



Università
Ca' Foscari
Venezia

Dipartimento di Filosofia e Beni Culturali

Corso di Laurea magistrale in

Economia e Gestione delle Arti e delle attività culturali

Tesi di Laurea

I conoscitori, i falsi e il mercato dell'arte

Analisi e caso studio

Relatrice

Ch.ma Prof.ssa Valeria Maggian

Correlatore

Ch. Prof. Angelo Maria Monaco

Laureando

Carlo Coccia

Matricola 892377

Anno Accademico

2022 / 2023

Indice

| | |
|--|--------------|
| Introduzione | p. 1 |
| Capitolo I. I conoscitori e il mercato dell'arte | p. 5 |
| 1.1 L'origine della <i>connoisseurship</i> e il ruolo nel mercato dell'arte | p. 5 |
| 1.1.1 <i>Il processo di indipendenza degli artisti e l'impatto sul conoscitore</i> | p. 6 |
| 1.1.2 <i>L'autenticazione e il ruolo dell'attribuzione</i> | p.15 |
| 1.1.3 <i>La distinzione tra copia, imitazione e falso</i> | p.20 |
| 1.2 Berenson, Duveen e un nuovo mercato dell'arte | p.22 |
| 1.2.1 <i>L'impatto e il ruolo degli Stati Uniti nel mercato dell'arte moderno</i> | p.31 |
| 1.2.2 <i>La "conoscenza" culturale nel mercato dell'arte</i> | p.42 |
| 1.2.3 <i>Il rapporto tra conoscitori e falsari</i> | p.47 |
| Capitolo II. L'autenticità, il falso e il rapporto con il mercato | p.55 |
| 2.1 I falsi e l'autenticazione nella vendita di opere d'arte | p.56 |
| 2.1.1 <i>L'importanza dell'autenticità per il valore dell'opera d'arte</i> | p.57 |
| 2.1.2. <i>L'impatto dell'autenticazione sui prezzi di vendita</i> | p.60 |
| 2.2 La "conoscenza" economica nel mercato dell'arte | p.65 |
| 2.2.1 <i>Il problema dell'asimmetria informativa nel mercato dell'arte</i> | p.67 |
| 2.2.2 <i>Il concetto del valore atteso e l'opera d'arte</i> | p.84 |
| 2.2.3 <i>Il concetto dell'utilità attesa e l'opera d'arte</i> | p.88 |
| 2.2.4 <i>La questione del rischio nel mercato dell'arte</i> | p.92 |
| 2.3 Il falso e la copia sul mercato dell'arte | p.95 |
| 2.3.1 <i>La percezione della copia e del falso per l'acquisto sul mercato</i> | p.96 |
| 2.3.2 <i>L'impatto della scoperta del falso sul mercato dell'arte</i> | p.107 |
| Capitolo III. Il caso studio: la Knoedler Gallery | p.117 |
| 3.1 L'origine e l'evoluzione storica della Galleria | p.117 |
| 3.2 Analisi dello scandalo Knoedler | p.119 |
| Conclusioni | p.130 |
| Bibliografia | p.136 |
| Sitografia | p.147 |

Introduzione

La concezione iniziale della presente tesi origina dall'interesse nei confronti della stesura di un lavoro di natura interdisciplinare. Il proposito delle pagine che seguono sarà quello di legare assieme, in un unico discorso incentrato su un tema complesso da analizzare nei suoi diversi aspetti, i due ambiti dell'economia e della storia dell'arte che sono solitamente trattati in maniera disgiunta. L'argomento individuato su cui si concentrerà la presente tesi sarà il coinvolgimento di alcune delle principali figure del mondo dell'arte a partire dalla seconda metà del XIX secolo, quali il conoscitore moderno e l'esperto, il mercante d'arte e il falsario, nelle logiche del mercato dell'arte e come il rapporto così venutosi a formare abbia portato il mondo dell'arte a legarsi inscindibilmente alle dinamiche economiche del mercato. Il testo sarà strutturato in tre capitoli.

Il primo capitolo, di impostazione e carattere storico-artistico, si incentrerà primariamente attorno ai temi della *connoisseurship* moderna tra il XIX e il XX secolo e del ruolo di rilievo rivestito da tale pratica nel mondo dell'arte. A questo riguardo, verrà innanzitutto affrontata la questione del processo di indipendenza intrapreso dagli artisti, a partire dal tardo Cinquecento, nei confronti delle secolari committenze e del successivo monopolio artistico delle Accademie, sviluppando riflessioni che prendono spunto da una comparazione dei testi di studiosi quali Francis Haskell, Krzysztof Pomian e Antonio Pinelli. L'obiettivo sarà quello di evidenziare come tale processo di indipendenza degli artisti abbia posto le basi necessarie alla successiva affermazione della *connoisseurship*.

Sarà quindi analizzata la pratica del conoscitore moderno, ponendo l'accento sulla questione della soggettività del processo valutativo dell'opera d'arte anche per mezzo dell'applicazione di una determinata terminologia attribuzionistica. Tramite ciò, verrà valutato quanto la *connoisseurship* possa avere impatto sulla percezione valutativa dell'opera d'arte e il ruolo attribuibile alle caratteristiche di autenticità e di falso. A ciò saranno affiancate alcune considerazioni comparate inerenti alla metodologia attribuzionistica di alcuni dei principali conoscitori quali Morelli, Cavalcaselle e Berenson. A questo riguardo, si focalizzerà l'analisi sul dibattito inerente alla contrapposizione tra gli elementi di arbitrarietà del processo attribuzionistico e la dichiarata scientificità dei metodi di tali conoscitori a supporto della garanzia qualitativa delle proprie valutazioni e del relativo operare.

Le pagine seguenti si concentreranno sul rapporto, caratterizzato da luci e (tante) ombre, instauratosi nel corso della prima metà del Novecento tra il conoscitore moderno per eccellenza, Bernard Berenson, e il mercante Joseph Duveen. Il rapporto tra queste due figure sarà contestualizzato rispetto all'ambiguità dell'operato di entrambi in relazione al mercato dell'arte dell'epoca. Al riguardo, si farà riferimento alle riflessioni sul tema, in particolare, di Rachel Cohen e Samuel Behrman e alla contrapposizione di opinioni presentate nei testi di Colin Simpson e Alvar González-Palacios. L'obiettivo sarà dunque l'indagine sulle vicendevoli ingerenze di Berenson e Duveen nei rispettivi campi di competenza. Queste dinamiche saranno contestualizzate rispetto al giovane mercato dell'arte statunitense, la cui apertura al mondo dell'arte europeo contribuirà, per una serie di ragioni, a rafforzare il legame tra il campo dell'arte e quello dell'economia. Ponendo l'accento sul mercato statunitense, si tenterà di approfondire quanto le caratteristiche intrinseche di questo abbiano altresì contribuito alla consacrazione ultima della figura del conoscitore e abbiano fornito un terreno fertile per l'espansione del mercato dei falsi. Simultaneamente all'ascesa del conoscitore, però, saranno affrontati anche i motivi per i quali il mercato statunitense porterà anche alla caduta del ruolo del *connoisseur*. Quest'ultima sarà esemplificata attraverso l'analisi e il commento critico di una vicenda ritenuta alquanto rappresentativa della differenza d'approccio metodologico e culturale al mondo dell'arte tra la realtà europea e la realtà statunitense, quale fu il celebre processo *Hahn v. Duveen*.

