicato e testato nella vita di tutti i giorni: camere da letto, soggiorni, vasche da bagno, cucine, carte da parati e arredi esposti nelle dimore storiche sono riconosciuti come spazi e oggetti con un loro significato e un valore narrativo, un valore fuori discussione perché a una stanza è concesso essere solo una stanza e a una poltrona solo una poltrona. Racconteranno una storia che i visitatori considereranno un vero racconto, un prodotto autentico della cultura e della società ritratta, qualcosa desiderato dalla persona o dalla famiglia che viveva nella casa, identico all'originale, anche se ovviamente realizzato ex novo. I visitatori così, di fronte alla rassicurante visione di un luogo familiare, saranno convinti di trovarsi in una stanza che è esistita nella realtà, in una casa vera. Gli aspetti più familiari, più quotidiani, i rituali e i ritmi legati al vivere in quella residenza, le manifestazioni più tipiche della vita vissuta in queste stanze particolari possono essere sviluppati e sottolineati con l'ausilio di alcune tecniche e allestimenti espositivi, compresi proprio dettagli come una tavola apparecchiata per la cena o gli asciugamani appesi in bagno.

La scenografia è la disciplina degli spazi narrativi e delle coreografie spaziali, e attraverso questa il curatore può manipolare e controllare l'esperienza del visitatore. In una casa storica l'arte e gli oggetti potrebbero essere vissuti come un'esistenza simultanea piuttosto che come eventi che hanno avuto luogo singolarmente nel corso del tempo. I visitatori delle dimore storiche normalmente entrano in contatto con l'abitazione attraverso il tour della struttura, ovvero con un approccio interpretativo che richiede una propria scenografia e coreografia. Tuttavia, non essendoci una guida, è il visitatore che detta il ritmo e l'ordine con cui entrare nelle stanze. Gli oggetti stessi, insieme agli elementi scenici che agiscono e danno forma all'esperienza, forniscono una storia

sempre presente e percepita. Un intervento scenografico potrebbe rivelarsi una riprogettazione totale dell'esperienza. La visualizzazione di arte contemporanea in dimore storiche e giardini è diventata una tendenza negli ultimi vent'anni circa. L'opera d'arte e la casa storica si relazionano tra loro in modi che hanno implicazioni sul modo in cui vengono comunicate, vissute, interpretate e ricevute. Studiare l'interazione tra arte contemporanea e dimore storiche consente nuove prospettive su come il carattere fisico e la storia di uno spazio influenzano la nostra esperienza di un'opera d'arte (Mårdh, 2015).

Le dimore storiche che un tempo erano abitate dalle famiglie che le possedevano, dai loro amici e dalla loro servitù, oggi si presentano in un nuovo contesto in cui il loro significato storico, architettonico e artistico viene osservato e giudicato dal pubblico. Nel caso delle case museo, le collezioni vengono percepite dal pubblico un qualcosa che è lì per essere guardato e studiato, non utilizzato nella vita di tutti i giorni. Per affrontare questa mancanza di coinvolgimento emotivo, si è lavorato a una strategia per presentare le case in un modo più simile a quando erano vissute: si cerca di dare vita ai luoghi, incoraggiando le persone a suonare i pianoforti, sedersi su sedie e a sfogliare i libri. Si cerca di utilizzare maggiormente le collezioni per aumentare il coinvolgimento emotivo dei visitatori con le case che visitano (Staniforth, 2012).

L'atmosfera che si crea è definibile totale quando riesce a conquistare e manipolare tutta l'esistenza, inclusa la dimensione temporale. Chiaramente non è il tempo reale ma i segni o gli indici del tempo passato che gli oggetti d'antiquariato incarnano (Baudrillard, 1996).

Nel caso di una House Sale, trattandosi spesso di dimore in disuso da anni, gli esperti eseguono una riprogettazione in vista della presentazione al pubblico, valorizzando l'immobile con attenzione ai dettagli, ai completi di arredo, all'illuminazione e alle decorazioni floreali in modo da coinvolgere la clientela con un ambiente accogliente. Se, tra l'altro, la proprietà è in vendita, il cliente affidatario ha l'importante opportunità di pubblicizzare la vendita dell'immobile attraverso le esposizioni<sup>58</sup>.

Le traiettorie degli oggetti che compongono la scenografia di una dimora storica possono apparire molto diverse. Nel caso di una casa privata, sono il gusto del proprietario, i mezzi

---

<sup>58</sup><https://www.maisonbibelot.com/it/news-ed-eventi/maison-bibelot-specilizzati-in-house-sale.asp>

economici e le circostanze generali ad aver plasmato la casa e i suoi oggetti, sia acquisendoli che utilizzandoli o addirittura gettandoli, vendendoli o regalandoli. Quando sono state aperte al pubblico, molte case sono state ricostruite in un aspetto precedente o in uno stato estetico più puro. Queste ricostruzioni incentivano una maggiore capacità del curatore di raccontare una storia coerente (Mårdh, 2015).

Quando l'ambientazione è organizzata secondo principi meramente decorativi ed espositivi, essa ricrea l'atmosfera dell'abitazione e dispone lo spazio *"in modo da conservare agli ambienti, per quanto possibile, l'aspetto connaturato alla loro originaria destinazione"* (citazione a Rossi, 1967, presente in Fachechi, 1995, p. 455).

I clienti apprezzano le cose che danno un senso di casa, di calore, di vissuto e vivibile nella propria abitazione, quasi di romantico.

Fachechi (1995) espone come la casa museo è il luogo in cui due ambienti sostanzialmente diversi si incontrano e si confrontano: una casa, luogo tipicamente relegato alla sfera privata, è costretta alla pubblicità di un museo. Sicuramente una collezione privata, per quanto accolta e contenuta in una circostanza domestica, che è visibile al pubblico porta inevitabilmente a far sì che il concetto, l'idea di collezione, di casa e della loro unione, cambi la sua funzione originale. Tale funzionalità stravolta, però, non combacia con il cambiamento sostanziale di tutta l'abitazione e del suo contenuto:

*"di fronte ad una collezione privata e poi aperta al pubblico, si pongono due possibilità: lasciare inalterato il sistema tramandatoci (cioè così come il suo autore l'ha costruito e l'ha voluto trasmettere ai posteri), oppure smantellarlo per ricostituirlo in un complesso leggibile secondo i più aggiornati criteri museologici e museografici. Si tratta di un problema di gusto, ma soprattutto di priorità: è più sensato lasciare intatto un ambiente costruito in un dato periodo, quindi testimone del gusto di quell'epoca, considerando tra l'altro il fascino che sempre evoca un ambiente storico, oppure agevolare la lettura di un complesso di opere?"* (Fachechi, 1995, p. 450).

Una scenografia attenta e personale aiuta a negoziare qualsiasi dissonanza creata dalla riproduzione storica e dalla discrepanza tra l'immaginario del visitatore e ciò che viene realmente messo in scena, grazie al fatto che l'immaginazione, la memoria e la nostalgia

aiutano l'immedesimazione del visitatore e la creazione di un attaccamento emotivo al luogo e alle persone. Di conseguenza, gli oggetti potrebbero funzionare come rappresentazioni, costrutti visivi, dato che gli oggetti sono sempre aperti a presentazioni che funzionano al di fuori degli schemi secondo cui sono stati concepiti e questo influenza anche la nostra lettura di essi: prospettive diverse fanno sì che gli oggetti raccontino storie diverse (Mårdh, 2015).

Lo scopo dell'esposizione è quello di rappresentare un insieme di oggetti con le loro relative biografie, i quali possono essere associati e accostati secondo complementarità o similitudini di stile, tema o soggetto. Il risultato finale è la creazione e riproduzione di una scena allestita che è in grado di suggerire gli abbinamenti tra le diverse categorie di prodotto. Questa tipologia di presentazione è detta cross merchandising: una particolare esposizione realizzata grazie al fatto che prodotti con caratteristiche di complementarità vengono posizionati in modo tale che tale utilizzo congiunto risulti evidente e intuibile agli occhi del cliente, il quale è comunque abituato a pensare, nella sua quotidianità, all'accostamento di tali oggetti, favorendo così gli acquisti di oggetti complementari (Provenzano, 2012).

Prodotti classificabili in una categoria a bassa rotazione e alto coinvolgimento emotivo, cioè categorie composte da oggetti caratterizzati da un consumo che dura nel tempo e la cui vendita risulta laboriosa, collaborativa e difficoltosa, devono essere esposti garantendo e favorendo la possibilità del cliente di richiedere facilmente informazioni e consulenze agli esperti e agli addetti (Provenzano, 2012). In questo aiuta il personale, che è presente in ogni stanza della casa e può facilmente contattare l'esperto del Dipartimento competente, e il catalogo, ricco di informazioni e descrizioni dettagliate che viene distribuito all'ingresso.

### **Capitolo 3. Il caso di studio: la Maison Bibelot**

La Maison Bibelot è la casa d'aste dove ho avuto la possibilità di svolgere il mio tirocinio curricolare, della durata di un anno, nel periodo 2019-2020. Tale tirocinio mi ha permesso di osservare da vicino il funzionamento complessivo di una casa d'aste e nello specifico ho potuto sperimentare le varie fasi della vendita all'asta: la redazione delle descrizioni dei lotti, la valutazione dei lotti, la preparazione del catalogo, l'allestimento dell'esposizione, la comunicazione, la seduta dell'asta e le procedure del dopo asta.

La Maison Bibelot negli anni si è specializzata nella particolare categoria delle House Sales, ma la gestione e la vendita all'asta di patrimoni privati e intere collezioni d'arte è stato un tratto distintivo di questa casa d'aste fin dagli esordi. Poco tempo dopo la sua fondazione, infatti, alla Maison Bibelot venne affidata una vendita molto importante, come racconta la Dottoressa Elisabetta Mignoni in un'intervista realizzata ai fini di questa tesi<sup>59</sup>: la vendita degli Arredi e dei Dipinti di Villa La Capponcina, storica dimora dannunziana a Settignano. *“Subito ho percorso la strada della House Sale che mi sembrava la migliore per valorizzare quella vendita. Il successo che ne è conseguito mi ha spinto a perseverare.”*

Tra le numerose House Sales affidate alla Maison Bibelot si ricordano anche il Castello di Marignolle, la Villa di Maggiano alle porte di Lucca, gli arredi di design della scrittrice Anna Rontani e, in tempi più recenti House Sales molto importanti sono state Villa Piatti, antica casa dell'omonimo pittore, Villa delle Azalee e Palazzo al Bosco nelle vicinanze di Firenze.

#### **3.1. La casa d'aste Maison Bibelot**

La casa d'Aste Maison Bibelot è stata fondata nel 1997 a Firenze da Elisabetta Mignoni e dal 2016 ha inaugurato un ufficio di supporto a Milano.

La Dottoressa Mignoni è entrata in contatto con il settore delle aste dopo la laurea e da allora si è appassionata a tal punto da aprire la propria casa d'aste, come ci racconta lei stessa in un'intervista riportata in Appendice 1.

---

<sup>59</sup> Il testo completo dell'intervista effettuato alla Dottoressa Mignoni in data 6 aprile 2021 è riportato in Appendice 1.

La Maison Bibelot, oltre che di House Sales, si occupa della vendita di oggetti di varie categorie attraverso i vari dipartimenti. Un dipartimento è dedicato alla Trattativa Privata, dedicato a coloro i quali preferiscono un modo più riservato rispetto alla classica vendita all'asta. Gli interessati, dopo aver presentato il bene che desiderano vendere, ricevono una valutazione dagli esperti; una volta accettata tale valutazione lo staff si attiva alla ricerca di potenziali acquirenti interessati all'acquisto. In questo ruolo, la Maison Bibelot ha curato la vendita al Ministero per i Beni e le Attività Culturali e del Turismo del dipinto di Odoardo Borrani, *Interno del Museo dell'Accademia*, e la vendita di sei lettere inedite di Giacomo Leopardi, oggi conservate presso la casa del poeta.

Un altro dipartimento fondamentale della Maison Bibelot è quello di Gioielli e Orologi, che presta un particolare interesse verso i gioielli d'epoca e i gioielli antichi. Questo è un settore che negli ultimi anni ha visto un'importante crescita dovuta alla valorizzazione e all'apprezzamento di tali gioielli, date in parte dalla percezione del valore aggiunto di un gioiello antico come accessorio importante e inimitabile, in parte dal fatto che i gioielli rappresentano un investimento il cui valore può aumentare nel tempo.

Quello di Arte Moderna e Contemporanea è un dipartimento che, seguendo la tendenza del mercato internazionale dell'arte, ha in breve acquistato una posizione centrale nell'attività della Maison Bibelot. In aggiunta alla valutazione delle opere, il dipartimento si occupa delle operazioni di ricerca e certificazione presso gli archivi e fondazioni di riferimento di ciascun artista.

Un dipartimento molto recente è quello di Arti Decorative del Novecento, sebbene la casa d'aste abbia sempre posto un'attenzione particolare all'arte di questo secolo: nei cataloghi di vendita sono state molto spesso proposte opere in porcellana, vetro e bronzo realizzate dai più noti Maestri del Novecento quali Giò Ponti, Galileo Chini, Francesco Nonni, Emile Gallè e dalle più note manifatture sia italiane che internazionali. Dato il successo riscosso, oggi è un dipartimento vero e proprio.

Il dipartimento che, insieme a quello delle House Sales, caratterizza maggiormente la Maison Bibelot è quello di Arredi ed Oggetti d'Arte. In occasione di ogni asta il Dipartimento seleziona un'ampia scelta di arredi antichi e complementi d'arredo, dal XVII al XIX secolo, spesso anche con excursus nel mondo del Design contemporaneo.

È presente anche il dipartimento di Dipinti e Disegni Antichi, il quale si occupa di selezionare le opere d'arte, dipinti su tela o su tavola e disegni, giudicandone l'autenticità e l'attribuzione.

Il dipartimento di Pittura dell'Ottocento ha al suo attivo la vendita di importanti dipinti, soprattutto di artisti italiani. Si occupa anche della valutazione di opere di scultura, disegni e acqueforti che si collocano tra l'inizio e la fine del XIX secolo.

Particolare rilievo ha, inoltre, il dipartimento di Argenti e Icone, il quale cura la selezione, la valutazione e la catalogazione di opere di argenteria e icone, specialmente le icone antiche sacre realizzate a mano. Le opere proposte dalla Maison Bibelot risultano preziose icone sacre di diverse origini e culture come icone greche, bizantine, con una particolare attenzione alle icone antiche russe, seguendo le richieste dei clienti e collezionisti internazionali e del mercato.

Quello di Vintage e Bijoux è un dipartimento che ha dimostrato la lungimiranza della Maison Bibelot: nasce, infatti, quando le aste di abiti e accessori vintage erano prerogativa esclusiva del mercato anglosassone. Molti degli abiti e accessori selezionati e battuti nelle aste della Maison Bibelot si trovano esposti presso il Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti a Firenze, presso il Museo Gucci ed in altre importanti collezioni internazionali.

Il dipartimento di Fotografia è un dipartimento nato per rispondere alle esigenze e richieste di una clientela sempre più vasta e curiosa, informata e interessata all'arte fotografica e al mercato contemporaneo di opere ad esse collegate.

I cataloghi del dipartimento di Libri Antichi e Stampe includono spesso anche lotti di importanza storica ed artistica come manoscritti, incunaboli e rare incisioni.

Gli appassionati di automobili possono trovare, grazie al dipartimento di Automobilia, oggetti che spaziano da manifesti, memorabilia, orologi e fotografie, a insegne, portachiavi e varia oggettistica da collezione che appartiene al mondo delle auto d'epoca e sportive.

Il dipartimento di Collezionismo si rivolge a chi ricerca e acquisisce pezzi rari e insoliti per ampliare e arricchire le proprie collezioni e a coloro i quali vogliono offrire per la

vendita all'asta oggetti rari in loro possesso, intere e specifiche raccolte di oggetti preziosi e collezioni. Gli ambiti trattati sono molteplici, dai documenti storici alla numismatica, dalla filatelia ai giocattoli, dalle cartoline ai fumetti, fino a tutte quelle raccolte d'arte o di particolare interesse che possono stimolare il collezionista più attento e singolare.

La Dottoressa Elisabetta Mignoni, oggi Amministratore unico della s.r.l. unipersonale Maison Bibelot, è attiva in prima persona nella gestione e nel lavoro dell'organizzazione. Al suo fianco, oltre ai vari responsabili di dipartimento, ha figure essenziali quali il responsabile amministrativo, il responsabile del coordinamento e media e il responsabile di spedizioni e logistica.

La casa d'asta si avvale, inoltre, della collaborazione di professionisti esterni che aiutano nelle varie fasi di preparazione e vendita, dalle fotografie degli oggetti all'allestimento dell'esposizione, all'assistenza durante l'asta.

Generalmente ogni asta è preceduta da tre giorni di esposizione nelle sale dello storico palazzo fiorentino in cui ha sede la Casa o nelle stesse ville di cui è in vendita l'intero arredo. Durante questi giorni, con l'ausilio di un catalogo e degli esperti della Maison Bibelot, è possibile esaminare i lotti in asta.

L'esposizione è un momento molto importante. La Maison Bibelot è sempre stata molto attenta a dare importanza alla presentazione dei lotti in asta. Questo vale in primis per le House Sales ma anche per le aste classiche. In questo momento di vendite prevalentemente online il tentativo è quello di trasmettere questi valori attraverso fotografie particolarmente curate<sup>60</sup>.

Usciamo da un anno particolare e, a causa del COVID-19, l'attività di preventiva esposizione degli oggetti messi in asta, essenziale per la casa d'aste e per i suoi clienti, non è stato del tutto garantita. La Maison Bibelot aveva già un sito web e un'app largamente sviluppati e testati, che davano la possibilità di seguire online le aste grazie al servizio LIVE, un servizio che permette di partecipare in diretta a tutte le aste che si tengono dal vivo. La Maison Bibelot pubblica tutti i cataloghi sul proprio sito e, inoltre,

---

<sup>60</sup> Come si evince dall'intervista alla Dottoressa Mignoni riportata in Appendice 1.



organizza da anni aste a tempo; sono aste che si tengono online, per un periodo di tempo limitato, durante il quale è possibile proporre le offerte. Si propone un esempio pratico per chiarirne il funzionamento. L'asta "Mondo auto e mondo moto" si è aperta lunedì 16 maggio 2016 e si è conclusa lunedì 30 maggio 2016; il catalogo, esclusivamente online e non esistente in versione cartacea, è stato consultabile sul sito da lunedì 16 maggio. Da quella data, inoltre, fino alla conclusione è stato possibile effettuare le offerte, anche queste esclusivamente online. Il 30 maggio, giorno di chiusura dell'asta, il primo lotto presente in catalogo è stato aggiudicato a colui il quale in quella data e all'ora prestabilita (essendo il primo possiamo ipotizzare che l'orario di chiusura fosse le 9.00) risultava essere il miglior offerente. Ogni lotto è stato aggiudicato con una scadenza di due minuti dall'altro, quindi il secondo lotto del catalogo del nostro esempio è stato aggiudicato a chi, il 30 maggio alle 9.02 era il migliore offerente. Per dare il tempo di rilanciare a chi interessato, ogni offerta fatta nei due minuti finali fa ripartire il timer di due minuti. L'aggiudicatario, così, risulta essere il miglior offerente che per i due minuti finali non subisce rilanci.

L'innovazione tecnologica e nello specifico l'uso dello smartphone hanno cambiato sostanzialmente il modo di lavorare. Il cliente è sempre connesso, dunque sempre raggiungibile ed è compito della casa d'aste stuzzicare la sua curiosità con le proposte più varie. Attraverso il proprio sito web la casa d'aste può raggiungere molto facilmente una clientela internazionale. Le sale adibite per l'asta sono sempre più vuote, ma le piattaforme Live, attraverso le quali le persone possono partecipare in diretta alla vendita all'asta, sono invece sempre più affollate. La pandemia ha dato un forte impulso alle vendite online ed il mercato, in questo momento, è molto attivo<sup>61</sup>.

### *3.1.1. Il processo allestitivo delle House Sales della Maison Bibelot*

Questo paragrafo è stato redatto grazie al colloquio avuto con Jacopo Donati Sarti, collaboratore della casa d'aste Maison Bibelot di cui cura gli allestimenti. L'intervista completa è riportata in Appendice 2.

Il principio che guida l'allestimento è sempre la fascinazione dell'insieme e l'armonia del tutto, saper combinare un oggetto di un certo pregio artistico, di una certa qualità

---

<sup>61</sup> Come si evince dall'intervista alla Dottoressa Mignoni riportata in Appendice 1.

artigianale, con cose di livello medio, in modo che l'esposizione nel suo complesso sottolinei ed esalti la bellezza di ogni singolo pezzo.

L'armonia non si crea soltanto quando c'è un filone unitario che collega il gusto, perché si possono ricreare ambienti secondo la storicità ma anche secondo i contrasti, e questo funziona anche su un piano commerciale. La Maison Bibelot commercia soprattutto oggetti di antiquariato, e quindi si fa veicolo dell'idea e della convinzione per cui quegli oggetti comunque meritino attenzione, ma quando c'è l'oggetto di design a contrasto, che crea rottura, è comunque piacevole e positivo. Si può, così, suggerire a chi compra prevalentemente antiquariato che c'è anche un altro stile, e che può modificare la sua abitazione con oggetti fuori da quello che era il suo schema; al tempo stesso l'appassionato di design che viene a un'esposizione, collocata in un ambiente di un certo tipo, può saggiare che la poltrona di design sta bene con il cassettoni del Settecento, cassettoni che non avrebbe mai pensato di acquistare prima di vedere tale abbinamento. È per questo che l'abitazione privata è importante, perché se tale visita fosse avvenuta nella sede della casa d'aste il cliente avrebbe avuto la certezza che quegli accostamenti e quegli abbinamenti fossero stati creati da qualcuno appositamente per la vendita. Il contrasto tra stili ed epoche, quindi, crea un'opportunità doppia, perché dimostra a coloro i quali avrebbero comprato antiquariato che possono rinnovare la casa aggiungendo qualcosa di più contemporaneo, e viceversa mostra che anche l'antico può essere attuale a chi si identifica maggiormente con uno stile moderno. Il singolo oggetto è amplificato sia dai suoi simili che dai suoi contrasti. Questo abbinamento non è facile, ma al tempo stesso è molto naturale perché all'interno delle abitazioni l'eclettismo è spesso presente.

Da un punto di vista commerciale l'eclettismo, tra l'altro, funziona molto con i clienti che non sono commercianti ed esperti ma sono privati. Le aste monotematiche, con esposizioni più museali, possono funzionare per oggetti particolarmente importanti o con clienti esperti, che riescono a valutare il lotto a prescindere dal contesto in cui lo vedono. Con i privati, che non sono abituati a fare il passaggio dall'oggetto alla sua collocazione, un'asta eclettica con un'esposizione che sottolinei tale eclettismo è molto più indicata. Anche perché un cliente che acquista per la sua abitazione privata difficilmente avrà una casa o una collezione unitaria ma, piuttosto, ambienti stratificati

di oggetti collezionati secondo il proprio gusto, oppure ereditati dalla famiglia e che devi integrare, cose appartenenti a una moda corrente o dell'epoca in cui la famiglia si è sposata e in cui dovevi avere degli oggetti rappresentativi di uno status sociale. Raramente le case rappresentano completamente il gusto di una sola persona che ha voluto collezionare perché aveva una passione, un indirizzo stilistico o un suo gusto personale. Tutte le case sono eclettiche, e mostrare che, non solo questo è accettato, ma che può anche essere bello e di gusto rasserena il cliente, il quale si deve sentire rilassato e accolto, si deve sentire sia ospite di riguardo, ma familiare allo stesso tempo, sia a casa propria.

Le tavole vengono apparecchiate proprio per dare senso di accoglienza e di festa, per creare un'atmosfera ridente; viene utilizzata la musica perché attenua la serietà dell'ambiente e *“tutte le volte che non c'è stata o ci sono state interruzioni, la gente tende a parlare piano, a incupirsi, ti sembra di essere in un museo o comunque un visitatore estraneo in un posto che non ti appartiene. Ti devi sentire ospite e non visitatore, mentre la casa ti sta accogliendo in pompa magna, sta facendo festa per te e si vuole presentare al suo massimo, nel suo vestito di festa, nella sua miglior versione. Una tavola apparecchiata fa piacere a tutti, dà l'idea di un convivium e non di qualcosa che sta celebrando un passato, un qualcosa di finito, ma che è vivo. Ti deve dare l'idea di vivo”*<sup>62</sup>.

Ogni casa è un caso a parte. La prima visita degli esperti è sempre generica, per capire la struttura della casa, cosa contiene, cosa si può aggiungere e come si possono valorizzare al meglio gli oggetti in base alle stanze e all'impostazione della casa. Dopo questo primo giro, viene ascoltata l'anima della casa e delle cose, e si ricostruisce in base all'anima che si è percepito. Non sempre questo corrisponde alla disposizione che i proprietari hanno dato agli oggetti, che spesso si sono accumulati nel tempo e sono stati risistemati secondo il loro gusto, e per sentire la casa come propria hanno dato una visione personale agli oggetti già presenti e ai nuovi. Quando si ha a che fare con dimore storiche vissute da generazioni diverse, c'è il rischio che si perda un'identità e, per questo, il processo che si compie è una ricostruzione degli antichi fasti e splendori dell'abitazione, la ricreazione di un passato, anche immaginato, che non è, però, un passato recente, di

---

<sup>62</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, Appendice 2.

chi la sta abitando in quel momento, si cerca di portare alla luce quella che è l'anima identificativa e la potenzialità della casa.

Quando si comincia ad arredare per un'esposizione ci si concentra sulla casa nel suo insieme, ma l'ispirazione può nascere anche da un dettaglio, un oggetto, un affresco, uno scorcio. Si può essere affascinati dall'abitazione nel suo complesso o dall'oggetto singolo, e quando a colpirti è il singolo oggetto che vedi rappresentato in un determinato modo, hai un suggerimento di quello che potrebbe essere, perché tutto è legato a un discorso estetico, che non è detto sarà esattamente l'interpretazione che gli darai nel tuo privato. Con la visita dei lotti in un ambiente domestico si cerca di dare al cliente l'immagine che l'oggetto che lo ha catturato può vivere nella sua quotidianità.

Spesso il collezionista perde il senso generale e il progetto iniziale, e quando succede non si riesce a identificare il privato di una persona con la sua figura pubblica, ad esempio non si capisce se è stata un'artista, se era un uomo o una donna. E in questo caso la ricostruzione dell'insieme è artificiale e architettata, ma non la si percepisce come tale perché si è comunque immersi nell'ambiente.

Esistono, infatti, accorgimenti necessari per permettere l'esposizione in sicurezza, come ad esempio l'inserimento di vetrine. Le vetrine sono destinate all'oggetto soggetto al furto, all'oggetto fragile e all'oggetto che cattura l'attenzione, infatti sugli sfondi verticali di una vetrina spesso viene posizionata l'argenteria e quando diciamo "oggetti che vivono di luce riflessa" ci riferiamo, oltre che alle luci commerciali, anche alle luci date dai metalli preziosi. L'argento riflette, illumina e rende vivace la teca ed è anche un modo per dare respiro ed esaltare gli oggetti perché in una casa normale avresti tutti gli oggetti stipati in una credenza e non in mostra. Molti oggetti, tra l'altro, hanno bisogno di essere distanziati per essere apprezzati e si devono introdurre strutture e accorgimenti perché quando si allestisce una casa completa l'unica direzione in cui ci si può sviluppare è quella verticale; così le zuppiere vengono esposte nelle teche, i piatti posizionati in verticale, i tappeti appesi alle pareti. Si tratta di disporre in verticale oggetti che prima si trovavano su un piano orizzontale. Una credenza piena di oggetti non permette una visione facile e una fruizione adeguata al maggior numero di persone, dato che l'esposizione ha dei giorni e degli orari, mentre se tutti gli oggetti conservati in un mobile si dividono in vari

sviluppi, consento al maggior numero possibile di persone di visionare queste cose e si amplifica la possibilità di vendita.

*“Ciò che dimostra il successo di un allestimento è quando i clienti chiedono se le teche stesse sono in vendita, perché si sono immedesimati talmente da pensare che le persone abbiano effettivamente in casa quelle teche, non percependo che quella è una struttura creata ai fini espositivi e aggiunta successivamente dalla casa d’asta. Questo ti garantisce che la persona è stata coinvolta, a tal punto che non riesce più a distinguere cosa è stato creato per esigenze espositive, di sicurezza e di praticità. L’oggetto in vetrina viene messo per necessità, sarebbe meglio fosse esposto senza vetrina per garantire un contatto più ravvicinato. Ma ci deve essere il personale che supervisioni che tale oggetto non venga rubato, urtato né preso in maniera sbagliata”<sup>63</sup>.*

L’occhio cerca simmetria e cade di più sulla centralità, ma se una cosa è veramente bella attrae comunque lo sguardo ed è apprezzata comunque, non ha bisogno di essere vista come prima cosa, quando un ambiente è bello e armonico ti cattura l’attenzione ovunque e sei spronato a cercare e scrutare anche nelle altezze, tra gli oggetti in penombra o in posizioni secondarie. Anzi, se una cosa importante è collocata in alto o in disparte, le altre non sembrano da meno e acquisiscono rilievo.

Una cosa gradevole, ma con un valore artistico intrinseco non elevato, non va nascosta ma va armonizzata e non c’è qualcosa che va enfatizzato più di altro, perché tutto vive di riflesso. Il percorso espositivo di una House Sale non deve imporre un gusto personale, ma presentare degli oggetti che rappresentano una certa epoca, non è possibile escludere a prescindere un certo stile e non esiste un oggetto che non può essere inserito in un’esposizione a priori, perché chi è appassionato al bello non può non apprezzare un bell’oggetto, anche se questo non incontra il suo gusto stilistico e il suo animo. L’allestimento cerca di potenziare al massimo gli oggetti, che per forza devono vivere di fascinazione.

L’allestimento è un processo guidato fortemente dal gusto personale e dalle esperienze fatte negli anni con diversi tipi di oggetti e diversi target di clienti. *“Nel lavoro dò*

---

<sup>63</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, Appendice 2.

*comunque una mia impronta, principalmente perché mi piacciono gli oggetti e il lavoro*<sup>64</sup>.

### **3.2. Le House Sales**

In questo paragrafo si analizzano le aste organizzate dalla Maison Bibelot dal 2016 al 2020, con un focus particolare sulle House Sales.

Si è scelto tale periodo di riferimento perché i dati delle vendite di questo periodo sono riscontrabili sul sito della casa d'asta, così da poter analizzare l'evoluzione delle vendite pubblicate.

Sul sito web della Maison Bibelot non sono riportati i dati dei prezzi di stima per le aste a tempo, ovvero per le aste svolte esclusivamente online. Il programma gestionale utilizzato attualmente dalla casa d'asta, però, è stato introdotto nel 2018, per cui le stime degli anni precedenti non sono disponibili. Per quanto attiene alle aste a tempo del 2016 e del 2017, quindi, ho analizzato soltanto i dati delle vendite, in quanto questi ultimi sono presenti sul sito. Per il 2018, il 2019 e il 2020, al contrario, la casa d'asta Maison Bibelot ha fornito, per il presente studio, anche i dati relativi alle stime degli oggetti in asta.

Si sono considerate come House Sales soltanto le aste con esposizione nella casa di appartenenza delle collezioni. Le altre vendite di collezioni che comprendono varie categorie merceologiche, ad esempio arredi e dipinti, la cui esposizione si è tenuta presso la sede della casa d'asta e non nell'abitazione di appartenenza della collezione, sono state considerate come aste Cross-Category.

Per ogni asta si sono raccolte ed elaborate le seguenti informazioni:

1. il numero complessivo dei lotti
2. il valore totale delle aggiudicazioni conseguite
3. il prezzo minimo, il prezzo massimo e il prezzo medio di aggiudicazione
4. il tasso di venduto

---

<sup>64</sup> Intervista a Jacopo Donati Sarti, Appendice 2.

5. la percentuale dei lotti venduti con un prezzo di aggiudicazione maggiore dell'estremo superiore dell'intervallo di stima

6. la percentuale dei lotti venduti con un prezzo di aggiudicazione minore dell'estremo inferiore dell'intervallo di stima

I prezzi di aggiudicazione considerati sono indicati in euro e non comprendono le commissioni.

Nel calcolare i prezzi medi di aggiudicazione si sono esclusi i lotti invenduti, così da confrontare il valore relativo al venduto di ogni asta.

Per ogni anno si confrontano i risultati d'asta delle House Sales con i risultati delle altre aste organizzate da Maison Bibelot. Da tali analisi sono state escluse le Charity Auctions, poiché i prezzi di aggiudicazione non sono stati resi pubblici.

### 3.2.1. Analisi delle aste del 2016

Nella Tabella 3.1 vengono illustrate le otto aste organizzate dalla Maison Bibelot nel 2016. Per ognuna viene specificato il numero identificativo, il titolo, la data di svolgimento dell'asta, la tipologia (online oppure dal vivo), la categoria dell'asta, il numero totale delle sessioni in cui è stata suddivisa e quante di queste sessioni sono House Sales.

| NUMERO DELL'ASTA | TITOLO DELL'ASTA  | DATA       | TIPOLOGIA | CATEGORIA      | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI DI HOUSE SALE |
|------------------|---|------------|-----------|----------------|------------------------------|--|
| 121              | Villa Piatti  | 19/01/2016 | Classica  | House Sale     | 4                            | 4  |
| 122              | I) Collezione di Disegni Antichi di Villa Piatti; II) Dipinti e ceramiche tra Otto e Novecento. Una collezione privata a favore dell'Unione Ciechi Onlus; III) Interni; IV) Dipinti del | 02/04/2016 | Classica  | Cross-Category | 4                            | /  |

|     |   |                               |          |                    |   |   |
|-----|---|-------------------------------|----------|--------------------|---|---|
|     | Novecento, Arte moderna e contemporanea, Design   |                               |          |                    |   |   |
| 123 | Efebi, tatuati ed altri sguardi sul mondo. Tre collezioni inedite di fotografia   | 11/04/2016                    | Classica | Fotografia         | 1 | / |
| 124 | Memorabilia motoristiche, auto e moto storiche  | 28/04/2016                    | Classica | Automobilia        | 1 | / |
| 125 | Mondo auto e mondo moto   | 16/05/2016<br>-<br>30/05/2016 | A tempo  | Automobilia        | 1 | / |
| 126 | Gioielli, orologi e argenti   | 04/05/2016                    | Classica | Gioielli e orologi | 1 | / |
| 127 | I) Sandra Milo, una vita tra Cinema e Arte: i ricordi di una diva / Fotografi per il Cinema; II) Eduardo Gordigiani: dipinti dalla storica dimora di Popolano a Marradi / Arte Moderna e Contemporanea; III) Arredi e dipinti antichi da un appartamento milanese | 20/09/2016                    | Classica | Cross-Category     | 3 | / |
| 128 | I) L'Appartamento di un Collezionista Fiorentino; II) Gioielli e Orologi; III) Argenti; IV) Una collezione milanese di pittura del Novecento; V) Curiosità da Palazzo Cenami Spada a Lucca  | 08/11/2016<br>-<br>02/12/2016 | Classica | Cross-Category     | 5 | 3 |

Tabella 3. 1 Aste organizzate dalla casa d'aste Maison Bibelot nel 2016 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Come possiamo notare, il 2016 ha visto l'attuazione di venti sessioni d'asta, con una prevalenza di aste Cross-Category, ovvero aste che trattano oggetti appartenenti a categorie di oggetti diverse. Tra le aste Cross-Category, l'asta 128 è suddivisa in cinque



sessioni, tre sessioni di House Sales, una di gioielli e una di argenti. Le tre sessioni di House Sale saranno considerate come un'asta House Sale ai fini dell'analisi.

La Tabella 3.2 presenta per ogni asta il numero totale dei lotti proposti in asta, il numero dei lotti venduti, il numero dei lotti invenduti e la percentuale del numero di lotti venduti rispetto al totale.

| NUMERO DELL'ASTA | NUMERO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA | NUMERO DEI LOTTI VENDUTI | NUMERO DEI LOTTI INVENDUTI | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI |
|------------------|-------------------------------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 121              | 958                                 | 933                      | 25                         | 97%                           |
| 122              | 1091                                | 718                      | 373                        | 66%                           |
| 123              | 151                                 | 63                       | 88                         | 42%                           |
| 124              | 273                                 | 95                       | 178                        | 35%                           |
| 125              | 1280                                | 247                      | 1033                       | 19%                           |
| 126              | 283                                 | 136                      | 147                        | 48%                           |
| 127              | 1022                                | 654                      | 368                        | 64%                           |
| 128              | 1383                                | 864                      | 519                        | 62%                           |

Tabella 3. 2 Lotti delle aste del 2016 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Come si può osservare dalla Tabella 3.2, le aste della Maison Bibelot presentano un numero consistente di lotti e delle otto aste organizzate dalla Maison Bibelot nel 2016 quattro hanno venduto più del 50% dei lotti. Il successo maggiore è stato riscontrato dall'asta 121, l'House Sale dal titolo "Villa Piatti", con un 97% dei lotti venduti. L'asta che si è rivelata meno riuscita, al contrario, è la 125, l'unica asta a tempo del 2016, che vede venduto soltanto il 19% dei suoi lotti. Possiamo dedurre che le aste a tempo, nel 2016, non hanno avuto successo; infatti, se confrontiamo l'asta 125 con l'asta 124 vediamo che entrambe hanno in oggetto beni da collezione collegati al mondo delle automobili, ma l'asta 124 ha raggiunto il 35% dei lotti venduti.

La Tabella 3.3 approfondisce i risultati ottenuti dalle singole aste con riferimento ai prezzi di aggiudicazione e al ricavo.

| NUMERO DELL'ASTA | PREZZO MINIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MASSIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI |
|------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|
| 121              | 20,00 €                         | 320.000,00 €                     | 802,99 €                       | 749.190,00 €                |
| 122              | 30,00 €                         | 66.000,00 €                      | 586,62 €                       | 421.190,00 €                |
| 123              | 50,00 €                         | 28.000,00 €                      | 929,84 €                       | 58.580,00 €                 |
| 124              | 50,00 €                         | 75.000,00 €                      | 2.397,16 €                     | 227.730,00 €                |
| 125              | 20,00 €                         | 690,00 €                         | 74,37 €                        | 18.444,00 €                 |
| 126              | 80,00 €                         | 92.000,00 €                      | 2.538,24 €                     | 345.200,00 €                |
| 127              | 30,00 €                         | 31.000,00 €                      | 412,13 €                       | 269.535,00 €                |
| 128              | 20,00 €                         | 700.000,00 €                     | 1.474,38 €                     | 1.273.860,00 €              |

Tabella 3. 3 Aggiudicazioni delle aste del 2016 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Le aste che hanno totalizzato le aggiudicazioni maggiori sono la 128 e la 121, entrambe al centro della nostra analisi in quanto House Sales, anche se solo in parte per quanto riguarda l'asta 128. Queste aste hanno registrato i più elevati prezzi di aggiudicazione. Mentre i prezzi medi più alti sono stabiliti dalle aste 124 e 126, ovvero l'asta di automobilia e l'asta di gioielli.

I risultati delle aste di gioielli e delle aste House Sales sono stati quindi positivi, sia dal punto di vista dell'attrattiva esercitata sul pubblico (misurata con le percentuali di vendita illustrati nella Tabella 3.2) sia per le aggiudicazioni conseguite (dati esposti nella Tabella 3.3).

La Tabella 3.4 illustra alcuni risultati con riferimento ai prezzi di stima, riportando per ogni asta la stima minima media, la stima massima media, il numero di lotti che sono stati aggiudicati a un prezzo maggiore rispetto all'estremo superiore della stima, la percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione maggiore della stima massima, il numero di lotti che sono stati aggiudicati a un prezzo minore rispetto all'estremo inferiore della stima, e la percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione minore della stima minima. Come detto in precedenza, per il

2016 e il 2017 non sono presenti i dati di stima delle aste a tempo sul sito web della casa d'aste, per cui le stime dell'asta 125 non sono riportate.

| NUMERO DELL'ASTA | STIMA MINIMA MEDIA | STIMA MASSIMA MEDIA | NUMERO DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | NUMERO DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA |
|------------------|--------------------|---------------------|---|--|---|--|
| 121              | 182,03 €           | 246,46 €            | 684   | 73%  | 34  | 4%   |
| 122              | 296,16 €           | 379,11 €            | 284   | 40%  | 25  | 3%   |
| 123              | 514,90 €           | 629,46 €            | 30  | 48%  | 4   | 6%   |
| 124              | 5.397,69 €         | 6.602,31 €          | 33  | 35%  | 7   | 7%   |
| 125              | n. d.              | n. d.               | n. d.   | n. d.  | n. d.   | n. d.  |
| 126              | 1.546,71 €         | 1.879,57 €          | 31  | 23%  | 4   | 3%   |
| 127              | 291,66 €           | 381,39 €            | 216   | 33%  | 21  | 3%   |
| 128              | 687,56 €           | 851,78 €            | 313   | 36%  | 56  | 6%   |

Tabella 3. 4 Prezzi medi di stima con riferimento alle aste del 2016 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Si vede come l'asta House Sale 121 abbia esercitato notevole fascino sul pubblico: il 73% dei lotti venduti è stato rilanciato fin sopra la stima massima data in sede di catalogazione. Una gara di rilanci si desume anche per l'asta 123, asta di fotografia, con il 48% dei lotti venduti a un prezzo che ha superato la stima massima, e la Tabella 3.2 ci conferma l'interesse dimostrato per tale asta da parte del pubblico, riportando una percentuale di vendita dei lotti in asta corrispondente al 42%.

Al contrario, la Tabella 3.4, presenta un dato negativo per quanto riguarda l'asta di gioielli, ovvero la 126: è la vendita che ha registrato la percentuale più bassa di prezzi di aggiudicazione che hanno superato la stima massima, soltanto il 23%, simbolo del fatto che si è instaurata poca gara tra i compratori.

Dalla Tabella 3.4 evinciamo anche che le percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione minore della stima minima è molto inferiore rispetto alla percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione maggiore della stima massima.

La Tabella 3.5 esamina lo scostamento delle aggiudicazioni totali da quello ipotizzato, essa riporta per ogni asta la stima minima totale, la stima massima totale e il valore delle aggiudicazioni totali effettivamente conseguite.

| NUMERO DELL'ASTA | STIMA MINIMA TOTALE | STIMA MASSIMA TOTALE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI |
|------------------|---------------------|----------------------|-----------------------------|
| 121              | 174.380,00          | 236.110,00           | 749.190,00 €                |
| 122              | 323.110,00          | 413.610,00           | 421.190,00                  |
| 123              | 77.750,00 €         | 93.790,00 €          | 58.580,00 €                 |
| 124              | 1.473.570,00 €      | 1.802.430,00 €       | 227.730,00 €                |
| 125              | n. d.               | n. d.                | 18.444,00 €                 |
| 126              | 437.720,00 €        | 530.040,00 €         | 345.200,00 €                |
| 127              | 298.080,00 €        | 389.020,00 €         | 269.535,00 €                |
| 128              | 950.900,00 €        | 1.177.160,00 €       | 1.273.860,00 €              |

Tabella 3. 5 Stime delle aste del 2016 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Tale confronto va letto considerando che la stima massima totale si sarebbe realizzata con la vendita, a un prezzo corrispondente al limite superiore, di tutti i lotti messi in asta. Ciò fa assumere particolare significato alle tre aste che hanno superato tale totale massimo, ovvero l'asta 121, la 122 e la 128. Queste, infatti non hanno un totale di lotti venduti del 100% bensì, rispettivamente, del 97%, del 66% e del 62%. Sono tali vendite ad aver realizzato il 317%, il 102% e il 108% delle aspettative migliori. Le quattro aste rimanenti, al contrario, totalizzano aggiudicazioni inferiori alla rispettiva stima minima totale.

### *3.2.1.1. ASTA HOUSE SALE 121– VILLA PIATTI*

L'asta si è svolta nel gennaio 2016 e i tre giorni di esposizione hanno avuto luogo presso Villa Piatti a Firenze, villa del Cinquecento divenuta poi residenza del pittore Giulio Piatti. Complessivamente sono stati presentati in asta 958 lotti, con un venduto totale di

749.190,00 €. Il prezzo di aggiudicazione minimo è stato 20 €, quello massimo 320.000,00 €, mentre il prezzo di aggiudicazione medio è stato 802,99 €. È stato venduto il 97% dei lotti proposti in asta e il 73% di questi è stato aggiudicato a un prezzo maggiore della stima massima ipotizzata in catalogo, mentre il 4% a un prezzo minore rispetto alla stima minima.

La Tabella 3.6 presenta i dieci lotti dell'asta 121 a cui sono associati i più alti prezzi di aggiudicazione, ovvero lotti di Arredi e di Arte Antica.

| NUMERO LOTTO | SESSIONE | DESCRIZIONE   | LUOGO E ANNO                                       | AUTORE                                | STIME                     | AGGIUDICAZIONE |
|--------------|----------|---|--|---------------------------------------|---------------------------|----------------|
| 1074         | IV       | Globo terrestre, rivestito in carta incisa e acquerellata, base in noce con sostegni torniti riuniti da traverse, difetti   | Anversa, 1594                                      | Cornelis De Jode<br>(1568-1600 circa) | 800,00 -<br>1.000,00      | 320.000,00 €   |
| 1093         | IV       | Coppia di piccole credenze impiallacciate in piuma di mogano  | Francia, inizio del XIX secolo                     |                                       | 1.500,00<br>-<br>2.000,00 | 30.000,00 €    |
| 1094         | IV       | Serie di otto sgabelli ovali in legno tenero laccato verde  | XVIII secolo                                       |                                       | 1.500,00<br>-<br>2.000,00 | 15.000,00 €    |
| 1039         | IV       | I bevitori, coppia di dipinti ad olio su tela, in cornice, lievi cadute di colore   | fine del XVII/inizio del XVIII secolo              | Cerchia di Felice Boselli             | 3.000,00<br>-<br>4.000,00 | 13.000,00 €    |
| 1075         | IV       | Madonna con Bambino (Madonna Medici), gruppo in terracotta, tracce di lustratura in oro, su base in legno intagliato e dorato, dal gruppo di Michelangelo Buonarroti conservato presso le Cappelle Medicee di San Lorenzo | Scuola fiorentina della prima metà del XVII secolo |                                       | 2.500,00<br>-<br>3.000,00 | 12.500,00 €    |
| 989          | IV       | Nudo classico, scultura in marmo, difetti   | XIX secolo   |                                       | 150,00 -<br>200,00        | 8.200,00 €     |

|      |    |  |  |  |                           |            |
|------|----|--|--|--|---------------------------|------------|
| 1040 | IV | Natura morta con pappagallo rosso e trionfi di frutta e fiori olio su tela, in cornice, lievi cadute di colore                   |  | Bartolomeo Bimbi attribuito (1648-1730)          | 4.000,00<br>-<br>5.000,00 | 7.500,00 € |
| 380  | II | Animali da cortile, coppia di dipinti ad olio su tela, in cornici dorate coeve   |  | Giovanni Agostino Cassana attribuito (1658-1720) | 6.000,00<br>-<br>8.000,00 | 6.500,00 € |
| 480  | II | Gioco del Biribisso, composto da un pannello dipinto e stampato su carta applicata a tela e da una tavoletta segnapunti, difetti |  |  | 100,00 -<br>150,00        | 6.500,00 € |
| 996  | IV | Allegoria delle Quattro Stagioni, serie di quattro sculture in bosso, lievi difetti  |  | Scuola tedesca del XVIII secolo                  | 1.500,00<br>-<br>2.000,00 | 6.500,00 € |

Tabella 3. 6 Top lots dell'asta House Sale 121 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Dalla Tabella 3.6 ci giunge l'informazione che i top lots dell'asta sono beni di origine antica, con una prevalenza di dipinti antichi. Si può inoltre vedere che c'è una notevole differenza in termini di prezzo di aggiudicazione tra il primo top lot e quelli delle ultime posizioni.

### 3.2.1.2 ASTA 128 – TRE SESSIONI DI HOUSE SALES

Tale asta è complessivamente composta da cinque sessioni, come riportato nella Tabella 3.1: "L'Appartamento di un Collezionista Fiorentino", "Gioielli e Orologi", "Argenti", "Una collezione milanese di pittura del Novecento" e "Curiosità da Palazzo Cenami Spada a Lucca". Per tre di queste sessioni i tre giorni di esposizione si sono svolti in un'abitazione in Via della Vigna Nuova a Firenze, per cui sono state considerate House Sales nella presente analisi. Tali sessioni sono "L'Appartamento di un Collezionista Fiorentino", "Una collezione milanese di pittura del Novecento" e "Curiosità da Palazzo Cenami Spada a Lucca", rispettivamente la I, la IV e la V sessione. Queste sono state considerate come una sola asta House Sale, in quanto fanno tutte parte dell'asta 128.

La prima sessione si è tenuta l'11 novembre 2016, la quarta ha avuto luogo l'1 dicembre e la quinta il 2 dicembre.

Complessivamente sono stati presentati in queste tre sessioni 1046 lotti, con un ricavo totale di 204.650,00 €. Il prezzo di aggiudicazione minimo è stato 20 €, quello massimo 15.000,00 € e il prezzo di aggiudicazione medio 314,85 €. I lotti venduti sono stati il 62% del totale, il 39% dei lotti venduti è stato aggiudicato a un prezzo maggiore della stima massima e il 6% a un prezzo più basso rispetto all'estremo inferiore della stima.

Dalla Tabella 3.6 che illustra i dieci top lots dell'asta 128, si evidenzia come questi siano opere di Arte Moderna e Contemporanea con le uniche eccezioni dei lotti 1371 e 1350, ovvero il calamaio in porfido verde e il cassettoni a ribalta impiallacciato in piuma di noce.

| NUMERO LOTTO | SESSIONE | DESCRIZIONE  | LUOGO E ANNO | AUTORE          | STIME                 | AGGIUDICAZIONE |
|--------------|----------|--|--------------|-----------------|-----------------------|----------------|
| 1005         | IV       | San Martino, olio su tela, firmato e datato, in cornice, reca lievissime cadute di colore                          | 1925         | Carlo Carrà     | 15.000,00 - 20.000,00 | 15.000,00 €    |
| 1002         | IV       | Cortile a Poggio a Caiano, olio su carta applicata a tela, firmato e datato, in cornice, alcuni difetti            | 1943         | Ardengo Soffici | 8.000,00 - 9.000,00   | 9.000,00 €     |
| 1000         | IV       | L'amico fedele (il cane e la sciancata-La paralitica), tempera su tavoletta, firmato, in cornice                   | 1938 circa   | Mario Tozzi     | 5.000,00 - 6.000,00   | 6.800,00 €     |
| 978          | IV       | Nudo, olio su tela firmato e datato, al verso firmato, titolato e datato, alcune cadute di colore, in cornice      | 1951         | Umberto Lilloni | 2.500,00 - 3.000,00   | 4.800,00 €     |
| 1371         | V        | Calamaio rotondo in porfido verde  |              |                 | 500,00 - 600,00       | 4.500,00 €     |
| 979          | IV       | La Riuscita, scultura in bronzo policromo, es 7/8, firmata e datata  | 1998         | Rabarama        | 3.550,00 - 4.050,00   | 3.500,00 €     |
| 977          | IV       | Fiori, olio su tela, firmato e datato, al verso firmato, titolato e datato in cornice, lievissime cadute di colore | 1956         | Umberto Lilloni | 2.000,00 - 2.500,00   | 3.000,00 €     |

|         |    |   |  |                  |                     |            |
|---------|----|---|--|------------------|---------------------|------------|
| 998 BIS | IV | Paesaggio campestre, olio su tela, firmato, in cornice          |  | Giuseppe Migneco | 3.000,00 - 4.000,00 | 3.000,00 € |
| 1350    | V  | Cassettone a ribalta con alzata impiallacciato in piuma di noce |  |                  | 600,00 - 650,00     | 3.000,00 € |
| 997     | IV | Paesaggio, olio su tela, firmato, in cornice                    |  | Arturo Tosi      | 2.500,00 - 3.000,00 | 2.500,00 € |
| 998     | IV | Pescatore, olio su tela, firmato, al verso firmato, in cornice  |  | Giuseppe Migneco | 2.500,00 - 3.000,00 | 2.500,00 € |

Tabella 3. 7 Top lots asta 128 per le tre sessioni di House Sale (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Lo scarto tra i prezzi di aggiudicazione è meno ampio rispetto a quello presente per i top lots dell'asta 121.

La Tabella 3.8 confronta le sessioni dell'asta 128. Si osserva come le tre sessioni relative alla House Sale (sessioni I, IV e V) abbiano influito sull'andamento dell'asta 128.

| SESSIONE | NUMERO TOTALE DEI LOTTI | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA |
|----------|-------------------------|--------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|--|
| I        | 357                     | 221,35 €                       | 55.780,00 €                 | 71%                           | 48%  |
| II       | 222                     | 8.871,97 €                     | 1.038.020,00 €              | 53%                           | 39%  |
| III      | 115                     | 321,55 €                       | 31.190,00 €                 | 84%                           | 14%  |
| IV       | 308                     | 500,19 €                       | 80.530,00 €                 | 52%                           | 29%  |
| V        | 381                     | 288,35 €                       | 68.340,00 €                 | 62%                           | 36%  |

Tabella 3. 8 Asta 128 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Possiamo subito notare come, sebbene più del 70% dei lotti appartenga alle sessioni di House Sale, il contributo più ingente in termini di valore totale è dato dalla seconda sessione, ovvero quella dedicata ai gioielli e agli orologi. La sessione che, invece, ha il tasso di venduto più alto è la terza, quella degli argenti (84% di venduto).



### 3.2.1.3. Confronto tra le House Sales e le altre aste

Dalla Tabella 3.9, che presenta i tre top lots del 2016, si osserva come due dei tre top lots dell'anno sono lotti di gioielli mentre l'altro è un lotto appartenente a una House Sale.

| DESCRIZIONE   | NUMERO DI LOTTO | NUMERO DELL'ASTA | STIMA                   | AGGIUDICAZIONE |
|---|-----------------|------------------|-------------------------|----------------|
| Anello in platino, zaffiro Kashmir Royal Blue e diamanti    | 571             | 128              | 150.000,00 - 200.000,00 | 700.000,00 €   |
| Globo terrestre   | 1074            | 121              | 800,00 - 1.000,00       | 320.000,00 €   |
| Orologio da tavolo in oro giallo, diaspro giallo e diamanti | 143             | 126              | 18.000,00 - 22.000,00   | 92.000,00 €    |

Tabella 3. 9 Top lots 2016 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Dalle tabelle Tabella 3.6 e Tabella 3.7 possiamo osservare che le categorie dei lotti che hanno conseguito i prezzi di aggiudicazione più alti all'interno delle aste House Sales analizzate sono quelle degli Arredi, dell'Arte Antica e dell'Arte Moderna e Contemporanea. La Tabella 3.10 presenta i lotti che sono stati aggiudicati ai prezzi più alti nelle relative aste di competenza, ovvero le aste 122, 127 (sessione I, III, IV e V) e l'asta 128 (sessione III).

| CATEGORIA                    | NUMERO DI LOTTO | NUMERO DELL'ASTA | STIMA               | AGGIUDICAZIONE |
|------------------------------|-----------------|------------------|---------------------|----------------|
| Dipinti Antichi              | 19              | 122              | 1.000,00 - 1.500,00 | 66.000,00 €    |
| Arte Moderna e Contemporanea | 319             | 127              | 6.000,00 - 8.000,00 | 7.000,00 €     |
| Arredi                       | 1089            | 127              | 2.000,00 - 2.500,00 | 3.800,00 €     |

Tabella 3. 10 Top lots delle aste di categoria del 2016 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Tali vendite hanno registrato aggiudicazioni inferiori rispetto ai top lots delle House Sales e possiamo notare come, soprattutto per gli Arredi, un'House Sales realizza prezzi

migliori anche in posizioni più basse nella classifica. I Dipinti Antichi, al contrario, vengono maggiormente valorizzati in aste dedicate.

Dalla Tabella 3.11 si può vedere come le due House Sales, ovvero l'asta 121 con le sue quattro sessioni e le tre sessioni di House Sale considerate nell'asta 128, abbiano contribuito ai risultati complessivi ottenuti nel 2016: su un totale di 6441 lotti, esse hanno proposto il 31% dei lotti complessivi e hanno realizzato il 28% del ricavato totale. Il tasso complessivo di vendita delle House Sales è stato del 79% contro il 48% delle altre aste.

| CATEGORIA  | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI | NUMERO TOTALE DEI LOTTI | AGGIUDICAZIONI TOTALI | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI |
|------------|------------------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------------------|
| House Sale | 7                            | 1998                    | 953.840,00 €          | 79%                           |
| Altre      | 13                           | 4437                    | 2.409.889,00 €        | 48%                           |

Tabella 3. 11 Confronto tra le House Sales e le altre categorie (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

La Tabella 3.12 confronta i valori delle singole House Sales, i valori ottenuti come media delle due House Sales e i valori medi delle altre aste con le medie annuali per quanto riguarda il numero dei lotti presentati in asta, il prezzo medio di aggiudicazione del singolo lotto, il totale delle aggiudicazioni e la percentuale dei lotti venduti.

| RIFERIMENTO                 | NUMERO MEDIO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE MEDIO DELLE AGGIUDICAZIONI | PERCENTUALE MEDIA DEI LOTTI VENDUTI |
|-----------------------------|---|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 2016                        | 805                                       | 1.151,96 €                     | 420.466,13 €                      | 54%                                 |
| HOUSE SALES                 | 1002                                      | 558,92 €                       | 476.920,00 €                      | 80%                                 |
| ALTRE ASTE                  | 634                                       | 1.201,82 €                     | 373.505,57 €                      | 36%                                 |
| HOUSE SALE 121 (4 sessioni) | 958                                       | 802,99 €                       | 749.190,00 €                      | 97%                                 |
| HOUSE SALE 128 (3 sessioni) | 1046                                      | 314,85 €                       | 204.650,00 €                      | 62%                                 |

Tabella 3. 12 Valori medi delle aste del 2016 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Dalla Tabella 3.12 si può evincere che le aste House Sales, in media, abbiano ottenuto dei risultati superiori ai risultati medi dell'anno 2016 e ai risultati medi delle altre aste, fatta eccezione per il prezzo medio di aggiudicazione.

Analizzando nello specifico le House Sales, però, la Tabella 3.12 evidenzia come sia stata l'asta 121 ad alzare notevolmente la media, mentre le tre sessioni di House Sales dell'asta 128 hanno ottenuto dei risultati inferiori rispetto alla media annua.

### 3.2.2. Analisi delle aste del 2017

Nella Tabella 3.13 vengono illustrate le dieci aste organizzate dalla Maison Bibelot nel 2017. Per ognuna viene specificato il numero identificativo, il titolo, la data di svolgimento dell'asta, la tipologia (online oppure dal vivo), la categoria dell'asta, il numero totale delle sessioni in cui è stata suddivisa e quante di queste sessioni sono House Sales.

| NUMERO DELL'ASTA | TITOLO DELL'ASTA  | DATA                          | TIPOLOGIA | CATEGORIA        | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI DI HOUSE SALE |
|------------------|---|-------------------------------|-----------|------------------|------------------------------|--|
| 129              | I) Anastasia Bavdaz Polacco: una vita tra arte, moda e stile; II) Un guardaroba contemporaneo   | 09/01/2017<br>-<br>19/01/2017 | A tempo   | Vintage e Bijoux | 2                            | /  |
| 130              | I) Arte Moderna e Contemporanea - Arredi di Design; II) Arredi e dipinti da un appartamento fiorentino; III) Curiosità dalla dimora di un collezionista | 16/03/2017<br>-<br>17/03/2017 | Classica  | Cross-Category   | 3                            | /  |
| 131              | Asta charity: L'arte risveglia l'anima  | 24/03/2017                    | Classica  | Charity          | 1                            | /  |

|     |  |                               |          |                |   |   |
|-----|--|-------------------------------|----------|----------------|---|---|
| 132 | I) Fiamma Breschi: La Signora della Formula 1; II) Importanti Gioielli e Orologi; III) Arredi e dipinti antichi / Arte Moderna e Contemporanea; IV) Arte moderna e contemporanea / Arredi, Argenti e Dipinti Antichi                           | 29/05/2017<br>–<br>30/05/2017 | Classica | Cross-Category | 4 | / |
| 133 | Un viaggio nella Fotografia d'autore   | 22/06/2017                    | Classica | Fotografia     | 1 | / |
| 134 | Déballage: Interni e Curiosità   | 26/06/2017<br>–<br>07/07/2017 | A tempo  | Cross-Category | 1 | / |
| 135 | I) Arte moderna e contemporanea / Un antico casale a Settignano: i dipinti; II) Un antico casale: arredi e collezioni – I; III) Un antico casale: arredi e collezioni - II   | 05/10/2107<br>–<br>06/10/2017 | Classica | House Sale     | 3 | 3 |
| 136 | Asta Swatch Mania: una collezione privata  | 10/11/2017<br>–<br>20/11/2017 | A tempo  | Collezionismo  | 1 | / |
| 137 | I) Gioielli e Orologi - Lotti 1-191; II) Gioielli -II - Lotti 200-401; III) La dimora del collezionista: arte antica, moderna e orientale - Lotti: 450-673; IV) La dimora del collezionista: arte antica, moderna e orientale - Lotti: 700-943 | 29/11/2017<br>–<br>30/11/2017 | Classica | Cross-Category | 4 | / |

|     |  |                               |         |                  |   |   |
|-----|--|-------------------------------|---------|------------------|---|---|
| 138 | Vintage Mania: una raffinata selezione | 24/11/2017<br>–<br>04/12/2017 | A tempo | Vintage e Bijoux | 1 | / |
|-----|--|-------------------------------|---------|------------------|---|---|

Tabella 3. 13 Aste organizzate dalla casa d'aste Maison Bibelot nel 2017 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Dalla Tabella 3.13 possiamo osservare che nel 2017 hanno avuto luogo sei aste battute dal vivo e quattro aste a tempo; nel 2017, quindi, è presente un aumento notevole delle aste a tempo rispetto al 2016, come è evidente confrontando la Tabella 3.1 con la Tabella 3.13. Delle ventuno sessioni d'asta che si sono tenute, dodici sono sessioni di aste Cross-Category, che si conferma anche nel 2017 come categoria prediletta della Maison Bibelot.

Tra le aste presentate nella Tabella 3.13 verranno escluse dall'analisi l'asta Charity (131) e l'asta di Fotografia (133), poiché sul sito web di Maison Bibelot non sono disponibili i prezzi di aggiudicazione di tali aste.

La Tabella 3.14 presenta per ogni asta il numero totale dei lotti proposti in asta, il numero dei lotti venduti, il numero dei lotti invenduti e la percentuale del numero di lotti venduti rispetto al totale.

| NUMERO DELL'ASTA | NUMERO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA | NUMERO DEI LOTTI VENDUTI | NUMERO DEI LOTTI INVENDUTI | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI |
|------------------|-------------------------------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 129              | 631                                 | 313                      | 318                        | 50%                           |
| 130              | 1065                                | 735                      | 330                        | 69%                           |
| 132              | 1429                                | 988                      | 441                        | 69%                           |
| 134              | 145                                 | 73                       | 72                         | 50%                           |
| 135              | 941                                 | 623                      | 318                        | 66%                           |
| 136              | 92                                  | 24                       | 68                         | 26%                           |
| 137              | 853                                 | 473                      | 380                        | 55%                           |
| 138              | 152                                 | 58                       | 94                         | 38%                           |

Tabella 3. 14 Lotti delle aste del 2017 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Dalla Tabella 3.14 possiamo osservare che sei delle otto aste organizzate nel 2017 dalla Maison Bibelot hanno venduto più del 50% dei lotti. Le aste con la percentuale di

venduto più alto sono la 130 e la 132, due aste Cross-Category, che hanno conseguito il 69% di venduto. Da notare, inoltre, il fatto che queste due aste sono quelle che hanno presentato più lotti. L'asta che si è rivelata meno riuscita, almeno da un punto di percentuale di lotti venduti, è la 136, un'asta di collezionismo di orologi Swatch, che ha venduto soltanto il 26% dei suoi lotti. Le aste a tempo vedono aumentata la percentuale di vendita rispetto al 2016, arrivando anche al 50% nel caso delle aste 129 e 134; continuano, però, ad essere le aste che conseguono i risultati di venduto più bassi.

La Tabella 3.15 approfondisce i risultati ottenuti dalle singole aste con riferimento ai prezzi di aggiudicazione e al ricavo totalizzato.

| NUMERO DELL'ASTA | PREZZO MINIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MASSIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI |
|------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|
| 129              | 30,00 €                         | 1.700,00 €                       | 83,60 €                        | 26.585,00 €                 |
| 130              | 30,00 €                         | 6.000,00 €                       | 312,86 €                       | 229.950,00 €                |
| 132              | 15,00 €                         | 570.000,00 €                     | 1.453,88 €                     | 1.436.430,00 €              |
| 134              | 30,00 €                         | 1.200,00 €                       | 134,93 €                       | 9.850,00 €                  |
| 135              | 12,00 €                         | 4.000,00 €                       | 335,11 €                       | 208.772,00 €                |
| 136              | 8,00 €                          | 60,00 €                          | 35,33 €                        | 848,00 €                    |
| 137              | 20,00 €                         | 142.000,00 €                     | 1.703,26 €                     | 805.640,00 €                |
| 138              | 30                              | 800,00 €                         | 153,62 €                       | 8.910,00 €                  |

Tabella 3. 15 Aggiudicazioni delle aste del 2017 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito [maisonbibelot.com](http://maisonbibelot.com))

L'asta che ha realizzato il totale maggiore è la 132, l'asta Cross-Category che risultava ai primi posti per percentuale venduta nella Tabella 3.14; a tale asta appartiene il lotto venduto al prezzo più alto dell'anno, ovvero un anello. L'asta che ottiene le aggiudicazioni migliori, dopo la 132, è l'asta 137, altra asta Cross-Category che al suo interno contiene due sessioni di gioielli, e che ottiene il primato per quanto riguarda l'aggiudicazione media più alta.

I risultati delle aste Cross-Category, nello specifico le aste Cross-Category con sessioni di gioielli, sono quindi molto positivi sia dal punto di vista dell'attrattiva esercitata sul

pubblico (misurata con le percentuali di vendita illustrati nella Tabella 3.14), sia per le aggiudicazioni conseguite (dati esposti nella Tabella 3.15).

La Tabella 3.16 illustra i dati relativi alle stime di ogni asta, riportando la stima minima media, la stima massima media, il numero di lotti che sono stati aggiudicati a un prezzo maggiore rispetto all'estremo superiore della stima, la percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione maggiore della stima massima, il numero di lotti che sono stati aggiudicati a un prezzo minore rispetto all'estremo inferiore della stima, e la percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione minore della stima minima. Come detto in precedenza, per il 2016 e il 2017 non sono presenti i dati di stima delle aste a tempo sul sito web della casa d'aste, per cui le stime delle aste 129, 134, 136 e 138 non sono riportate.

| NUMERO DELL'ASTA | STIMA MINIMA MEDIA | STIMA MASSIMA MEDIA | NUMERO DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | NUMERO DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA |
|------------------|--------------------|---------------------|---|--|---|--|
| 129              | n. d.              | n. d.               | n. d.   | n. d.  | n. d.   | n. d.  |
| 130              | 266,50 €           | 341,24 €            | 290   | 39%  | 78  | 11%  |
| 132              | 808,50 €           | 949,76 €            | 367   | 37%  | 139   | 14%  |
| 134              | n. d.              | n. d.               | n. d.   | n. d.  | n. d.   | n. d.  |
| 135              | 441,45 €           | 559,38 €            | 225   | 36%  | 80  | 13%  |
| 136              | n. d.              | n. d.               | n. d.   | n. d.  | n. d.   | n. d.  |
| 137              | 1.666,92 €         | 1.975,91 €          | 159   | 34%  | 42  | 9%   |
| 138              | n. d.              | n. d.               | n. d.   | n. d.  | n. d.   | n. d.  |

Tabella 3. 16 Prezzi medi di stima con riferimento alle aste del 2017 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Grazie alla Tabella 3.16 notiamo che le percentuali di vendita sopra l'estremo superiore si stabilizzano, variando in un intervallo compreso tra il 34% e il 39%.

Dalla Tabella 3.16 evinciamo anche che le percentuali dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione minore della stima minima è molto inferiore rispetto alla percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione maggiore della stima massima, e anche questo circoscritto in un intervallo limitato, dal 9% al 14%.

Per quanto riguarda ciò che i dati dei rilanci ci suggeriscono, quindi, concludiamo che nel 2017 non ci sono state aste che hanno stimolato la competizione in modo più netto di altre; in particolare notiamo come l'asta 137 abbia le percentuali più basse del 2017 sia per quanto riguarda le aggiudicazioni sopra la stima massima sia per le aggiudicazioni inferiori rispetto alla stima minima, quindi è l'asta che si è mantenuta più stabile all'interno dell'intervallo di stima. Tale fatto è riscontrabile anche considerando che il prezzo medio dell'asta 137 (dato della Tabella 3.16) è perfettamente all'interno dell'intervallo dato dalle stime medie.

La Tabella 3.17 esamina lo scostamento delle aggiudicazioni totali da quello ipotizzato, essa riporta per ogni asta la stima minima totale, la stima massima totale e il valore delle aggiudicazioni totali effettivamente conseguite.

| NUMERO DELL'ASTA | STIMA MINIMA TOTALE | STIMA MASSIMA TOTALE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI |
|------------------|---------------------|----------------------|-----------------------------|
| 129              | n. d.               | n. d.                | 26.585,00 €                 |
| 130              | 283.824,00 €        | 363.424,00 €         | 229.950,00 €                |
| 132              | 1.155.351,00 €      | 1.357.214,00 €       | 1.436.430,00 €              |
| 134              | n. d.               | n. d.                | 9.850,00 €                  |
| 135              | 415.401,00 €        | 526.381,00 €         | 208.772,00 €                |
| 136              | n. d.               | n. d.                | 848,00 €                    |
| 137              | 1.421.885,00 €      | 1.685.455,00 €       | 805.640,00 €                |
| 138              | n. d.               | n. d.                | 8.910,00 €                  |

Tabella 3. 17 Stime delle aste del 2017 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Dalla Tabella 3.17 notiamo come tra le quattro aste di cui abbiamo i dati delle stime, soltanto l'asta 132 è riuscita a totalizzare aggiudicazioni superiori al totale della stima massima. Le tre aste rimanenti, al contrario, non hanno raggiunto neanche la consecuzione della stima minima prevista. Questi risultati, verosimilmente, sono esito



della combinazione dei pochi rilanci, riscontrati nella Tabella 3.16, e percentuali di vendita non molto elevate, anche se superiori al 50%, raffigurate nella Tabella 3.14.

### 3.2.2.1. ASTA HOUSE SALE 135 – ARTE MODERNA E CONTEMPORANEA e UN ANTICO CASALE

L'asta si è svolta nell'ottobre 2017 e l'esposizione ha avuto luogo a Settignano, una frazione di Firenze. Complessivamente sono stati presentati in asta 941 lotti, con un totale venduto di 208.772,00 €. Il prezzo di aggiudicazione minimo è stato 12 €, quello massimo 4.000,00 €, mentre il prezzo di aggiudicazione medio è 335,11 €. Il venduto totalizzato è stato il 66%, il 36% dei lotti venduti è stato aggiudicato a un prezzo maggiore della stima massima e il 13% a un prezzo inferiore rispetto alla stima minima.

La Tabella 3.18 illustra i dieci lotti dell'asta 128 che sono stati venduti al prezzo di aggiudicazione maggiore.

| NUMERO LOTTO | SESSIONE | DESCRIZIONE  | LUOGO E ANNO | AUTORE  | STIME                  | AGGIUDICAZIONE |
|--------------|----------|--|--------------|---|------------------------|----------------|
| 263          | I        | Notturmo, olio su tavoletta, firmato, al verso firmato e titolato, in cornice  |              | Renato Natali<br>(1883-1979)                            | 5.000,00 /<br>6.000,00 | 4.000,00 €     |
| 177          | I        | Volto femminile, olio su tela, in cornice  |              | Giovanni<br>Martinelli<br>attribuito<br><br>(1600-1659) | 3.500,00 /<br>4.000,00 | 3.800,00 €     |
| 212          | I        | Ritratto maschile, olio su tela, firmato, in cornice   |              | Antonio<br>Mancini<br><br>(1852-1930)                   | 3.500,00 /<br>4.500,00 | 3.600,00 €     |
| 147          | I        | Madonna con Bambino e Santi, olio su tavoletta, in cornice coeva, alcuni difetti   |              | Pittore del XIX<br>secolo                               | 150,00 /<br>200,00     | 3.200,00 €     |
| 211          | I        | Ritratto di Eleonora Duse, olio su cartoncino, firmato, al verso firmato e dedicato, in cornice, lievi difetti lungo i margini |              | Ernesto Alcide<br>Campestrini<br><br>(1897-1983)        | 1.500,00 /<br>2.000,00 | 3.000,00 €     |

|     |     |   |  |                                  |                        |            |
|-----|-----|---|--|----------------------------------|------------------------|------------|
| 262 | I   | Scorcio di Livorno, olio su tavoletta, firmato, in cornice  |  | Renato Natali<br>(1883-1979)     | 4.000,00 /<br>5.000,00 | 2.900,00 € |
| 920 | III | Servito di posate in argento, completo per dodici persone   |  |                                  | 2.550,00 /<br>2.800,00 | 2.600,00 € |
| 939 | III | Orologio a pendolo da camino in bronzo dorato e patinato  | Francia,<br>Leroy, inizio<br>del XIX<br>secolo |                                  | 1.500,00 /<br>2.000,00 | 2.600,00 € |
| 132 | I   | Grande lume da terra in metallo cromato e cristallo, modellato come una colonna con cannule e sormontato da finale cilindrico | Anni<br>Quaranta                               |                                  | 1.900,00 /<br>2.000,00 | 2.400,00 € |
| 82  | I   | Ritratto femminile, tecnica mista su carta applicata a tela, da un dipinto di Francesco Hayez, firmato e datato, in cornice   | 1983   | Renato<br>Guttuso<br>(1911-1987) | 2.500,00 /<br>3.000,00 | 2.300,00 € |

Tabella 3. 18 Asta 135 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Dalla Tabella 3.18 ci giunge l'informazione che i top lots dell'asta sono prevalentemente dipinti di Arte Moderna e Contemporanea, ma sono presenti anche opere di Arte Antica e Arredi.