In relazione alla consacrazione e alla caduta della figura del conoscitore, verrà fatta luce sul concetto della "conoscenza" per tentare di comprendere come questa abbia contribuito alla manipolazione monopolistica del mondo dell'arte da parte di una ristretta *élite* di figure chiave. Muovendo da alcune riflessioni, tra gli altri, di Costamagna, Pope-Hennessy e dello stesso Berenson, si tenterà di approfondire fino a che punto il fattore della conoscenza sia necessario non solo alla metodologia storico-artistica del conoscitore e alla pratica economico-monetaria del mercante, ma anche al successo dell'attività del falsario.

L'obiettivo dell'ultimo paragrafo del primo capitolo sarà di esaminare l'operato del falsario. Partendo soprattutto dalle intuizioni di Noah Charney, si cercherà di analizzare le motivazioni che giustificano il persistere dell'attività di produzione di falsi e il perché questa figura continui a riscuotere un fascino tanto ambiguo nell'opinione pubblica. A ciò, farà seguito un approfondimento del rapporto tra i conoscitori e i falsari, con

un'attenzione particolare al legame tra Berenson e Icilio Joni. L'analisi tenterà di appurare le cause della potenziale ambivalenza che questo rapporto tra conoscitori e falsari, a prima vista solamente conflittuale, possa celare quando sia intrecciato alle dinamiche del mercato dell'arte.

L'obiettivo del secondo capitolo ruoterà attorno all'approfondimento della relazione tra i falsi e il mercato dell'arte da una prospettiva economica. Per affrontare tale argomento si procederà all'analisi e al commento critico di alcuni studi internazionali selezionati e rapportati al tema in questione.

Inizialmente, verrà affrontato il tema dell'importanza accordata alla caratteristica dell'autenticità nella percezione del valore attribuibile all'opera d'arte e il caso della presenza del falso in uno studio effettuato da Wolz e Carbon (2014). Questo studio servirà per introdurre un'analisi di Ginsburgh, Radermecker e Tommasi (2019) riguardante l'impatto del processo di autenticazione di una figura esperta sulle variazioni dei prezzi e volumi di vendita di opere d'arte sul mercato in base alle caratteristiche di autenticità e non-autenticità. Questa prima riflessione tenterà di esporre quanto l'operato della figura del *connoisseur* affrontata nel primo capitolo sia coinvolto attivamente anche nelle dinamiche inerenti al mercato dell'arte.

L'obiettivo del paragrafo successivo sarà di recuperare la questione della conoscenza affrontata nel precedente capitolo. In questo caso, però, si tenterà di affrontare l'argomento secondo una prospettiva economica, contrapponendo alla conoscenza storico-artistica la conoscenza economico-monetaria, meglio nota in ambito economico come "informazione". Verrà quindi approfondita la questione dell'asimmetria informativa nell'ottica del rapporto con il mondo dell'arte, descrivendo le varie situazioni e problematiche derivanti dall'interrelazione tra la prima e la seconda anche tramite l'analisi di alcune riflessioni proposte da George Akerlof e Gregory Day. A questo riguardo, verranno proposti degli approfondimenti anche sul concetto di valore atteso e su quello di utilità attesa, con uno studio a riguardo di Singer e Lynch (1997), e sul tema dell'attitudine al rischio, contestualizzando tali concetti rispetto al mercato dell'arte e al comportamento del collezionista.

Le pagine seguenti riprenderanno il tema esposto in apertura del capitolo per provare ad approfondire, muovendo dalle riflessioni contenute in particolare nei lavori di Pommerehne e Granica (1995) e Frey (1999), le motivazioni per cui la non-autenticità

artistica continui a riscontrare un certo interesse nel mercato dell'arte, pur rappresentando in certi casi l'inefficienza insita nel funzionamento dello stesso. La domanda economica tra potenziali acquirenti per la non-autenticità artistica sarà posta in relazione alla produzione di falsi, sia dalla prospettiva economica sia riproponendo alcune delle riflessioni di carattere storico-artistico presentate nel primo capitolo. In relazione alla domanda per la non-autenticità, si concluderà questo capitolo tentando di indagare l'impatto che può provocare la scoperta di un falso sul mercato dell'arte tramite alcune riflessioni che prendono spunto dalla comparazione tra gli studi, in particolare, di Bocart e Oosterlinck (2011) e Scorcu, Vici e Zanola (2021), ponendoli in relazione anche a quanto evidenziato nei testi di Pommerehne (1995) e Granica e Frey (1999).

Il terzo capitolo, infine, intenderà presentare brevemente un caso studio da porre in relazione con gli argomenti trattati nei precedenti capitoli. La scelta dello scandalo dei falsi della Galleria Knoedler sarà da ricondurre ad alcuni motivi principali, principalmente la contemporanea presenza di tutte le figure coinvolte in una truffa d'arte, dal falsario al complice, dal mercante truffatore all'istituzione ingannata (oppure ingannatrice, come si vedrà in seguito). Oltre a ciò, sarà scelta tale vicenda per il coinvolgimento di una delle più importanti istituzioni nel mondo dell'arte occidentale quale la Galleria Knoedler, un fattore di differenziazione da numerosi altri episodi relativi a falsi d'arte che hanno visto coinvolti singoli attori. Tale caso studio appare rappresentativo dell'applicazione pratica delle diverse questioni di carattere teorico delineate nel corso della tesi.

Capitolo I. I conoscitori e il mercato dell'arte

Attraverso i secoli, in maniera diversa ma sempre con la stessa idea di fondo, l'arte è stata legata al suo mercato. Ovviamente, il concetto di mercato dell'arte si è evoluto nel corso dei secoli, di pari passo con l'evoluzione della società e del suo modo di fare affari. È evidente come il mercato dell'arte delle prime mostre pubbliche di opere nella Roma del XVII secolo non sia paragonabile al mercato dell'arte come lo intendiamo oggi, legato a stretto giro non solo al mondo economico, ma anche a quello finanziario. Ma per quanto questa distinzione possa essere chiara, risulta importante approfondire come sia avvenuto questo cambiamento.

1.1 L'origine della *connoisseurship* e il ruolo nel mercato dell'arte

Il mercato dell'arte, secondo la definizione attuale, inizia a prendere piede nella seconda metà dell'Ottocento. Gli artisti europei di questo periodo, oltre a lasciarsi alle spalle il vecchio sistema di produzione e commercio di opere d'arte basato sulle botteghe, in particolar modo in Francia, iniziano a rendersi indipendenti dal controllo monopolistico delle Accademie. Queste ultime operavano tramite i *Salon* ufficiali, vero e proprio punto d'accesso obbligato al mondo dell'arte ufficiale e al mondo dell'alta borghesia, la quale era l'unica con le risorse e le conoscenze necessarie ad acquistare le opere, oltre ai grandi musei e le istituzioni pubbliche. Le Accademie davano infatti la possibilità agli artisti di ottenere le committenze più importanti e remunerative.