### 3.2.2.2 Confronto tra le House Sales e le altre aste

Dalla Tabella 3.19 che presenta i tre top lots del 2017, si osserva come i gioielli, e nello specifico anelli con zaffiri, abbiano guidato l'anno della Maison Bibelot.

| DESCRIZIONE  | NUMERO DI LOTTO | NUMERO DELL'ASTA | STIMA                      | AGGIUDICAZIONE |
|--|-----------------|------------------|----------------------------|----------------|
| Importante anello in platino, diamanti e zaffiro Kashmir | 543             | 132              | 150.000,00 -<br>180.000,00 | 570.000,00 €   |
| Importante anello in platino, zaffiro Birmano e diamanti | 585             | 132              | 170.000,00 -<br>180.000,00 | 160.000,00 €   |
| Anello in platino, diamanti e zaffiro Kashmir            | 401             | 137              | 80.000,00 -<br>100.000,00  | 142.000,00 €   |

Tabella 3. 19 Top lots 2017 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Dalla Tabella 3.18 possiamo osservare che le categorie dei lotti che hanno conseguito i prezzi di aggiudicazione più alti all'interno dell'asta House Sale analizzata sono quelle degli Arredi, dell'Arte Antica e dell'Arte Moderna e Contemporanea. La Tabella 3.20 presenta i lotti che sono stati aggiudicati ai prezzi più alti nelle relative aste di competenza, ovvero le aste 130, 132 (sessione III e IV), 134 e l'asta 137 (sessione III e IV).

| CATEGORIA                    | NUMERO DI LOTTO | NUMERO DELL'ASTA | STIMA                    | AGGIUDICAZIONE |
|------------------------------|-----------------|------------------|--------------------------|----------------|
| Dipinti Antichi              | 783             | 137              | 30.000,00 -<br>40.000,00 | 30.000,00 €    |
| Arte Moderna e Contemporanea | 1139            | 132              | 18.000,00 -<br>20.000,00 | 18.000,00 €    |
| Arredi                       | 918             | 137              | 15.000,00 -<br>20.000,00 | 16.000,00 €    |

Tabella 3. 20 Top lots delle aste di categoria del 2017 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Tali vendite hanno registrato un'aggiudicazione molto superiore rispetto ai top lots dell'House Sale, ma avevano anche stime nettamente più alte e di conseguenza un'importanza intrinseca maggiore.

Dalla Tabella 3.21 si può vedere in che misura l'asta House Sale abbia contribuito ai risultati complessivi ottenuti nel 2017: su un totale di 5308 lotti, questa ha contribuito nelle aggiudicazioni totalizzate per il 7,66% avendo il 17,73% dei lotti. Il tasso complessivo di venduto dell'House Sale, però, è il 66% contro il 51% medio delle altre aste.

| CATEGORIA  | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI | NUMERO TOTALE DEI LOTTI | AGGIUDICAZIONI TOTALI | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI |
|------------|------------------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------------------|
| House Sale | 3                            | 941                     | 208.772,00 €          | 66%                           |
| Altre      | 18                           | 4367                    | 2.518.213,00 €        | 51%                           |

Tabella 3. 21 Confronto tra l'House Sale e le altre categorie (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

La Tabella 3.22 confronta i valori della singola House Sale e i valori medi delle altre aste con le medie annuali per quanto riguarda il numero dei lotti presentati in asta, il prezzo medio di aggiudicazione del singolo lotto, il totale delle aggiudicazioni e la percentuale dei lotti venduti.

| RIFERIMENTO                 | NUMERO MEDIO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE MEDIO DELLE AGGIUDICAZIONI | PERCENTUALE MEDIA DEI LOTTI VENDUTI |
|-----------------------------|---|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 2017                        | 664                                       | 526,57 €                       | 340.873,13 €                      | 53%                                 |
| HOUSE SALE 135 (3 sessioni) | 941                                       | 335,11 €                       | 208.772,00 €                      | 66%                                 |
| ALTRE ASTE                  | 624                                       | 553,93 €                       | 359.744,71 €                      | 51%                                 |

Tabella 3. 22 Valori medi delle aste del 2017 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com)

Dalla Tabella 3.22 si può evincere che l'asta House Sale abbia ottenuto dei risultati inferiori ai risultati medi dell'anno 2017 e ai risultati medi delle altre aste, fatta eccezione per la percentuale di lotti venduti.

### 3.2.3. Analisi delle aste del 2018

Nella Tabella 3.23 vengono illustrate le dodici aste organizzate dalla Maison Bibelot nel 2018. Per ognuna viene specificato il numero identificativo, il titolo, la data di svolgimento dell'asta, la tipologia (online oppure dal vivo), la categoria dell'asta, e il numero totale delle sessioni in cui è stata suddivisa. Nel 2018 non si sono tenute aste House Sales.

| NUMERO DELL'ASTA | TITOLO DELL'ASTA   | DATA       | TIPOLOGIA | CATEGORIA      | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI |
|------------------|--|------------|-----------|----------------|------------------------------|
| 139              | I) Arredi e Dipinti da una dimora della Val d'Elsa - Lotti 1-303; II) Arredi e Dipinti da una dimora della Val D'Elsa / Una Collezione di Arte | 28/03/2018 | Classica  | Cross-Category | 2                            |

|     |  |                               |          |                       |   |
|-----|--|-------------------------------|----------|-----------------------|---|
|     | Moderna e Contemporanea - Lotti<br>304-590   |                               |          |                       |   |
| 140 | Giocattoli d'epoca   | 06/04/2018<br>–<br>16/04/2018 | A tempo  | Collezionismo         | 1 |
| 141 | Gioielli e Orologi   | 29/05/2018                    | Classica | Gioielli e<br>Orologi | 2 |
| 142 | I) Arte moderna e contemporanea /<br>Una raccolta di Pittura<br>dell'Ottocento / Arredi di Design; II)<br>Arredi e dipinti antichi - Prima<br>sessione; III) Arredi e dipinti antichi<br>- Seconda sessione                    | 30/05/2018<br>–<br>31/05/2018 | Classica | Cross-<br>Category    | 3 |
| 143 | Accessori e Abiti Vintage  | 11/06/2018<br>–<br>21/06/2018 | A tempo  | Vintage e<br>Bijoux   | 1 |
| 144 | La biblioteca di un antiquario   | 21/09/2018<br>–<br>08/10/2018 | A tempo  | Libri                 | 1 |
| 145 | I) Grafica contemporanea: La<br>Collezione di Leonardo Vasile; II)<br>Arte moderna e contemporanea;<br>III) Arredi e dipinti antichi da una<br>villa a Viareggio; IV) Arredi e dipinti<br>antichi da una villa a Viareggio -II | 04/10/2018<br>–<br>05/10/2018 | Classica | Cross-<br>Category    | 4 |
| 146 | Un antico corredo: pizzi, ricami e<br>biancheria   | 30/10/2018<br>–<br>16/11/2018 | A tempo  | Vintage e<br>Bijoux   | 1 |
| 147 | Abiti vintage e accessori  | 30/10/2018<br>–<br>13/11/2018 | A tempo  | Vintage e<br>Bijoux   | 1 |
| 148 | I) Orologi e Gioielli – I; II) Gioielli - II   | 30/11/2018                    | Classica | Gioielli e<br>Orologi | 2 |
| 149 | I) Arredi, argenteria e curiosità da<br>una casa romana; II) Arte Moderna<br>e Contemporanea / Una scelta di   | 28/11/2018<br>–<br>29/11/2018 | Classica | Cross-<br>Category    | 2 |

|     |  |                               |         |                    |   |
|-----|--|-------------------------------|---------|--------------------|---|
|     | opere su carta dalla Collezione Vasile |                               |         |                    |   |
| 150 | Gioielli                               | 03/12/2018<br>–<br>13/12/2018 | A tempo | Gioielli e Orologi | 1 |

Tabella 3. 23 Aste organizzate dalla casa d'aste Maison Bibelot nel 2018 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Come possiamo notare, il 2018 ha visto l'attuazione di ventuno sessioni d'asta, con una prevalenza di sessioni Cross-Category e di aste di Gioielli e Orologi e di Vintage e Bijoux. Possiamo osservare anche che sono state organizzate sei aste classiche e sei aste a tempo, quindi si registra un progressivo aumento di aste online.

La Tabella 3.24 presenta per ogni asta il numero totale dei lotti proposti in asta, il numero dei lotti venduti, il numero dei lotti invenduti e la percentuale del numero di lotti venduti rispetto al totale.

| NUMERO DELL'ASTA | NUMERO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA | NUMERO DEI LOTTI VENDUTI | NUMERO DEI LOTTI INVENDUTI | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI |
|------------------|-------------------------------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 139              | 589                                 | 411                      | 178                        | 70%                           |
| 140              | 184                                 | 32                       | 152                        | 17%                           |
| 141              | 520                                 | 157                      | 363                        | 30%                           |
| 142              | 606                                 | 274                      | 332                        | 45%                           |
| 143              | 167                                 | 91                       | 76                         | 54%                           |
| 144              | 202                                 | 191                      | 11                         | 95%                           |
| 145              | 766                                 | 447                      | 319                        | 58%                           |
| 146              | 124                                 | 50                       | 74                         | 40%                           |
| 147              | 312                                 | 119                      | 193                        | 38%                           |
| 148              | 451                                 | 156                      | 295                        | 35%                           |
| 149              | 624                                 | 365                      | 259                        | 58%                           |
| 150              | 189                                 | 40                       | 149                        | 21%                           |

Tabella 3. 24 Lotti delle aste del 2018 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Come si può osservare dalla Tabella 3.24, delle dodici aste organizzate dalla Maison Bibelot nel 2018 soltanto cinque hanno venduto più del 50% dei lotti. Il successo maggiore è stato riscontrato dall'asta 144, un'asta a tempo dal titolo "La biblioteca di un antiquario", con il 95% dei lotti venduti. L'asta che si è rivelata meno riuscita è la 140, altra asta a tempo di "Giocattoli d'epoca", che vede venduto soltanto il 17% dei suoi lotti; per quanto riguarda le percentuali di venduto nel 2018, dunque, il fatto che le aste siano battute dal vivo oppure online non è più una caratteristica che fa la differenza nel raggiungimento di alte percentuali o meno.

La Tabella 3.25 approfondisce i risultati ottenuti dalle singole aste con riferimento ai prezzi di aggiudicazione e al ricavo.

| NUMERO DELL'ASTA | PREZZO MINIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MASSIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI |
|------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|
| 139              | 20,00 €                         | 5.500,00 €                       | 452,63 €                       | 186.030,00 €                |
| 140              | 10,00 €                         | 3.500,00 €                       | 247,50 €                       | 7.920,00 €                  |
| 141              | 55,00 €                         | 28.000,00 €                      | 2.040,61 €                     | 320.375,00 €                |
| 142              | 20,00 €                         | 80.000,00 €                      | 890,77 €                       | 244.070,00 €                |
| 143              | 20,00 €                         | 200,00 €                         | 63,90 €                        | 5.815,00 €                  |
| 144              | 20,00 €                         | 500,00 €                         | 53,04 €                        | 10.130,00 €                 |
| 145              | 20,00 €                         | 5.000,00 €                       | 366,98 €                       | 164.040,00 €                |
| 146              | 30,00 €                         | 230,00 €                         | 74,60 €                        | 3.730,00 €                  |
| 147              | 30,00 €                         | 1.300,00 €                       | 75,71 €                        | 9.010,00 €                  |
| 148              | 160,00 €                        | 69.000,00 €                      | 2.746,47 €                     | 428.450,00 €                |
| 149              | 30,00 €                         | 31.000,00 €                      | 449,40 €                       | 164.030,00 €                |
| 150              | 100,00 €                        | 650,00 €                         | 337,00 €                       | 13.480,00 €                 |

Tabella 3. 25 Aggiudicazioni delle aste del 2018 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

L'asta che ha realizzato le aggiudicazioni totali maggiori è la 148, asta di Gioielli e Orologi. Tale risultato è di particolare rilievo soprattutto se si considera il fatto che, come evidenziato nella Tabella 3.24, l'asta 148 ha venduto soltanto il 35% dei lotti che

presentava. Anche il prezzo medio più alto appartiene all'asta 148, ma il prezzo di aggiudicazione medio dell'asta 141, un'altra asta di Gioielli e Orologi, non si discosta molto. Il top lot dell'anno, invece, è un lotto dell'asta 142, asta Cross-Category.

Al contrario le aste di Vintage, ovvero 143, 146 e 147, siano esse di abiti, accessori o biancheria, hanno le aggiudicazioni più basse insieme all'asta "Giocattoli d'epoca" (l'asta 140).

La Tabella 3.26 illustra alcuni risultati con riferimento ai prezzi di stima, riportando per ogni asta la stima minima media, la stima massima media, il numero di lotti che sono stati aggiudicati a un prezzo maggiore rispetto all'estremo superiore della stima, la percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione maggiore della stima massima, e il numero di lotti che sono stati aggiudicati a un prezzo minore rispetto all'estremo inferiore della stima, la percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione minore della stima minima. I dati delle stime delle aste a tempo per il 2018 sono stati resi disponibili dalla casa d'aste Maison Bibelot.

| NUMERO DELL'ASTA | STIMA MINIMA MEDIA | STIMA MASSIMA MEDIA | NUMERO DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | NUMERO DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA |
|------------------|--------------------|---------------------|---|--|---|--|
| 139              | 447,41 €           | 579,14 €            | 136   | 33%  | 63  | 15%  |
| 140              | 163,94 €           | 194,97 €            | 5   | 16%  | 2   | 6%   |
| 141              | 2.067,02 €         | 2.357,17 €          | 23  | 15%  | 19  | 12%  |
| 142              | 1.128,64 €         | 1.458,00 €          | 61  | 22%  | 55  | 20%  |
| 143              | 73,83 €            | 89,64 €             | 13  | 14%  | 8   | 9%   |
| 144              | 1,00 €             | 1,00 €              | 191   | 100%   | 0   | 0%   |
| 145              | 354,34 €           | 457,29 €            | 140   | 31%  | 32  | 7%   |



|     |               |               |     |     |    |     |
|-----|---------------|---------------|-----|-----|----|-----|
| 146 | 87,34 €       | 105,73 €      | 3   | 6%  | 0  | 0%  |
| 147 | 59,52 €       | 72,88 €       | 18  | 15% | 1  | 1%  |
| 148 | 2.402,88<br>€ | 2.789,25<br>€ | 27  | 17% | 59 | 38% |
| 149 | 388,27 €      | 486,57 €      | 134 | 37% | 27 | 7%  |
| 150 | 426,19 €      | 521,16 €      | 4   | 10% | 0  | 0%  |

Tabella 3. 26 Prezzi medi di stima con riferimento alle aste del 2018 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Il 100% dei lotti dell'asta 144 è stato venduto a un prezzo di aggiudicazione maggiore dell'estremo superiore dell'intervallo di stima, poiché, come possiamo vedere dalla Tabella 3.26, le stime minime e le stime massime dei lotti erano corrispondenti a 1,00 €, presupposto per cui possiamo considerare ogni lotto stimato con "offerta libera". Fatta eccezione per questa asta, le percentuali dei lotti che sono stati aggiudicati a un prezzo maggiore rispetto alla stima massima sono piuttosto basse, con una moda del 15% e una media (escludendo quell'unico valore di 100%) del 20%.

Dalla Tabella 3.26 evinciamo anche che le percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione minore della stima minima è molto inferiore rispetto alla percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione maggiore della stima massima. Unica asta in controtendenza, che vede la percentuale dei lotti aggiudicati a un prezzo minore dell'estremo inferiore dell'intervallo di stima maggiore rispetto alla percentuale dei lotti aggiudicati a un prezzo maggiore rispetto alla stima massima, è la 148, la sopracitata asta di Gioielli e Orologi.

La Tabella 3.27 esamina lo scostamento delle aggiudicazioni totali da quello ipotizzato, essa riporta per ogni asta la stima minima totale, la stima massima totale e il valore delle aggiudicazioni totali effettivamente conseguite.

| NUMERO DELL'ASTA | STIMA MINIMA TOTALE | STIMA MASSIMA TOTALE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI |
|------------------|---------------------|----------------------|-----------------------------|
| 139              | 263.525,00 €        | 341.115,00 €         | 186.030,00 €                |
| 140              | 30.165,00 €         | 35.875,00 €          | 7.920,00 €                  |
| 141              | 1.074.850,00 €      | 1.225.730,00 €       | 320.375,00 €                |

|     |                |                |              |
|-----|----------------|----------------|--------------|
| 142 | 683.956,00 €   | 883.546,00 €   | 244.070,00 € |
| 143 | 12.330,00 €    | 14.970,00 €    | 5.815,00 €   |
| 144 | 202,00 €       | 202,00 €       | 10.130,00 €  |
| 145 | 271.426,00 €   | 350.283,00 €   | 164.040,00 € |
| 146 | 10.830,00 €    | 13.110,00 €    | 3.730,00 €   |
| 147 | 18.570,00 €    | 22.740,00 €    | 9.010,00 €   |
| 148 | 1.083.700,00 € | 1.257.950,00 € | 428.450,00 € |
| 149 | 242.279,00 €   | 303.619,00 €   | 164.030,00 € |
| 150 | 80.550,00 €    | 98.500,00 €    | 13.480,00 €  |

Tabella 3. 27 Stime delle aste del 2018 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Grazie alla Tabella 3.27, escludendo l'asta 144 per i motivi visti in precedenza, notiamo che tutte le aste del 2018 hanno realizzato totali inferiori alla stima minima totale prevista. L'asta che ha realizzato il totale minore rispetto alla stima minima ipotizzata è l'asta 150, un'asta a tempo di Gioielli e Orologi, che ha realizzato 17% del minimo proposto. Tale dato ci è confermato dalla Tabella 3.24 che mostra una percentuale di venduto del 21% per questa asta. L'asta che, al contrario, si avvicina di più alla sua stima minima totale è la 139, asta Cross-Category che totalizza il 71% della stima minima totale proposta in catalogo.

La Tabella 3.28 presenta i top lots di ognuna delle 12 aste.

| ASTA | NUMERO LOTTO | DESCRIZIONE   | LUOGO E ANNO           | AUTORE                    | STIME               | AGGIUDICAZIONE |
|------|--------------|---|------------------------|---------------------------|---------------------|----------------|
| 139  | 590          | Ragazza con turbante, olio e pastello su carta applicata a faesite, firmato, in cornice, difetto lungo un margine | Anni Ottanta           | Antonio Bueno (1918-1984) | 4.500,00 / 5.500,00 | 5.500,00 €     |
| 140  | 70           | Ventura, Alfa Romeo 1900 SS   | Italia, Anni Cinquanta |                           | 3.800,00 / 4.000,00 | 3.500,00 €     |

|     |     |  |  |                                   |                        |             |
|-----|-----|--|--|-----------------------------------|------------------------|-------------|
| 141 | 438 | Collana in oro giallo, platino, diamanti e zaffiri naturali  | Anni Cinquanta                                   |                                   | 29.000,00 / 35.000,00  | 28.000,00 € |
| 142 | 747 | Colonna a grandi fogli (per Mondadori), scultura in bronzo   | 1972   | Arnaldo Pomodoro                  | 80.000,00 / 100.000,00 | 80.000,00 € |
| 143 | 10  | Borsa a spalla in tela e pelle, chiusura in metallo dorato   |  | Bulgari                           | 200,00 / 250,00        | 200,00 €    |
|     | 67  | Scatola da Gioco in perspex nero   | Anni Ottanta                                     | Fendi                             | 180,00 / 200,00        | 200,00 €    |
| 144 | 159 | Due opere su argenti e oreficeria  | 1969-1983 e 1992                                 | C.G. Bulgari e D. Liscia Bemporad | Offerta Libera         | 500,00 €    |
| 145 | 706 | Paravento a sei ante   | Giappone, periodo Edo, prima metà del XIX secolo |                                   | 5.000,00 / 6.000,00    | 5.000,00 €  |
| 146 | 104 | Tovaglia in cotone bianco<br><br>inserti e bordura ricamata ad ago con motivo floreale, lievi difetti  |  |                                   | 150,00 / 180,00        | 230,00 €    |
| 147 | 17  | Borsa "Timeless" a spalla in pelle nera matelassè  | Anni Novanta                                     | Chanel                            | 1.300,00 / 1.500,00    | 1.300,00 €  |
| 148 | 416 | Diamante, taglio navette ct 7,02, corredato di certificato gemmologico CISGEM n 11949IIA del 31/10/2018 attestante che la pietra è di colore I, purezza VVS2 e non ha fluorescenza |  |                                   | 70.000,00 / 80.000,00  | 69.000,00 € |

|     |     |  |                        |                                      |                          |             |
|-----|-----|--|------------------------|--------------------------------------|--------------------------|-------------|
| 149 | 366 | Tavolo da centro<br>impiallacciato in legno di<br>rosa   | fine del XIX<br>secolo | François<br>Linke<br>(1855-<br>1946) | 10.000,00 /<br>15.000,00 | 31.000,00 € |
| 150 | 46  | Anello da mignolo in oro<br>giallo e granato, granato<br>taglio a goccia cabochon<br>ct 10 circa, g 11,4 |                        | Pomellato                            | 500,00 /<br>600,00       | 650,00 €    |

Tabella 3. 28 Top lots dell'anno 2018 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Come possiamo vedere dalla Tabella 3.28, il top lot dell'anno è un lotto dell'asta 142, ovvero una colonna a grandi fogli. Alla seconda posizione troviamo un diamante dell'asta 148 e il terzo lotto per ordine di aggiudicazione è stato un tavolo da centro impiallacciato in legno di rosa dell'asta 149. Possiamo notare come queste tre aste siano tutte aste battute dal vivo e il fatto che i due lotti di arredo siano entrambi firmati da artisti noti, rispettivamente da uno scultore e un ebanista.

#### 3.2.4. Analisi delle aste del 2019

Nella Tabella 3.29 vengono illustrate le aste organizzate dalla Maison Bibelot nel 2019. Per ognuna viene specificato il numero identificativo, il titolo, la data di svolgimento dell'asta, la tipologia (online oppure dal vivo), la categoria dell'asta, il numero totale delle sessioni in cui è stata suddivisa e quante di queste sessioni sono House Sales.

| NUMERO DELL'ASTA | TITOLO DELL'ASTA                         | DATA                          | TIPOLOGIA | CATEGORIA          | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI DI HOUSE SALE |
|------------------|--|-------------------------------|-----------|--------------------|------------------------------|--|
| 151              | La Biblioteca d'arte di<br>Laura Tansini | 04/02/2019<br>–<br>20/02/2019 | A tempo   | Libri              | 1                            | /  |
| 152              | Gioielli e Orologi                       | 01/03/2019<br>–<br>12/03/2019 | A tempo   | Gioielli e Orologi | 1                            | /  |

|     |   |                               |          |                              |   |   |
|-----|---|-------------------------------|----------|------------------------------|---|---|
| 153 | I) Arredi e dipinti antichi; II) House-sale: Arredi e dipinti antichi da una dimora fiorentina. Gioielli di Famiglia; III) Arte moderna e contemporanea | 06/03/2019<br>–<br>08/03/2019 | Classica | Cross-Category               | 3 | 1 |
| 154 | Accessori Vintage   | 05/04/2019<br>–<br>12/04/2019 | A tempo  | Vintage e Bijoux             | 1 | / |
| 155 | I) Gioielli e Orologi - I / Una collezione di gioielli di una nobildonna veneziana; II) Gioielli - II   | 30/05/2019                    | Classica | Gioielli e Orologi           | 2 | / |
| 156 | La collezione di Riz Ortolani e Katyna Ranieri  | 29/05/2019<br>–<br>31/05/2019 | Classica | Cross-Category               | 3 | / |
| 157 | Arte moderna e contemporanea  | 07/06/2019<br>–<br>18/06/2019 | A tempo  | Arte Moderna e Contemporanea | 1 | / |
| 158 | La Biblioteca di Villa Piatti   | 07/06/2019<br>–<br>19/06/2019 | A tempo  | Libri                        | 1 | / |
| 159 | Fotografia  | 07/06/2019<br>–<br>20/06/2019 | A tempo  | Fotografia                   | 1 | / |
| 160 | Disegni e reperti archeologici dall'antica dimora del pittore Giulio Piatti   | 20/09/2019<br>–<br>04/10/2019 | A tempo  | Arte Antica                  | 1 | / |
| 161 | Vintage & Fashion   | 27/09/2019<br>–<br>09/10/2019 | A tempo  | Vintage e Bijoux             | 1 | / |

|     |  |                               |          |                              |   |   |
|-----|--|-------------------------------|----------|------------------------------|---|---|
| 162 | Gioielli e Orologi   | 27/09/2019<br>–<br>10/10/2019 | A tempo  | Gioielli e Orologi           | 1 | / |
| 164 | House sale: Arte e Design da villa "Horto Antico"  | 03/10/2019<br>–<br>04/10/2019 | Classica | House Sale                   | 3 | 3 |
| 165 | Asta Charity: Tiziano Bonanni per l'ATT  | 05/09/2019<br>–<br>27/09/2019 | A tempo  | Charity                      | 1 | / |
| 166 | Interni: arredi e curiosità  | 18/10/2019<br>–<br>30/10/2019 | A tempo  | Arredi                       | 1 | / |
| 167 | Arte moderna e contemporanea - Una selezione di opere dalla Galleria Il Mirteto di Firenze | 18/10/2019<br>–<br>29/10/2019 | A tempo  | Arte Moderna e Contemporanea | 1 | / |
| 168 | Gioielli e Orologi   | 29/11/2019                    | Classica | Gioielli e Orologi           | 2 | / |
| 169 | House Sale: Arredi e dipinti da Villa Il Roseto - Firenze                                  | 11/12/2019<br>–<br>12/12/2019 | Classica | House Sale                   | 3 | 3 |
| 170 | Arredi e dipinti antichi / Arte moderna e contemporanea                                    | 12/12/2019                    | Classica | Cross-Category               | 1 | / |

Tabella 3. 29 Aste organizzate dalla casa d'aste Maison Bibelot nel 2019 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Dalla Tabella 3.29 apprendiamo che nel 2019 sono state organizzate diciannove aste e complessivamente ventinove sessioni d'asta. Tra le aste Cross-Category, l'asta 153 è suddivisa in tre sessioni, di cui una di arredi e dipinti, una sessione di House Sale e una di arte moderna e contemporanea. Come avvenuto per l'asta 128 del 2016, la sessione di House Sale verrà considerata come un'asta House Sale ai fini dell'analisi.

Possiamo osservare anche che le aste a tempo sono aumentate notevolmente: il 2019 ha visto lo svolgersi di dodici aste a tempo e sette aste classiche; le aste classiche sono state aste Cross-Category, House Sales e aste di gioielli e orologi.

Tra le aste presentate nella Tabella 3.29 verrà esclusa dall'analisi l'asta Charity (165), i cui dati di vendita non sono disponibili.

La Tabella 3.30 presenta per ogni asta il numero totale dei lotti proposti in asta, il numero dei lotti venduti, il numero dei lotti invenduti e la percentuale del numero di lotti venduti rispetto al totale.

| NUMERO DELL'ASTA | NUMERO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA | NUMERO DEI LOTTI VENDUTI | NUMERO DEI LOTTI INVENDUTI | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI |
|------------------|-------------------------------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 151              | 296                                 | 283                      | 13                         | 96%                           |
| 152              | 123                                 | 35                       | 88                         | 28%                           |
| 153              | 845                                 | 591                      | 254                        | 70%                           |
| 154              | 179                                 | 99                       | 80                         | 55%                           |
| 155              | 412                                 | 158                      | 254                        | 38%                           |
| 156              | 651                                 | 396                      | 255                        | 61%                           |
| 157              | 135                                 | 74                       | 61                         | 55%                           |
| 158              | 64                                  | 39                       | 25                         | 61%                           |
| 159              | 195                                 | 26                       | 169                        | 13%                           |
| 160              | 14                                  | 14                       | 0                          | 100%                          |
| 161              | 228                                 | 124                      | 104                        | 54%                           |
| 162              | 118                                 | 43                       | 75                         | 36%                           |
| 164              | 742                                 | 496                      | 246                        | 67%                           |
| 166              | 253                                 | 141                      | 112                        | 56%                           |
| 167              | 183                                 | 134                      | 49                         | 73%                           |
| 168              | 286                                 | 123                      | 163                        | 43%                           |
| 169              | 743                                 | 583                      | 160                        | 78%                           |
| 170              | 296                                 | 159                      | 137                        | 54%                           |

Tabella 3. 30 Lotti delle aste del 2019 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Come si può osservare dalla Tabella 3.30, tra le diciotto aste organizzate dalla Maison Bibelot nel 2019 tredici hanno venduto più del 50% dei lotti. Il successo maggiore è stato

riscontrato dall'asta 160, asta che presentava 14 lotti di disegni e reperti archeologici provenienti dalla dimora del pittore Giulio Piatti, con un 100% dei lotti venduti. Questo successo è seguito dall'asta 151, un'asta a tempo di libri, che ha conseguito il 96% dei lotti venduti. L'asta che si è rivelata meno riuscita, al contrario, è la 159, l'unica asta di fotografia del 2019, che vede venduto soltanto il 13% dei suoi lotti.

La Tabella 3.31 approfondisce i risultati ottenuti dalle singole aste con riferimento ai prezzi di aggiudicazione e al ricavo.

| NUMERO DELL'ASTA | PREZZO MINIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MASSIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI |
|------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|
| 151              | 30,00 €                         | 3.200,00 €                       | 123,82 €                       | 35.040,00 €                 |
| 152              | 100,00 €                        | 800,00 €                         | 348,29 €                       | 12.190,00 €                 |
| 153              | 30,00 €                         | 30.000,00 €                      | 487,04 €                       | 287.840,00 €                |
| 154              | 20,00 €                         | 360,00 €                         | 81,92 €                        | 8.110,00 €                  |
| 155              | 150,00 €                        | 20.000,00 €                      | 1.803,25 €                     | 284.913,00 €                |
| 156              | 30,00 €                         | 12.000,00 €                      | 413,63 €                       | 163.798,00 €                |
| 157              | 30,00 €                         | 700,00 €                         | 131,22 €                       | 9.710,00 €                  |
| 158              | 20,00 €                         | 1.900,00 €                       | 192,05 €                       | 7.490,00 €                  |
| 159              | 40,00 €                         | 800,00 €                         | 241,92 €                       | 6.290,00 €                  |
| 160              | 220,00 €                        | 17.000,00 €                      | 2.520,00 €                     | 35.280,00 €                 |
| 161              | 20,00 €                         | 550,00 €                         | 62,82 €                        | 7.790,00 €                  |
| 162              | 50,00 €                         | 2.800,00 €                       | 339,53 €                       | 14.600,00 €                 |
| 164              | 20,00 €                         | 15.000,00 €                      | 361,07 €                       | 179.090,00 €                |
| 166              | 30,00 €                         | 710,00 €                         | 136,67 €                       | 19.270,00 €                 |
| 167              | 30,00 €                         | 600,00 €                         | 111,42 €                       | 14.930,00 €                 |
| 168              | 82,00 €                         | 25.000,00 €                      | 2.347,74 €                     | 288.772,00 €                |
| 169              | 30,00 €                         | 15.000,00 €                      | 392,29 €                       | 228.705,00 €                |
| 170              | 20,00 €                         | 11.000,00 €                      | 662,58 €                       | 105.350,00 €                |

Tabella 3. 31 Aggiudicazioni delle aste del 2019 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito [maisonbibelot.com](http://maisonbibelot.com) e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)



Le aste che hanno totalizzato le aggiudicazioni maggiori sono la 153 e la 168, rispettivamente un'asta Cross-Category con una sessione di House Sale e un'asta di gioielli e orologi. L'asta 168 ha anche un prezzo medio di aggiudicazione tra i più elevati, inferiore soltanto al prezzo di aggiudicazione dell'asta 160. È l'asta 153, invece, a registrare il prezzo massimo di aggiudicazione più elevato dell'anno.

La Tabella 3.32 illustra alcuni risultati con riferimento ai prezzi di stima, riportando per ogni asta la stima minima media, la stima massima media, il numero di lotti che sono stati aggiudicati a un prezzo maggiore rispetto all'estremo superiore della stima, la percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione maggiore della stima massima, il numero di lotti che sono stati aggiudicati a un prezzo minore rispetto all'estremo inferiore della stima, e la percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione minore della stima minima. Le stime delle aste a tempo per il 2018, 2019 e 2020 sono state fornite direttamente dalla casa d'aste Maison Bibelot.

| NUMERO DELL'ASTA | STIMA MINIMA MEDIA | STIMA MASSIMA MEDIA | NUMERO DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | NUMERO DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA |
|------------------|--------------------|---------------------|---|--|---|--|
| 151              | 29,90 €            | 39,86 €             | 167   | 59%  | 0   | 0%   |
| 152              | 502,52 €           | 583,50 €            | 2   | 6%   | 0   | 0%   |
| 153              | 434,44 €           | 549,02 €            | 222   | 38%  | 102   | 17%  |
| 154              | 84,53 €            | 101,06 €            | 19  | 19%  | 2   | 2%   |
| 155              | 1.578,83 €         | 1.773,47 €          | 29  | 18%  | 15  | 9%   |
| 156              | 394,41 €           | 520,10 €            | 127   | 32%  | 26  | 7%   |
| 157              | 128,22 €           | 160,59 €            | 20  | 27%  | 0   | 0%   |
| 158              | 92,97 €            | 124,06 €            | 15  | 38%  | 0   | 0%   |
| 159              | 229,74 €           | 277,33 €            | 3   | 12%  | 0   | 0%   |

|     |               |               |     |     |    |     |
|-----|---------------|---------------|-----|-----|----|-----|
| 160 | 1.192,86<br>€ | 1.578,57<br>€ | 5   | 36% | 0  | 0%  |
| 161 | 72,11 €       | 87,46 €       | 17  | 14% | 0  | 0%  |
| 162 | 383,05 €      | 467,29 €      | 0   | 0%  | 2  | 5%  |
| 164 | 310,57 €      | 394,56 €      | 149 | 30% | 20 | 4%  |
| 166 | 144,16 €      | 175,75 €      | 47  | 33% | 1  | 1%  |
| 167 | 91,86 €       | 119,78 €      | 61  | 46% | 0  | 0%  |
| 168 | 2.638,74<br>€ | 2.981,47<br>€ | 22  | 18% | 20 | 16% |
| 169 | 381,09 €      | 484,55 €      | 286 | 49% | 32 | 5%  |
| 170 | 677,74 €      | 852,64 €      | 37  | 23% | 18 | 11% |

Tabella 3. 32 Prezzi medi di stima con riferimento alle aste del 2019 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Dalla Tabella 3.32 possiamo vedere come l'asta 151 sia quella che ha la percentuale maggiore di lotti aggiudicati a un prezzo superiore rispetto alla rispettiva stima massima, con una percentuale del 59%; confrontando la Tabella 3.31 con la Tabella 3.32 possiamo riscontrare per tale asta anche un valore del prezzo medio di aggiudicazione maggiore rispetto all'intervallo di stima. L'asta House Sale 169, con il 49% dei lotti venduti a un prezzo che ha superato la stima massima, è la seconda per grandezza di tale percentuale.

La Tabella 3.32, al contrario, presenta una percentuale di superamento delle stime massime pari allo 0% per l'asta 162, asta di gioielli e orologi. L'asta 153, asta Cross-Category con una sessione di House Sale, è quella che presenta la percentuale più alta di aggiudicazioni inferiori all'estremo inferiore delle relative stime; possiamo notare, però, anche che per otto aste nessun lotto è stato venduto a un prezzo di aggiudicazione inferiore rispetto alla stima minima proposta dalla casa d'aste.

La Tabella 3.33 esamina lo scostamento delle aggiudicazioni totali da quello ipotizzato, essa riporta per ogni asta la stima minima totale, la stima massima totale e il valore delle aggiudicazioni totali effettivamente conseguite.

| NUMERO DELL'ASTA | STIMA MINIMA TOTALE | STIMA MASSIMA TOTALE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI |
|------------------|---------------------|----------------------|-----------------------------|
| 151              | 8.850,00 €          | 11.800,00 €          | 35.040,00 €                 |
| 152              | 61.810,00 €         | 71.770,00 €          | 12.190,00 €                 |
| 153              | 367.102,00 €        | 463.922,00 €         | 287.840,00 €                |
| 154              | 15.130,00 €         | 18.090,00 €          | 8.110,00 €                  |
| 155              | 650.480,00 €        | 730.670,00 €         | 284.913,00 €                |
| 156              | 256.763,00 €        | 338.583,00 €         | 163.798,00 €                |
| 157              | 17.310,00 €         | 21.680,00 €          | 9.710,00 €                  |
| 158              | 5.950,00 €          | 7.940,00 €           | 7.490,00 €                  |
| 159              | 44.800,00 €         | 54.080,00 €          | 6.290,00 €                  |
| 160              | 16.700,00 €         | 22.100,00 €          | 35.280,00 €                 |
| 161              | 16.440,00 €         | 19.940,00 €          | 7.790,00 €                  |
| 162              | 45.200,00 €         | 55.140,00 €          | 14.600,00 €                 |
| 164              | 230.443,00 €        | 292.763,00 €         | 179.090,00 €                |
| 166              | 36.473,00 €         | 44.465,00 €          | 19.270,00 €                 |
| 167              | 16.810,00 €         | 21.920,00 €          | 14.930,00 €                 |
| 168              | 754.680,00 €        | 852.700,00 €         | 288.772,00 €                |
| 169              | 283.148,00 €        | 360.018,01 €         | 228.705,00 €                |
| 170              | 200.610,00 €        | 252.380,00 €         | 105.350,00 €                |

Tabella 3. 33 Stime delle aste del 2019 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Le aste che hanno conseguito un totale maggiore rispetto alla stima massima ipotizzata sono la 151, i cui risultati oltre le aspettative sono riscontrati anche nella Tabella 3.32, e la 160, asta di disegni e reperti archeologici, che, come risulta dalla Tabella 3.30, ha conseguito il 100% del venduto. L'asta 151 ha realizzato il 396% della stima massima preventivata con la vendita del 96% dei lotti, mentre la 160 ha totalizzato il 160%. L'asta 158, asta a tempo di libri, ha conseguito un totale all'interno dell'intervallo di stima, mentre le altre aste del 2019 non hanno raggiunto l'estremo inferiore di tale intervallo.

3.2.4.1. ASTA 153 – SESSIONE DI HOUSE SALE – HOUSE-SALE: ARREDI E DIPINTI ANTICHI DA UNA DIMORA FIORENTINA. GIOIELLI DI FAMIGLIA

Tale asta è complessivamente composta da tre sessioni, come riportato nella Tabella 3.29: “Arredi e dipinti antichi”, “House-sale: Arredi e dipinti antichi da una dimora fiorentina. Gioielli di Famiglia” e “Arte moderna e contemporanea”. I tre giorni di esposizione della seconda sessione si sono svolti in un’abitazione in Lungarno Vespucci a Firenze, per cui è stata considerata House Sale nella presente analisi.

L’asta si è tenuta il 7 marzo 2019 e complessivamente sono stati presentati in sessione 340 lotti, con un totale venduto di 128.210,00 €. Il prezzo di aggiudicazione minimo è stato 30 €, quello massimo 4.000,00 €, mentre il prezzo di aggiudicazione medio è 416,27 €; sono stati venduti il 91% dei lotti proposti.

Dalla Tabella 3.34 che illustra i dieci top lots della sessione di House Sale dell’asta 153, si evidenzia come questi siano opere di Arte Antica e Arredi.

| NUMERO LOTTO | DESCRIZIONE  | LUOGO E ANNO      | AUTORE  | STIME                     | AGGIUDICAZIONE |
|--------------|--|-------------------|---|---------------------------|----------------|
| 590          | Madonna del latte, bassorilievo in stucco e terracotta policroma, in cornice a edicola in legno intagliato, dorato e laccato, difetti          | XVI secolo        | Scuola senese   | 3.000,00<br>/<br>3.500,00 | 4.000,00 €     |
| 687          | Ritratto di Ortensia Mancini, duchessa di Mazarino, olio su tela, in cornice coeva in legno intagliato e dorato, alcune lievi cadute di colore | XVII/XVIII secolo | Bottega di Jakob Ferdinand Voet detto Ferdinando dei Ritratti | 2.000,00<br>/<br>2.500,00 | 3.700,00 €     |
| 674          | Scrivania da centro San Filippo in noce e radica di noce   | XVII secolo       |   | 3.000,00<br>/<br>4.000,00 | 3.200,00 €     |

|     |   |                                     |   |                     |            |
|-----|---|-------------------------------------|---|---------------------|------------|
| 592 | San Giovanni Battista, olio su tavola, in cornice in legno dorato, alcuni difetti   | fine del XVI/inizio del XVII secolo | Scuola fiorentina                       | 7.000,00 / 8.000,00 | 3.000,00 € |
| 672 | Cornice in legno ebanizzato e in parte dorato   | XVII secolo                         |   | 2.000,00 / 2.500,00 | 2.900,00 € |
| 639 | Servito di posate in argento sterling   |                                     |   | 2.000,00 / 3.000,00 | 2.600,00 € |
| 691 | Natura morta con pesche, anguria e zucca, olio su tela, in cornice, alcune cadute di colore   |                                     | Abraham Brueghel attribuito (1631-1697) | 5.000,00 / 6.000,00 | 2.500,00 € |
| 692 | Ganimede coppiere degli dei, olio su tela, in cornice antica in legno dorato, difetti   | Firenze, XVII secolo                | Cerchia di Vincenzo Dandini             | 8.000,00 / 9.000,00 | 2.500,00 € |
| 623 | Mensolone porta scultura in legno tenero laccato avorio, intagliato con figura mitologica di Tritone e mascherone, alcuni difetti           | XVIII secolo                        |   | 500,00 / 600,00     | 2.300,00 € |
| 467 | Tavolo da biblioteca in noce, costruito in parte con materiale antico, tre cassetti nella fascia, gambe a lira riunite da traversa sagomata |                                     |   | 600,00 / 800,00     | 2.100,00   |

Tabella 3. 34 Top lots asta 153 per la sessione di House Sale (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Tale sessione presentava anche dei gioielli, ed è da notare il fatto che nessuno dei dieci top lots sia un gioiello, lotti che nelle aste della Maison Bibelot suscitano molta attenzione da parte del pubblico e che hanno un valore intrinseco tipicamente alto.

La Tabella 3.35 confronta le sessioni dell'asta 153 e si può osservare come la sessione relative alla House Sale (II sessione) abbia influito sull'andamento complessivo di tale asta.

| SESSIONE | NUMERO TOTALE DEI LOTTI | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA |
|----------|-------------------------|--------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|--|
| I        | 304                     | 655,37 €                       | 114.690,00 €                | 58%                           | 34%  |
| II       | 340                     | 416,27 €                       | 128.210,00 €                | 91%                           | 36%  |
| III      | 201                     | 416,11 €                       | 44.940,00 €                 | 54%                           | 48%  |

Tabella 3. 35 Asta 153 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Possiamo subito notare come la percentuale maggiore di venduto appartenga alla sessione di House Sale e come tale sessione sia quella che ha realizzato il totale di aggiudicazioni maggiori. La sessione che, tuttavia, ha avuto il prezzo medio più alto è la prima; il 30% dei lotti venduti dell'asta 153 apparteneva a tale sessione, che ha contribuito per il 40% al conseguimento del totale. Sebbene il 53% dei lotti venduti in questa asta appartenga alla sessione di House Sale, soltanto il 52% delle aggiudicazioni totali appartiene a tale sessione.

#### 3.2.4.2. ASTA 164 – HOUSE SALE: ARTE E DESIGN DA VILLA “HORTO ANTICO”

L'asta si è svolta nell'ottobre 2019 e i tre giorni di esposizione si sono svolti nell'abitazione di Via Maneto a Monsummano Terme, in provincia di Pistoia. Complessivamente sono stati presentati in asta 742 lotti, con un venduto totale di 179.090,00 €. Il prezzo di aggiudicazione minimo è stato 20 €, quello massimo 15.000,00 €, mentre il prezzo di aggiudicazione medio è stato 361,07 €. È stato venduto il 67% dei lotti proposti in asta e il 30% di questi è stato aggiudicato a un prezzo maggiore della stima massima ipotizzata in catalogo, mentre il 4% a un prezzo minore rispetto alla stima minima.

La Tabella 3.36 presenta i dieci lotti dell'asta 164 a cui sono associati i più alti prezzi di aggiudicazione, ovvero lotti di Arredi e di Arte Moderna e Contemporanea.

| NUMERO LOTTO | SESSIONE | DESCRIZIONE   | LUOGO E ANNO | AUTORE                              | STIME                 | AGGIUDICAZIONE |
|--------------|----------|---|--------------|-------------------------------------|-----------------------|----------------|
| 777          | III      | Pio tempio d'empio tempo (Fontana Colonna), scultura in bronzo e marmo, es 2/7, firmata, alcuni difetti                         | c.1990       | Luigi Ontani                        | 15.000,00 / 20.000,00 | 15.000,00 €    |
| 776          | III      | Letto "Gabbia" in legno laccato e ottone, Produzione Mirabili.  |              | Max Ernst<br>(1891-1976)            | 8.000,00 / 10.000,00  | 8.000,00 €     |
| 679          | III      | La Bibbia di Venturino, serie di trentotto placche rotonde in gesso e polvere di marmo smaltate, alcune firmate, alcuni difetti |              | Venturino Venturi<br>(1918-2002)    | 6.000,00 / 8.000,00   | 6.200,00 €     |
| 75           | I        | Tavolo in abete "Rosa dei Venti", Produzione Poltronova   | 1974         | Mario Ceroli                        | 4.000,00 / 6.000,00   | 4.000,00 €     |
| 771          | III      | Sistema "Cubirolo" in tre moduli, Produzione Poltronova   | 1967         | Ettore Sottsass<br>(1917-2007)      | 30,00 / 40,00         | 3.600,00 €     |
| 734          | III      | Volto, scultura a bassorilievo in cemento, firmata, in struttura in ferro, lievi difetti  |              | Venturino Venturi<br>(1918-2002)    | 1.000,00 / 1.500,00   | 3.200,00 €     |
| 711          | III      | Scrivania "Barbarella" in noce e betulla, Poltronova  | 1965         | Ettore Sottsass<br>(1917-2007)      | 3.000,00 / 3.500,00   | 3.000,00 €     |
| 769          | III      | Coppia di poltroncine "Catilina", Azucena   | 1962         | Luigi Caccia Domioni<br>(1913-2016) | 400,00 / 500,00       | 2.600,00 €     |
| 677          | III      | Presepe, serie di sette sculture in bronzo, es 3/3, siglate   |              | Venturino Venturi<br>(1918-2002)    | 800,00 / 1.000,00     | 2.500,00 €     |

|     |     |  |  |                                |                    |            |
|-----|-----|--|--|--------------------------------|--------------------|------------|
| 641 | III | Alzata centrotavola in legno e metallo |  | Ettore Sottsass<br>(1917-2007) | 120,00 /<br>150,00 | 2.400,00 € |
|-----|-----|--|--|--------------------------------|--------------------|------------|

Tabella 3. 36 Top lots dell'asta House Sale 164 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Dalla Tabella 3.36 possiamo notare come i lotti più importanti di tale asta siano di origini moderne e tutti creati da firme importanti, siano esse di artisti o di aziende di design.

### 3.2.4.3. ASTA 169 – HOUSE SALE: ARREDI E DIPINTI DA VILLA IL ROSETO - FIRENZE

L'asta si è svolta nel dicembre 2019 e i tre giorni di esposizione hanno avuto luogo presso Via di San Domenico a Firenze. Complessivamente sono stati presentati in asta 743 lotti, con un venduto totale di 228.705,00 €. Il prezzo di aggiudicazione minimo è stato 30 €, quello massimo 15.000,00 €, mentre il prezzo di aggiudicazione medio è stato 392,29 €. È stato venduto il 78% dei lotti proposti in asta e il 49% di questi è stato aggiudicato a un prezzo maggiore della stima massima ipotizzata in catalogo, mentre il 5% a un prezzo minore rispetto alla stima minima.

La Tabella 3.37 presenta i dieci lotti dell'asta 169 con i più alti prezzi di aggiudicazione, ovvero lotti di Arredi, di Arte Antica e di Arte Moderna e Contemporanea.

| NUMERO LOTTO | SESSIONE | DESCRIZIONE  | LUOGO E ANNO | AUTORE                                | STIME                  | AGGIUDICAZIONE |
|--------------|----------|--|--------------|---------------------------------------|------------------------|----------------|
| 619          | III      | Natura morta con frutti e fiori, olio su tela, in cornice in legno dorato e intagliato con ghirlanda di frutta, alcuni difetti |              | Tommaso Salini attribuito (1575-1625) | 4.000,00 /<br>5.000,00 | 15.000,00 €    |
| 742          | III      | Angelo Dei (L'Angelo consolatore), scultura in bronzo, su base in pietra   |              | Libero Andreotti (1875-1933)          | 7.000,00 /<br>8.000,00 | 7.000,00 €     |
| 698          | III      | Tappeto caucasico  |              |                                       | 600,00 /<br>800,00     | 5.200,00 €     |



|     |     |   |                             |                             |                     |            |
|-----|-----|---|-----------------------------|-----------------------------|---------------------|------------|
| 143 | I   | Credenza da sacrestia in legno tenero   | prima metà del XVIII secolo |                             | 5.000,00 / 6.000,00 | 4.500,00 € |
| 318 | II  | Salomone adora gli idoli, olio su tela, in cornice coeva ebanizzata e in parte dorata, lievissimi difetti                 |                             | Viviano Codazzi (1604-1670) | 4.000,00 / 6.000,00 | 4.000,00 € |
| 379 | II  | Grande mobile-area bar in noce  | Anni Cinquanta              |                             | 1.500,00 / 2.000,00 | 4.000,00 € |
| 433 | II  | Venere dormiente, olio su tela, firmato e datato, in cornice, alcuni difetti  | 1899                        | Claudio Rinaldi (1852-1925) | 1.200,00 / 1.500,00 | 3.900,00 € |
| 609 | III | Putti, coppia di dipinti ad olio su alabastro, in cornice, lievi cadute di colore   | XVIII/XIX secolo            | Scuola emiliana             | 800,00 / 1.000,00   | 3.700,00 € |
| 331 | II  | Scatola portasigarette in argento e smalti rosa guillochè   |                             |                             | 400,00 / 500,00     | 3.000,00 € |
| 317 | II  | Capricci architettonici con rovine romane e personaggi, coppia di dipinti ad olio su tela, in cornice, lievissimi difetti | XVII secolo                 | Scuola lombarda             | 3.000,00 / 3.500,00 | 2.600,00 € |

Tabella 3. 37 Top lots dell'asta House Sale 169 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Grazie alla Tabella 3.37 possiamo notare come l'Arte Antica abbia i prezzi di aggiudicazione più alti dell'asta 169, mentre soltanto tre lotti risultano essere moderni, ovvero il lotto 379, il 433 e il 331.

#### 3.2.4.4. Confronto tra le House Sales e le altre aste

La Tabella 3.38 presenta i tre top lots dell'anno.

| DESCRIZIONE  | NUMERO DI LOTTO | NUMERO DELL'ASTA | STIMA                | AGGIUDICAZIONE |
|--|-----------------|------------------|----------------------|----------------|
| Console a mezzaluna impiallacciata in noce del XIX secolo                            | 290             | 153              | 150,00 – 200,00      | 30.000,00 €    |
| Bracciale animalier rigido Cartier, Double Panthère in oro giallo, smeraldi e smalti | 177             | 168              | 9.500,00 - 10.000,00 | 25.000,00 €    |

|                  |     |     |                          |             |
|------------------|-----|-----|--------------------------|-------------|
| Zaffiro naturale | 202 | 168 | 16.000,00 -<br>18.000,00 | 22.000,00 € |
|------------------|-----|-----|--------------------------|-------------|

Tabella 3. 38 Top lots 2019 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Il top lot dell'anno è un lotto di Arredi che appartiene alla prima sessione dell'asta 153, sessione di arredi e dipinti antichi. Anche nel 2019 i lotti di Gioielli e Orologi si sono rivelati i lotti con i prezzi di aggiudicazione più alti, infatti due dei tre prezzi di aggiudicazione più alti dell'anno appartengono proprio a tale dipartimento.

Dalle tabelle Tabella 3.34, Tabella 3.36 e Tabella 3.37 possiamo osservare che le categorie dei lotti che hanno conseguito i prezzi di aggiudicazione più alti all'interno delle aste House Sales analizzate sono quelle degli Arredi, dell'Arte Antica e dell'Arte Moderna e Contemporanea. La Tabella 3.38 presenta i lotti che sono stati aggiudicati ai prezzi più alti nelle relative aste di competenza, ovvero le aste 153 (sessione I e III), 156, 157, 160, 166, 167 e 170.

| CATEGORIA                    | NUMERO DI LOTTO | NUMERO DELL'ASTA | STIMA                  | AGGIUDICAZIONE |
|------------------------------|-----------------|------------------|------------------------|----------------|
| Arredi                       | 290             | 153              | 150,00 - 200,00        | 30.000,00 €    |
| Arte Antica                  | 6               | 160              | 1.000,00 –<br>1.500,00 | 17.000,00 €    |
| Arte Moderna e Contemporanea | 953             | 170              | 6.000,00 –<br>8.000,00 | 11.000,00 €    |

Tabella 3. 39 Top lots delle aste di categoria del 2019 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Tali vendite hanno registrato aggiudicazioni superiori rispetto ai top lots delle House Sales.

Dalla Tabella 3.40 si può vedere come le tre House Sales, ovvero le aste 164, 169 e la sessione di House Sale dell'asta 153, abbiano contribuito ai risultati complessivi ottenuti nel 2019: su un totale di 5763 lotti, esse hanno proposto il 31% dei lotti complessivi e hanno realizzato il 28% del ricavato totale. Il tasso complessivo di venduto delle House Sales è stato del 79% contro il 48% delle altre aste.

| CATEGORIA  | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI | NUMERO TOTALE DEI LOTTI | AGGIUDICAZIONI TOTALI | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI |
|------------|------------------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------------------|
| House Sale | 7                            | 1825                    | 536.005,00 €          | 76%                           |
| Altre      | 21                           | 3938                    | 1.173.163,00 €        | 54%                           |

Tabella 3. 40 Confronto tra le House Sales e le altre categorie (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

La Tabella 3.41 confronta i valori delle singole House Sales, i valori ottenuti come media delle due House Sales e i valori medi delle altre aste con le medie annuali per quanto riguarda il numero dei lotti presentati in asta, il prezzo medio di aggiudicazione del singolo lotto, il totale delle aggiudicazioni e la percentuale dei lotti venduti.

| RIFERIMENTO                 | NUMERO MEDIO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE MEDIO DELLE AGGIUDICAZIONI | PERCENTUALE MEDIA DEI LOTTI VENDUTI |
|-----------------------------|---|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 2019                        | 320                                       | 597,62 €                       | 94.953,78 €                       | 58%                                 |
| HOUSE SALES                 | 608                                       | 389,87 €                       | 178.668,33 €                      | 76%                                 |
| ALTRE ASTE                  | 246                                       | 630,06 €                       | 73.322,69 €                       | 54%                                 |
| HOUSE SALE 153 (1 sessione) | 340                                       | 416,27 €                       | 128.210,00 €                      | 91%                                 |
| HOUSE SALE 164 (3 sessioni) | 742                                       | 361,07 €                       | 179.090,00 €                      | 67%                                 |
| HOUSE SALE 169 (3 sessioni) | 743                                       | 392,29 €                       | 228.705,00 €                      | 78%                                 |

Tabella 3. 41 Valori medi delle aste del 2019 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Dalla Tabella 3.41 si può evincere che le aste House Sales, in media, abbiano ottenuto dei risultati superiori ai risultati medi dell'anno e ai risultati medi delle altre aste, fatta eccezione per il prezzo medio di aggiudicazione.

Analizzando nello specifico le House Sales, inoltre, la Tabella 3.41 evidenzia come non soltanto le due aste House Sales, che presentano molti più lotti rispetto alla media annuale, ma anche la singola sessione di House Sale dell'asta 153, che in quanto a

numerosità dei lotti presentati in asta è più vicina alla media dell'anno, totalizzano un valore complessivo di aggiudicazioni superiore rispetto alla media annuale.

La percentuale dei lotti venduti delle aste e delle sessioni di House Sale è molto superiore rispetto alla media annuale, indice dell'apprezzamento del pubblico per questa particolare tipologia di asta.

Dalla Tabella 3.41 notiamo, inoltre, che l'asta 164 e 169 presentano al pubblico un numero di lotti simile. In questo particolare caso, dunque, possiamo confrontare le due aste e notare che l'asta 169 ha conseguito risultati migliori rispetto all'asta 164. Dalla Tabella 3.36 e dalla Tabella 3.37 avevamo osservato le tipologie dei top lots delle aste 164 e 169, e con le conclusioni tratte dalla Tabella 3.41 possiamo desumere che la clientela della Maison Bibelot, nel 2019, ha apprezzato maggiormente i lotti con origini antiche dell'asta 169 rispetto ai lotti moderni e di design dell'asta 164.

#### *3.2.5. Analisi delle aste del 2020*

Il 2020 è stato un anno particolare: il COVID-19 ha ridisegnato la quotidianità e gli equilibri del mercato. Le esposizioni sono state possibili soltanto contingentate e in un breve periodo dell'anno, per cui la discriminante di questa analisi nel considerare un'asta come House Sales, che fino ad adesso è stato il luogo dell'esposizione, cambia leggermente: considereremo House Sale il caso in cui il nome della casa o della famiglia sia stato esplicitato.

Nella Tabella 3.42 vengono illustrate le aste organizzate dalla Maison Bibelot nel 2020. Per ognuna viene specificato il numero identificativo, il titolo, la data di svolgimento dell'asta, la tipologia (online oppure dal vivo), la categoria dell'asta, il numero totale delle sessioni in cui è stata suddivisa e quante di queste sessioni sono House Sales.

| NUMERO DELL'ASTA | TITOLO DELL'ASTA   | DATA                          | TIPOLOGIA | CATEGORIA                    | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI DI HOUSE SALE |
|------------------|--|-------------------------------|-----------|------------------------------|------------------------------|--|
| 173              | Fotografie del Novecento   | 05/03/2020<br>–<br>16/03/2020 | A tempo   | Fotografia                   | 1                            | /  |
| 174              | Arte moderna e contemporanea   | 12/03/2020<br>–<br>30/03/2020 | A tempo   | Arte Moderna e Contemporanea | 1                            | /  |
| 175              | Arredi e dipinti antichi   | 12/03/2020<br>–<br>07/04/2020 | A tempo   | Cross-Category               | 1                            | /  |
| 176              | Gioielli e Orologi   | 09/04/2020<br>–<br>28/04/2020 | A tempo   | Gioielli e Orologi           | 1                            | /  |
| 177              | Fotografie tra Ottocento e Novecento                                       | 16/04/2020<br>–<br>29/04/2020 | A tempo   | Fotografia                   | 1                            | /  |
| 178              | Arredi, Dipinti Antichi, Argenti e Curiosità da un appartamento fiorentino | 14/05/2020<br>–<br>06/06/2020 | A tempo   | Cross-Category               | 1                            | /  |
| 179              | Arte moderna e contemporanea   | 14/05/2020<br>–<br>10/06/2020 | A tempo   | Arte Moderna e Contemporanea | 1                            | /  |
| 180              | Accessori e Fashion Vintage  | 14/05/2020<br>–<br>11/06/2020 | A tempo   | Vintage e Bijoux             | 1                            | /  |
| 181              | I) Importanti Gioielli e Orologi del Novecento; II) Omaggio a Dora di      | 08/07/2020                    | Classica  | Cross-Category               | 2                            | /  |

|     |  |                               |          |                                 |   |   |
|-----|--|-------------------------------|----------|---------------------------------|---|---|
|     | Rudinì Labouchère<br>Ruspoli   |                               |          |                                 |   |   |
| 182 | Gioielli   | 03/07/2020<br>–<br>17/07/2020 | A tempo  | Gioielli e Orologi              | 1 | / |
| 183 | Orologi  | 03/07/2020<br>–<br>16/07/2020 | A tempo  | Gioielli e Orologi              | 1 | / |
| 184 | Complementi<br>d'arredo, argenteria,<br>dipinti antichi e<br>curiosità | 10/07/2020<br>–<br>22/07/2020 | A tempo  | Cross-Category                  | 1 | / |
| 185 | Arte moderna e<br>contemporanea  | 10/07/2020<br>–<br>23/07/2020 | A tempo  | Arte Moderna e<br>Contemporanea | 1 | / |
| 186 | Arredi e Dipinti da<br>un appartamento<br>milanese                     | 10/07/2020<br>–<br>24/07/2020 | A tempo  | Cross-Category                  | 1 | / |
| 187 | Arredi, Dipinti<br>Antichi e Curiosità<br>da un casa fiorentina        | 10/09/2020<br>–<br>22/09/2020 | A tempo  | Cross-Category                  | 1 | / |
| 188 | La dimora del<br>Collezionista - Villa<br>delle Azalee a<br>Firenze    | 01/10/2020<br>–<br>02/10/2020 | Classica | House Sale                      | 4 | 4 |
| 189 | House Sale: Libri<br>antichi   | 24/09/2020<br>–<br>08/10/2020 | A tempo  | Libri                           | 1 | 1 |
| 190 | House Sale: Libri<br>d'Arte  | 24/09/2020<br>–<br>08/10/2020 | A tempo  | Libri                           | 1 | 1 |
| 191 | House Sale: Il Parco   | 24/09/2020<br>–<br>06/10/2020 | A tempo  | Cross-Category                  | 1 | 1 |

|     |   |                               |         |                                 |   |   |
|-----|---|-------------------------------|---------|---------------------------------|---|---|
| 192 | House Sale:<br>Curiosità: Vintage,<br>Soffitta e Cantina  | 24/09/2020<br>–<br>07/10/2020 | A tempo | Cross-Category                  | 1 | 1 |
| 193 | Arte moderna e<br>contemporanea   | 29/10/2020<br>–<br>11/11/2020 | A tempo | Arte Moderna e<br>Contemporanea | 1 | / |
| 194 | Alta Moda per il File   | 29/10/2020<br>–<br>10/11/2020 | A tempo | Vintage e Bijoux                | 1 | / |
| 195 | Antichità,<br>Decorazioni d'interni<br>e Vintage dalla<br>Galleria Panarello di<br>Taormina   | 29/10/2020<br>–<br>12/11/2020 | A tempo | Cross-Category                  | 1 | / |
| 196 | Arredi e Dipinti di<br>Palazzo al Bosco e da<br>altre private<br>provenienze  | 07/12/2020<br>–<br>16/12/2020 | A tempo | House Sale                      | 1 | 1 |
| 197 | Gioielli, Orologi e<br>Monete d'Oro   | 27/11/2020<br>–<br>11/12/2020 | A tempo | Gioielli e Orologi              | 1 | / |
| 198 | Arredi tirolesi di Villa<br>Regina a Dobbiaco   | 27/11/2020<br>–<br>10/12/2020 | A tempo | House Sale                      | 1 | 1 |
| 199 | La Collezione di<br>Pittura dell'800 di<br>Romolo Monti.<br>Arredi, Gioielli e<br>Curiosità da Villa Il<br>Nirvana a<br>Castiglioncello | 15/12/2020<br>–<br>22/12/2020 | A tempo | House Sale                      | 1 | 1 |
| 200 | Una Collezione<br>Fiorentina  | 15/12/2020<br>–<br>23/12/2020 | A tempo | Cross-Category                  | 1 | / |

Tabella 3. 42 Aste organizzate dalla casa d'aste Maison Bibelot nel 2020 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Dalla Tabella 3.42 apprendiamo che nel 2020 sono state organizzate ventotto aste e complessivamente trentadue sessioni d'asta. Le esposizioni delle aste 188, 189, 190, 191 e 192 hanno avuto luogo presso la stessa dimora, per cui verranno considerate come un'unica asta House Sale composta da otto sessioni. Si ha, dunque, un complesso di ventiquattro aste, di cui quattro sono House Sales.

Ovviamente la maggior parte delle aste sono online, a causa del COVID-19, ma sono comunque state organizzate due aste classiche, di cui una House Sale e un'asta Cross-Category.

La Tabella 3.43 presenta per ogni asta il numero totale dei lotti proposti in asta, il numero dei lotti venduti, il numero dei lotti invenduti e la percentuale del numero di lotti venduti rispetto al totale.

| NUMERO DELL'ASTA | NUMERO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA | NUMERO DEI LOTTI VENDUTI | NUMERO DEI LOTTI INVENDUTI | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI |
|------------------|-------------------------------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 173              | 148                                 | 43                       | 105                        | 29%                           |
| 174              | 176                                 | 105                      | 71                         | 60%                           |
| 175              | 246                                 | 111                      | 135                        | 45%                           |
| 176              | 151                                 | 57                       | 94                         | 38%                           |
| 177              | 141                                 | 34                       | 107                        | 24%                           |
| 178              | 218                                 | 136                      | 82                         | 62%                           |
| 179              | 162                                 | 95                       | 67                         | 59%                           |
| 180              | 97                                  | 71                       | 26                         | 73%                           |
| 181              | 111                                 | 46                       | 65                         | 41%                           |
| 182              | 141                                 | 75                       | 66                         | 53%                           |
| 183              | 65                                  | 56                       | 9                          | 86%                           |
| 184              | 264                                 | 144                      | 120                        | 55%                           |
| 185              | 151                                 | 71                       | 80                         | 47%                           |
| 186              | 138                                 | 83                       | 55                         | 60%                           |
| 187              | 449                                 | 272                      | 177                        | 61%                           |



|                    |      |      |     |     |
|--------------------|------|------|-----|-----|
| Villa delle Azalee | 1851 | 1183 | 668 | 64% |
| 193                | 151  | 89   | 62  | 59% |
| 194                | 111  | 97   | 14  | 87% |
| 195                | 418  | 324  | 94  | 78% |
| 196                | 650  | 507  | 143 | 78% |
| 197                | 341  | 198  | 143 | 58% |
| 198                | 254  | 211  | 43  | 83% |
| 199                | 193  | 133  | 60  | 69% |
| 200                | 317  | 223  | 94  | 70% |

Tabella 3. 43 Lotti delle aste del 2020 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Come si può osservare dalla Tabella 3.43, il 79% delle aste organizzate dalla Maison Bibelot nel 2020 ha venduto più del 50% dei lotti. Le aste che hanno avuto le percentuali di vendita più alte sono la 183, asta di orologi, e la 194, asta di vintage e bijoux, con percentuali dell'86% e 87% di lotti venduti. Le aste che si sono rivelate meno riuscite, al contrario, sono le aste di fotografia, ovvero la 173 e la 177 con percentuali del, rispettivamente, 29% e 24%.

La Tabella 3.44 approfondisce i risultati ottenuti dalle singole aste con riferimento ai prezzi di aggiudicazione e al ricavo.

| NUMERO DELL'ASTA | PREZZO MINIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MASSIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI |
|------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|
| 173              | 30,00 €                         | 470,00 €                         | 92,09 €                        | 3.960,00 €                  |
| 174              | 30,00 €                         | 1.000,00 €                       | 184,38 €                       | 19.360,00 €                 |
| 175              | 30,00 €                         | 1.300,00 €                       | 175,50 €                       | 19.480,00 €                 |
| 176              | 60,00 €                         | 2.400,00 €                       | 557,37 €                       | 31.770,00 €                 |
| 177              | 30,00 €                         | 210,00 €                         | 67,35 €                        | 2.290,00 €                  |
| 178              | 20,00 €                         | 1.800,00 €                       | 252,35 €                       | 34.320,00 €                 |
| 179              | 30,00 €                         | 3.000,00 €                       | 303,05 €                       | 28.790,00 €                 |

|                       |          |              |            |              |
|-----------------------|----------|--------------|------------|--------------|
| 180                   | 20,00 €  | 950,00 €     | 120,28 €   | 8.540,00 €   |
| 181                   | 60,00 €  | 39.000,00 €  | 3.736,30 € | 171.870,00 € |
| 182                   | 150,00 € | 1.850,00 €   | 600,93 €   | 45.070,00 €  |
| 183                   | 50,00 €  | 1.900,00 €   | 695,36 €   | 38.940,00 €  |
| 184                   | 30,00 €  | 1.200,00 €   | 193,47 €   | 27.860,00 €  |
| 185                   | 30,00 €  | 5.800,00 €   | 487,61 €   | 34.620,00 €  |
| 186                   | 30,00 €  | 110.000,00 € | 1.766,87 € | 146.650,00 € |
| 187                   | 20,00 €  | 3.600,00 €   | 232,98 €   | 63.370,00 €  |
| Villa delle<br>Azalee | 30,00 €  | 60.000,00 €  | 345,87 €   | 409.170,00 € |
| 193                   | 30,00 €  | 3.500,00 €   | 504,49 €   | 44.900,00 €  |
| 194                   | 30,00 €  | 600,00 €     | 146,39 €   | 14.200,00 €  |
| 195                   | 30,00 €  | 5.800,00 €   | 248,95 €   | 80.660,00 €  |
| 196                   | 30,00 €  | 7.800,00 €   | 419,98 €   | 212.930,00 € |
| 197                   | 1,00 €   | 24.000,00 €  | 1.073,58 € | 212.568,00 € |
| 198                   | 30,00 €  | 4.700,00 €   | 330,86 €   | 69.811,00 €  |
| 199                   | 40,00 €  | 8.000,00 €   | 613,53 €   | 81.600,00 €  |
| 200                   | 20,00 €  | 8.200,00 €   | 345,34 €   | 77.010,00 €  |

Tabella 3. 44 Aggiudicazioni delle aste del 2020 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito [maisonbibelot.com](http://maisonbibelot.com) e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Le aste che hanno realizzato le aggiudicazioni totali maggiori sono Villa delle Azalee, House Sale composta di cinque aste e otto sessioni, la 196, House Sale anch'essa, e la 197, asta di gioielli, orologi e monete. L'asta che ha il prezzo medio di aggiudicazione più elevato è l'asta 181, una Cross-Category articolata in una sessione di Gioielli e Orologi, e da una composta da ventuno lotti di varia tipologia. È l'asta 186, un'asta Cross-Category, a registrare il prezzo massimo di aggiudicazione più elevato dell'anno.

La Tabella 3.45 illustra alcuni risultati con riferimento ai prezzi di stima, riportando per ogni asta la stima minima media, la stima massima media, il numero di lotti che sono stati aggiudicati a un prezzo maggiore rispetto all'estremo superiore della stima, la

percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione maggiore della stima massima, il numero di lotti che sono stati aggiudicati a un prezzo minore rispetto all'estremo inferiore della stima, e la percentuale dei lotti che sono stati venduti a un prezzo di aggiudicazione minore della stima minima. Le stime delle aste a tempo per il 2018, 2019 e 2020 sono state fornite direttamente dalla casa d'aste Maison Bibelot.

| NUMERO DELL'ASTA   | STIMA MINIMA MEDIA | STIMA MASSIMA MEDIA | NUMERO DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | NUMERO DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA |
|--------------------|--------------------|---------------------|---|--|---|--|
| 173                | 78,24 €            | 96,28 €             | 3   | 7%   | 0   | 0%   |
| 174                | 195,91 €           | 234,20 €            | 33  | 31%  | 1   | 1%   |
| 175                | 222,04 €           | 268,58 €            | 26  | 23%  | 1   | 1%   |
| 176                | 621,52 €           | 729,93 €            | 11  | 19%  | 1   | 2%   |
| 177                | 44,82 €            | 59,86 €             | 11  | 32%  | 0   | 0%   |
| 178                | 263,07 €           | 317,52 €            | 59  | 43%  | 0   | 0%   |
| 179                | 284,01 €           | 356,05 €            | 35  | 37%  | 2   | 2%   |
| 180                | 94,74 €            | 115,57 €            | 18  | 25%  | 0   | 0%   |
| 181                | 4.041,98 €         | 4.696,40 €          | 4   | 9%   | 4   | 9%   |
| 182                | 623,40 €           | 739,72 €            | 17  | 23%  | 0   | 0%   |
| 183                | 523,69 €           | 635,08 €            | 39  | 70%  | 0   | 0%   |
| 184                | 209,67 €           | 257,95 €            | 65  | 45%  | 0   | 0%   |
| 185                | 520,66 €           | 686,95 €            | 13  | 18%  | 0   | 0%   |
| 186                | 383,48 €           | 471,59 €            | 36  | 43%  | 1   | 1%   |
| 187                | 195,35 €           | 244,65 €            | 130   | 48%  | 0   | 0%   |
| Villa delle Azalee | 349,93 €           | 456,07 €            | 444   | 38%  | 10  | 1%   |

|     |               |               |     |     |   |    |
|-----|---------------|---------------|-----|-----|---|----|
| 193 | 511,79 €      | 664,11 €      | 31  | 35% | 0 | 0% |
| 194 | 60,00 €       | 75,05 €       | 70  | 72% | 0 | 0% |
| 195 | 154,83 €      | 203,30 €      | 202 | 62% | 0 | 0% |
| 196 | 404,65 €      | 505,49 €      | 263 | 52% | 7 | 1% |
| 197 | 1.127,40<br>€ | 1.323,28<br>€ | 30  | 15% | 9 | 5% |
| 198 | 128,86 €      | 174,49 €      | 102 | 48% | 1 | 0% |
| 199 | 541,35 €      | 700,36 €      | 42  | 32% | 4 | 3% |
| 200 | 246,15 €      | 322,46 €      | 100 | 45% | 1 | 0% |

Tabella 3. 45 Prezzi medi di stima con riferimento alle aste del 2020 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Dalla Tabella 3.45 possiamo vedere come l'asta 194 sia quella che ha la percentuale maggiore di lotti aggiudicati a un prezzo superiore rispetto alla rispettiva stima massima, con una percentuale del 72%; confrontando la Tabella 3.45 con la Tabella 3.44 possiamo riscontrare per tale asta anche un valore del prezzo medio di aggiudicazione maggiore rispetto all'intervallo di stima. È da notare, inoltre, che la seconda asta per grandezza di tale percentuale è un'asta di orologi, la 183, categoria che generalmente, pur raggiungendo ottimi risultati a livello di aggiudicazioni, non è solita stimolare molti rilanci dato il già elevato valore intrinseco dei lotti che presenta.

A dimostrazione di quanto appena detto, infatti, l'asta 181, una Cross-Category con una sessione di gioielli, è quella che presenta la seconda percentuale più alta di aggiudicazioni inferiori all'estremo inferiore delle relative stime pur avendo prezzo medio di aggiudicazione più elevato (riscontrabile dalla Tabella 3.44).