Con il finire del Settecento, però, iniziano ad esservi i primi casi di esibizioni private di artisti che, nei propri studi e atelier, volevano aggirare il controllo delle Accademie. A questo riguardo, si possono ricordare i casi dell'artista americano Benjamin West con una sua esposizione privata nel proprio studio londinese, ma soprattutto il più celebre caso di David¹ con il quadro *Le Sabine* del 1799: l'artista, infatti, dipinse l'opera senza aver ricevuto alcuna committenza e chiese di poterlo presentare in una *exposition payante* pubblica, usanza al tempo poco diffusa. Questa operazione venne tentata qualche anno prima anche da Füssli² con un dipinto presentato a Londra, il quale però, come accadde

¹ Jacques-Louis David (1748-1825) è stato un pittore e politico francese, uno dei maggiori esponenti del neoclassicismo.

² Johann Heinrich Füssli (1741-1825) è stato un letterato e pittore svizzero.

per West, riscosse scarso successo (Tietenberg, 2022, p. 40). Questi primi tentativi di “mettersi in proprio”, tuttavia, possono essere considerati un fondamentale passo in avanti verso il raggiungimento per il singolo artista di una sempre maggiore e tendenzialmente totale libertà creativa, affrancata definitivamente dal giogo della committenza. Fino ad allora, infatti, il lavoro dell’artista era sempre rimasto legato alle richieste e alle indicazioni di diverse figure. La presenza di soggetti che limitavano l’indipendenza dell’artista influiva anche sulla figura del “conoscitore”, che non a caso inizierà a svilupparsi come figura a sé stante solamente con il raggiungimento di una maggiore emancipazione degli artisti. Questo processo di liberazione dell’artista ha però radici profonde e segue un processo a tappe che si sviluppa nel corso di diversi secoli. Per questo motivo, è necessario dare un maggiore contesto storico a questa evoluzione e approfondire la questione.

1.1.1 Il processo di indipendenza degli artisti e l’impatto sul conoscitore

Risulta particolarmente importante chiarire come, per secoli, l’artista fosse stato considerato un mero mezzo tecnico, privo di una propria indipendenza e soggetto alle richieste prevalentemente di altre figure. In particolare, il processo di emancipazione dell’artista in Italia affonda le radici nel periodo manierista del tardo Cinquecento, quando l’artista era ancora soggetto alle istruzioni e alle richieste di due figure, quella del committente e quella del consigliere iconografico i quali, assieme all’artista, componevano quella che Pinelli (2007, p. 8) definisce una triade.

Ciò che appare di particolare interesse è l’indicazione dei ruoli dei tre componenti di questa triade, tratta in special modo da due lettere, una del 1562 inviata da Annibal Caro³ all’artista Taddeo Zuccari e l’altra inviata nel 1565 da Vincenzo Borghini⁴ al duca di Firenze Cosimo I de’ Medici. In esse, Caro e Borghini associano ai tre membri della triade tre diverse parole: “intenzione” per il committente, “invenzione” per il consigliere iconografico e “artificio” per l’artista. Il fatto che “l’invenzione” sia legata al consigliere e non all’artista presuppone già che quest’ultimo, non potendo “inventare”, non fosse considerato l’ideatore originale del proprio lavoro, ma appunto un semplice mezzo o “artificio”. Caro e Borghini utilizzano anche il termine “invenzione” in relazione

³ Annibal Caro (1507-1566) è stato un letterato e studioso italiano.

⁴ Vincenzo Borghini (1515-1580) è stato uno storico e filologo italiano.

all'artista, ma solo da intendersi come l'attività dell'artista di tramutare le indicazioni del consigliere in immagini, usando contemporaneamente sia le indicazioni del consigliere sia la tradizione figurativa e la propria immaginazione (Pinelli, 2007, p. 9). Dunque, rispetto ai secoli precedenti, si inizia a parlare in questo periodo di immaginazione dell'artista come di una prima forma di sua autonomia, anche se è da intendersi ancora più come una concessione da parte del consigliere e del committente che ne stabiliscono i limiti.

Iniziano però ad aversi alcuni casi in cui la figura del consigliere viene a mancare. Si ricordano a questo riguardo i *presentation drawings* di Michelangelo o le “case di artista” di Giorgio Vasari e Federico Zuccari rispettivamente a Firenze e Arezzo e a Firenze e Roma. In tutti questi casi, l'artista si è sostituito al consigliere iconografico e alla committenza, divenendo quindi committente e contemporaneamente esecutore materiale delle decorazioni (Pinelli, 2007, p. 9). L'indipendenza dell'artista in questo contesto è dunque totale, ma si parla ancora di casi isolati e non inseriti all'interno di un processo di produzione artistica che preveda altri intermediari. Va anche detto come le funzioni dei componenti della triade non fossero necessariamente separate tra loro, ma anzi fossero frequenti le ingerenze dell'uno nel campo dell'altro, un fatto che sia artisti che consiglieri non sempre erano soliti apprezzare. D'altronde, era da tempo che gli artisti avevano iniziato a mal sopportare la loro condizione di manovali. Questo si può notare meglio, ad esempio, in un'altra interessante lettera di Annibal Caro allo storico veronese Onofrio Panvinio, nella quale il primo si lamenta di come il pittore Taddeo Zuccari avesse deciso di ignorare le sue indicazioni per la decorazione di una delle stanze di Palazzo Farnese a Caprarola e, addirittura, di presentare al consigliere il lavoro già ultimato per un'altra stanza. Sono i primi tentativi dell'artista di ribellarsi alla sua condizione di mezzo tecnico per una maggiore indipendenza. L'ultima parola, però, era ancora riservata esclusivamente alla committenza, alla quale «spetta, in qualsiasi momento, determinare “il che, il come e il dove”» (Pinelli, 2007, p. 8). Dunque, era ancora la committenza la sola a dirigere l'allora mercato dell'arte, ma il processo di emancipazione dell'artista era ormai in moto.

Con il Seicento, in particolar modo nella seconda metà del secolo, tutte le corti europee iniziarono a portare avanti quelle che si potrebbero definire politiche culturali di grande spessore, coinvolgendo nell'interesse per l'arte sempre più ceti della popolazione e

conferendo maggiore importanza sociale agli artisti (Pomian, 2021, p. 342). In questo contesto, con gli occhi dell'Europa addosso, in Italia si ebbe una nuova tappa nel processo di indipendenza dell'artista. Nel corso del Seicento, a Venezia i pittori locali richiesero sempre più a gran voce l'istituzione di un proprio collegio autonomo che li distaccasse dalla più ampia e generica corporazione chiamata "Arte dei Dipintori". Gli artisti del tempo, infatti, stanchi di vedersi assoggettati alle volontà di colleghi artigiani ben più numerosi ma ritenuti nettamente inferiori rispetto al rango di coloro i quali si dedicavano alla professione della «Pittura nobilissima» (Monaco, 2014, p. 29), invocavano una maggiore indipendenza e autonomia. L'istituzione, nel 1682, di un collegio autonomo dedicato ai soli pittori di figure segnò un ulteriore passo e un esempio da seguire verso l'indipendenza dell'artista anche dalla committenza.