Dalla Tabella 3.45 possiamo notare che per dodici aste nessun lotto è stato venduto a un prezzo di aggiudicazione inferiore rispetto alla stima minima proposta dalla casa d'aste.

La Tabella 3.46 esamina lo scostamento delle aggiudicazioni totali da quello ipotizzato, essa riporta per ogni asta la stima minima totale, la stima massima totale e il valore delle aggiudicazioni totali effettivamente conseguite.

| NUMERO DELL'ASTA   | STIMA MINIMA TOTALE | STIMA MASSIMA TOTALE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI |
|--------------------|---------------------|----------------------|-----------------------------|
| 173                | 11.580,00 €         | 14.250,00 €          | 3.960,00 €                  |
| 174                | 34.480,00 €         | 41.220,00 €          | 19.360,00 €                 |
| 175                | 54.623,00 €         | 66.071,00 €          | 19.480,00 €                 |
| 176                | 93.850,00 €         | 110.220,00 €         | 31.770,00 €                 |
| 177                | 6.320,00 €          | 8.440,00 €           | 2.290,00 €                  |
| 178                | 57.350,00 €         | 69.220,00 €          | 34.320,00 €                 |
| 179                | 46.010,00 €         | 57.680,00 €          | 28.790,00 €                 |
| 180                | 9.190,00 €          | 11.210,00 €          | 8.540,00 €                  |
| 181                | 448.660,00 €        | 521.300,00 €         | 171.870,00 €                |
| 182                | 87.900,00 €         | 104.300,00 €         | 45.070,00 €                 |
| 183                | 34.040,00 €         | 41.280,00 €          | 38.940,00 €                 |
| 184                | 55.354,00 €         | 68.100,00 €          | 27.860,00 €                 |
| 185                | 78.620,00 €         | 103.730,00 €         | 34.620,00 €                 |
| 186                | 52.920,00 €         | 65.080,00 €          | 146.650,00 €                |
| 187                | 87.710,00 €         | 109.850,00 €         | 63.370,00 €                 |
| Villa delle Azalee | 647.720,00 €        | 844.190,00 €         | 409.170,00 €                |
| 193                | 77.280,00 €         | 100.280,00 €         | 44.900,00 €                 |
| 194                | 6.660,00 €          | 8.330,00 €           | 14.200,00 €                 |
| 195                | 64.720,00 €         | 84.980,00 €          | 80.660,00 €                 |
| 196                | 263.020,00 €        | 328.570,00 €         | 212.930,00 €                |
| 197                | 384.445,00 €        | 451.240,00 €         | 212.568,00 €                |
| 198                | 32.730,80 €         | 44.320,00 €          | 69.811,00 €                 |
| 199                | 104.480,00 €        | 135.170,00 €         | 81.600,00 €                 |
| 200                | 78.030,00 €         | 102.220,00 €         | 77.010,00 €                 |

Tabella 3. 46 Stime delle aste del 2020 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Le aste che hanno conseguito un totale maggiore rispetto alla stima massima ipotizzata sono la 186, asta Cross-Category dal titolo “Arredi e Dipinti da un appartamento milanese”, la 194, “Alta Moda per il File”, e la 198, una House Sale; i risultati oltre le aspettative di stima di tali aste sono riscontrati anche dal confronto tra la Tabella 3.45 e la Tabella 3.44, in cui si nota che il prezzo medio di tale aste è più alto del valore della stima massima media. L’asta 186 ha realizzato il 225% della stima massima preventivata, la 194 ha totalizzato il 170% di quanto stimato, mentre la 198 ha conseguito il 158%. Le aste 183 e 195, rispettivamente aste di orologi e Cross-Category, hanno conseguito un totale all’interno dell’intervallo di stima, mentre le altre aste del 2020 non hanno raggiunto l’estremo inferiore di tale intervallo.

Gli ottimi risultati ottenuti da queste cinque aste, visibili nella Tabella 3.46, sono da leggersi come risultato combinato di buone percentuali di vendita e alte percentuali di vendita sopra la stima massima, raffrontabili dalla Tabella 3.43 e dalla Tabella 3.45.

#### *3.2.5.1. ASTA 188 – 189 – 190 – 191 – 192 – VILLA DELLE AZALEE*

L’asta “Villa delle Azalee” è composta da cinque diverse aste e da otto sessioni totali; ha avuto luogo nell’ottobre 2020 ed è stata l’unica asta House Sale del 2020 ad avere la presentazione dei lotti organizzata presso un’abitazione privata. L’esposizione contingentata ha avuto luogo presso Via Gabriele D’Annunzio e complessivamente sono stati presentati in asta 1851 lotti, con un totale venduto di 409.170,00 €. Il prezzo di aggiudicazione minimo è stato 30 €, quello massimo 60.000,00 €, mentre il prezzo di aggiudicazione medio è 345,87 €. Il venduto totalizzato è stato il 64% e il 38% dei lotti venduti è stato aggiudicato a un prezzo maggiore della stima massima.

Di seguito si riporta la Tabella 3.47 con i dieci top lots dell’asta. Al decimo posto troviamo quattro lotti venduti alla stessa cifra: 4.000,00 €. Possiamo notare come le categorie che hanno avuto prezzi di aggiudicazione più alti siano l’Arte Antica, gli Arredi, l’Arte Moderna e Contemporanea e i Libri.

| NUMERO<br>ASTA | SESSIONE | NUMERO<br>LOTTO | DESCRIZIONE  | LUOGO E<br>ANNO   | AUTORE   | STIME                       | AGGIUDICAZIONE |
|----------------|----------|-----------------|--|---|--|-----------------------------|----------------|
| 188            | II       | 469             | Madonna con<br>Bambino con i Santi<br>Francesco,<br>Benedetto, Antonio<br>abate e Miniato,<br>tempera su tavola,<br>fondo oro, lievissimi<br>difetti |   | Bicci di<br>Lorenzo<br>(1373-1452)                 | 40.000,00<br>/<br>60.000,00 | 60.000,00 €    |
| 188            | IV       | 890             | Monumentale<br>mortaio in bronzo   | 1484  | Scuola<br>siciliana della<br>fine del XV<br>secolo | 5.000,00 /<br>6.000,00      | 14.000,00 €    |
| 188            | I        | 351             | Profilo di fanciulla,<br>olio su faesite,<br>firmato, in cornice   | 1974 circa  | Antonio<br>Buono<br>(1918-1984)                    | 8.000,00 /<br>10.000,00     | 8.000,00 €     |
| 188            | I        | 350             | Justine, olio su<br>faesite, firmato,<br>firmato e datato al<br>verso, in cornice  | 1973  | Antonio<br>Buono<br>(1918-1984)                    | 6.000,00 /<br>8.000,00      | 6.000,00 €     |
| 188            | I        | 191             | Coppia di cassettoni<br>impiallacciati in<br>noce, piuma e<br>radica di noce   | Brescia,<br>metà del<br>XVIII secolo                      |  | 7.000,00 /<br>8.000,00      | 5.800,00 €     |
| 191            |          | 155             | Pozzo scolpito in<br>pietra d'Istria   | Veneto  |  | 1.000,00 /<br>1.500,00      | 5.200,00 €     |
| 188            | I        | 210             | Cofanetto in legno<br>e pastiglia<br>lumeggiato in oro   | XV/XVI<br>secolo  | Manifattura<br>ferrarese o<br>padovana             | 5.000,00 /<br>6.000,00      | 5.000,00 €     |
| 189            |          | 107             | Euripidis.<br>Tragoediae<br>septendecim  | Venetiis,<br>apud<br>Aldum,<br>mense<br>Februario<br>1503 |  | 5.000,00 /<br>6.000,00      | 5.000,00 €     |

|     |     |     |   |                  |  |                     |            |
|-----|-----|-----|---|------------------|--|---------------------|------------|
| 188 | I   | 381 | Un ritratto equestre, olio su tavoletta, firmato e titolato, firmato e titolato al verso, in cornice, lievi difetti lungo i margini |                  | Antonio Possenti (1933-2016)                                 | 2.500,00 / 3.000,00 | 4.200,00 € |
| 188 | II  | 485 | Madonna Addolorata olio su tela, in cornice, alcuni difetti   | XVII secolo      | Cerchia di Carlo Maratta                                     | 4.000,00 / 6.000,00 | 4.000,00 € |
| 188 | II  | 490 | Sacra Famiglia con San Giovannino olio su tavola, in antica cornice, alcuni difetti   |                  | Giuseppe Valeriani attribuito (c.1526-1596)                  | 4.000,00 / 6.000,00 | 4.000,00 € |
| 188 | III | 570 | Raro albarello in maiolica di Faenza  | Faenza 1470/1475 |  | 4.000,00 / 6.000,00 | 4.000,00 € |
| 188 | IV  | 884 | Grande mortaio in bronzo  | 1723             | Anton Fran Ferini Alessandro Pieroni attivi nel XVIII secolo | 2.000,00 / 3.000,00 | 4.000,00 € |

Tabella 3. 47 Top lots dell'asta House Sale Villa delle Azalee (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Dalla Tabella 3.47 possiamo notare come la maggior parte dei lotti più importanti di tale asta siano di origini antiche, fatta eccezione per i lotti 350, 351 e 381 dell'asta 188.

### ***3.2.5.2. ASTA 196 – HOUSE SALE: ARREDI E DIPINTI DI PALAZZO AL BOSCO E DA ALTRE PRIVATE PROVENIENZE***

L'asta, composta da una sola sessione, si è svolta nel mese di dicembre 2020. È un'asta a tempo, quindi si è svolta esclusivamente online durante un arco temporale di dieci giorni e la visione dei lotti è stata possibile su appuntamento presso la sede della Maison Bibelot. Complessivamente sono stati presentati in asta 650 lotti, con un totale venduto di 212.930,00 €. Il prezzo di aggiudicazione minimo è stato 30 €, quello massimo



7.800,00 € e il prezzo di aggiudicazione medio 419,98 €. Il venduto totalizzato è stato il 78% e il 52% dei lotti venduti è stato aggiudicato a un prezzo maggiore della stima massima.

La Tabella 3.48 presenta i dieci lotti dell'asta 196 con i più alti prezzi di aggiudicazione, alla cui decima posizione troviamo due lotti, entrambi aggiudicati a 2.200,00 €. I lotti che hanno registrato le aggiudicazioni più alte sono gli Arredi e l'Arte Moderna e Contemporanea.

| NUMERO LOTTO | DESCRIZIONE  | LUOGO E ANNO                         | AUTORE                    | STIME                | AGGIUDICAZIONE |
|--------------|--|--------------------------------------|---------------------------|----------------------|----------------|
| 356          | Coppia di angeli portaceri in legno intagliato, laccato e dorato           | Toscana, seconda metà del XVI secolo |                           | 8.000,00 / 10.000,00 | 7.800,00 €     |
| 169          | Importante servito di posate in argento                                    | Londra, 1860-1881                    | George W. Adams           | 5.000,00 / 6.000,00  | 6.200,00 €     |
| 170          | Importante servito di posate in argento                                    | Londra, 1860-1881                    | George W. Adams           | 4.000,00 / 5.000,00  | 5.000,00 €     |
| 163          | Importante samovar in argento  | Londra, 1819                         | Paul Storr                | 4.500,00 / 5.000,00  | 4.200,00 €     |
| 133          | Serie di quattordici sottopiatti in argento                                |                                      | Teghini                   | 3.000,00 / 3.200,00  | 3.800,00 €     |
| 92           | Sedia  | 1895 circa                           | Carlo Bugatti (1856-1940) | 3.000,00 / 4.000,00  | 3.500,00 €     |
| 239          | Ritratto di fanciullo, olio su tavoletta, firmato e datato, alcuni difetti | 1886                                 | Jan Styka (1858-1925)     | 250,00 / 300,00      | 3.410,00 €     |
| 139          | Servito di posate in argento   |                                      |                           | 3.200,00 / 3.500,00  | 3.200,00 €     |
| 618          | Grande tappeto caucasico di vecchia manifattura                            |                                      |                           | 400,00 / 500,00      | 2.600,00 €     |
| 173          | Grande centrotavola in argento   | Milano, Anni Trenta                  |                           | 1.100,00 / 1.300,00  | 2.200,00 €     |

|     |  |  |  |                    |            |
|-----|--|--|--|--------------------|------------|
| 387 | Coppia di grandi vasi decorativi da giardino, di gusto settecentesco, su basi a plinto, alcuni difetti |  |  | 200,00 /<br>300,00 | 2.200,00 € |
|-----|--|--|--|--------------------|------------|

Tabella 3. 48 Top lots dell'asta House Sale 196 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Grazie alla Tabella 3.48 possiamo notare la grande presenza degli argenti tra i top lots di questa asta e che, fatta eccezione per il lotto 239, gli Arredi hanno ottenuto le aggiudicazioni maggiori.

### 3.2.5.3. ASTA 198 – ARREDI TIROLESIS DI VILLA REGINA A DOBBIACO

L'asta, di una sola sessione, si è svolta nel mese di dicembre 2020 ed è stata un'asta a tempo della durata di quattordici giorni. Complessivamente sono stati presentati in asta 254 lotti, con un totale venduto di 69.811,00 €. Il prezzo di aggiudicazione minimo è stato 30 €, quello massimo 4.700,00 € e il prezzo di aggiudicazione medio 330,86 €. Il venduto totalizzato è stato il 83% e il 48% dei lotti venduti è stato aggiudicato a un prezzo maggiore della stima massima.

Di seguito riporto i dieci top lots dell'asta 198 presentati nella Tabella 3.49, ovvero lotti di Arredi e di Arte Moderna e Contemporanea.

| NUMERO LOTTO | DESCRIZIONE   | LUOGO E ANNO                      | AUTORE           | STIME                  | AGGIUDICAZIONE |
|--------------|---|-----------------------------------|------------------|------------------------|----------------|
| 111          | Boiserie per cucina                                     | Firenze                           | Riccardo Barthel | 200,00 /<br>300,00     | 4.700,00 €     |
| 58           | Antico camino in pietra serena                          |                                   |                  | 800,00 /<br>1.000,00   | 4.100,00 €     |
| 109          | Boiserie in legno di cirmolo                            | fine del XIX/inizio del XX secolo |                  | 500,00 /<br>600,00     | 4.100,00 €     |
| 124          | Armadio tirolese guardaroba a due corpi in legno tenero | XX secolo                         |                  | 200,00 /<br>300,00     | 4.000,00 €     |
| 116          | Boiserie tirolese in legno di abete in parte dipinto    | inizio del XX secolo              |                  | 500,00 /<br>600,00     | 3.700,00 €     |
| 134          | Boiserie tirolese in legno di abete per grande salone   | XX secolo                         |                  | 1.000,00 /<br>1.500,00 | 3.000,00 €     |
| 46           | Cassone tirolese in legno dipinto                       | XIX secolo                        |                  | 500,00 /<br>600,00     | 2.500,00 €     |

|     |   |                                   |  |                 |            |
|-----|---|-----------------------------------|--|-----------------|------------|
| 19  | Grande stufa tirolese in ceramica           | fine del XIX/inizio del XX secolo |  | 500,00 / 600,00 | 2.100,00 € |
| 180 | Cinque calici in cristallo doppio di Boemia | fine del XIX/inizio del XX secolo |  | 60,00 / 80,00   | 1.400,00 € |
| 11  | Armadio tirolese in legno tenero dipinto    | fine del XIX secolo               |  | 300,00 / 400,00 | 1.300,00 € |

Tabella 3. 49 Top lots dell'asta House Sale 198 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Dalla Tabella 3.49 possiamo notare come i lotti più importanti di tale asta siano di origini contemporanee.

#### 3.2.5.4. ASTA 199 – LA COLLEZIONE DI PITTURA DELL'800 DI ROMOLO MONTI. ARREDI, GIOIELLI E CURIOSITÀ DA VILLA IL NIRVANA A CASTIGLIONCELLO

L'asta, composta da un'unica sessione, si è svolta nel mese di dicembre 2020 ed è stata un'asta a tempo di otto giorni e la visione dei lotti è stata possibile su appuntamento presso la sede della Maison Bibelot. Complessivamente sono stati presentati in asta 193 lotti, con un totale venduto di 81.600,00 €. Il prezzo di aggiudicazione minimo è stato 40 €, quello massimo 8.000,00 € e il prezzo di aggiudicazione medio 613,53 €. Il venduto totalizzato è stato il 69% e il 32% dei lotti venduti è stato aggiudicato a un prezzo maggiore della stima massima.

La Tabella 3.50 presenta i dieci lotti dell'asta 199 con i più alti prezzi di aggiudicazione, ovvero lotti di Arredi, di Arte Moderna e Contemporanea, di Gioielli e monete.

| NUMERO LOTTO | DESCRIZIONE   | LUOGO E ANNO    | AUTORE                    | STIME                | AGGIUDICAZIONE |
|--------------|---|-----------------|---------------------------|----------------------|----------------|
| 21           | Ritratto della Signora Milani, olio su tela, firmato, in cornice                              | 1920 circa      | Oscar Ghiglia (1876-1945) | 8.000,00 / 12.000,00 | 8.000,00 €     |
| 20           | La casa al sole, olio su tavoletta, firmato e datato al verso, in cornice, lievissimi difetti | Pannocchia 1918 | Oscar Ghiglia (1876-1945) | 4.000,00 / 6.000,00  | 7.600,00 €     |

|     |  |             |                                |                        |            |
|-----|--|-------------|--------------------------------|------------------------|------------|
| 12  | Mattino d'ottobre in padule, olio su tavoletta, firmato  | (1908-1910) | Mario Puccini<br>(1869-1920)   | 3.000,00 /<br>4.000,00 | 7.000,00 € |
| 18  | Il Pipi, pescatore di Castiglioncello  | 1921        | Oscar Ghiglia<br>(1876-1945)   | 4.000,00 /<br>5.000,00 | 4.000,00 € |
| 83  | Tabacchiera in oro giallo, incisa con motivi floreali  |             |                                | 3.200,00 /<br>3.500,00 | 3.200,00 € |
| 8   | Scorcio di parco con pittrice al cavalletto, olio su tela, in cornice, alcuni difetti  |             | Odoardo Borrani<br>(1834-1905) | 3.000,00 /<br>4.000,00 | 3.000,00 € |
| 14  | Ritratto di Romolo Monti, olio su tavoletta, firmato, in cornice   | 1915 circa  | Mario Puccini<br>(1869-1920)   | 3.000,00 /<br>4.000,00 | 3.000,00 € |
| 19  | La Boccina, popolana di Castiglioncello, olio su tela applicata a cartone, firmato e datato, in cornice, alcune cadute di colore | 1917        | Oscar Ghiglia<br>(1876-1945)   | 2.500,00 /<br>3.000,00 | 2.500,00 € |
| 104 | Otto monete da una sterlina delle quali quattro con montatura in oro giallo  |             |                                | 2.100,00 /<br>2.400,00 | 2.500,00 € |
| 103 | Bracciale a fascia in oro giallo, realizzato come un tessuto   |             |                                | 2.350,00 /<br>2.600,00 | 2.200,00 € |

Tabella 3. 50 Top lots dell'asta House Sale 199 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Grazie alla Tabella 3.50 possiamo notare come l'Arte Moderna e Contemporanea abbia i prezzi di aggiudicazione più alti dell'asta 199, nello specifico sono le opere pittoriche a essere presenti in numero maggiore tra i top lots.

### 3.2.5.5. Confronto tra le House Sales e le altre aste

La Tabella 3.51 presenta i tre top lots dell'anno.

| DESCRIZIONE  | NUMERO DI LOTTO | NUMERO DELL'ASTA | STIMA                 | AGGIUDICAZIONE |
|--|-----------------|------------------|-----------------------|----------------|
| Cristo crocifisso con un donatore orante - Santi Antonio Abate e Giovanni Battista della Cerchia di Mariotto di Nardo, fine del XIV/inizio del XV secolo | 36              | 186              | 8.000,00 - 10.000,00  | 110.000,00 €   |
| Madonna con Bambino con i Santi Francesco, Benedetto, Antonio abate e Miniato di Bicci di Lorenzo  | 469             | 188              | 40.000,00 - 60.000,00 | 60.000,00 €    |
| Anello Faraone in oro giallo e acciaio con diamanti  | 54              | 181              | 40.000,00 - 45.000,00 | 39.000,00 €    |

Tabella 3. 51 Top lots 2020 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

I primi due top lots dell'anno sono lotti di Arte Antica e il secondo fa parte dell'House Sale "Villa delle Azalee".

Dalle tabelle Tabella 3.47, Tabella 3.48, Tabella 3.49 e Tabella 3.50 possiamo osservare che le categorie dei lotti che hanno conseguito i prezzi di aggiudicazione più alti all'interno delle aste House Sales analizzate sono quelle degli Arredi, dell'Arte Antica, dell'Arte Moderna e Contemporanea e dei Gioielli; i libri (uno dei top lots dell'asta "Villa delle Azalee") nel 2020 sono stati presentati in asta soltanto all'interno delle House Sales, per cui non è possibile eseguire un confronto; le monete (uno dei top lots dell'asta 199), almeno per quanto riguarda la Maison Bibelot, fanno parte del dipartimento di Gioielli e Orologi.

La Tabella 3.52 presenta i lotti che sono stati aggiudicati ai prezzi più alti nelle relative aste di competenza, ovvero le aste 174, 175, 176, 178, 179, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 193, 195, 197 e 200.

| CATEGORIA   | NUMERO DI LOTTO | NUMERO DELL'ASTA | STIMA                 | AGGIUDICAZIONE |
|-------------|-----------------|------------------|-----------------------|----------------|
| Arte Antica | 36              | 186              | 8.000,00 - 10.000,00  | 110.000,00 €   |
| Gioielli    | 54              | 181              | 40.000,00 - 45.000,00 | 39.000,00 €    |

|                              |     |     |                     |            |
|------------------------------|-----|-----|---------------------|------------|
| Arte Moderna e Contemporanea | 115 | 200 | 6.000,00 - 8.000,00 | 8.200,00 € |
| Arredi                       | 17  | 186 | 4.100,00 - 4.500,00 | 3.800,00 € |

Tabella 3. 52 Top lots delle aste di categoria del 2019 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

L'unica tipologia di vendita che ha registrato un'aggiudicazione massima inferiore rispetto ai top lots delle House Sales è quella degli Arredi, mentre le altre hanno realizzato aggiudicazioni massime superiori.

Dalla Tabella 3.53 si può vedere come le quattro House Sales abbiano contribuito ai risultati complessivi ottenuti nel 2020: su un totale di 6944 lotti, esse hanno proposto in asta il 42% dei lotti complessivi e hanno realizzato il 41% del ricavato totale. Il tasso complessivo di vendita delle House Sales è stato del 69% contro il 58% delle altre aste.

| CATEGORIA  | NUMERO TOTALE DELLE SESSIONI | NUMERO TOTALE DEI LOTTI | AGGIUDICAZIONI TOTALI | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI |
|------------|------------------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------------------|
| House Sale | 11                           | 2948                    | 773.511,00 €          | 69%                           |
| Altre      | 21                           | 3996                    | 1.106.228,00 €        | 58%                           |

Tabella 3. 53 Confronto tra le House Sales e le altre categorie (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

La Tabella 3.54 confronta i valori delle singole House Sales, i valori ottenuti come media delle due House Sales e i valori medi delle altre aste con le medie annuali per quanto riguarda il numero dei lotti presentati in asta, il prezzo medio di aggiudicazione del singolo lotto, il totale delle aggiudicazioni e la percentuale dei lotti venduti.

| RIFERIMENTO | NUMERO MEDIO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE MEDIO DELLE AGGIUDICAZIONI | PERCENTUALE MEDIA DEI LOTTI VENDUTI |
|-------------|---|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 2020        | 248                                       | 562,29 €                       | 78.322,46 €                       | 60%                                 |
| HOUSE SALES | 737                                       | 427,56 €                       | 193.377,75 €                      | 73%                                 |
| ALTRE ASTE  | 200                                       | 589,23 €                       | 55.311,40 €                       | 57%                                 |

|   |      |          |              |     |
|---|------|----------|--------------|-----|
| HOUSE SALE<br>VILLA DELLE<br>AZALEE<br><br>(8 sessioni) | 1851 | 345,87 € | 409.170,00 € | 64% |
| HOUSE SALE 196  | 650  | 419,98 € | 212.930,00 € | 78% |
| HOUSE SALE 198  | 254  | 330,86 € | 69.811,00 €  | 83% |
| HOUSE SALE 199  | 193  | 613,53 € | 81.600,00 €  | 69% |

Tabella 3. 54 Valori medi delle aste del 2020 (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Dalla Tabella 3.54 si può evincere che le aste House Sales del 2020, in media, hanno una percentuale media dei lotti venduti più alta rispetto alla media annuale. Anche confrontando le percentuali delle singole House Sales con le percentuali medie annue, notiamo che le House Sales registrano percentuali di lotti venduti più alte. Al contrario, il prezzo medio di aggiudicazione delle aste House Sales è più basso rispetto a quello annuo. Per quanto riguarda il totale medio annuo risulta di non facile confronto, data la discrepanza evidente del numero di lotti presentati in asta; a questo proposito, dunque, possiamo affermare soltanto che l'asta 199, pur avendo un numero di lotti inferiore rispetto alla media dell'anno, ha un totale di aggiudicazioni maggiore rispetto a quello medio del 2020, mentre l'asta 198, il cui numero di lotti presentati è comparabile con quello medio annuo, riporta un totale delle aggiudicazioni minori rispetto a alla media annuale.

### *3.2.6. Comparazione delle House Sales*

Per poter trarre conclusioni accurate sull'andamento delle House Sales organizzate dalla casa d'aste Maison Bibelot, si propone il confronto, con l'ausilio di alcune tabelle, delle dieci House Sales precedentemente citate.

La Tabella 3.55 approfondisce i risultati ottenuti dalle singole aste House Sales con riferimento ai prezzi di aggiudicazione minimi, ai prezzi di aggiudicazione massimi e ai prezzi di aggiudicazione medi.

| NUMERO DELL'ASTA   | PREZZO MINIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MASSIMO DI AGGIUDICAZIONE | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE |
|--------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| 121                | 20,00 €                         | 320.000,00 €                     | 802,99 €                       |
| 128                | 20,00 €                         | 15.000,00 €                      | 314,85 €                       |
| 135                | 12,00 €                         | 4.000,00 €                       | 335,11 €                       |
| 153                | 30,00 €                         | 4.000,00 €                       | 416,27 €                       |
| 164                | 20,00 €                         | 15.000,00 €                      | 361,07 €                       |
| 169                | 30,00 €                         | 15.000,00 €                      | 392,29 €                       |
| Villa delle Azalee | 30,00 €                         | 60.000,00 €                      | 345,87 €                       |
| 196                | 30,00 €                         | 7.800,00 €                       | 419,98 €                       |
| 198                | 30,00 €                         | 4.700,00 €                       | 330,86 €                       |
| 199                | 40,00 €                         | 8.000,00 €                       | 613,53 €                       |

Tabella 3. 55 Confronto dei risultati ottenuti dalle House Sales in termini di prezzi di aggiudicazione (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Grazie alla Tabella 3.55 possiamo facilmente notare che, mentre l'aggiudicazione minima si è mantenuta abbastanza costante nel tempo, i valori delle aggiudicazioni massime non hanno un andamento costante; possiamo, infatti, individuare due valori molto più alti degli altri, ovvero il prezzo massimo dell'asta 121 e quello dell'asta Villa delle Azalee. Si noti come il prezzo di aggiudicazione massimo registrato dall'asta 121 sia un caso eccezionale rispetto agli altri valori; i risultati eccellenti ottenuti dall'asta 121 sono da ricondursi alla notorietà e all'importanza dell'abitazione di appartenenza e a quelle del suo proprietario.

Anche per quanto riguarda l'aggiudicazione media, l'asta 121 consegue un risultato maggiore rispetto a quello delle altre aste; anche l'asta 199, ultima House Sale del 2020, riscontra un prezzo medio di aggiudicazione più alto rispetto i prezzi medi di aggiudicazione delle altre aste, le quali stabiliscono una tendenza più uniforme.

Per quanto attiene lo studio del totale conseguito da ogni House Sale, non si deve considerare soltanto il valore ottenuto da ogni asta, poiché esso dipende anche dal



numero di lotti presentati. Si propone, dunque, il confronto tra il numero totale dei lotti di ogni asta e il totale conseguito; tale comparazione verrà effettuata considerando la percentuale dei due dati rispetto al relativo totale: i lotti complessivamente presentati nelle House Sales sono 7718 e il totale delle aggiudicazioni conseguito dalle House Sales è 2.472.128,00 €.

La Tabella 3.56 presenta i dati relativi alle aste House Sales per ciò che attiene il numero dei lotti presentati in asta da ognuna, la percentuale di tali lotti rispetto al totale dei lotti presentato in aste House Sales, le aggiudicazioni conseguite e la percentuale di aggiudicazioni realizzate rispetto al totale delle aste House Sales.

| NUMERO DELL'ASTA   | NUMERO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA | PERCENTUALE DEL NUMERO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA RISPETTO AL TOTALE DELLE HOUSE SALES | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI | PERCENTUALE DELLE AGGIUDICAZIONI CONSEGUITE RISPETTO AL TOTALE DELLE HOUSE SALES |
|--------------------|-------------------------------------|--|-----------------------------|--|
| 121                | 958                                 | 12%  | 749.190,00 €                | 30%  |
| 128                | 1046                                | 14%  | 204.650,00 €                | 8%   |
| 135                | 941                                 | 12%  | 208.772,00 €                | 8%   |
| 153                | 340                                 | 4%   | 128.210,00 €                | 5%   |
| 164                | 742                                 | 10%  | 179.090,00 €                | 7%   |
| 169                | 743                                 | 10%  | 228.705,00 €                | 9%   |
| Villa delle Azalee | 1851                                | 24%  | 409.170,00 €                | 17%  |
| 196                | 650                                 | 8%   | 212.930,00 €                | 9%   |
| 198                | 254                                 | 3%   | 69.811,00 €                 | 3%   |
| 199                | 193                                 | 3%   | 81.600,00 €                 | 3%   |

Tabella 3. 56 Confronto dei risultati ottenuti dalle House Sales in termini di lotti presentati in asta e aggiudicazioni conseguite (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Grazie alla Tabella 3.56 osserviamo che l'asta 121 registra dei risultati fortemente positivi anche considerando la percentuale di aggiudicazioni conseguite rispetto al totale delle House Sales confrontata con la percentuale dei lotti presentati in asta; possiamo notare, infatti, che il 12% dei lotti presentati ha realizzato il 30% del totale delle aggiudicazioni. L'unica asta che realizza una percentuale delle aggiudicazioni conseguite maggiore della percentuale dei lotti presentati in asta è la 153, ovvero una sessione di House Sale contenente anche lotti di gioielli presentata all'interno di una asta del 2019.

Osservando i dati relativi alle aste 198 e 199, possiamo notare una tendenza positiva nel tempo, dato che le percentuali conseguite da tali aste in termini di aggiudicazioni realizzate eguagliano le percentuali relative al numero dei lotti proposti in asta.

La Tabella 3.57 presenta la percentuale di lotti venduti, le percentuali dei lotti aggiudicati a prezzi maggiori dell'estremo superiore dell'intervallo di stima e la percentuale dei lotti venduti con un prezzo di aggiudicazione minore rispetto all'estremo inferiore dell'intervallo di stima.

| NUMERO DELL'ASTA   | PERCENTUALE DEI LOTTI VENDUTI | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | PERCENTUALE DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA |
|--------------------|-------------------------------|--|--|
| 121                | 97%                           | 73%  | 4%   |
| 128                | 62%                           | 39%  | 6%   |
| 135                | 66%                           | 36%  | 13%  |
| 153                | 91%                           | 36%  | 27%  |
| 164                | 67%                           | 30%  | 4%   |
| 169                | 78%                           | 49%  | 5%   |
| Villa delle Azalee | 64%                           | 38%  | 1%   |
| 196                | 78%                           | 52%  | 1%   |
| 198                | 83%                           | 48%  | 0%   |
| 199                | 69%                           | 32%  | 3%   |

Tabella 3. 57 Risultati ottenuti dalle House Sales negli anni considerati in termini di percentuali di lotti venduti (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Per quanto riguarda le percentuali di vendita, osservabili nella Tabella 3.57, possiamo stabilire che tutte le aste hanno un venduto superiore al 50%. L'asta 121 è l'asta con la percentuale di lotti venduti maggiore e la seconda percentuale di venduto più alta è associata all'asta 153. Da notare che queste due aste nello specifico hanno ottenuto ottimi risultati anche per quanto attiene il rapporto tra lotti presentati in asta e aggiudicazioni conseguite.

Grazie alla Tabella 3.57, inoltre, possiamo concludere che la percentuale di lotti venduti, la percentuale di lotti venduti a un prezzo di aggiudicazione maggiore dell'estremo superiore dell'intervallo di stima e la percentuale di lotti venduti a un prezzo di aggiudicazione minore dell'estremo inferiore dell'intervallo di stima sono indipendenti, poiché non si verifica nessuna relazione tra i valori.

### 3.2.7. Comparazione degli anni

In questo sottoparagrafo verranno confrontati gli anni analizzati per indagare la relazione tra l'andamento generale e quello specifico delle House Sales.

La Tabella 3.58 riporta, per ogni anno considerato, il numero di aste eseguite durante l'anno, quante di queste sono House Sales, il numero complessivo dei lotti presentati in asta e il numero medio di lotti presentati.

| ANNO | NUMERO DI ASTE ESEGUITE DURANTE L'ANNO | NUMERO DI ASTE HOUSE SALES ESEGUITE DURANTE L'ANNO | NUMERO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA | NUMERO MEDIO DEI LOTTI PRESENTATI IN ASTA |
|------|--|--|-------------------------------------|---|
| 2016 | 8                                      | 2  | 6441                                | 805                                       |
| 2017 | 8                                      | 1  | 5308                                | 664                                       |
| 2018 | 12                                     | 0  | 4734                                | 395                                       |
| 2019 | 18                                     | 3  | 5763                                | 320                                       |
| 2020 | 28                                     | 4  | 6944                                | 248                                       |

Tabella 3. 58 Confronto tra il numero di aste organizzate e il numero di lotti presentati negli anni considerati (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Dall'osservazione della Tabella 3.58 concludiamo che il numero delle aste è cresciuto sensibilmente durante gli anni, nello specifico riscontriamo il maggiore utilizzo delle aste online, che nel 2020 si è reso indispensabile; con l'aumento del numero di aste organizzate vediamo aumentare anche il numero delle House Sales. All'aumento del numero delle aste, però, non corrisponde un aumento del numero complessivo dei lotti presentati in asta, e questo è visibile anche nella diminuzione del numero medio di lotti presentati per asta.

La Tabella 3.59 presenta per ogni anno il prezzo medio di aggiudicazione, il totale delle aggiudicazioni conseguito e il totale medio conseguito per ogni asta.

| ANNO | PREZZO MEDIO DI AGGIUDICAZIONE | TOTALE DELLE AGGIUDICAZIONI | TOTALE MEDIO DELLE AGGIUDICAZIONI |
|------|--------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| 2016 | 1.151,96 €                     | 3.363.729,00 €              | 420.466,13 €                      |

|      |          |                |              |
|------|----------|----------------|--------------|
| 2017 | 526,57 € | 2.726.985,00 € | 340.873,13 € |
| 2018 | 649,88 € | 1.557.080,00 € | 129.756,67 € |
| 2019 | 597,62 € | 1.709.168,00 € | 94.953,78 €  |
| 2020 | 562,29 € | 1.879.739,00 € | 78.322,46 €  |

Tabella 3. 59 Confronto tra i dati relativi alle aggiudicazioni degli anni considerati (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

L'aggiudicazione media si dimostra piuttosto stabile con l'eccezione del 2016, che raggiunge un valore quasi doppio rispetto a quello degli altri anni; si osserva una leggera inflessione nel 2017 e nel 2020. Il prezzo medio di aggiudicazione così basso per il 2017 è da rintracciarsi nel fatto che molte sue aste hanno avuto prezzi medi bassi, mentre per il 2020 nella elevata numerosità di lotti totali presentati durante l'anno. Il record del 2016 è significativo per la nostra analisi, in quanto durante questo anno si è tenuta l'asta 121, House Sale che ha conseguito risultati eccellenti rispetto alle altre House Sales.

Considerando i totali conseguiti, troviamo che il 2016 e il 2017 sono stati gli anni più profittevoli e che l'ultimo anno analizzato mostra un risultato più alto degli anni precedenti, ma comunque inferiore ai record dei primi. Il totale medio delle aggiudicazioni del 2020 risulta inferiore a quello del 2018 e del 2019, proprio perché il numero delle aste organizzate dalla Maison Bibelot è molto aumentato nel 2020, il che porta a una diminuzione della media.

La Tabella 3.60 presenta la percentuale media di lotti venduti ogni anno e le percentuali dei lotti aggiudicati a prezzi superiori e inferiori rispetto agli estremi dell'intervallo di stima.

| ANNO | PERCENTUALE MEDIA DEI LOTTI VENDUTI | PERCENTUALE MEDIA DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MAGGIORE DELL'ESTREMO SUPERIORE DI STIMA | PERCENTUALE MEDIA DEI LOTTI AGGIUDICATI A UN PREZZO MINORE DELL'ESTREMO INFERIORE DI STIMA |
|------|-------------------------------------|--|--|
| 2016 | 54%                                 | 41%  | 5%   |
| 2017 | 53%                                 | 37%  | 12%  |
| 2018 | 47%                                 | 27%  | 10%  |
| 2019 | 58%                                 | 28%  | 4%   |

|      |     |     |    |
|------|-----|-----|----|
| 2020 | 60% | 36% | 1% |
|------|-----|-----|----|

Tabella 3. 60 Confronto tra i dati delle percentuali di vendita degli anni considerati (Fonte: Rielaborazione personale dei dati raccolti dal sito maisonbibelot.com e dei dati forniti dalla casa d'aste Maison Bibelot)

Il tasso di vendita è in lieve aumento, eccezion fatta per il 2018, anno in cui non sono state eseguite House Sales, e tale tendenza è seguita anche dal tasso di aggiudicazione sopra la stima massima per i lotti venduti, anche se in maniera più graduale.

Grazie alla Tabella 3.60 notiamo che la percentuale di vendita con prezzi di aggiudicazione minori dell'estremo inferiore dell'intervallo di stima è indipendente rispetto all'andamento delle percentuali di vendita relative ai lotti venduti e ai lotti venduti a un prezzo di aggiudicazione maggiore della stima massima; per queste si osserva che, pur non essendo in correlazione, hanno andamenti molto simili.

### 3.3. Esito dell'analisi

Grazie all'indagine svolta possiamo concludere che le House Sales stimolano un elevato coinvolgimento nel pubblico, raffigurabile nelle elevate percentuali di vendita di questa tipologia di asta. Infatti, ogni anno, queste si sono rivelate maggiori della media e il 2018, anno in cui non si sono tenute House Sales, è l'anno che presenta la percentuale di venduto inferiore, oltre che il totale delle aggiudicazioni più basso registrato nei cinque anni analizzati.

All'elevato coinvolgimento suscitato nel pubblico, però, non sempre corrisponde un alto totale di aggiudicazioni realizzato; il prezzo medio delle aggiudicazioni delle House Sales, infatti, si è sempre dimostrato inferiore rispetto al prezzo di aggiudicazione medio dell'anno di riferimento. Ciò è da riscontrarsi nel fatto che all'interno di un'asta House Sale vengono messi in vendita tutti i beni che una dimora contiene, e la maggior parte di questi spesso è composta da oggetti molto belli ma di uso più quotidiano, e quindi non risultano avere una grande importanza intrinseca.

La categoria che consegue i prezzi di aggiudicazione maggiori è quella di Gioielli e Orologi; tale successo è da individuare soprattutto nel rilevante valore economico dei lotti piuttosto che nelle percentuali di vendita o di vendita ad un prezzo di aggiudicazione maggiore rispetto all'estremo superiore dell'intervallo di stima.

La casa d'aste Maison Bibelot, nei cinque anni analizzati, ha aumentato il numero complessivo delle aste organizzate e, contemporaneamente, il numero delle House Sales. Il numero dei lotti, però, è rimasto tendenzialmente costante, con l'eccezione del 2020, anno in cui tale numero è aumentato.

Nel 2020 si ha un miglioramento dell'andamento delle aggiudicazioni medie rispetto all'intervallo di stima ipotizzato in fase di valutazione dei lotti e redazione del catalogo. Questo dimostra che, come dichiarato dalla maggior parte delle case d'asta intervistate per la presente tesi, nonostante ci siano state perdite per la mancanza di esposizioni e aste dal vivo, con il supporto delle vendite online tali perdite sono state contenute. Utilizzando maggiormente le aste a tempo o le aste live, durante le quali i lotti vengono fisicamente battuti dal banditore mentre è ripreso dalla telecamera e i clienti osservano l'andamento dell'asta in tempo reale e fanno offerte online, le case d'asta sono riuscite a contenere le perdite.

La pandemia ha comportato la cancellazione delle fiere d'arte e l'interruzione dell'attività dei commercianti, perciò le aste e le vendite private erano le uniche opzioni disponibili per i collezionisti<sup>65</sup>.

*“Da un punto di vista economico, invece, il mercato ha reagito bene. Nei momenti di crisi si delineano due tendenze: abbiamo da una parte chi deve smobilitare e realizzare entrate, dall'altra chi ha molta liquidità e potere di acquistare in un momento che, secondo lui, è favorevole all'acquisto. Non è sempre vero che si realizzi un acquisto interessante da un punto di vista finanziario, però spesso lo è dal punto di vista della qualità dell'opera acquisita: è comunque un momento in cui opere di qualità, belle e interessanti, appaiono sul mercato. Da questo punto di vista è un acquisto ben riuscito e che, secondo me, paga sul medio periodo”<sup>66</sup>.*

---

<sup>65</sup> Il testo completo dell'intervista effettuato alla casa d'asta Christie's è riportato in Appendice 3.

<sup>66</sup> Il testo completo dell'intervista effettuato alla casa d'asta Wannenes è riportato in Appendice 5.

## Conclusioni

La tesi ha approfondito il fenomeno delle House Sales grazie alla presentazione di varie aste di questo tipo; tali eventi si differenziano non solo secondo il periodo storico in cui sono avvenuti, ma anche in relazione alle diverse case d'asta che li hanno pensati e organizzati. La linea che accomuna questa tipologia di aste è che i beni in vendita appartengono a una proprietà unica e comune, e tale singolarità apporta un notevole grado di identificazione tra la persona del proprietario e l'oggetto. Tale personificazione suscita nell'acquirente un senso di curiosità e sicurezza dato che l'interesse del collezionista è amplificato dalla certezza e importanza della provenienza, oltre che dai fattori qualitativi dell'oggetto. Uno dei punti di forza di una House Sale è rappresentato dai suoi stessi oggetti e l'esposizione mediatica che questi garantiscono. Tipicamente vengono presentati sul mercato beni inediti, perché rimasti in possesso della famiglia per anni, quindi si definiscono sul mercato come novità e per sfruttare al meglio l'eco che un'asta simile può creare è importante che venga associata all'asta un'eccellente comunicazione.

L'esposizione allestita utilizzando la stessa abitazione di appartenenza del proprietario della collezione permette al visitatore di esplorare i luoghi in cui è avvenuta la creazione della collezione e nei quali si può percepire la presenza della personalità del collezionista. La casa riflette chi la abita e gli oggetti usati nel quotidiano raccontano la storia personale di chi li ha acquistati, disposti, utilizzati e, talvolta, dimenticati. In origine venivano eseguite in loco sia le aste che le esposizioni, ma l'internazionalizzazione e la popolarità delle vendite ha reso i costi di organizzazione particolarmente elevati. Per questo molte case d'asta organizzano l'esposizione dei lotti in sede e corredano il catalogo di fotografie dettagliate e il sito internet di video realizzati nell'ambiente, così da permettere comunque l'immedesimazione del cliente e la ricostruzione della persona del proprietario.

La casa d'aste Maison Bibelot ha fatto delle House Sales la sua specializzazione, e l'esperienza in questa tipologia specifica ha portato alla creazione di un modello rivelatosi vincente. La Maison Bibelot, infatti, organizza le esposizioni nei luoghi di appartenenza della collezione, così da creare fascinazione e coinvolgimento sui

visitatori, mentre la vendita all'asta si svolge nella sua sede o, comunque, in ambienti già predisposti all'accoglienza dei clienti fisici e virtuali, abbattendo i costi collegati alla logistica. L'esposizione è, in qualunque caso, accompagnata dai cataloghi online e dalla possibilità di richiedere fotografie e informazioni aggiuntive.

L'analisi dei dati delle aste organizzate dalla Maison Bibelot ha mostrato quanto ipotizzato nei primi capitoli, ovvero che il nome e l'importanza della committenza influenzano largamente l'esito dell'asta e che l'ambientazione e l'allestimento, contribuiscono al coinvolgimento empatico del cliente e alle percentuali di vendita.

L'attestazione che la notorietà dell'abitazione o del collezionista influenza le vendite si ha osservando i risultati dell'asta "Villa Piatti", House Sale organizzata dalla Maison Bibelot nel 2016 che porta il nome di Giulio Piatti, pittore fiorentino del XIX secolo. Tale asta ha registrato dei risultati di vendita particolarmente alti, sia per quanto attiene alle percentuali di lotti venduti sia al fatturato realizzato, che non sono stati eguagliati né da altre House Sales organizzate dalla stessa casa d'aste, né da risultati di altre aste avvenute all'interno dello stesso anno.

La tesi secondo cui le House Sales esercitano un coinvolgimento particolare sui clienti è comprovata dalle alte percentuali di vendita dei lotti di queste aste, che superano la percentuale media di vendita dei lotti dell'anno di riferimento. Prendendo come riferimento il fatturato realizzato, però, le aste che sono emerse come più performative sono quelle di Gioielli e Orologi, e spesso i lotti che conseguono le aggiudicazioni più alte dell'anno appartengono a tale categoria.

Avendo analizzato un arco temporale composto da più anni, inoltre, è stato possibile analizzare l'evoluzione temporale delle aste nel periodo che va dal 2016 al 2020. Si osserva un aumento di aste organizzate dalla Maison Bibelot, e in particolare l'incremento di aste Cross-Category e di aste a tempo. La crescita del numero di aste Cross-Category è da leggersi in relazione a una maggiore diffusione della notorietà della Maison Bibelot come casa d'aste specializzata in aste che coinvolgono oggetti appartenenti a dipartimenti diversi, così che la sua clientela si sta definendo ed espandendo proprio in base a quella eterogeneità e capacità di armonizzare che la



contraddistingue, pur rimanendo molto legata al settore dell'antiquariato che la definisce fin dalla fondazione.

L'aumento del numero di aste online era una tendenza già in corso che, però, nel 2020 è stata una scelta quasi obbligata; tale costrizione, però, si è rivelata fortunata ed è aumentata la fiducia riposta dai clienti negli acquisti online. La casa d'aste Maison Bibelot ha realizzato anche vendite importanti attraverso il proprio sito internet e rispetto allo scenario che il COVID-19 sembrava aver dipinto, la situazione non si è dimostrata così grave per il settore delle aste nello specifico, che ha saputo reagire velocemente ed organizzarsi attraverso i vari portali che aveva a disposizione. Anche la risposta dei clienti di questo particolare mercato si è rivelata positiva, probabilmente perché chi era già interessato all'acquisto ha avuto più tempo da dedicare alle ricerche e, in generale, è aumentata l'attenzione e l'interesse nei confronti dell'oggetto. Tuttavia, l'inattuabilità della presenza del pubblico alle esposizioni e alle aste ha comunque condizionato il rapporto con il cliente e ha attutito l'effetto emotivo del momento dell'asta, quell'aspetto umano e di competizione, collegato alla presenza in sala durante un'asta.

## Ringraziamenti

Vorrei ringraziare tutte le persone che hanno contribuito al lavoro e che mi hanno sostenuta durante questo percorso. In particolar modo un doveroso grazie è da rivolgersi alla mia relatrice, la Professoressa Stefania Funari, che mi ha aiutata particolarmente nel lavoro, dimostrando pazienza, comprensione e un impegno encomiabile. La sua guida, inoltre, mi ha arricchita a livello personale e professionale.

Un ringraziamento particolare va a tutto lo staff della Maison Bibelot, che mi ha accolta, seguita e incoraggiata. Non ci sono parole per descrivere quanto sia grata, nello specifico, alla Dottoressa Mignoni per l'impegno e la partecipazione dimostratami e a Jacopo Donati Sarti per l'entusiasmo e l'amore per il lavoro che mi ha trasmesso.

Desidero ringraziare, inoltre, tutte le case d'asta che si sono rese disponibili alle mie interviste; è stato un onore immenso parlare con dei professionisti simili e sarò eternamente grata per il tempo che mi hanno dedicato.

Grazie anche ai miei genitori e alla mia famiglia, che mi è stata vicina anche nei momenti in cui io stessa non mi sarei stata vicina. Mi hanno spronata e ascoltata per tutta la vita, facendomi diventare la donna e la persona che sono, per cui devo a loro molto.

Ci sono Gemma, Lori, Caterina e Giulia, donne diverse, che non si conoscono, ma che mi hanno cambiata e hanno ridimensionato le mie prospettive.

Ringrazio Carola, perché se una cosa buona c'è stata, è lei. Non sarei mai riuscita ad affrontare l'ultimo anno senza di lei, molte domeniche mestrine sarebbero state più solitarie e non mi sarei sentita in famiglia come è stato con lei vicino.

E, infine, c'è Cosimo. Forse la persona più paziente, comprensiva e amorevole che abbia incontrato. Non so come abbia fatto a starmi vicino nonostante tutto, notti insonni e giornate piene di ansia. Grazie, davvero, perché non so dove sarei senza di te.

## Bibliografia

*A catalogue of the library of the late Emperor Napoleon, removed from the Island of St. Helena, by order of his Majesty's Government. Which will be sold by auction on Wednesday, the 23rd of July*, catalogo d'asta (Sotheby's, 1823), Londra.

Albini, F. (1982), "Le funzioni e l'Architettura del Museo", in De Carli C., *Architettura spazio primario*, Hoepli, Milano.

Appadurai, A. (ed.) (1986) *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge University Press, Cambridge.

Argoneto, P. (2009), *I Radiohead, l'arcobaleno e il piede sinistro di Dio. Saggio sulla teoria dei giochi e le sue applicazioni*, Armando Editore, Roma.

*Arredi della Villa medicea di Lappoggi*, catalogo d'asta (Pandolfini, 3 giugno 2003), Firenze

Auster, P. (2010), *L'invenzione della solitudine*, Einaudi, Torino.

Baudrillard, J. (1996), *The System of Objects*, Verso, Londra.

Baekeland, F. (1981), *Psychological aspects of art collecting*, in "Psychiatry", vol. 44, n. 1, pp. 45-59.

Bonnin, P. e Perrot, M. (1989), "Ile décor domestique en Margeride", in *Terrain*, 12, pp. 40-53.

Boràgina, F. e Brivio, G., a cura di (2013), *Interno domestico. Mostre in appartamento 1972-2013*, Fortino Editions, Verona.

Braga, S. S. (2019), *Casa di Fantasia: una meravigliosa teatralità*, "Architectural Digest", 31 marzo 2019, disponibile a <https://www.ad-italia.it/case/2019/03/31/casa-di-fantasia-una-meravigliosa-teatralita/>

Crane, A. (2020), *Single-owner sales significant among French auction turnovers*, in "Antiques Trade Gazette", 3 febbraio 2020

Deloitte (2019), *Il Mercato dell'Arte e dei Beni da Collezione*, disponibile a [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/it/Documents/financial-services/Deloitte\\_ArtFinance19.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/it/Documents/financial-services/Deloitte_ArtFinance19.pdf)

Deloitte (2020), *Il Mercato dell'Arte e dei Beni da Collezione*, disponibile a [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/it/Documents/financial-services/ArtFinance\\_report2020\\_Deloitte.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/it/Documents/financial-services/ArtFinance_report2020_Deloitte.pdf)

De Nisco, A., Napolitano, M. R. (2011), "L'influenza dello Store Design e del Tenant-mix sul Comportamento del Consumatore. Un Modello di Psicologia Ambientale", *Micro & Macro Marketing, Rivista quadrimestrale*, vol. 2, pp. 323-340.

Diazzi, A. (2013), "La lista impensabile", *ENTHYMEMA*, n. 8, pp. 354-366.

*Die Fürstliche Sammlung Thurn und Taxis*, catalogo d'asta (Sotheby's, ottobre 1993), Regensburg.

Eco, U., (2004), *Storia della Bellezza*, Bompiani, Milano.

Enciclopedia online Treccani, voce Casa, disponibile a: <https://www.treccani.it/vocabolario/casa/>

Enciclopedia online Treccani, voce Esposizione, disponibile a: <https://www.treccani.it/enciclopedia/esposizione/>

Fachechi, G. M. (1995), "Aspetti e problemi della casa-museo: la collezione Horne", in *Studi urbinati. B, Scienze umane e sociali*, vol. 67, pp. 449-458

Findlen, P. e Trabucchi, P. (2004), "Ereditare un museo: collezionismo, strategie familiari e pratiche culturali nell'Italia del XVI secolo", *Quaderni storici*, vol. 39, n. 1, pp. 45-81, Il Mulino, Bologna.

Foglio, A. (2005), *Il marketing dell'arte. Strategia di marketing per artisti, musei, gallerie, case d'asta, show art*, FrancoAngeli, Milano.

Forino, I. (2014), "La stanza nella stanza: l'arredamento come inclusione o raddoppiamento dello spazio domestico", in *Lares*, vol. 80 n. 3, pp. 453-468.

Forino, I. (2001), *L'interno nell'interno: una fenomenologia dell'arredamento*, ALINEA, Firenze.

Gogol, N. V. (2010), *Anime morte*, Feltrinelli Editore, Milano.

Guido, G. et al. (2015), "Effetti dell'Esposizione alla Luce Blu sullo Stato Motivazionale e sull'Intenzione d'Acquisto dei Beni Edonistici e Utilitaristici", *XIV International Marketing Trends Conference*, pp. 1-14

Hobsbawm, E. J. (1998), *Il trionfo della borghesia: 1848-1875*, Gius. Laterza & Figli Spa, Roma-Bari

Holcomb-Holland, L., *In Bids, Celebrity Cachet Brings a Premium*, "The New York Times", 23 ottobre 2014.

Hook, P. (2014), *Breakfast at Sotheby's: An AZ of the Art Word*, The Overlook Press, New York

Jarvenpa, R. (2003), "Collective Witnessing. Performance, Drama, and Circulation of Valuables in the Rural Auction and Antiques Trade", in *Journal of Contemporary Ethnography*, vol. 32, n. 5, pp. 555-591

Landes, W. M., (1999) "Winning the Art Lottery: The Economic Returns to the Ganz Collection", in *John M. Olin Program in Law and Economics*, Working Paper No. 76.

Lee, N., Broderick, A. J., e Chamberlain, L. (2007), "What is 'neuromarketing'? A discussion and agenda for future research", in *International Journal of Psychophysiology*, vol. 63, pp. 199-204.

Leoncini, L. e Simonetti, F (1998), *Abitare la storia: Le dimore storiche-museo*, Umberto Allemandi, Torino.

Locker, P. (2011), *Basics Interior Design 02: Exhibition Design*, AVA Publishing SA, Losanna.

Lukacs, J. (1970), "The bourgeois interior: Why the most maligned characteristic of the Modern Age may yet be seen as its most precious asset" in *The American Scholar*, pp. 616-630

Mårdh, H. (2015), "Re-entering the house: scenographic and artistic interventions and interactions in the historic house museum" in *Nordisk Museologi*, vol. 1, pp. 25-39.

Mehta, D., & Chugan, P. K. (2014), "Impact of visual merchandising on consumer behavior: A study of furniture outlets", in *Universal Journal of Management*, vol. 2 n. 6, pp. 207-217.

"Mentmore. Furnishings Auction Brings Surprising \$10.3 Million", in *The New York Times*, 28 maggio 1977

Melegati, L. (1995), "I Margravi rimettono in sesto le fortune di famiglia", *Il Giornale dell'Arte*, 138, p. 70.

Meloni, P. (2011 a), "Cultura materiale, pratiche di consumo, oggetti domestici. Un'etnografia in Toscana", in *Studi Culturali*, vol. 3, pp. 395-413.

Meloni, P. (2011 b), "La cultura materiale nella sfera domestica", in Bernardi, S., Dei, F., Meloni, P. (a cura di) *La materia del quotidiano: per un'antropologia degli oggetti ordinari*, Pacini Editore, Pisa.

Meschini, E. R. (2016), *Collecting (for) Life. How Contemporary Art Recounts the Collection. A proposal for the Mario Praz House Museum*, lavoro presentato alla conferenza internazionale "Mario Praz. Voce dentro la scena - Voice in the Scene", Venezia, 15, 16 e 17 dicembre 2016.

Modena, E. (2018), *La Casa Museo di Remo Brindisi. Allestire un museo e viverci dentro*, pp. 503-514, raccolto all'interno degli Atti del convegno internazionale "Ricerche di S/Confine: oggetti e pratiche artistico/culturali", Parma, 27-28 gennaio 2017

Molfino, F., Molfino, A. M. (1997), *Il possesso della bellezza. Dialogo sui collezionisti d'arte*, Umberto Allemandi & C., Torino.

Moonan, W. (1999), *Rat-a-Tat Of Collections Up for Sale*, "The New York Times", 16 aprile 1999

Moore, J. (2000), "Placing home in context", in *Journal of Environmental Psychology*, vol. 20, n. 3, pp. 207-217.

Moore, K. (1997), *Museums and Popular Culture*, Leicester University Press, Londra.

Newman, G. E., Diesendruck, G., & Bloom, P. (2011), "Celebrity contagion and the value of objects", in *Journal of Consumer Research*, vol. 38, n. 2, pp. 215-228.

Ottolini, G., (a cura di) Rizzi, R. (2017), *Architettura degli allestimenti*, Altralea Edizioni, Firenze.

Owens, M., *If These Walls Could Speak (and They Will)*, "The New York Times", 8 aprile 1999

Parisio, L. (1999), *Meccanismi d'asta*, Carocci, Roma.

Pavoni, R. (2001), "Towards a definition and typology of historic house museums", in *Museum International*, vol. 53, n. 2, pp. 16-21.

Pavoni, R. (2016), *Case museo in Italia: nuovi percorsi di cultura: poesia, storia, arte, architettura, musica, artigianato, gusto, tradizioni*, Gangemi Editore Spa, Roma.

Poli, F. (1999), *Il sistema dell'arte contemporanea*, Edizioni Laterza, Roma-Bari.

Praz, M. (2009), *La filosofia dell'arredamento. I mutamenti nel gusto della decorazione interna attraverso i secoli*, Longanesi, Milano.

*Proprietà di Donna Marcella Traballes Nobile Della Scala, Palazzo della Stufa, Firenze*, catalogo d'asta (Christie's, 3-4 ottobre 1995), Firenze.

Provenzano, A. (2012), *Visual merchandising. Dal marketing emozionale alla vendita visiva*, Franco Angeli, Milano.

*Raccolte d'arte dell'abitazione milanese di Gianni Versace*, catalogo d'asta (Porro & C., 7 aprile 2005), Milano

Roberts, W. (1897), "Memorials of Christie's; a record of art sales from 1766 to 1896", G. Bell and sons, London.

Rossi, F. (1967), *Il Museo Horne a Firenze*, Electa, Milano.

Rybczynski, W. (1986), *Home: A Short History of an Idea*, Penguin, New York.

*Salvatore e Francesco Romano, Antiquari a Firenze. Un secolo di attività a Palazzo Magnani Feroni*, catalogo d'asta (Sotheby's, 12-13-14-15 ottobre 2009), Firenze.

Serota, N., Koshalek, R. (2001), "Housing Modern Art" in *RSA Journal*, vol. 148, n. 5497, pp. 14-23

Stamp, G. (2000), "Obituary Dennis Severs" in *The Guardian*, 10 gennaio 2000

Staniforth, S. (2012), *Historical and Current Perspectives on the Care, Presentation, Interpretation and Use of Collections in Historic Houses*, lavoro presente in una conferenza congiunta di ICOM-DEMIST e tre gruppi di lavoro ICOM-CC: scultura, policromia e decorazione architettonica; Legno, mobili e lacche; e tessuti "The Artifact, its Context and their Narrative: Multidisciplinary Conservation in Historic House Museums", Los Angeles: International Council of Museums, 6-9 novembre 2012.

*The Collection of Elizabeth Taylor*, catalogo d'asta (13-14-15-16 dicembre 2011), Christie's, New York

Troilo, G. (2002), "Postmodernità, consumo e marketing dei beni artistici e culturali", *Micro & Macro Marketing*, vol. 11 n. 1, pp. 9-32, il Mulino, Bologna.

Vescovi, T., Checchinato, F. (2004), "Luoghi d'esperienza e strategie competitive nel dettaglio", *Micro & Macro Marketing, Rivista quadrimestrale*, n. 3, pp. 595-608.

Zorloni, A. (2013), "L'arte della finanza. Il settore delle arti visive come opportunità di investimento", *Banca Impresa Società*, vol. 32 n. 1, pp. 113-138, Il Mulino, Bologna.



## Sitografia

[www.artslife.com](http://www.artslife.com)

[www.christies.com](http://www.christies.com)

[www.daniellemourning.com](http://www.daniellemourning.com)

[www.bonhams.com](http://www.bonhams.com)

[www.libreriamarini.it](http://www.libreriamarini.it)

[www.maisonbibelot.com](http://www.maisonbibelot.com)

[www.pandolfini.it](http://www.pandolfini.it)

[www.phillips.com](http://www.phillips.com)

[www.sothebys.com](http://www.sothebys.com)

[viadellafucina16.kaninchenhaus.org](http://viadellafucina16.kaninchenhaus.org)

[www.wannenesgroup.com](http://www.wannenesgroup.com)

[www.youtube.it](http://www.youtube.it)

## **Appendice 1: Intervista alla Dottoressa Elisabetta Mignoni, direttrice generale della casa d'aste Maison Bibelot**

### **Quando e come è nato il suo interesse per il mondo delle aste?**

Per caso, dopo la laurea, sono venuta a sapere che una casa d'aste fiorentina stava cercando un'assistente per il Dipartimento di Antiquariato. La cosa mi ha incuriosito ed ho deciso di cambiare i miei progetti rinunciando al dottorato di ricerca che avevo già vinto.

### **Cosa l'ha spinto a creare la sua casa d'aste?**

La passione per questo lavoro che, incontrato per caso, mi ha appassionata completamente.

### **Fin da subito la propensione per le house sales è stata spiccata?**

Dopo poco tempo che avevo fondato la Maison Bibelot, mi è stata affidata una vendita molto importante: Arredi e Dipinti di Villa La Capponcina, storica dimora dannunziana a Settignano. Subito ho percorso la strada della House Sale che mi sembrava la migliore per valorizzare quella vendita. Il successo che ne è conseguito mi ha spinto a perseverare.

### **Ci sono state vendite o eventi che per lei sono importanti da un punto di vista professionale e personale?**

La Capponcina, appena citata, ma anche Villa Piatti, antica casa dell'omonimo pittore, anch'essa uno scrigno di tesori. Fondamentali anche le vendite record di importanti gioielli che hanno avuto risonanza internazionale.

### **Quali sono i fattori che, secondo la sua opinione personale, incidono maggiormente nella decisione di comprare?**

Il desiderio di acquistare un bene che ha una storia, una provenienza, qualcosa insomma di unico.

### **Perché un cliente dovrebbe scegliere di affidarsi a una casa d'aste per la compravendita dei suoi beni?**

Perché l'asta rappresenta un ottimo veicolo. Oggi, attraverso il web, la casa d'aste riesce a raggiungere una clientela molto ampia, sia nazionale che internazionale ed i cataloghi di asta rappresentano un'ottima vetrina. Inoltre, l'interesse del venditore e quello della casa d'aste coincidono: vendere alla cifra più alta possibile.

### **Perché le house sales sembrano avere così successo?**

Gli arredi, ammirati nella loro collocazione originale, acquistano un valore storico.

### **In quale misura ritiene importante l'esposizione?**

L'esposizione è un momento molto importante. Alla Maison Bibelot abbiamo sempre dato molta importanza alla presentazione dei lotti in asta. Questo vale in primis per le house sale ma anche per le aste classiche. In questo momento di vendite prevalentemente online cerchiamo di trasmettere questi valori attraverso fotografie particolarmente curate.

### **Quanto l'innovazione tecnologica ha cambiato il settore e in cosa?**

L'innovazione tecnologica e nello specifico l'uso dello smartphone hanno cambiato sostanzialmente il modo di lavorare. Il cliente è sempre connesso, dunque sempre raggiungibile ed è compito della casa d'aste di stuzzicare la sua curiosità con le proposte più varie. Attraverso il proprio sito la casa d'aste può raggiungere molto facilmente una clientela internazionale. Le sale d'asta sono sempre più vuote ma le piattaforme Live, attraverso le quali le persone possono partecipare in diretta alla vendita all'asta, sono invece sempre più affollate. La pandemia ha dato un forte impulso alle vendite online ed il mercato è in questo momento molto vivace. Se l'emergenza sanitaria si fosse concretizzata dieci anni fa ma forse anche meno, molte case d'asta avrebbero dovuto chiudere.

### **Secondo la sua esperienza, quale è il dipartimento o la tipologia di beni che riceve di più l'approvazione del pubblico?**

Senza altro la House Sales ma molto seguiti sono anche il Dipartimento Gioielli e quello di Arte moderna e contemporanea.

## **Appendice 2: Intervista a Jacopo Donati Sarti, curatore degli allestimenti della casa d'aste Maison Bibelot**

### **Quali strategie utilizza per esaltare i singoli oggetti di una casa?**

Il principio che secondo me guida tutto è la fascinazione che soltanto l'insieme può dare e l'armonia che sia ha quando il tutto si accorda. L'armonia non si crea solo se c'è un filone unitario, e si possono ricreare ambienti seguendo una logica lineare, come ad esempio la cronologia, oppure secondo i contrasti. L'oggetto, saputo inserire correttamente all'interno di un progetto, ha la grande capacità di risaltare nel contesto, a prescindere che questo sia formato da suoi simili o da suoi opposti. Non esiste un oggetto che si può escludere a priori: chi è appassionato al bello, anche se un oggetto non incontra il suo gusto stilistico personale e il suo animo, non può non apprezzare un bell'oggetto; ad esempio, personalmente non arrederei mai casa mia in stile art decò, ma non posso dire che sia sgradevole.

Quando un oggetto di un certo pregio artistico, di una certa qualità artigianale, viene accostato da cose che, anche se di livello medio, sono state esposte bene, quell'oggetto vive di luce riflessa.

Mi è capitato di non trovare un filo conduttore all'interno di una casa, perché spesso il collezionista perde il senso generale: non si riesce a capire chi fosse quella persona, né nel suo privato né nel suo ruolo pubblico. In questo caso, la casa nel suo insieme non trasmette una identità definita, quindi mi concentro sui singoli oggetti.

Quello che fa un ambiente è tutto ciò che vi possiamo vedere, dai muri ai mobili che comunicano gli uni con gli altri. È un'immagine romantica basata sul concetto di estetica domestica, di rilassatezza percepibile in un ambiente armonioso. Una cosa che non rispecchia il tuo gusto, che non ti saresti immaginato, che non senti ti appartenga, quando sei coinvolto ti lascia comunque un qualcosa. Questo accade sia nelle esposizioni che nelle foto.

### **Come si sottolineano quelli più importanti?**

Un oggetto importante, secondo me, non deve necessariamente essere collocato in posizione centrale rispetto al resto della sala. In linea teorica l'occhio cerca la simmetria

e si concentra maggiormente sulla centralità, per cui la reazione più comune è “se quell’oggetto è centrale, è sicuramente il più importante”. Su questo non sono completamente d’accordo: se una cosa è veramente bella non ha bisogno di essere vista per prima perché catturerà comunque l’attenzione di tutti, anche dei meno introdotti all’ambiente. E, soprattutto quando un ambiente è esteticamente strutturato ed equilibrato, l’attenzione del visitatore è stimolata da ogni oggetto, da ogni riflesso e da ogni suggestione, e quindi si possono sfruttare anche le altezze, perché il criterio secondo cui se un qualcosa è troppo in alto non la si vede viene negato dalla curiosità suscitata nel cliente. Anzi, è quasi meglio posizionarla in alto, perché se vedi in alto una cosa importante sei propenso a credere che anche le altre meritino la tua attenzione. Anche ciò che non ha un valore artistico elevato va armonizzato e amalgamato all’interno del contesto. Quindi non c’è qualcosa che va sottolineato più di altro, perché, secondo la mia visione, tutto concorre alla creazione di un equilibrio finale il cui risultato attrae lo sguardo nel complesso e sul singolo. Si crea una sfida nella sfida quando trovo un oggetto che inizialmente non so contestualizzare perché estraneo al mio gusto, così cerco di potenziarlo attraverso la fascinazione, per dargli un’aria interessante, che colpisca la clientela che lo vedrà, a prescindere dal gusto personale.

### **Quali oggetti, e perché, sono da inserire all’interno delle vetrine espositive?**

Nelle vetrine viene inserito l’oggetto piccolo, e quindi legato al furto e l’oggetto che, ad esempio attraverso la luce che emette, attira l’attenzione su di sé. Tali oggetti, spesso di metallo prezioso, oltre che avere l’attitudine al richiamare lo sguardo su loro stessi, hanno l’importante capacità di riflettere la luce e illuminare anche tutto il resto.

In realtà l’utilizzo di vetrine è fondamentale anche per esaltare gli oggetti: in una casa non predisposta per l’esposizione gli oggetti sarebbero organizzati all’interno di mobili che impediscono la vista, inoltre molti dei lotti che esponiamo, per esprimere pienamente il loro potenziale, hanno bisogno di spazio. Si tratta di disporre per verticale oggetti che quotidianamente si trovano in orizzontale, perché è l’unica direzione in cui si può sviluppare un progetto espositivo. Si deve considerare anche che l’esposizione ha dei giorni limitati e degli orari definiti, quindi l’accesso è circoscritto a un tempo finito, per cui si deve consentire la visualizzazione al maggior numero possibile di visitatori, così da amplificare la competizione in fase di asta.

Ciò che dimostra il successo di un allestimento è quando i clienti chiedono se le teche stesse sono in vendita, perché si sono immesimati talmente da pensare che le persone abbiano effettivamente in casa quelle teche, non percependo che quella è una struttura creata ai fini espositivi e aggiunta successivamente dalla casa d'asta. Questo ti garantisce che la persona è stata coinvolta, a tal punto che non riesce più a distinguere cosa è stato creato per esigenze espositive, di sicurezza e di praticità. L'oggetto in vetrina viene messo per necessità, sarebbe meglio fosse esposto senza vetrina per garantire un contatto più ravvicinato. Ma ci deve essere il personale che supervisioni che tale oggetto non venga rubato, urtato né preso in maniera sbagliata.

**Secondo la sua esperienza, quale reazione emotiva suscita nel visitatore/compratore la partecipazione all'esposizione di una House Sales rispetto all'esposizione di un'altra asta?**

Durante l'esposizione di una House Sale si deve avere contemporaneamente la sensazione di scoperta e quella di essere a casa propria, che non si sta profanando niente anche se si entra in un posto in cui di solito non si potrebbe accedere. È il sottile confine tra marachella e occasione di fare qualcosa che prima non si poteva fare. Per questo, secondo me, le nostre esposizioni funzionano. Perché riesco a interpretare il gusto dei nostri clienti e perché comunque si ha il desiderio di entrare in un ambiente nuovo e diverso, ma allo stesso tempo ci si aspetta che assomigli al nostro, magari in meglio; l'ambiente deve essere di ispirazione e di aspirazione. Dopo un po' che sei dentro quell'abitazione, devi sentirti a casa tua, devi avere la sensazione di poter acquistare quegli oggetti, soprattutto quando diventa una smania, un desiderio, un dire "lo voglio", e, soprattutto, lo devi sentire tuo perché deve incontrare il tuo gusto. Il cliente deve pensare "ho la possibilità di acquistare qualcosa sulla mia linea stilistica, ma migliore", così da avere conferma che quello che ha collezionato e comprato negli anni è valido, è di gusto ed è di un determinato ambiente perché lo ritrova in una casa di un livello sociale più alto e, quindi, è anche più motivato nel fare quel passo in più: quando vedi, insieme a cose che hai anche tu a casa, un oggetto bello che ti sembra irraggiungibile, ti dici "beh, ma è abbinato con cose che ho anche io, in un ambiente che mi è vicino, quindi non è così impossibile", e sei più motivato nell'acquisto, a fare una spesa che non avresti

sostenuto. Ti dici “ci provo”, poi una battuta, due battute, cinque battute, e te lo sei portato a casa.

Più qualcosa è nascosto, più il cliente è incuriosito; tutto quello che è in penombra, socchiuso, attrae l’attenzione. Nel visitatore è sempre presente l’idea della scoperta: cassettoni spostati e porte aperte vanno messe in conto. Grazie al personale di assistenza all’esposizione si può mediare un po’, ma gran parte è fiducia. La libertà di lasciare andare la gente dove vuole è ciò che stimola poi l’acquisto. Anzi, spesso, stanze più marginali, di passaggio o con oggetti meno in vista, sono quelle che hanno il miglior rendimento in proporzione all’oggetto, il quale stimola più rilanci in asta. Questo anche perché vengono allestite in una maniera per cui si fa credere che è sempre possibile trovare qualcosa che magari rimane nascosto e che appartiene a un determinato ambiente, di cui ti sei fatto una certa idea anche grazie alla musica e ai fiori; è fondamentale trasmettere l’idea di essere in un ambiente rilassante.

### **Quali sono gli accorgimenti fondamentali quando si crea un’ambientazione?**

Uno sfondo monotono può andar bene per un museo o per un’esposizione con pochi oggetti di altissimo livello che, grazie a una parete neutrale e liscia, dà rilievo a oggetti e opere. Personalmente non apprezzo la ricreazione di neutralità, perché sembra piacere a tutti ma in realtà non piace a nessuno: lo apprezzi in un’esposizione ma non lo vorresti mai a casa tua. La sede precedente della Maison Bibelot presentava ogni stanza colorata in modo diverso e io cominciavo ad arredare sempre dalla stanza rossa, perché qualsiasi cosa fosse posizionata sul rosso risaltava e si esaltava in maniera rilevante. È da qui che si vede l’importanza del tutto: su una parete gialla un oggetto rustico che ha i suoi difetti, i suoi anni, viene scaldato; il giallo dà all’ambiente l’atmosfera di calore tipico di una casa, dà carattere all’oggetto. Uno sfondo anonimo non toglie e non dà, ed è per questo che, secondo me, è sbagliato creare un ambiente monocorde; non è vero che una cosa neutrale incontra il gusto di tutti e soprattutto il cliente rischia di perdere la concentrazione. È importante essere coinvolti: entrare in stanze piene di oggetti stanca, mentre se la circolazione avviene in stanze sempre diverse che, però, mantengono una logica unitaria di sottofondo, aiuta il cliente a compiere una visita attiva, vivace e che stimola la creazione e la lettura di una narrazione sempre diversa, coinvolgendo il cliente su più livelli e con vari stimoli.