La situazione nel corso del XVII secolo risulta, però, diversa in altre parti d'Italia. A Roma, ad esempio, la presenza numerosa di famiglie nobili e della Chiesa rappresentava un bacino importante di mecenati più o meno temporanei a cui gli artisti in cerca di gloria potevano attingere. Sebbene l'essere preso sotto la protezione di un mecenate limitasse non di poco la libertà creativa di un artista, questa situazione garantiva una certa tranquillità economica e lavorativa che molti non disdegnavano, soprattutto nel caso di una città dai continui stravolgimenti politici com'era la Roma del XVII secolo (Haskell, 2000, p. 34). Non erano infrequenti artisti cosiddetti "indipendenti" in quanto lavoravano in un proprio studio, ma ciò avveniva prevalentemente a seguito di un contratto stipulato con la committenza, la quale manteneva quindi per sé il controllo creativo. Questa apparente libertà non sfruttata è motivata dal fatto che «gli artisti di solito non amavano lavorare liberamente per ammiratori sconosciuti e, fatte le debite eccezioni, le mostre erano considerate come l'ultima risorsa del disoccupato» (Haskell, 2000, p. 33). La scarsa libertà creativa era ancora vissuta come una mancanza di considerazione da parte della clientela aristocratica ed ecclesiastica, nonché un rischio che pochi erano disposti a correre. Ciononostante, l'ascesa sociale degli artisti e la loro occupazione di un posto di rilievo nella società del Seicento era un fatto ormai evidente. È in questo contesto che a Roma venne istituita una delle prime Accademie, quella di San Luca. Essa venne richiesta dagli artisti poiché garantiva a coloro che ne facevano parte un maggiore prestigio. La situazione, però, iniziò a sfuggire loro di mano nel momento in cui l'Accademia cominciò a monopolizzare il mercato dell'arte romano dell'epoca. Nonostante ciò, il controllo delle

Accademie in Italia non fu ancora così imperante, almeno fino al secolo successivo con l'influsso delle Accademie francesi (Haskell, 2000, p. 39).

Con il Settecento, un passo importante in questo processo venne compiuto con l'apporto delle teorie neoclassiche e successivamente illuministe nei confronti di una nuova concezione di cosa fosse considerato "arte". In questo secolo, le teorie, tra gli altri, di Winckelmann contribuiscono alla definitiva separazione delle Arti quali pittura, scultura, disegno e incisione dalle cosiddette arti minori o decorative (Pomian, 2021, p. 216). Questa separazione porta anche alla nascita di due istituzioni di stampo illuminista quali il museo d'arte e il museo di storia naturale. La netta distinzione stabilita tra questi due enti non solo eleva ulteriormente la figura dell'artista, ma il museo d'arte è pensato per essere apprezzato veramente solo da coloro che sono sufficientemente istruiti e sensibili per giudicare la bellezza, ovvero i *connoisseurs* (Pomian, 2021, p. 365). Queste nuove concezioni di fatto indirizzano l'interesse degli acquirenti sempre più verso il lavoro degli artisti delle "belle arti"⁵, distinguendoli dai semplici artigiani. Questo nuovo modo di vedere dà all'artista un peso contrattuale nel trattare con il mercato dell'arte dell'epoca ben più rilevante di quanto ne avesse avuto fino a quel momento.

Un ultimo quanto fondamentale passo nel processo di conseguimento di una maggiore libertà degli artisti si ebbe con gli artisti francesi del XIX secolo. Essi, eredi della razionalità dell'Illuminismo, il quale aveva contribuito alla separazione e all'elevazione delle arti nobili al di sopra delle attività artigianali – oltre all'introduzione di allestimenti non più basati su un semplice effetto estetico ma su criteri maggiormente scientifici – causano forse la rottura definitiva del vecchio *status quo* dei secoli precedenti nel mondo dell'arte. Come nel caso degli Impressionisti, questi artisti iniziarono a contrastare il dominio ormai consolidato da quasi due secoli delle Accademie con iniziative quali esposizioni personali indipendenti, che riscossero grande apprezzamento culturale ed economico; in questa circostanza, si avvalsero del supporto di mercanti d'arte all'avanguardia. Tra questi ultimi è importante ricordare il mercante francese Paul Durand-Ruel, considerato da molti come il vero inventore del nuovo lato "economico" dell'arte e che contribuirà a portare il mondo dell'arte al passo con la rapida evoluzione

⁵ Il concetto di "belle arti" è stato oggetto di una costante evoluzione nel corso dei secoli; oltre alla distinzione proposta da Winckelmann, un'altra definizione prevalente in questo periodo è quella proposta da Charles Batteux nel 1746, il quale associa le "belle arti" a pittura, scultura, poesia, musica e danza e a due arti connesse a queste, ovvero eloquenza e architettura.

del suo stesso mercato. Il mercato dell'arte moderno, quindi, nasce nel momento in cui l'Accademia è obbligata a fare un passo indietro (Foschi, 2023).

In questo discorso, non bisogna però tralasciare l'importanza che rivestì nel processo di indipendenza degli artisti la nascita delle prime mostre d'arte nel panorama europeo, le quali si avvicineranno sempre più a come le intendiamo oggi. Se queste iniziarono ad assumere una struttura e una continuità temporale più regolari nella prima metà dell'Ottocento in Inghilterra, bisogna analizzare quelle che ne furono le basi di partenza, radicate nel Seicento italiano e francese. In effetti, è nel corso del XVII secolo che in numerose città italiane – in particolar modo a Roma e, dai primi del Settecento, anche a Firenze – iniziarono a svolgersi le prime esposizioni effimere di opere antiche delle collezioni delle famiglie nobili come pure di alcuni giovani artisti contemporanei, per quanto l'attenzione fosse rivolta soprattutto al passato. Questo apparve evidente quando la famiglia dei Rospigliosi decise di escludere artisti contemporanei dalla propria esposizione, suscitando le ire del pittore Salvator Rosa (Haskell, 2008, p. 23). A differenza delle mostre fiorentine, supervisionate dall'Accademia del Disegno, quelle romane vennero allestite nei chiostri di diverse chiese principalmente di confraternite straniere, ma entrambe prevedevano libero accesso del pubblico. Le mostre romane furono inizialmente ideate con scopi ancora essenzialmente cerimoniali e di esaltazione della nobiltà, mentre quelle fiorentine volevano esporre opere difficilmente visibili fino a quel momento, assieme all'introduzione di uno dei primi cataloghi (Haskell, 2008, p. 23).