Soprattutto se la casa è grande c'è bisogno della punto di stacco, altrimenti il percorso si fa monotono, stanca e distrae, il cliente distoglie l'attenzione se vede cose simili in stanze simili. È sempre bene creare degli angoli che, pur amalgamandosi al resto, comunicando con tutto, seguendo un percorso del bello, creino distacco differenziandosi da un ambiente a un altro per colore o per tipologia di oggetto.

L'attenzione alle luci, alle prospettive, enfatizzano oggetti che incuriosiscono e che spronano a proseguire il percorso, non necessariamente rappresentati da una cosa importante o bella, può farlo anche l'oggetto curioso o stridente, che comunica con il resto ma emerge e catturare l'attenzione.

Un oggetto visto in una vetrina dà l'idea di fissità, per questo apparecchio, così da dare senso di ospitalità festosa, per creare un'atmosfera ridente; la generazione dei nuovi compratori, ad esempio, che magari è cresciuta in case di un certo tipo ma le ha rifiutate per andare contro la famiglia, o a un determinato comportamento, o un determinato costume, è comunque colpita dalla vena nostalgica intrisa in un oggetto che rimanda la loro memoria all'infanzia e i genitori che non ci sono più. È presente un nesso con gli oggetti del passato, gli oggetti intoccabili perché destinati alla festa, e quando trovano esposto quell'oggetto su una tavola apparecchiata, nasce l'impressione che quell'oggetto non solo sia bello, ma può anche essere utilizzato, che è comunque vivo e fa parte di loro.

Si utilizzano anche caramelle e cioccolatini, così che i sensi della persona che fa il percorso siano tutti coinvolti. L'utilizzo di musica, ad esempio, alleggerisce l'ambiente. Tutte le volte che non c'è stata o ci sono state interruzioni, la gente tende a parlare piano, a incupirsi, ti sembra di essere in un museo o comunque un visitatore estraneo in un posto che non ti appartiene. Ti devi sentire ospite e non visitatore, mentre la casa ti sta accogliendo in pompa magna, sta facendo festa per te e si vuole presentare al suo massimo, nel suo vestito di festa, nella sua miglior versione. Una tavola apparecchiata fa piacere a tutti, dà l'idea di un convivium e non di qualcosa che sta celebrando un passato, un qualcosa di finito, ma che è vivo. Ti deve dare l'idea di vivo.

Ciò che mi prefiggo è ricreare un'ambientazione come se fosse una guida, perché per chi già conosce vedere esposta una cosa bella è una conferma ("ciò che ho scelto è scelto



e riconosciuto anche da altri”), mentre il parvenu, che ha la disponibilità economica ma non ha esperienza, trova suggerimenti su come abbinare. Un tempo il parvenu aveva il denaro, lo investiva e si appellava a un arredatore che facesse da intermediario. Il ruolo dell’arredatore oggi è svolto dalla casa d’aste, perché il parvenu ha scoperto che esiste la possibilità di comprare senza mediatori oggetti di qualità che si trovano in negozio o che vengono suggeriti dal progettista, e saltando un passaggio sono acquistabili a un prezzo minore. Il parvenu sa l’impegno che necessario per accumulare ricchezza, e non sono più gli anni in cui si voleva sfoggiarla con il dire “mi ha fatto casa questa persona”. La casa d’aste diventa, così, fonte primaria nel ruolo di mediatore, perché è difficile che il privato vada ad acquistare direttamente in un appartamento, e offre anche un servizio ulteriore al cliente che ha poca esperienza nell’arredare, perché con le esposizioni il visitatore ha l’occasione di vedere l’oggetto del suo interesse inserito in una circostanza abitativa che potrebbe essere simile alla sua.

**Da cosa nasce l’ispirazione per arredare una casa? La si considera nel suo insieme o la concentrazione ricade sulle singole stanza?**

Ogni casa è diversa, ogni casa va studiata e interpretata. Durante la prima visita si osserva la casa nel suo complesso, se ne esplora la conformazione, perché poi verrà esaltata in esposizione, e si cerca di capire cosa si deve aggiungere (ad esempio oggetti di abbellimento come piante o frutta fresca, oltre che oggetti di altri proprietari da inserire in coda). Dopo di che si ascolta e si interpreta l’anima della casa e delle cose e, personalmente, ricostruisco in base all’anima che ho percepito. Non sempre il rifacimento basato su ciò che interpreto corrisponde alla sistemazione che i proprietari avevano dato a oggetti che spesso si sono accumulati nel tempo, sono stati ereditati dalle generazioni precedenti o sono stati ricevuti come regali. Ad esempio, dovevo riallestire una dimora antica in cui i proprietari più recenti avevano risistemato gli oggetti, già presenti in essa, secondo il loro gusto per sentire la casa come propria; la casa mi trasmetteva un’altra anima, quindi il processo è stato una rievocazione degli antichi fasti e degli antichi splendori dell’abitazione, un rievocare il fascino legato a un passato ormai lontano. Ho cercato di portare alla luce quello che era, a mio avviso, lo spirito identificativo della casa.

Si può essere coinvolti emotivamente dall'abitazione nel suo complesso o dall'oggetto singolo, ci si concentra sulla casa nel suo insieme, ma l'ispirazione, almeno per me, nasce sempre da un dettaglio che riesce ad evocare in chi lo osserva una suggestione poetica, che poi verrà riversata nel resto dell'abitazione. Pensando a Villa Piatti, ad esempio, che era una casa che parlava da sola, affrescata, di origini quattrocentesche, in quattro piani di abitazione ciò che colpì tutti alla prima visita fu un pianerottolo con una finestra sormontata da una grata a maglia fiorentina da cui entrava una luce fioca radente particolare, al di là della quale si vedeva un arancio amaro carico di arance. Da questa immagine partì l'idea pubblicitaria e lo sviluppo successivo di allestimento.

Presentare la casa che ha al suo interno oggetti di epoche diverse, con un gusto personalizzato che non ostenta troppo e che non è esagerato, che senti tua e che vorresti fosse tua, rappresenta l'equilibrio tra ciò che il cliente è e ciò a cui aspira.

Ci sono case discordanti, le cui stanze non dialogano; ad esempio strutture dall'anima rustica, in cui due stanze sono arredate con una carta da parati ricca e le altre sono spoglie e scarse. In questi casi è probabile che gli oggetti nel loro insieme, anche se si percepisce che c'è qualcosa di stridente, abbiano comunque una loro attrattiva e se fotografate nel loro insieme, in un determinato modo, con il senso del bello, dell'armonico, della serenità, con i fiori, si animano. Io stesso che ho composto il lotto ambientato ho subito il fascino del complesso e, una volta che lo scomponevo per il magazzino, perdeva di magia. Anche se so che è tutto architettato, perché lo sto costruendo io in quel momento, affascina e cattura anche me. L'ambientazione è fondamentale.

Anche perché spesso la casa è composta da oggetti acquistati perché ti affascinano e li compri, ma poi non li sviluppi in un percorso, in un'idea o in un progetto. Noi cerchiamo di dare al cliente l'immagine che quell'oggetto che lo ha catturato fin da subito possa avere una vita nella quotidianità, perché lo vede rappresentato in un determinato modo, che non è detto sarà esattamente l'interpretazione che gli darà, ma ha un suggerimento di quello che potrebbe essere, soprattutto quando tutto è legato a un discorso estetico. Il mio lavoro a volte è fare il passaggio che chi ha sedimentato queste cose nel tempo non è riuscito a fare e ho l'ambizione di presentarlo nel miglior modo possibile, di potenziarlo.

### **Quali oggetti stimolano maggiormente l'interesse dell'utente e quali hanno la mera funzione di creare atmosfera?**

Un ambiente sfavillante piace a tutti, e si crea grazie a posate preziose, lampadari importanti e in generale oggetti che suggeriscono eleganza, ricchezza e bellezza, che dà idea di importanza e amplifica l'ambiente. Ma, per suscitare il coinvolgimento emotivo e stimolare l'immaginazione del cliente, è necessario ricercare il connubio tra questi oggetti e ciò che colpisce la tua intimità, che ti piace perché ti trasmette piacevolezza e idea di casa. Servono entrambi, gusto e appartenenza, l'idea di aver trovato un oggetto che ti rappresenta e ti gratifica e che sai catturerà anche gli altri.

### **Come correla gli oggetti che ha a disposizione e la sua creatività?**

La casa che non rispecchia quello che ho percepito viene trasformata perché arrivi a rappresentare qualcos'altro. La casa snaturata dalla sua essenza viene trasformata perché riacquisti una certa armonia e una certa bellezza, ovvero quella che intendo e interpreto io. Nel lavoro dò comunque una mia impronta, principalmente perché mi piacciono gli oggetti e il lavoro.

### **Quali accorgimenti ha adottato nel 2020, anno in cui non era possibile partecipare dal vivo alle esposizioni?**

Abbiamo iniziato a fare fotografie più curate a seguito del Coronavirus, ed è stato un accorgimento necessario poiché volevamo ricreare comunque la fascinazione subita dal cliente originata dall'entrare in un'abitazione durante un periodo in cui non era possibile fare esposizioni. Abbiamo riproposto questa idea dello scoprire, e quindi non mostrare un oggetto in maniera diretta, ma di avere comunque la sensazione di entrare in un ambiente, di poter indagare e curiosare. È questo ciò che piace al cliente, il poter entrare all'interno del vissuto di una famiglia, di una determinata persona, e indagare frugare nel privato e nell'intimità, poter aprire un armadio, vedere cosa c'è dentro anche se è tutto architettato a livello commerciale. Nelle foto è presente quell'elemento di memento mori, in cui è tutto e il contrario di tutto: una cosa viva ma nostalgica.

Per me, infatti, non vanno fatte fotografie di oggetti presentati su uno sfondo bianco. La linea di azione che abbiamo adottato, quindi, è che qualsiasi oggetto protagonista della fotografia, non venga ritratto senza contesto ma immerso in un insieme che introduce

ai lotti successivi, così da suggestionare, attraverso la creazione di un contesto immaginato, il cliente che è alla ricerca di qualcosa. Si crea un'atmosfera poetica e la ricerca di un orologio da mensola si trasforma in una scoperta della casa, scoperta che avviene a distanza. Sullo sfondo delle foto si vedono i particolari di altri oggetti, inseriti ad arte, e si è incoraggiati ad approfondire il catalogo. Un centrotavola in argento diventa protagonista di una natura morta, il famoso "tableau vivant". La foto dell'ambiente complessivo e riallestito è fatta per rappresentare il complesso dei lotti e per creare nel cliente un'immagine di chi fosse il proprietario, di come vivesse, del suo gusto e della storia personale che può aver avuto.

È stato necessario, a scopo di presentazione in catalogo, ricostruire un ambiente per dare un'idea di casa, e lo si è fatto partendo dalla foto pubblicitaria di insieme; si è preso, poi, il singolo oggetto associato a un determinato tessuto, in una determinata posizione, e quell'idea è proseguita in tutto il catalogo. Ad esempio, in una circostanza di questo tipo, ho trovato, molto nascosta, una vena orientale (tappeti persiani, un braciere in ottone, piante esotiche), così si è ricreata nella mia mente un'immagine di una casa mai esistita. Tale ricostruzione è risultata vincente ed è stato un ambiente costruito appositamente per il set fotografico, impossibile da riprodurre in esposizione, perché gli oggetti erano molti e sarebbe stato impossibile una ricostruzione logica, artistica e piacevole in un ambiente di quelle dimensioni. Avendo visto la foto di insieme, nella mente del cliente si è ricreata un'immagine complessiva, come se tutta la casa avesse quell'aspetto e quella vena.

Credo, comunque, che il lock down abbia giovato molto: le persone si sono riavvicinate alla casa, a ciò che deve essere il tuo nido, che deve rispecchiare la tua personalità, e allo stesso tempo si è tornati a vedere l'oggetto come investimento, che un domani può essere nuovamente commerciato, che oltre a piacere possa contribuire all'allure di una casa.

**Quando allestisce un ambiente, ricrea un percorso tematico? Ad esempio, il gusto di una data epoca, piuttosto che un paese d'origine oppure un colore o un particolare soggetto naturale.**

Il filo conduttore che spesso si trova è l'eclettismo, che risulta sempre ottimale sia da un punto di vista commerciale che estetico. Da una prospettiva commerciale, funziona molto per la nostra tipologia di clientela composta in prevalenza da privati e non soltanto da commercianti ed esperti, perché i privati sono attratti da oggetti che rispecchiano il loro gusto, senza dover fare il passaggio a quale collocazione lo esalterebbe di più, per cui un'asta con un'esposizione che dimostra le varie possibili combinazioni dell'eclettismo, presente in casa di tutti, è più funzionale. Questo anche perché difficilmente un privato che compra per la sua abitazione avrà una casa o una collezione monotematica o mono periodica: oggetti dei nonni, cose che lo hanno colpito e che ha comprato in vari luoghi, il gusto che cambia con gli anni. Le case di tutti sono eclettiche e mostrare che questa varietà non è considerata una miscellanea di oggetti casuali e di cattivo gusto ma, anzi, trasmette bellezza e armonia, rasserena il cliente. Il cliente si deve sentire a suo agio in quello che deve percepire come il suo ambiente naturale.

La casa eclettica rappresenta e cattura tutti, perché chi ha esperienza vede, riconosce e acquista il bell'oggetto a prescindere, e chi ha bisogno di un indirizzamento capisce che quello è comunque un bell'oggetto e lo apprezza, soprattutto se presentato in una certa maniera. L'allestimento aiuta chi non ha il coraggio di fare una scelta spontanea e di seguire quello che è il suo istinto, per mancanza di esperienza o perché proviene da un ambiente che non è quello che vive al momento in seguito a un'escalation sociale.

Premesso che noi commerciamo soprattutto oggetti di antiquariato, e per noi quegli oggetti rappresentano qualcosa che va rispettata e letta con riguardo, se c'è l'oggetto di design che contrasta con l'insieme, la rottura con la linea ci sta comunque bene. La maggior parte dei lotti che trattiamo è composta da oggetti che hanno un passato, sono stati di qualcuno, hanno una storia, quindi non si può avere la pretesa di mostrare un oggetto di antiquariato a un'utenza contemporanea presentandolo come una cosa nuova, messa lì solo per creare contrasto. Comunque quella cosa ti deve colpire, ti deve piacere e interessare, ti deve riportare al passato che sia il tuo personale o quello di qualcun altro.

Il nostro intento è far vedere a chi acquista antiquariato che c'è anche altro e che, anzi, può arricchire la sua abitazione grazie a uno stile che si distacca da quello a cui è più

abituato; e al tempo stesso chi ricerca prevalentemente uno stile più recente può rimanere affascinato da un'esposizione fatta in un ambiente di un certo tipo, ed è per questo che il luogo privato è importante, perché se fatta in sede si ha la certezza che tale esposizione sia stata creata da qualcuno.

Anche se il pubblico, pensando a una casa degli anni Cinquanta, si aspetta di trovare un certo stile, molto più improntato sul design, così facendo escluderemmo una parte consistente di pubblico, perché a Firenze sono veramente poche le persone con una casa predisposta per accogliere dei pezzi di design in modo esclusivo e assoluto. Le case sono stratificate di oggetti che hai collezionato secondo la tua inclinazione, ereditati dalla famiglia e che devi integrare con quello che è il tuo gusto, di una moda o dell'epoca in cui due famiglie si sono unite, e quindi dovevi necessariamente possedere i simboli associati a un determinato status sociale. Difficilmente, almeno in questa città, ci sono case che rappresentano pienamente il gusto di una sola persona che ha scelto in base a una passione, un indirizzo stilistico o un suo gusto personale, e c'è sempre questa vena stilistica "borghese": la casa fiorentina doveva avere la credenza del Cinquecento, la fratina del Seicento, magari associata al quadro contemporaneo.

I nostri clienti non sono colpiti soltanto da oggetti della tradizione; abbiamo fatto un'asta in cui di fiorentino c'era ben poco ed è comunque andata molto bene. Apprezzano le cose che danno un senso di casa, di calore, di vissuto e di vivibile nella propria abitazione, quasi di romantico; il target che abbiamo è interessato maggiormente a oggetti di gusto e facilmente inseribili in un'abitazione, piuttosto che pezzi da museo importantissimi. Tale mercato non si esaurisce e spesso i clienti che acquistano nelle nostre aste sono anche venditori e viceversa.

È innegabile che il passato artistico della città di Firenze riecheggi anche all'estero, ed è per questo che tali vendite hanno successo non solo sulla clientela fiorentina: avere un oggetto proveniente da una casa appartenuta a un gentiluomo fiorentino ha sempre il suo fascino, una ricreazione di un mito, un rimando alla tradizione familiare ereditata di generazione in generazione.

### **Appendice 3: Intervista alla casa d'aste Christie's**

La presente intervista è stata sottoposta a Charlotte Young, Associate Director e Specialist del Dipartimento di Londra di Private & Iconic Collections and Country House Sales.

#### **Summary of conversation between Anna Cerri and Charlotte Young 1 April 2021**

Christie's has been conducting house sales for centuries, the longest being Stowe House in 1848 which lasted 40 days! House sales have evolved considerably over the last few decades. Historically they were very much a British concept but we now have a very active department in New York and Paris too, both of which have hosted historic sales. They have tended to be organized by specialists from the Chairman's Office or furniture department, but in London circa 2000 a distinct department was formed named Country House sales and Private Collections. More recently this has evolved into Private & Iconic Collections to reflect the change in material and type of 'iconic' collection offered including the collections of Audrey Hepburn, Mrs. Thatcher, George Michael etc.

#### **What definition would you give of a House Sale?**

Traditionally a house sale was the multi-category collection of a private individual or family which encompassed all aspects of the interior decoration of their home or homes. It could contain long forgotten treasures from the attic or well-known items of great importance ranging from exquisite works of art to the very mundane. This definition still holds true but the content is now less prescriptive and broader in scope to accommodate the widening spectrum of the private collection and client's collecting categories. Due to Christie's international reach and client base it is also worth mentioning that collections can be shipped from countries like Italy for sale in London.

#### **Does the Auction House have a Department specialized in House Sales or does it carry out such auctions through the collaboration of several departments?**

Yes we have a specialist department but we also work closely with the specialists in specific fine art departments and the Estates, Appraisals & Valuations department. One (medical) analogy we like to use is that the house sales specialists are like the General Practitioners who have good broad knowledge and who utilize the expertise of more

specialized consultants as and when needed to catalogue and sell the lots specific to their area.

**Which are the House Sales that you consider iconic and most representative?**

It is very difficult to pick just one given the very unique nature of each collection we handle but I would argue that these are some of the most iconic in recent times:

- Yves Saint Laurent, Paris , 23- 25 February 2009

<https://www.christies.com/en/auction/collection-yves-saint-laurent-et-pierre-berg22294/?intsaleid=22294&lid=1>

- The Collection of Peggy and David Rockefeller, New York, 8 -11 May 2018

[https://www.christies.com/auctions/rockefeller#features\\_Nav](https://www.christies.com/auctions/rockefeller#features_Nav)

- The Collection of Jayne Wrightsman, New York, 14 October 2020

[https://www.christies.com/en/auction/the-private-collection-of-jayne-wrightsmen28765/?filters=&intsaleid=28765&lid=1&page=2&searchphrase=&sortby=lot\\_number](https://www.christies.com/en/auction/the-private-collection-of-jayne-wrightsmen28765/?filters=&intsaleid=28765&lid=1&page=2&searchphrase=&sortby=lot_number)

- Audrey Hepburn: The Personal Collection, London, 27 September 2017

<https://www.christies.com/en/auction/audrey-hepburn-the-personal-collection27167/?intsaleid=27167&lid=1>

- The Cowdray Sale: Works of Art from Cowdray Park and Dunecht, at Cowdray Park, West Sussex, 13 September 2011

<https://www.christies.com/en/auction/the-cowdray-sale-works-of-art-from-cowdray-park-and-dunechthouse-at-cowdray-park-west-sussex-23307/?intsaleid=23307&lid=1>

- Spencer House/Althorp Attic Sale, London, 7- 8 July 2010

<https://www.christies.com/en/auction/the-spencer-house-sale-22976/?intsaleid=22976&lid=1>

<https://www.christies.com/en/auction/the-althorp-attic-sale-including-the-spencer-carriages22870/?intsaleid=22870&lid=1>



- A Sicilian Villa: Property from an aristocratic family, London, 10 December 2015

<https://www.christies.com/en/auction/a-sicilian-villa-property-from-an-aristocratic-family25636/?intsaleid=25636&lid=1>

**According to what criteria do you set the lots in the various sessions?**

There is no set criteria, it really is done on a case by case basis as the make-up of each collection is so unique. For recent sale of Mrs. Henry Ford II (30 March 2021 and 15 April 2021) it made sense to split the collection into three sales, Impressionist & Modern works in the New York Evening Sale, the Palm Beach property in New York and her London apartment and country residence to be sold in London. This is both a logistical decision and one based on where the market for the property is. Other factors could be value of the works in the collection.

**In your opinion, what are the factors that most affect the success of a House Sale auction and how can they be best exploited?**

- Strength of narrative/person behind the collection and their global reach
- Freshness to market: has it been sold at auction before
- Content what is the flavor of the collection, some categories are more commercial than others and condition the items are in
- Pricing: are the vendors happy to be advised where we see the market for their works is now or are they wanting the work to return what they paid for it.
- Marketing & press: catalogue, website design, exhibition display, media and social media

**How does the House Sales catalog differ from that of other auctions?**

- House sale/private collections tend to be more personal. They are used by the vendor to document the collection and provide a momento of their creation. They should reflect the taste of the collector.
- Tends to have an introduction to the collector and collection
- In situ photos to illustrate how the items all sat together

- By its nature it is multi-category and a wide price point with estimates from £500 - £100,000+
- Tend nowadays to be arranged in room order, but previously very much laid out by room and then category within that room, i. e. all the paintings for the dining room listed first.

**Does the display of House Sales auctions take place in your premises or in private homes? How is the choice made?**

Nowadays almost all our pre-sale exhibitions are held at our premises in King Street, St James's because logistically viewing off-site is challenging and because the timings of the sale are not always in line with a client selling property etc. However there are also other factors that have meant clients do not want an onsite view i. e. privacy, security, space for clients to view and from an auction point of view now there are so many ways to bid remotely clients are less interested in spending all day sitting in the auction.

The last in situ view was in December 2014 for A Townhouse off Grosvenor Square: the Collection of Doctor Peter D. Sommer. The auction then took place on 4 December at King Street.

Cowdray Park in September 2011 was the last on site sale we held, where the entire view and auction was held on site. Of course we now have online only sales too where there is no pre-sale exhibition but we have started to use virtual Viewing Rooms for selected lots. However as a result of Covid-19 restrictions we have had to use technology more and more so we have also set up pre-sale exhibitions and then used a Matterport Scan to allow clients to view the galleries virtually from around the world.

**What criteria dictate the guidelines for set-ups?**

- The space we have allocated at King Street
- Other sales on view in the galleries at the same time
- Sometimes we try to coincide with specific events in the wider art world i.e Asia Week if it complements the content of our collection
- We try to highlight the valuable lots so that their importance is visible

- Use the in-situ photos as a guide for replicating the way the collection was displayed in the clients

house

- We can alter the colors of the gallery walls, build temporary additional walls, use different flooring and lighting

**According to your observations, does an exhibition that tries to remain faithful to the original collection affect the involvement, and consequently the offers, of visitors and buyers?**

Yes definitely the more we can convey a sense of the collector's personality and the context which the lots were collected in, and lived with, the more engagement we find we get. But the global reach of the collector and the appeal of their items in the first place is also key.

**How much and how did COVID-19 affect the auction industry? Have the House Sales been particularly affected?**

Like all areas of the economy the auction industry was impacted by COVID-19. Both Christie's and Sotheby's were similarly affected reporting a 25% loss in revenue for 2020 mainly due to the lack of live auctions. However we already had the infrastructure for online only sales so we were able to switch pretty effortlessly to our online selling platform and have been delighted with the success of online sales.

House sales are often driven by the property market and people have still been moving house during the pandemic so I do not think we have been particularly effected. In fact we have a very vibrant pipeline of sales for 2021. Initially visits to clients homes were not possible but we have sold and secured high profile sales – for example the Collection of Jasper Conran which is due to be sold in London in September 2021 - during this period by adapting to the new ways of working. Furthermore when clients have a large-volume collection from a house they are selling they are usually under more pressure to sell than a collector who is considering selling one or two important paintings, and may choose in the current climate to hold on to them for a little while longer.

The pandemic has often meant that art fairs are cancelled and dealers are shut so often auction or Private Sales is the only option available to collectors. The transfer from live to online bidding has been a surprisingly smooth transition, helped by virtual viewings, video link viewings with specialists and trusted condition reports and specialists, resulting in far more client being willing to buy items unseen than we anticipated.

The Apter Fredericks sale for example on 19 January was held with a live auctioneer but no clients in the room and achieved fantastic results, selling 99% by value and 98% by lot. It seems clients are more than willing to buy online and over the phone without coming to view in person.

## **Appendice 4: Intervista alla casa d'aste Il Ponte**

La presente intervista è stata sottoposta alla Dottoressa Rossella Novarini, direttrice generale della casa d'aste Il Ponte.

### **Quale definizione darebbe di una House Sale?**

Il termine House Sale identifica la vendita, in un'unica asta, dei beni contenuti all'interno di un'unica proprietà immobiliare o riferiti ad un'unica specifica proprietà.

L'incanto si caratterizza per l'eterogeneità dei lotti proposti: ai quadri si affiancano gli arredi, agli oggetti d'arte i libri, alle collezioni peculiari i guardaroba vintage.

### **La Casa d'Aste ha un Dipartimento specializzato nelle House Sales oppure realizza tali aste attraverso la collaborazione di più dipartimenti?**

Il dipartimento che solitamente gestisce le House Sale è quello di Arredi, data l'eterogeneità dei beni che da sempre lo caratterizza e l'ingente presenza di mobili e oggetti nelle suddette proprietà.

Dopo un primo sopralluogo, sulla base dei beni presenti possono essere certamente coinvolti anche altri esperti.

A livello organizzativo le valutazioni dei beni sono effettuate dagli specialist di competenza, ma la gestione dei rapporti con il cliente resta in carico al dipartimento diciamo "capofila" che di solito è appunto quello di Arredi antichi.

### **Quali sono le House Sales che considerate iconiche e maggiormente rappresentative?**

In 47 anni di storia le House Sale sono state innumerevoli. Tra le più memorabili ritroviamo: negli anni '80 e '90 l'asta delle proprietà di Villa I Pioppi a Sassuolo e Villa Minetta a Novi Ligure; nel 1999 l'asta dell'eredità di Renzo Mongiardino che anche tramite le suggestive ambientazioni ri-create dagli architetti Roberto Peregalli e Laura Rimini in sede ebbe eco a livello internazionale.

Nel secondo millennio l'Eredità Necchi Campiglio e "Mirabili passioni" di Giorgio Soavi, che presentava in catalogo gli arredi e le collezioni personali delle case di Milano e di Montemarcello. Nel 2015, infine, si svolse la vendita dell'eredità di Mike Bongiorno,

organizzata dalla famiglia e dalla Fondazione a scopo sociale e benefico con gli arredi della sua abitazione milanese.

### **Secondo quale criterio suddividete i lotti nelle varie sessioni?**

L'ordine della vendita segue logiche di mercato specifiche, che si differenziano a seconda del pubblico di riferimento.

Comune denominatore nelle House Sale è la distribuzione dei beni in catalogo a seconda della tipologia, dello stile (es. arredi, dipinti, oggetti d'arte) e della valutazione. I top lot sono inseriti solitamente nelle tornate principali (pomeridiane) e si concentrano verso la metà o fine della vendita (a seconda della corposità del conferimento).

### **Secondo la vostra opinione, quali sono i fattori che incidono maggiormente nel successo di un'asta House Sale e come possono essere sfruttati al meglio?**

Il poter ricondurre un bene ad una identità, ad una figura definita di proprietario, ad una provenienza certa conferisce al bene stesso un valore aggiunto. E' una sorta di pedigree, di certificato e questo è senz'altro l'aspetto attrattivo delle House Sale. Hanno una connotazione di vissuto molto più rilevabile rispetto ad un anonimo venditore. Inoltre, c'è un criterio collezionistico, un elemento emozionale nell'abitazione vissuta e le cui porte sono state spalancate al pubblico, che conferisce un fascino del tutto particolare ad ogni oggetto. Fino a 20 anni fa l'attrattiva del nome era una peculiarità che bastava a fare la differenza: possedere un oggetto appartenuto a quel tale personaggio significava a renderlo "unico" e scatenava gara. Oggi questo elemento non è sufficiente. Dietro una House Sale ci devono essere comunque qualità, particolarità, gusto dei lotti presentati.

### **In cosa si differenzia il catalogo delle House Sales da quello delle altre aste?**

Nei cataloghi delle House Sale, in virtù del fatto che l'affidamento riguarda l'intera proprietà, si ha la possibilità in fase di inventario di scattare fotografie degli ambienti e dei lotti nella loro originaria collocazione. Sono scatti molto ricercati anche dai media e diventano spesso il cuore della comunicazione e promozione. Laddove, inoltre, fosse possibile confrontarsi con gli eredi o i proprietari, risulta molto affascinante corredare il testo con approfondimenti o interviste dedicate dove gli oggetti sono raccontati in prima persona da chi li ha vissuti e amati.

**L'esposizione delle aste House Sales avviene nelle vostre sedi o nelle abitazioni private? Come avviene la scelta?**

Avendo a disposizione una location molto ampia, di particolare pregio storico-artistico e sita in una posizione strategica quale il quartiere di Brera a Milano, tutte le esposizioni sono allestite all'interno delle sale di Palazzo Crivelli. L'esperienza degli esperti di settore e il validissimo supporto degli addetti al magazzino, consentono di ambientare in loco i beni e restituire ai visitatori il loro fascino originale. Tuttavia, nel corso della nostra storia abbiamo fatto molte House Sale sul posto. E' particolarmente impegnativo sotto tutti i punti di vista ed oggi, con le tecnologie a disposizione (per es. Virtual tour), riteniamo non abbia più senso né ragione di essere.

**Quali criteri dettano le linee guida per gli allestimenti?**

I beni, come anticipato, sono riuniti in stanze attigue e comunicanti e seguono logiche espositive precise. Gli allestimenti tengono conto anche della sistemazione originaria ove fosse possibile riprodurla.

**Secondo le vostre osservazioni un allestimento che cerca di mantenersi fedele alla collezione di provenienza incide nel coinvolgimento, e di conseguenza nelle offerte, dei visitatori e dei compratori?**

Il coinvolgimento emotivo e l'empatia che si creano con il visitatore sono elementi fondamentali, affinché si accenda nel cliente il desiderio di possederli.

In base alle peculiarità dei beni, la contestualizzazione dei singoli lotti in sede espositiva si rivela un valido espediente per suggerire al cliente la possibile collocazione del bene dopo il suo acquisto. Talvolta si rivela molto utile affiancare al bene dei supporti informativi, come avviene nei musei, e quindi corredarlo con testi di approfondimento ed eventuali scatti fotografici degli ambienti d'origine.

**Quanto e come ha inciso il COVID-19 nel settore delle aste? Le House Sales ne hanno risentito in modo particolare?**

Il Covid-19, o meglio, le misure di contenimento attuate per evitare il diffondersi del virus hanno portato a cambiamenti rapidi e netti nell'operatività quotidiana. La chiusura al pubblico e la conseguente impossibilità per i clienti di visitare le esposizioni di persona

e presenziare in sala, sono state compensate da una serie di iniziative digital a supporto. Durante tutto l'anno abbiamo quindi dedicato moltissima attenzione ai processi di digitalizzazione del business al fine di raggiungere capillarmente il pubblico di riferimento ed estendere la promozione dei beni in catalogo su scala mondiale, puntando su un servizio che colmasse le distanze e portasse il cliente letteralmente "dentro" la casa d'aste. I Tour Virtuali delle esposizioni, video di approfondimento delle aste e l'inserimento nel team Comunicazione di una figura specificatamente dedicata al web marketing sono stati grandi innovazioni promozionali. La partecipazione alle aste online ha raggiunto punte altissime di utenti connessi, e anche sui social l'interazione con i clienti è stata ottimale.

Per quanto riguarda le House Sale a nostro parere possono trarre solo vantaggi da questo approccio tecnologico perché si ha la possibilità di portare addirittura il pubblico direttamente nella "house" grazie a riprese e tour o dell'immobile o dell'allestimento dedicato.

Il prossimo aprile saranno battute tre importanti proprietà: Villa Orlando a Bellagio, una selezione di beni provenienti dalle collezioni di Philippe Daverio e dalle residenze di Cesare e Gina Romiti tutti conferimenti che potranno essere ammirati nella loro attenta ricostruzione all'interno delle nostre sale espositive.



## **Appendice 5: Intervista alla casa d'aste Wannenes**

La presente intervista è stata sottoposta a Luca Melegati, direttore dell'Ufficio Wannenes di Milano e responsabile del Dipartimento Ceramiche e Vetri.

### **Quale definizione darebbe di una House Sale?**

In realtà la domanda andrebbe divisa in due parti, perché le House Sales hanno una tradizione che risale all'inizio delle case d'asta, già nel periodo olandese all'inizio del Seicento e, soprattutto, a quello inglese della metà del Diciottesimo secolo. In realtà, quindi, l'House Sale è come se fosse la madre di tutte le vendite all'asta. Era tipico del Settecento prendere una casa, che generalmente a quei tempi era una residenza nobiliare, e vendere tutto quello che c'era dentro. Si vendeva dal Tiziano fino agli utensili da cucina. Questo è il senso intrinseco e storico delle House Sales.

Il momento di gloria di queste vendite è stato dopo le guerre napoleoniche e dopo la Rivoluzione, con la vendita di intere collezioni di emigrati, di membri delle case regnanti, oppure di inglesi che non riuscivano a sostenere le spese di mantenimento delle grandi dimore, e quindi dovevano vendere tutti i contenuti della casa.

In questo periodo quindi, poco prima del periodo Vittoriano, nasce la versione moderna dell'House Sale: mentre inizialmente è la vendita, come dice la parola, del contenuto di un'intera residenza, con il tempo il termine "house sale" comincia a significare la vendita di un'intera collezione. Tale collezione, però, può essere anche monotematica. Quindi, mentre nell'House Sale si vende tutto, come abbiamo detto dai dipinti, agli arredi, alle porcellane, una vendita di una grande collezione, ad esempio di porcellane, diventa considerabile come House Sale.

Nella comunicazione, poi, si usano termini diversi: ad esempio in Wannenes usa il termine "Uniche Proprietà", che è una traduzione italiana abbastanza aderente al significato originale del termine inglese.

Possiamo quindi riassumere il concetto dicendo che una House Sale è la vendita di un'unica proprietà spesso coincidente con tutto il contenuto di una residenza. La discriminante è che la committenza sia mono proprietaria.

Questo è importante perché parlando di vendite di intere residenze si vendono anche cose che normalmente una casa d'aste non vende. Ad esempio: organizzando la vendita di una grande residenza ci è capitato di vendere anche le lenzuola presenti nella casa.

Questo tipo di vendite permette di creare un rapporto stretto con il venditore: per il periodo della vendita quasi si vive in casa di queste persone, si conoscono i membri della famiglia, spesso per ragioni di praticità capita di mangiare insieme e discorrere, sentire le loro storie. Alla fine, quindi, c'è una grandissima componente personale.

Può capitare che le vendite abbiano delle "code": se si hanno dei lotti che possono interessare lo stesso segmento di utenti attirati dalla vendita principale, ovvero quella degli oggetti contenuti nell'abitazione, è molto probabile che le case d'asta aggiungano in coda tali lotti. Deve essere, però, molto ben esplicitato e sottolineato che tali lotti non appartengono alla collezione principale, cioè alla proprietà unica. Questo perché la provenienza è una componente molto importante dell'interesse del collezionista, di conseguenza una provenienza ricercata e unica può avvantaggiare la vendita e una casa d'asta deve necessariamente specificarla per garantire al consumatore un'informazione veritiera.

### **La Casa d'Aste ha un Dipartimento specializzato nelle House Sales oppure realizza tali aste attraverso la collaborazione di più dipartimenti?**

Generalmente non esiste un dipartimento specializzato all'interno delle case d'asta, perché c'è un referente che gestisce questo tipo di trattative. Nel nostro caso specifico il dipartimento delle House Sales fa capo al nostro Amministratore Delegato e gestisce tutte le House Sales. Questa in realtà è semplicemente una formalizzazione di un tratto anglosassone: dalle grandi Case inglesi osserviamo che di solito il direttore oppure l'AD si occupa di fare la trattativa con i proprietari per quanto riguarda i costi, le provvigioni, la pubblicità, i trasferimenti, gli allestimenti. Non dimentichiamoci che una House Sales può essere fatta in loco o trasferendo i beni nelle sedi delle case d'asta, quindi ci sono dei problemi logistici da affrontare. Ovviamente la presenza sul luogo è più *charming* dal punto di vista degli acquirenti, ma una House Sale di questo tipo è molto complessa da organizzare: si deve trasferire tutta la struttura della casa d'aste per una settimana o 15 giorni e tutto il personale, con le varie spese che questo processo comporta.