Nella seconda metà del Settecento, la lotta per l'indipendenza degli artisti dalle accademie viene supportata dall'organizzazione di mostre temporanee da parte di mercanti e case d'asta ma, in particolar modo, dalla celebre mostra predisposta da Pahin de la Blancherie dove vengono riuniti artisti viventi non facenti parte dell'accademia reale o respinti dal *Salon* ufficiale. Le sue iniziative, tuttavia, vengono presto ostacolate dall'accademia reale e interrotte poco tempo dopo. Segue a breve la grande mostra a Londra, questa volta della durata di tre mesi, di Pall Mall di dipinti olandesi, tedeschi e fiamminghi della collezione del duca d'Orléans e, a cavallo tra il XVII e XVIII secolo, le esposizioni tenute al *Salon Carré* del Louvre, riaperto nel 1793 come museo.

Tali eventi hanno anche come conseguenza, tra le altre, di dare un forte impulso allo sviluppo della *connoisseurship* inglese. Così, dunque, con l'Ottocento si hanno le prime esposizioni della British Institution, ispirate a quella di Pall Mall e a quelle del Louvre,

che alternano mostre sugli *Old Masters* ad altre dedicate agli artisti contemporanei. L'interesse per gli artisti in cerca di autonomia si ha proprio perché la British Institution è indipendente dalla Royal Academy e gestita da conoscitori e collezionisti, dando così la possibilità agli artisti che espongono le proprie opere di entrare in contatto diretto con i possibili acquirenti, senza l'intermediazione delle accademie o di altri soggetti. L'obiettivo prevalente di queste mostre è però anch'esso quello di rendere visibili al pubblico le opere d'arte antiche, le quali, altrimenti, rimarrebbero inaccessibili e segregate in collezioni aristocratiche private. Oltre a ciò vi è, come per le successive mostre di Manchester, Dresda e Amsterdam⁶, un dichiarato obiettivo didattico, considerato che queste mostre prevedono l'accesso anche per le classi popolari (in particolare la mostra di Manchester). Se le prime esposizioni seicentesche di Roma erano sempre effimere nella loro concezione (era raramente previsto che durassero più di due giorni), queste nuove grandi mostre europee iniziano a tendere sempre più verso una maggiore permanenza temporale. Oltre alla possibilità data agli artisti contemporanei di avere più alternative per esporre le proprie opere, farsi conoscere e vendere, il ruolo fondamentale svolto dalla nascita di queste mostre è, invero, quello di rendere l'arte accessibile al grande pubblico. Questo contribuisce alla crescita esponenziale di un sempre più ampio bacino d'utenza del mercato dell'arte e dei possibili acquirenti di opere, e quindi della domanda del mercato, aiutando di riflesso gli artisti a emanciparsi dalle vecchie committenze e dalle accademie per la vendita dei propri lavori. Oltretutto, la nascita delle mostre spezza anche il monopolio tenuto fino a quel momento dalle Accademie per quanto riguarda la formazione del gusto dei giovani artisti e del pubblico, dando agli artisti, come anche ai conoscitori, ai mercanti e alle nuove figure indipendenti, un ruolo di primo piano nello stabilire le nuove gerarchie dell'arte.

Con questo nuovo cambio di ruoli, agli occhi degli artisti le figure come i mercanti d'arte superano per importanza le Accademie e il conoscitore diviene fondamentale. Questo personaggio è una figura chiave del mondo dell'arte e inizia a delinearsi a partire dal Seicento, in quanto fino al Cinquecento con il termine di "conoscitore" si faceva riferimento all'artista stesso. Una prima definizione di tale concetto viene proposta dallo storico dell'arte e pittore fiorentino Filippo Baldinucci in una lettera del 1681 al marchese Capponi, soffermandosi su due aspetti principali: «se vi sia regola certa per conoscere se

⁶ Per un maggiore approfondimento a riguardo, si rimanda in particolare ai capitoli 5 e 6 da *La nascita delle mostre* (2008) di Francis Haskell.

una pittura sia copia o originale» e «se vi sia regola per affermare con certezza, se una bella pittura sia fatta dalla mano d'uno o d'un altro maestro o [...] qual sarà il modo più sicuro di fondare alquanto bene il proprio giudizio» (Pierpaoli, 2014). Baldinucci, però, è ancora legato a un'idea dell'artista-conoscitore. Tale visione sarà in parte contraddetta, sia in Italia, da Luigi Lanzi⁷, le cui teorie e innovazioni museali introdotte negli anni agli Uffizi di Firenze contribuiranno a una nuova concezione delle Arti più nobili, sia, soprattutto, in paesi quali Inghilterra, Francia e Germania, dove la critica storico-artistica era all'epoca più sviluppata. Qui, nel corso del XIX secolo, viene conferito lo status professionale alle attività di “conoscitori” di spessore come i tedeschi Wilhelm von Bode e Gustav Friedrich Waagen e l'inglese Charles Lock Eastlake. Questa nuova figura affiancherà quella più classica dello storico dell'arte, tanto che inizialmente risulterà difficile delinearne le differenze: queste diverranno evidenti nelle riflessioni da parte di importanti figure del mondo dell'arte. A riguardo, possiamo ricordare quanto affermato da Federico Zeri⁸, ovvero che «si possa essere dei grandi conoscitori senza essere degli storici, ma non si può certo essere degli storici senza essere dei buoni conoscitori: o perlomeno lo storico deve comunque sempre lavorare sulle opere d'arte già classificate da buoni conoscitori» (Morandotti, 2021)⁹.

Risulta interessante anche la distinzione data recentemente dallo storico dell'arte francese Philippe Costamagna, il quale incentra la diversità di ruoli del conoscitore e dello storico sulla questione dell'occhio¹⁰: secondo Costamagna, il conoscitore è in grado di *essere* “occhio”, una capacità di cui lo storico dell'arte è invece privo. In Italia, saranno in particolar modo le figure di Morelli¹¹ e Cavalcaselle¹² a conferire una maggiore credibilità

⁷ Luigi Antonio Lanzi (1732-1810) è stato uno storico dell'arte, archeologo e filologo italiano, considerato il fondatore della moderna storiografia artistica italiana. Per approfondimenti, si vedano le riflessioni di Lanzi in *Storia pittorica della Italia* nell'edizione del 2022 a cura di Paolo Pastres per Einaudi o i riferimenti a Lanzi contenuti nel capitolo VII in *Il museo. Una storia mondiale* del 2021 di Krzysztof Pomian, sempre per Einaudi.

⁸ Federico Zeri (1921-1998) è stato uno storico dell'arte, critico d'arte, scrittore e collezionista italiano.

⁹ Intervista a Federico Zeri pubblicata originariamente sempre da Alessandro Morandotti in “Il Giornale dell'Arte” n. 117, novembre 1993, p. 50

¹⁰ Si tenga conto di come Costamagna utilizzi un termine da lui inventato, *l'oeils*, in quanto in francese “l'occhio” equivale a *l'oeil* mentre “gli occhi” equivale a *les yeux*. Dunque, la forma *l'oeils* è errata, ma è volutamente usata da Costamagna per sottolineare come si stia parlando di un concetto di “occhio” diverso da quello classico e normale espresso da *l'oeil*.