L'ultima asta che Wannanes ha fatto in luogo è stata una vendita di qualche anno fa e in quale caso abbiamo avuto un problema di ordine pubblico: quella casa era stata la casa del luogo da circa 150 anni quindi ci fu un afflusso di curiosi talmente elevato che dovette intervenire la forza pubblica.

Una volta che le decisioni organizzative e di costo sono prese, intervengono singolarmente i vari dipartimenti che all'interno hanno un referente designato.

### **Quali sono le House Sales che considerate iconiche e maggiormente rappresentative?**

Per quanto riguarda Wannanes di oggi la gran parte delle Uniche Proprietà vengono vendute nelle nostre sale d'asta, le quali sono strutturate per ricevere persone e oggetti. Queste sono regolarmente un successo, le cosiddette "aste in guanti bianchi" in cui si vende il 100% di quello che si mette all'asta.

Nel passato ci sono state delle aste assolutamente iconiche guardando alla realtà inglese: per tornare indietro negli anni porto l'esempio dell'asta a Baden Baden dei duchi di Baden, a cui io ho partecipato. Fu un evento eccezionale, con un catalogo composto da sei volumi.

### **Secondo quale criterio suddividete i lotti nelle varie sessioni?**

Se c'è più di un catalogo dedichiamo un catalogo pienamente illustrato ai lotti più importanti mentre gli ultimi cataloghi sono molto più brevi nelle descrizioni o nelle foto.

Per quanto riguarda la divisione: se si fa l'esposizione in casa, di solito, si preferisce la suddivisione per ambienti cosicché il cliente che visita la casa con il catalogo in mano, stanza per stanza, riesce a individuare facilmente gli oggetti. Se invece gli oggetti vengono trasportati nelle sale della casa d'asta, personalmente preferisco la suddivisione per tipologia, e quindi arredi, dipinti di arte antica, arte moderna, porcellane, argenti. La preferenza nell'allestimento è influenzata da moltissime variabili. Per esempio, normalmente io comincerei con gli arredi antichi, poi i dipinti antichi, quelli dell'Ottocento e infine con gli oggetti d'arte; ma in una casa può succedere che una collezione di argenti sia ben strutturata e ricercata, con dei pezzi unici, e che gli arredi risultino più modesti. In questo caso, naturalmente, punterò più sugli argenti come

punto focale del catalogo decidendo il giusto posizionamento di questi all'interno delle sessioni.

**Secondo la vostra opinione, quali sono i fattori che incidono maggiormente nel successo di un'asta House Sale e come possono essere sfruttati al meglio?**

Ciò che interessa al collezionista è la qualità dell'oggetto. Dopo la qualità dell'oggetto e tutte le caratteristiche che concorrono alla formazione di una stima, tra cui la rarità e lo stato di conservazione, c'è la provenienza. E le House Sales sono l'apoteosi della provenienza.

Dobbiamo porre particolare attenzione, perché in passato poteva succedere che andassi ad House Sales prestigiose, ad esempio l'asta Rothschild di Mentmore Towers, e vi trovassi sia oggetti di fattura originale sia delle copie. Quelle copie sono state vendute molto bene in quell'occasione, e riapparso poi sul mercato una volta perso il ricordo della provenienza da Mentmore, sono state valutate molto meno. Una provenienza prestigiosa conta. Per quel che riguarda le House Sales l'importanza della provenienza è portata all'estremo. È ovvio, dunque, che il lavoro che la casa deve fare non soltanto è quello di una corretta catalogazione, ma in questo caso è particolarmente importante la comunicazione. Comunicazione che viene concordata con la proprietà, perché viene scavato nel privato e nella storia della famiglia. Quando noi facciamo le House Sales, e ne abbiamo fatte molte, spesso abbiamo chiesto alla famiglia di poter rendere pubblico il nome della famiglia e di poter spiegare la genesi delle opere. Per un collezionista, e per la storia dell'arte in generale, questo è un elemento di grande interesse.

**In cosa si differenzia il catalogo delle House Sales da quello delle altre aste?**

Nelle House Sales i lotti sono preceduti da una presentazione e, talvolta, da foto del collezionista o della famiglia

**L'esposizione delle aste House Sales avviene nelle vostre sedi o nelle abitazioni private? Come avviene la scelta?**

Dipende. Il primo discrimine è il valore della collezione: devo valutare se ho una grande residenza che mi dà la possibilità di vendere tutto, in cui la collezione è di qualità e il risultato stimato dell'asta giustifica i costi organizzativi legati al trasferimento di

personale e mezzi, sia per quanto riguarda l'esposizione che per quanto concerne le consegne e la parte logistica. Sicuramente vendere degli oggetti storici in quella che è la loro collocazione di origine aumenta le possibilità di vendite e di rialzi.

Successivamente c'è il parere e la posizione della famiglia, del proprietario, o l'esistenza di eventuali vincoli successori.

A noi è capitato sovente di realizzare delle vendite importanti, ottenendo degli ottimi ritorni, nelle nostre sedi. Per ottimizzare costi e risultati, nonché il raggiungimento del luogo da parte dei clienti, è sicuramente più semplice l'organizzazione di queste nelle nostre sale di Milano o di Genova.

### **Quali criteri dettano le linee guida per gli allestimenti?**

Se si fa in casa, abitualmente, si cerca di mantenere l'impianto della casa. C'è, però, un problema doppio di sicurezza: uno per le persone, perché possono accidentalmente danneggiare gli oggetti, e il secondo problema è di controllo, perché con un afflusso costante di persone servono sia il personale di supervisione sia degli accorgimenti. I lotti composti da molti oggetti, ad esempio, vengono chiusi in vetrine apposite o nei mobili della casa. Si cerca, quindi, pur mantenendo l'originale disposizione della casa, di ottimizzare il transito delle persone. A Baden, per citare un esempio pratico, era stato creato un padiglione apposito esterno al castello con delle vetrine e per vedere questi oggetti c'erano dei banconi con le hostess che mostravano gli oggetti come si fa tipicamente con le vendite degli oggetti preziosi.

Se l'allestimento è organizzato nella sede, posso decidere se ricreare le stanze come erano nella residenza del venditore, soluzione amata molto dagli americani, oppure seguire i criteri di esposizione tradizionalmente messi in atto per le aste.

L'idea di ricreare anche l'ambiente dell'opera, che è un'idea molto giusta e molto commerciale, oltre che propedeutica a un buon risultato di vendita, in un mondo ideale è una cosa che si cerca di fare, anche se ultimamente si è un po' persa se non nel caso di vendite importanti.

**Secondo le vostre osservazioni un allestimento che cerca di mantenersi fedele alla collezione di provenienza incide nel coinvolgimento, e di conseguenza nelle offerte, dei visitatori e dei compratori?**

Secondo il mio parere, un oggetto di valore si vende bene a prescindere dalla sua esposizione.

Le case d'asta, comunque, hanno puntato molto sulla valorizzazione degli oggetti: dalla corretta catalogazione all'adeguata descrizione, fino ad arrivare alla presentazione al momento dell'esposizione. Avere un'esposizione elegante, dove gli oggetti sono evidenziati, ben distanziati e soprattutto in cui viene data al cliente, grazie alle hostess e ai piani dedicati, la possibilità di esaminare con agio e con serenità l'oggetto, incide nei risultati. L'ambientazione, a mio avviso, fa parte dell'allure a cui la casa d'aste non può e non deve rinunciare.

Porto l'esperienza di Wannenes, la quale continua a organizzare dei cocktail di presentazione delle opere per i clienti storici e ciò viene apprezzato. Un'esposizione curata e dedicata al cliente è quasi d'obbligo.

L'introduzione di Internet ha portato dei cambiamenti nel mondo del mercato dell'arte: adesso viene a mancare quella conoscenza personale e profonda con i clienti. Adesso i clienti sono cambiati, spesso con una formazione diversa rispetto a quella cui siamo abituati, più europea, e quindi i risultati in casa d'aste sono veramente molto difficili da prevedere.

**Quanto e come ha inciso il COVID-19 nel settore delle aste? Le House Sales ne hanno risentito in modo particolare?**

Non farei una vera e propria distinzione tra House Sales e altre aste. Da un punto di vista di organizzazione le case d'asta hanno dovuto affrontare dei problemi di elevata entità, come la valutazione degli oggetti visto l'impossibilità dei clienti di spostarsi. Sono aumentate anche le richieste di condition report (la descrizione della situazione dell'opera), però il cliente generalmente si fida della scheda fatta inizialmente, quindi l'impossibilità di esposizione non ha inciso significativamente. Anche perché, quando era possibile, abbiamo comunque fatto esposizioni contingentate.

Da un punto di vista economico, invece, il mercato ha reagito bene. Nei momenti di crisi si delineano due tendenze: abbiamo da una parte chi deve smobilitare e realizzare entrate, dall'altra chi ha molta liquidità e potere di acquistare in un momento che, secondo lui, è favorevole all'acquisto. Non è sempre vero che si realizzi un acquisto interessante da un punto di vista finanziario, però spesso lo è dal punto di vista della qualità dell'opera acquisita: è comunque un momento in cui opere di qualità, belle e interessanti, appaiono sul mercato. Da questo punto di vista è un acquisto ben riuscito e che, secondo me, paga sul medio periodo.

## **Appendice 6: Intervista alla casa d'aste Farsettiarte**

La presente intervista è stata sottoposta a Stefano Farsetti, responsabile del Dipartimento Arredi e Dipinti Antichi.

### **Quale definizione darebbe di una House Sale?**

Sono aste nelle quali si individua una collezione e i vari beni che vi sono contenuti, vengono venduti nel luogo che custodiva la collezione. Storicamente erano le aste che rendevano meglio purché le raccolte provenissero dalla dimora e fossero originali, sia da un punto di vista storico che da un punto di vista di presenza sul mercato. La provenienza dei beni, e il fatto che sono ignoti al mercato è fondamentale, ed è la ragione per cui vale la pena organizzare una House Sale, visto il notevole spiegamento di forze richiesto.

L'ultima che ho fatto è stato nel 2003, al castello di Montecatini, vicino a Firenze. I proprietari hanno messo in vendita gli arredi del castello e abbiamo potuto fare sia l'esposizione che l'asta in loco. All'interno del castello abbiamo trovato oggetti appartenuti al castello nelle varie epoche, perché le famiglie nobili negli anni hanno raccolto arredi diversi, sostituendoli o riadattandoli nel corso dei secoli. Sono state ricostruite le fonti, la storia dell'abitazione, la storia delle famiglie che hanno posseduto il castello, i vari interventi fatti dal Medioevo fino all'Ottocento e infine le provenienze e la storia dei lotti offerti. In quel caso siamo stati fortunati perché abbiamo trovato all'interno del castello stesso l'intero archivio riguardante la dimora, dalla fine del Quattrocento all'inizio dell'Ottocento.

### **La Casa d'Aste ha un Dipartimento specializzato nelle House Sales oppure realizza tali aste attraverso la collaborazione di più dipartimenti?**

Non sono a conoscenza dell'esistenza di dipartimenti specializzati solo in questo tipo di vendita. Le case d'asta di oggi, escludendo quelle di dimensioni e fama internazionale, hanno dipartimenti specializzati nei principali settori del mercato: Arte Moderna, Arte Contemporanea, Arte e Arredi Antichi e Gioielli. Quando necessario si avvalgono di esperti esterni e collaboratori di fiducia che aiutano a mantenere flessibilità. Ovviamente, un professionista del settore sa riconoscere anche oggetti collaterali a



quelli del suo distintivo interesse e sa avere una visione generale di una collezione, sebbene nella valutazione professionale dell'oggetto debba rivolgersi allo studioso specifico.

**Quali sono le House Sales che considerate iconiche e maggiormente rappresentative?**

Per quanto riguarda Farsettiarte un'asta storica è quella della Vallina, che ha avuto luogo negli anni '70, poi il Poggiale nel 2000, la collezione della contessa Giuliana Donà dalle Rose, poi Montecatino.

Da un punto di vista internazionale, invece, l'asta di Baden Baden organizzata da Sotheby's ha segnato un punto di riferimento e se parliamo di House Sales non possiamo non citarla. Venne creato un vero e proprio evento della vendita di una delle casate più note al mondo. L'asta durò all'incirca una settimana e mezzo nel castello e, naturalmente coinvolse anche i servizi locali: alberghi, ristoranti, personale assunto in occasione dell'asta. Riporto la mia personale esperienza di quell'asta dicendo che l'unico posto disponibile come punto di appoggio era a 50-60 km da Baden.

**Secondo quale criterio suddividete i lotti nelle varie sessioni?**

Dipende da diversi fattori: dal numero dei lotti, dalla struttura che si vuol dare, dalla tipologia degli oggetti e dal valore, per decidere poi di concentrare gli oggetti più importanti nell'ultima sessione, mantenendo alta l'attesa e l'attenzione durante la vendita. È importante la costruzione delle varie tornate, affinché si mantenga un ritmo che permetta al banditore, figura centrale, di concentrare su di sé l'attenzione dei partecipanti.

**Secondo la vostra opinione, quali sono i fattori che incidono maggiormente nel successo di un'asta House Sale e come possono essere sfruttati al meglio?**

La forza di una House Sale sono i suoi stessi oggetti e l'esposizione mediatica che garantiscono. Tipicamente vengono presentati sul mercato beni inediti, perché rimasti in possesso della famiglia per anni, quindi si definiscono come novità. La caratteristica fondamentale è, dunque, l'importanza. Questo vuol dire l'attribuzione, la certezza della provenienza e della storia. La ricostruzione storica e l'attribuzione alla giusta epoca

incidono anche nelle richieste di permessi di esportazione, fondamentali quando si opera in un contesto globalizzato e internazionale.

**In cosa si differenzia il catalogo delle House Sales da quello delle altre aste?**

Il catalogo delle House Sales ovviamente è un catalogo di impatto, viene costruito per evidenziare la coerenza degli oggetti con la loro provenienza. Spesso, infatti, la prima di copertina è presente una fotografia del luogo e non un'opera d'arte. Poi, normalmente, viene inclusa un'introduzione storica che riassume tutta una serie di informazioni motivate e confermate dalla famiglia o dal proprietario stesso. Fattori che nel loro insieme contribuiscono al buon esito della vendita.

**L'esposizione delle aste House Sales avviene nelle vostre sedi o nelle abitazioni private? Come avviene la scelta?**

È una scelta che trova motivazioni pratiche: ove i ricavi della vendita siano sufficienti a coprire i costi di una complessa gestione esterna, si procede con la vendita in loco, altrimenti si può procedere con un'esposizione in sede oppure con una suddivisione dei lotti in aste diverse. La tendenza è di documentare fotograficamente le stanze originali e organizzare l'asta nella sede.

**Quali criteri dettano le linee guida per gli allestimenti?**

Se l'interno è originale, cioè si è mantenuto immutato nel tempo, si cerca di mantenere le stanze come si presentano. Per farlo è necessario studiare i segni che il tempo ha lasciato su mobili, pareti e pavimenti.

Si tenta, quindi, di mantenere la fedeltà all'arredamento originale pur integrandolo con modifiche minimali per rendere il luogo più ospitale e rispondere alle norme richieste dalla presenza di un pubblico. Può essere fatto inserendo piante e fiori, oppure costruendo un percorso obbligato per rendere consequenziale la visione dei lotti.

**Secondo le vostre osservazioni un allestimento che cerca di mantenersi fedele alla collezione di provenienza incide nel coinvolgimento, e di conseguenza nelle offerte, dei visitatori e dei compratori?**

Certamente, un luogo e un allestimento ignoti ai compratori riscuoteranno sicuramente più successo rendendo più facilmente vendibile un'opera che invece, magari è stata oggetto di più cambiamenti nella proprietà, anche se ha una provenienza altolocata ma del tutto impersonale.

**Quanto e come ha inciso il COVID-19 nel settore delle aste? Le House Sales ne hanno risentito in modo particolare?**

Più che guardare le House Sales nello specifico, che in questa fase possono essere veicolate con video e fotografie sul sito della casa d'asta, si deve parlare in modo più generale del mercato stesso: l'impossibilità degli spostamenti ha reso inattuabile la presenza del pubblico in sala. Peraltro, la diffusione del COVID ha inoltre accresciuto la già diffusa tendenza ad usare il web, che permette una maggiore diffusione di informazioni a costi inferiori. Negli anni sono infatti aumentati il commercio internazionale e le richieste di elementi di supporto della visione fisica dell'oggetto, come i "condition report", che sembrano aver reso più diffusa la tendenza dei clienti ad affidarsi ai consigli di consulenti terzi, come i portali che offrono dati di vendita sulle singole opere che risultano spesso poco chiari.

Ricordiamoci che le informazioni vanno sapute leggere e interpretare, è infatti indispensabile saper risalire alle fonti e ai contesti dai quali i dati forniti dal web derivano.

## **Appendice 7: Intervista alla casa d'aste Pandolfini**

La presente intervista è stata sottoposta a Lucia Montigiani, responsabile del Coordinamento Dipartimenti.

### **Quale definizione darebbe di una House Sale?**

Con questa definizione si indicano le vendite che propongono tutto il contenuto di una specifica residenza e in cui l'esposizione e l'asta avvengono nel luogo di provenienza della collezione. Questo tipo di soluzione era molto in voga, soprattutto alla fine degli anni Ottanta – inizi anni Novanta del secolo scorso, in tutte le più grandi case d'aste internazionali e anche italiane. La formula aveva molto successo perché il cliente poteva vedere in sito ciò che comprava e le opere assumevano un fascino particolare. La formula ebbe così successo che alcune case d'asta italiane avevano iniziato ad usarla in modo improprio affittando ville che poi venivano arredate con proprietà varie. Per tante ragioni questo tipo di vendita adesso non è più praticato, soprattutto per le difficoltà organizzative, come l'inserimento del banco del banditore, le postazioni dei telefonisti o la creazione dell'impianto per il collegamento a Internet, necessari per poter procedere con la vendita in loco sia per problemi di sicurezza.

Oggi la soluzione più comune è quella di vendere una proprietà proponendo in catalogo e sul sito della casa d'asta, dove compare la vendita, le immagini del luogo da cui le opere provengono, illustrate con reportage fotografici molto ricchi e dettagliati. La vendita invece avviene nelle sale della casa d'aste e non più nella dimora. Questo perché le sedi sono più adeguate da un punto di vista tecnologico alla gestione on line della vendita a livello globale.

Le case d'asta inglesi hanno avuto la possibilità di gestire le vendite di grandi proprietà, come ad esempio le case reali o importanti case nobiliari. Attraverso l'utilizzo di un battage sistematico e avendo la possibilità di gestire la collezione, spostando una selezione dei lotti nei vari uffici internazionali. Affinché questo sia possibile si devono avere nomi importanti, poiché la provenienza è determinante nella creazione del valore aggiunto dell'oggetto.

**La Casa d’Aste ha un Dipartimento specializzato nelle House Sales oppure realizza tali aste attraverso la collaborazione di più dipartimenti?**

Ogni dipartimento opera all’interno della propria specializzazione, sia questa nelle sculture, nei dipinti o negli arredi. Quindi, ogni dipartimento gestisce la valutazione e la catalogazione delle opere di propria competenza ma che poi confluiscono nel catalogo comune. La copertura mediatica, a seconda dell’importanza della proprietà e di quale rilievo si vuole dare all’evento, viene decisa dalla direzione e divulgata dall’ufficio stampa.

**Quali sono le House Sales che considerate iconiche e maggiormente rappresentative?**

Sicuramente un evento planetario a mia memoria fu la grandiosa vendita dei beni della famiglia Thurn und Taxis avvenuta nel 1993. Fu un’asta che durò circa quindici giorni, con un catalogo suddiviso in cinque volumi che riguardava tutto ciò che era l’arredo del palazzo: vendevano tutto, dalle cose importanti e storiche al ferro da stiro trovato nella stanza della servitù. Questa asta suscitò grande clamore e andò tutto venduto a delle cifre incredibili. Dietro a un grande successo, dietro una grande House Sale, ci sono sempre dei nomi importanti.

Anche in Italia ci sono state vendite importanti. Ad esempio, quando lavoravo da Sotheby’s, abbiamo venduto le proprietà di Raul Gardini e di Carlo Sama oppure anche proprietà nobiliari importanti: tra le ultime House Sales importanti a Firenze c’è stata la vendita delle proprietà dei fratelli Romano, noti antiquari che avevano una residenza bellissima in Via dei Serragli. Sotheby’s organizzò l’asta in concomitanza alla Biennale dell’antiquariato. L’esposizione avvenne nel palazzo e ci fu un catalogo organizzato in quattro volumi.

Pandolfini, ha curato la vendita della Villa medicea di Lappoggi. Nel 2019 abbiamo avuto la vendita della collezione di Callisto Tanzi: non possiamo definirla House Sales secondo il criterio classico, ma rappresenta comunque la vendita, attraverso un’asta dedicata, degli oggetti di una proprietà unica.

In Europa quasi tutte le proprietà in fase di divisione ereditaria usano la vendita in asta, ricordiamo tra quelle recenti la grande vendita a Parigi dei beni di Yves Saint Laurent e Pierre Bergé.

### **Secondo quale criterio suddividete i lotti nelle varie sessioni?**

Ogni vendita ha una strategia che viene studiata ad hoc, si sceglie secondo un criterio di valore o secondo la tipologia delle opere in asta, possono essere sessioni miste o per tipologia.

### **Secondo la vostra opinione, quali sono i fattori che incidono maggiormente nel successo di un'asta House Sale e come possono essere sfruttati al meglio?**

L'importanza della provenienza e quanto sia famosa è un fattore certamente determinante ma importante parimenti è anche la qualità e l'importanza delle opere proposte, questi due fattori possono creare un effetto esplosivo.

Ha rilievo anche se l'importanza della vendita è a carattere locale o di carattere internazionale, con internet però il pubblico è ormai internazionale. Lo studio e la strategia di vendita attraverso la pubblicità su larga scala, sia nel catalogo sia nel creare eventi (ad esempio il cocktail o l'invito personalizzato), sono di certo elementi che contribuiscono al successo di una vendita.

La scelta del target a cui rivolgere la comunicazione deve essere oculata, affinché tale comunicazione risulti mirata ed efficace. In Italia però ci sono delle limitazioni poste dalla legge della tutela del patrimonio per cui si deve porre particolare attenzione ad informare i clienti che le opere hanno bisogno di particolari permessi per essere esportati

Oggi si tende ad incrementare le vendite con pochi pezzi di gran qualità e di più facile vendibilità piuttosto che avere aste con tanti lotti di minor valore, che sono più costosi nella gestione.

### **In cosa si differenzia il catalogo delle House Sales rispetto a quello delle altre aste?**

Quando si ha una vendita mono proprietaria è abitudine iniziare il catalogo con una presentazione della storia della proprietà, soprattutto quando la provenienza porta un plusvalore. Nel caso in cui la famiglia non volesse spendere il proprio nome, in catalogo si specifica che i lotti appartengono a una collezione senza però identificare la famiglia.

In entrambi i casi le fotografie sono fondamentali, nel caso delle House Sales, però, vengono pubblicate anche fotografie della proprietà originale e degli allestimenti degli interni, con grandi illustrazioni e particolari. Questo contribuisce a far sì che i prezzi, in genere, aumentino di più rispetto ad altre aste.

In tempi più recenti questo è cambiato leggermente: continuiamo ad avere affidamenti da provenienze importanti, ma spesso vengono inseriti all'interno di cataloghi dove sono presentate anche altre proprietà, oppure creiamo cataloghi dedicati ma che non necessariamente risultano collegati a un luogo specifico.

### **L'esposizione delle aste House Sales avviene nelle vostre sedi o nelle abitazioni private? Come avviene la scelta?**

Soprattutto negli anni passati poteva succedere che si facesse la scelta di esporre e di tenere l'asta nel luogo di appartenenza delle proprietà, quando possibile. L'alternativa era organizzare l'esposizione nelle stanze originali e l'asta nella sede della casa d'aste.

Oggi è molto più raro: sia l'asta che l'esposizione sono ospitate nella sede della casa d'aste.

In ogni caso, quando si ha un'abitazione di origine meno importante, è molto probabile che i vari lotti vengano esposti in luoghi diversi per valorizzarli al meglio.

### **Quali criteri dettano le linee guida per gli allestimenti?**

Se l'esposizione avviene nei luoghi d'origine si cerca di mantenersi il più fedeli possibile alla disposizione prevista dai proprietari, con le chiare eccezioni del caso: si deve pensare a ciò che va tolto perché non presente in asta, ai percorsi ideati in sicurezza, oppure alle aggiunte scenografiche quali piante e decorazioni. Ovviamente gli oggetti visti nel luogo di origine hanno un fascino maggiore.

Se l'esposizione è spostata nella sede della casa d'aste, si cerca il più possibile di ricreare l'atmosfera originale e mantenere il fil rouge della collezione dato dai proprietari. Anche in questo caso è difficile mantenere l'ordine esatto, e quando questo non è possibile si segue l'ordine progressivo di vendita.

**Secondo le vostre osservazioni un allestimento che cerca di mantenersi fedele alla collezione di provenienza incide nel coinvolgimento, e di conseguenza nelle offerte, dei visitatori e dei compratori?**

Un allestimento ben studiato, anche se non è quello originale ma risulta comunque essere un bell'allestimento, è sempre di grande effetto. Quando, poi, nel catalogo ci sono le foto dell'allestimento originale, si ottiene un grande impatto empatico.

Noi cerchiamo sempre di ricreare il migliore allestimento, che preveda una visione completa e sicura dei lotti, e non necessariamente questo coincide con il proporre quello che era il luogo originale.

Però, ovviamente, quando sono state fatte grandi aste negli spazi originari il successo ottenuto è stato maggiore. Quando il cliente ritrova le scelte estetiche di chi ha abitato il luogo, scelte che hanno creato una precisa situazione e un'atmosfera particolare, ovviamente si sente più coinvolto. La situazione d'intimità suscita quella curiosità voyeuristica di ripercorrere le scelte del proprietario e coinvolge maggiormente rispetto alla visione di stanze che non hanno quella caratterizzazione. Soprattutto, poi, quando sono case affrescate o palazzi storici bellissimi.

**Quanto e come ha inciso il COVID-19 nel settore delle aste? Le House Sales ne hanno risentito in modo particolare?**

Rispetto allo scenario di crisi che ci potevamo figurare la situazione non è così grave per questo settore: chi era interessato ha avuto più tempo da dedicare alle ricerche e agli acquisti.

Il COVID-19 ha dato una maggiore importanza alle aste online, ovviamente, anche se ciò era già in atto. Garantire aste online e aste live significa che, con l'ausilio della tecnologia, il cliente che non riesce a venire in sede può seguire comunque l'asta dal proprio computer: sono disponibili le fotografie con tutti i dettagli dei lotti, l'asta stessa è trasmessa in streaming e il cliente può fare offerte tramite i propri dispositivi elettronici.

Le House Sales con il COVID-19, purtroppo, non esistono.



## **Appendice 8: Intervista alla casa d'aste Cambi**

La presente intervista è stata sottoposta a Zeno Arduino, responsabile Ufficio Stampa.

### **Quale definizione darebbe di una House Sale?**

Una House Sale è una vendita all'asta che comprende diversi beni provenienti da un'unica dimora o abitazione privata. La vendita può avvenire direttamente nella dimora, oppure nella sede della Casa d'Aste.

La Casa d'Aste ha un Dipartimento specializzato nelle House Sales oppure realizza tali aste attraverso la collaborazione di più dipartimenti?

Cambi lavora alle House Sales facendo collaborare insieme più dipartimenti, a seconda dei beni in vendita. Solitamente, durante le House Sales, collaborano maggiormente il dipartimento Mobili e Arredi, Design, e il dipartimento di Arte Moderna e Contemporanea.

### **Quali sono le House Sales che considerate iconiche e maggiormente rappresentative?**

La Casa d'Aste Cambi, fin dalla sua fondazione nel 1998, si è imposta nel panorama nazionale con numerose House Sales di grande successo. Tra queste, le più iconiche, sono state

Arredi e Dipinti di Villa Canessa Devoto (asta 79) - 8-9 luglio 2008; battuta nella Villa, situata a Rapallo.

Totale aggiudicazioni: 580.000 euro.

House Sale Villa La Femara (asta 113) - 11-12 maggio 2011; Asta di arredi e dipinti dal XVII al XX secolo, delle famiglie Rey di Villarey e Cisa Asinari di Grésy di Villa la Femara a Oglianico Canavese e altre provenienze. Asta battuta nella Villa, con l'89% di aggiudicazioni per valore.

Totale aggiudicazioni: 1.250.000 euro

Arredi da Palazzo Corner Spinelli (asta 270) - 15 novembre 2016; Asta di Arredi e Dipinti dello storico palazzo veneziano che si affaccia sul Canal Grande, con vista sul Ponte di Rialto. L'asta ha raggiunto il 126% di aggiudicazioni per valore.

Totale aggiudicazioni: 1.005.000 euro

Casa di Fantasia - London (asta 400) - 21 marzo 2019; l'asta creata in collaborazione con la casa d'aste Phillips per la dispersione della prestigiosa collezione di Casa Lucano a Londra, disegnata da Gio Ponti nel 1951. I trenta lotti venduti sono una pietra miliare nell'opera dell'artista. L'asta si è tenuta a Londra e ha raggiunto il 100% delle aggiudicazioni e l'877% di aggiudicazioni per valore.

Totale aggiudicazioni: 2.280.000 euro

**Secondo quale criterio suddividete i lotti nelle varie sessioni?**

La suddivisione dei lotti nelle varie sessioni segue vari criteri. A volte i lotti sono raggruppati per tipologia, oppure per affinità stilistica, oppure ancora per datazione. Non esiste, perciò, un criterio sempre valido per la suddivisione.

**Secondo la vostra opinione, quali sono i fattori che incidono maggiormente nel successo di un'asta House Sale e come possono essere sfruttati al meglio?**

Il fattore che incide maggiormente nel successo di un'asta House Sale è la qualità dei pezzi e della collezione nel suo insieme. Per sfruttarne al meglio le potenzialità, è importante affiancare ai pezzi in asta un lavoro serio e preciso di comunicazione e gestione. Anche l'esposizione è una parte molto importante per il successo della vendita di una House Sale: un processo espositivo di qualità è quello che permette di valorizzare tutti (o la maggior parte) dei pezzi in asta. Per questo motivo, anche il personale in sala preposto all'esposizione deve essere preparato e pronto a rispondere alle diverse esigenze della clientela.

**In cosa si differenzia il catalogo delle House Sales da quello delle altre aste?**

Il catalogo delle House Sales non si differenzia dai cataloghi delle altre aste, se non per una parte testuale dedicata all'approfondimento della famiglia oppure dell'abitazione, se particolarmente importante.

**L'esposizione delle aste House Sales avviene nelle vostre sedi o nelle abitazioni private? Come avviene la scelta?**

L'esposizione delle aste può avvenire nelle abitazioni private oppure nelle sedi di Cambi, a seconda delle esigenze della casa d'asta e dei venditori. Se, per esempio non vengono venduti tutti i beni, ma solo una parte, è più facile che l'esposizione avvenga nelle sedi della Casa d'Aste. Ci sono anche altri elementi che possono influenzare la scelta e non è quindi possibile parlare di criteri sempre validi.

### **Quali criteri dettano le linee guida per gli allestimenti?**

Gli allestimenti delle varie aste seguono criteri tematici e criteri di praticità. Spesso si cercano di tenere vicini i lotti che anche nel catalogo sono limitrofi sia per facilitare il pubblico nella lettura del catalogo, sia per coerenza tematica dell'asta. L'obiettivo primario dell'allestimento è quello di esaltare ogni pezzo in asta, posizionandolo in un posto visibile e ben accessibile.

### **Secondo le vostre osservazioni un allestimento che cerca di mantenersi fedele alla collezione di provenienza incide nel coinvolgimento, e di conseguenza nelle offerte, dei visitatori e dei compratori?**

Cambi, nonostante rimanga fedele all'essenza della collezione in vendita, non mantiene l'assetto originario della collezione per l'allestimento, ma lo rivisita in chiave commerciale per l'asta. Questo perché raramente succede che i proprietari, nelle loro dimore, posizionino le opere seguendo una coerenza tematica: solitamente seguono una coerenza affettiva che, in sede di esposizione, non ha motivo di essere.

### **Quanto e come ha inciso il COVID-19 nel settore delle aste? Le House Sales ne hanno risentito in modo particolare?**

Non si può dire che il 2020 sia stato un anno come tutti gli altri ma, malgrado le difficoltà, Cambi ha affrontato la sfida con intraprendenza e coraggio, moltiplicando gli sforzi e sviluppando le ASTE A TEMPO, un format che ha dato grandi soddisfazioni con oltre 2 milioni di fatturato e risultati superiori alle aspettative. Cambi ha creato sinergie e collaborato con enti benefici per aiutare nella lotta contro la crisi pandemica, con aste di grande successo come Design Loves Milano a favore dell'Ospedale Sacco. Soprattutto grazie alla solidità dell'attività, all'ampio ventaglio di dipartimenti specialistici e ad una fedele clientela nazionale ed internazionale Cambi è riuscita a contrastare lo shock della pandemia e a mantenere i risultati precrisi con numerose vendite di successo e record

in molti settori. Nel 2020 si è affermata la centralità del digitale anche per quanto riguarda il mercato dell'arte. L'accessibilità ai servizi online è diventata un aspetto fondamentale per ogni attività che voglia essere competitiva, e la piattaforma della Casa d'Aste è stata all'altezza di quanto richiesto: sono infatti aumentati i clienti e le visite sul sito (per la prima volta superando le 2 milioni di visite all'anno). Durante l'anno 2020, come già anticipato, Cambi si è concentrata sulle aste a tempo, e non ci sono state importanti House Sales, anche perché la pandemia non ha permesso per parecchio tempo i sopralluoghi che questo tipo di aste richiedono.

## **Appendice 9: Intervista alla casa d'aste Arcadia**

La presente intervista è stata sottoposta a Massimo Tagliatesta, direttore del Dipartimento Intere proprietà - House sales.

### **Quale definizione darebbe di una House Sale?**

Io ritengo che la giusta definizione di House Sale possa essere: la vendita di tutti i beni contenuti all'interno di una dimora privata.

### **La Casa d'Aste ha un Dipartimento specializzato nelle House Sales oppure realizza tali aste attraverso la collaborazione di più dipartimenti?**

La nostra casa d'aste ha un responsabile di riferimento per le house sale, che, dopo un primo sopralluogo, coordina tutti i dipartimenti e i consulenti esterni a disposizione della casa d'aste di cui ha necessità per organizzare la vendita.

### **Quali sono le House Sales che considerate iconiche e maggiormente rappresentative?**

In Italia il concetto di house sale è ancora poco sviluppato, per questo rispondere alla domanda mi risulta difficile.

### **Secondo quale criterio suddividete i lotti nelle varie sessioni?**

Non esiste un criterio standard, dipende dalla eterogeneità della vendita. In ogni caso si cerca di intervallare lotti di maggior qualità con quelli di minore per mantenere alto l'interesse del pubblico durante la vendita. Comunque, è opportuno sempre creare delle aree di interesse, come per esempio arte moderna, libri, antiquariato, che sarebbe bene accorpare.

### **Secondo la vostra opinione, quali sono i fattori che incidono maggiormente nel successo di un'asta House Sale e come possono essere sfruttati al meglio?**

Se la proprietà è riconducibile a un nome spendibile certamente l'appeal che suscita nel pubblico è certamente maggiore. Altro fattore importante è riuscire a catalizzare l'attenzione dell'audience, creando un evento mediatico, calcolando che i collezionisti sono sempre molto attratti dalle opere che riaffiorano sul mercato dopo molti anni.

### **In cosa si differenzia il catalogo delle House Sales da quello delle altre aste?**

Più o meno viene redatto nella stessa maniera delle altre aste, a differenza del fatto che vengono riprodotte immagini degli ambienti della casa arredati dai lotti proposti in asta.

**L'esposizione delle aste House Sales avviene nelle vostre sedi o nelle abitazioni private? Come avviene la scelta?**

Se la dimora consentisse l'esposizione in loco, sarebbe consigliabile. Anche se ormai con l'avvento dei canali digitali, i costi e la gestione diventano quasi insostenibili e quindi si preferisce farla in sede.

**Quali criteri dettano le linee guida per gli allestimenti?**

Noi diamo importanza all'aspetto estetico di un'esposizione, cercando, per quanto possibile, di creare un ambiente che ti coinvolga a 360°. Altre case d'asta preferiscono un'esposizione di tipo didascalico.

**Secondo le vostre osservazioni un allestimento che cerca di mantenersi fedele alla collezione di provenienza incide nel coinvolgimento, e di conseguenza nelle offerte, dei visitatori e dei compratori?**

Secondo noi sì perché appaga la curiosità del cliente, che si sente vicino al proprietario.

**Quanto e come ha inciso il COVID-19 nel settore delle aste? Le House Sales ne hanno risentito in modo particolare?**

Purtroppo sì, e purtroppo tornare alla normalità sarà difficile. Nonostante questo, le house sales sono ancora le migliori vendite a cui le case d'asta aspirano, anche se rare.