¹¹ Giovanni Morelli (1816-1891) è stato uno storico dell'arte e critico d'arte italiano che propose un nuovo, rivoluzionario metodo di attribuzione per le opere d'arte.

¹² Giovanni Battista Cavalcaselle (1819-1897) è stato uno storico dell'arte, critico d'arte e scrittore italiano, propose anch'egli un nuovo, importante metodo attribuzionistico.

e ufficialità al mestiere del conoscitore, che nella penisola non era stato ancora pienamente riconosciuto. Questo si deve all'innovazione derivante dai rispettivi metodi attributivi.

Morelli basava il proprio metodo sull'analisi comparativa di specifici e minuti dettagli all'interno di un'opera, come la forma delle mani o delle orecchie, grazie alle quali dichiarava di poter riconoscere la mano di ogni artista. Questo in quanto, secondo lo studioso, l'artista non dedicasse un'attenzione specifica nel disegnare dettagli meno importanti o interessanti, riproducendoli quindi meccanicamente e rendendo questi stessi particolari quasi una sorta di firma d'autore.

Cavalcaselle, invece, basava il proprio metodo attribuzionistico non sui dettagli specifici di un'opera, ma considerava tutti gli elementi nella loro capacità di creare uno stile compositivo riconoscibile e unico (Giannini, 2015), spesso affiancando all'analisi di un quadro dei disegni da lui stesso eseguiti delle opere visionate, in cui era abilissimo. Come indica Donata Levi, l'analisi di un'opera da parte del conoscitore legnaghese si soffermava su una maggiore analisi dell'approccio tecnico dell'artista più che su descrizioni concettualmente astratte tipiche di altri conoscitori dell'epoca, come si nota nella diversità descrittiva tra Gustav Waagen e lo stesso Cavalcaselle per la *Sacra Famiglia* di Fra Bartolomeo a Panshanger House in Inghilterra (Mazzaferro, 2023, p. 118). Dunque, il processo attribuzionistico cavalcaselliano non aveva origine nell'intuizione istantanea, ma prevedeva uno studio pluriennale in cui venivano presi in considerazione molteplici fattori (Mazzaferro, 2023, p. 116). Oltretutto, quest'ultimo considerava i documenti storici come fonti molto più importanti di quanto li considerasse Morelli (Cohen, 2017, p. 75). Il metodo di Cavalcaselle appare dunque agli antipodi se confrontato con quello morelliano, circostanza in linea con il pessimo rapporto che intercorse tra i due studiosi, i quali criticarono i rispettivi metodi attribuzionistici e, successivamente, anche i propri valori morali. In ogni caso, l'apporto dei due studiosi italiani avrà un impatto rilevante anche sull'evoluzione della *connoisseurship* europea in generale.

Il periodo di maggior interesse e studio per il conoscitore è sempre stato principalmente il periodo dei cosiddetti "primitivi", gli artisti operanti tra il XIII e XV secolo, e soprattutto degli "Antichi Maestri", ovvero i grandi artisti del Rinascimento italiano, prima ancora che europeo. Questa predilezione per il periodo rinascimentale rispetto agli

altri periodi della storia dell'arte si deve forse all'influenza sulla società intellettuale ottocentesca delle teorie di Burckhardt¹³ sulla prevalenza di questo periodo della storia italiana rispetto a tutti gli altri (Sciolla, 1995, p. 55). Oltretutto, l'insieme di guerre succedutesi nei secoli in Italia e le continue dominazioni straniere resero possibili transazioni legali tra i privati e i mercanti che causarono l'espatrio di massicce quantità di opere d'arte verso altri Stati europei quali la Francia, la Spagna e soprattutto l'Inghilterra (Pomian, 2021, p. 108). Questa redistribuzione dell'arte italiana in Europa fece sì che l'arte rinascimentale italiana potesse essere ammirata di persona negli altri Stati, incrementando l'interesse verso di essa. In ogni caso, dai primi conoscitori quali Baldinucci, questa figura si è evoluta nei secoli successivi, arrivando sul finire dell'Ottocento a occupare un ruolo di rilievo assoluto. Per quale motivo, però, il conoscitore divenne sempre più significativo? Questa domanda potrebbe trovare una risposta nell'analisi del ruolo sempre più rilevante che, sul finire dell'Ottocento e con l'avvio del Novecento, il mercato si stava ritagliando nel mondo dell'arte.

Come detto in precedenza, la rottura dello *status quo* si era verificata con la perdita del predominio da parte delle Accademie nel decidere quali opere fossero ritenute di valore. Il vuoto venne rapidamente colmato dai collezionisti privati, supportati dal lavoro dei conoscitori, che iniziarono a svolgere il compito di valutare se le opere d'arte, presenti in grandi quantità, fossero meritevoli o meno d'acquisto, sostituendosi alle Accademie e alle scuole di Belle Arti. Oltretutto, non aumentano solamente le opere d'arte acquistabili, ma anche le figure interessate all'acquisto: un insieme di eventi storici, quali la prima e la seconda Rivoluzione Industriale, la Rivoluzione Francese e le lotte all'assolutismo monarchico tra il XVIII e il XIX secolo, porterà all'ascesa di una borghesia europea alla spasmodica ricerca, fin da subito, di una possibilità di rivaleggiare con la classe nobiliare sotto tutti i punti di vista. Uno dei modi per raggiungere questo obiettivo fu appunto il collezionismo. L'arrivo di tali nuovi e ingenti capitali nel mondo dell'arte porterà inevitabilmente tale settore, sempre più, a guardare a e a dipendere da aspetti economici prima che artistico-estetici.

Quando si parla di conoscitori, bisogna innanzitutto considerare l'interesse di queste figure per le questioni umanistiche, artistiche, estetiche e anche filosofiche riguardanti le opere d'arte che essi andavano ad analizzare. Bisogna tuttavia considerare che, come

¹³ Jacob Burckhardt (1818-1897) è stato uno storico svizzero tra i più importanti dell'Ottocento.

detto, il conoscitore risulta essere all'epoca una figura relativamente inedita nel mondo dell'arte. I grandi conoscitori del XIX e XX secolo, in particolare, saranno provvidenziali per i grandi commercianti d'arte e i loro ricchissimi clienti, attratti dall'arte bella e di gusto raffinato, che consideravano al pari dei valori più alti di questo mondo, ma erano privi dei mezzi per poterla "leggere" da soli (Schapiro, 1961, p. 209)¹⁴. Dal conoscitore-accademico, come potrebbero essere considerati ad esempio Luigi Lanzi o successivamente proprio Morelli e Cavalcaselle – con quest'ultimo in particolare definito da alcuni il primo grande conoscitore italiano della nostra epoca (Moretti, 1973, p. 37) – si arriverà con il finire dell'Ottocento alla figura del conoscitore-gentiluomo, incarnato perfettamente da Bernard Berenson. Questa immagine di galantuomo che Berenson si era cucito addosso – lo storico dell'arte González-Palacios più volte descriverà l'andare a trovarlo alla sua villa I Tatti come un andare a corte – servirà a mascherare il suo rapporto col mercato, rapporto che verrà approfondito meglio più avanti. In particolar modo, sono due i fattori principali che hanno contribuito ad avvicinare il conoscitore e il mercato dell'arte. Innanzitutto, l'emergere di nuovi mercanti d'arte innovativi e all'avanguardia, liberi dagli schemi di funzionamento istituzionali e accademici e legati al nascente mondo borghese. In secondo luogo, il riconoscimento dell'ufficialità del ruolo del conoscitore come nuova figura del mondo dell'arte e, soprattutto, l'attribuzione di opere d'arte svolta dal *connoisseur*. Attorno a questo passaggio ruota l'evoluzione del rapporto tra conoscitore e mercato.

1.1.2 L'autenticazione e il ruolo dell'attribuzione

Nel momento in cui si analizza la figura del conoscitore, è necessario soffermarsi su un aspetto fondamentale legato a doppia mandata a questa figura, ovvero la questione dell'autenticazione e dell'attribuzione. Oggi, l'autenticazione è un processo che porta alla firma e al rilascio di un attestato che ufficializzi l'autenticità di un oggetto quale può essere un'opera d'arte in termini di paternità, età e caratteristiche materiali. Oggi, questa pratica può essere svolta soltanto da determinate figure riconosciute dalla legge¹⁵. Quindi, seguendo la proposta del College Art Association of America (CAA), si potrebbe definire

¹⁴ Fare riferimento alla versione italiana *I valori di Berenson* di Meyer Schapiro e pubblicata dalla rivista *Tempo presente* – anno VI n. 3 marzo 1961.

¹⁵ Per quanto riguarda la legge italiana, si faccia riferimento agli articoli 20-24 della legge sul diritto d'autore n. 633 del 22 aprile 1941.

l'autenticazione come l'affermare che l'opera d'arte sia o non sia di un artista in particolare¹⁶, confermandone l'autenticità. Di contro, sempre secondo il College Art Association, l'attribuzione si potrebbe definire come l'identificazione esatta dell'artista, che potrebbe anche non essere un artista specifico ma potrebbe rientrare in una delle diverse alternative terminologiche relative all'attribuzione che saranno approfondite in Figura 1. Dello stesso avviso è Anna Bolz (2022, p. 155), la quale specifica come l'attribuzione, mirando a identificare il creatore effettivo dell'opera d'arte, sia una sottocategoria dell'autenticazione. L'attribuzione consiste quindi nell'opinione che un qualunque individuo può esporre riguardo all'identificazione dell'artista inteso come il soggetto specifico creatore dell'opera d'arte. L'autenticazione segue l'attribuzione e certifica l'autenticità o meno di un'opera. Bisogna però ricordare come la legislazione in materia abbia iniziato a essere stabilita in maniera ufficiale contemporaneamente al declino della figura del conoscitore. Questo poiché l'attribuzione è sempre stata, per così dire, l'asso nella manica e l'arma principale che ha elevato il conoscitore al di sopra di altri personaggi del mondo artistico. Per secoli, l'attribuzione di un'opera si è basata sulla parola dell'esperto o *connoisseur* interpellato e l'autenticazione, non essendo normata, poteva essere svolta dal conoscitore stesso (frequenti sono i casi di attestati di autenticità rilasciati da conoscitori basati soltanto sull'attribuzione da essi svolta). Come detto, soltanto dalla fine del XIX secolo il processo di autenticazione di un'opera d'arte inizia a essere considerato come il risultato di tre passaggi essenziali e distinti, oltre che svolti da figure diverse, ovvero la ricerca storica svolta sulla documentazione artistica che ne analizza la provenienza, l'analisi tecnico-scientifica e la *connoisseurship* (Stabili, 2020), appunto la conoscenza da cui consegue la capacità di attribuire un'opera. Dunque, l'attribuzione si può interpretare come il fulcro della pratica della *connoisseurship*. Si pone, però, un ulteriore problema riguardo alla pratica attribuzionistica che il conoscitore deve affrontare. A differenza dell'autenticazione, dove viene certificata l'autenticità di un'opera d'arte, l'attribuzione implica il dover stabilire il grado di certezza derivante dall'attribuzione proposta dal conoscitore. Per approfondire le diverse definizioni possibili e in relazione alla questione della riproduzione nell'arte, la terminologia più

¹⁶ Definizione proposta nelle Linee Guida sull'Autenticazione e l'Attribuzione pubblicate dalla *Task Force on Authentication* autorizzata dal consiglio di amministrazione del *College Art Association of America* e adottate ufficialmente a partire dal 25 ottobre 2009.

accurata per distinguere fra differenti gradi di certezza nell'attribuzione di un'opera d'arte è riportata in Figura 1.

Figura 1. Terminologia di maggiore utilizzo nella classificazione dei manufatti artistici sulla base del criterio di attribuzione.

| Terminologia | Definizione |
|--------------------------------|--|
| Autentico | <i>Opera d'arte appartenente all'autore e all'epoca indicati</i> |
| Originale o autografa | <i>Opera di un determinato artista del quale presenta in modo indiscutibile tutte le caratteristiche stilistiche</i> |
| Replica o variante | <i>Ripetizione o riedizione di un prototipo originale da parte dello stesso autore; può presentare differenze nel formato, nella tecnica e in alcuni particolari iconografici</i> |
| Copia | <i>Riproduzione più o meno fedele di un originale eseguito da un artista diverso dal riconosciuto autore del prototipo</i> |
| Falso | <i>Sostituzione totale, imitazione e contraffazione illecita di un'opera d'arte realizzata con finalità dolose e speculative per frodare l'acquirente</i> |
| Riproduzione | <i>Opera realizzata con mezzi a stampa, fotografici o informatici differenti dal procedimento tecnico originale; comporta spesso una riduzione del formato ed una modifica sostanziale dell'effetto visivo-percettivo</i> |
| Attribuito a | <i>Indicazione riferita ad un'opera appartenente all'epoca dell'artista nominato che risulta l'autore più probabile</i> |
| Firma di | <i>Manufatto che riporta la firma dell'artista per la quale è da verificare l'autenticità</i> |
| Scuola di | <i>Opera d'arte realizzata da un allievo del maestro citato o da un artista gravitante intorno al suo ambiente</i> |
| Seguace di | <i>Manufatto eseguito da un artista che presenta tratti stilistici riconducibili al maestro indicato</i> |
| Serialità o seriabilità | <i>Concetto associato all'arte contemporanea e soprattutto al disegno industriale o industrial design che indica la riproduzione in serie di un prototipo o modello capostipite attraverso l'intervento della macchina</i> |

Fonte: Sebastianelli, 2016, p. 3.

Dunque, il conoscitore ha la responsabilità di compiere l'attribuzione di un'opera, ma soprattutto di stabilirne il grado di attribuzione, potendone quindi anche dichiarare l'autenticità. Questo fatto lascia un enorme potere in mano al conoscitore, il quale ha la possibilità di determinare anche il prezzo dell'opera analizzata; questo, in base al grado di attribuzione stabilito, può variare considerevolmente. Un'opera riconosciuta come autentica, ovvero per la quale è attestata e riconosciuta la provenienza, dicasi anche cronologia della proprietà dell'oggetto, avrà un valore diverso da un'opera solo "a firma di", ovvero che presenta la firma dell'artista ma per la quale non è possibile (in assoluto o per il momento) attestare la provenienza. Se invece un'opera è attribuita alla "scuola di" e non alla "firma di" di un artista, anche in questo contesto cambierà la sua

valutazione. Allo stesso modo, la valutazione di un “falso”, caratterizzato dall’illiceità dell’azione intrapresa dal contraffattore, si distingue da quella di una “copia”, la quale invece è dichiaratamente tale. Un esempio di questa variazione quantitativa può essere la *Madonna della Seggiola* di Raffaello, un originale il cui prezzo è valutato nell’ordine delle centinaia di milioni; una copia del quadro di qualità del Cinquecento è stimata intorno agli 80-100 mila euro mentre una replica ottocentesca, che risulta più agevolmente reperibile sul mercato, può essere stimata per cifre tra i 2 mila e i 10 mila euro, mentre infine una copia odierna può valerne 500 (Canevazzi, 2020).

La “copia” - definibile anche come “falso d’autore” se dichiarata non autentica all’atto dell’esposizione o della vendita - ha, dal canto suo, una evoluzione meno lineare: al di là del fatto che sia stata realizzata da un artista più o meno affermato, la copia può infatti arrivare a valutazioni importanti sul mercato. Un esempio potrebbe essere l’opera *Senza titolo (Zorro)* di Maurizio Cattelan del 1960, venduta all’asta nel 1993 per un valore di 340 mila euro complessivi¹⁷. Un caso simile (riguardante tutt’altro periodo) è avvenuto con una copia della *Monna Lisa*, opera di un seguace di Leonardo del XVII secolo e venduta dalla casa d’asta Sotheby’s a New York per 1 milione 695 mila dollari¹⁸. Si può capire come il nome dell’autore o del dipinto possa influenzare notevolmente il riscontro economico di una copia sul mercato. Un falso contemporaneo, invece, data la sua illiceità giuridica, verrebbe sequestrato.

Con tali valori economici basati su dettagli così tecnici, appare evidente che da una parte i collezionisti corrano un rischio al momento dell’acquisto e dall’altra che l’attribuzione possa essere leggermente “forzata” per ottenere un riscontro valutativo maggiore. Per questo motivo è importante sospettare e non lasciarsi sedurre dalle cosiddette «attribuzioni-bomba» (Facchinetti, 2023c), quando opere d’arte vengono rapidamente attribuite ai grandi nomi della storia dell’arte e immesse sul mercato. Tale definizione evidenzia chiaramente il rischio che queste attribuzioni frettolose possano celare perdite economiche disastrose. Infatti, l’attribuzione è «l’anticamera di una valutazione economica più corretta del bene» (Facchinetti, 2019, p. 99). La maggiore correttezza della valutazione, però, potrebbe non soddisfare tutti quanti.

¹⁷ Dato tratto dal sito della Casa d’Aste Martini Arte, asta del 1993, Numero 46 – Lotto 76.

¹⁸ Dato tratto dall’articolo di Panza, P. (2019), *L’arte del facsimile: la copia della Gioconda e gli altri falsi milionari*, Corriere della Sera.

In base a quanto appena suggerito, va considerato il fatto che sussiste un rapporto tra l'aspetto oggettivo e soggettivo della valutazione. Infatti, nel mercato dell'arte (e oggi delle case d'asta), la valutazione svolta dagli esperti può essere di carattere soggettivo, basata sull'analisi degli aspetti storici, stilistici, estetici, iconografici e, quindi, di carattere visivo del manufatto che si completa con la riconosciuta competenza del valutatore, storicamente il *connoisseur*. Dunque l'esperto d'arte - con il proprio giudizio critico e sulla base di confronti valutativi tra le qualità artistiche dell'opera d'arte in esame ed il suo corrispettivo autentico - ne decreta o meno l'autenticità, fornendo quindi l'*expertise* e determinando così anche, sebbene indirettamente, il prezzo dell'opera (Lorusso et al., 2019, p. 320). Questa valutazione, naturalmente, è di carattere soggettivo e dipende esclusivamente dalla parola del conoscitore o, come era solito definirlo Berenson, dal suo "sesto senso". Il conoscitore di origine lituana parte dal metodo di attribuzione morelliano nel quale riconosce, però, dei limiti e un'eccessiva meccanicità (Sciolla, 1995, p. 64). Per questo motivo, nel suo personale metodo attribuzionistico, Berenson tenta di superare i limiti del procedimento di Morelli tramite alcuni accorgimenti. Nonostante ritenga quelli proposti da Morelli a tutti gli effetti dei "criteri scientifici", sostiene che i dettagli determinano solo parzialmente le caratteristiche del dipinto poiché non sono controllati da mode temporanee o del momento, poiché non sono veicoli di espressione, poiché non attirano l'attenzione, poiché consentono la formazione di un'abitudine durante la loro esecuzione, il tutto unito a una grande memoria ed eccezionale sensibilità. Su questi punti si è poggiato chi ha sostenuto che il metodo attribuzionistico di Berenson avesse una base scientifica (Gilmore, 1976, p. 8). Inoltre, il conoscitore lituano sostiene che debba essere applicato un criterio soggettivo di "qualità" nei paragoni tra artisti, opere, stili, scuole e altri aspetti (Sciolla, 1995, p. 64).

Va poi considerato che, come Berenson, molti dei più grandi conoscitori erano principalmente autodidatti e privi di una qualifica di esperti, al punto che «non c'era senso di appartenenza ad un gruppo professionale con un percorso di carriera, qualificazioni, fondamento istituzionale e accettato standard di condotta e competenza» (Brewer, 2005, p. 37). Tali elementi evidenziano in che misura l'opinione del conoscitore fosse, in ultima analisi, basata su questo forte grado di soggettività. Questo, però, potrebbe portare come conseguenza un condizionamento nel giudizio di un'opera da parte del *connoisseur*, dovuto a fattori personali o, in ogni caso, extra-artistici, in particolar modo di tipo economico.

Questa dipendenza dal ruolo del *connoisseur* è durata fino agli inizi del XX secolo, quando a criteri attributivi di tipo più qualitativo, come appunto la preparazione e la sensibilità del conoscitore, sono stati affiancati parametri maggiormente rigorosi e misurabili secondo una incipiente metodologia scientifica. Infatti, quelli dichiarati da tali esperti come “metodi”, non avevano alla base criteri codificati e univoci, benché venissero fatti passare come scientifici a tutti gli effetti. Al di fuori di questa cerchia, non li si riteneva ormai affidabili ed esaustivi. Al riguardo, si può ricordare l’applicazione da parte di Morelli del metodo comparativo al processo di attribuzione delle opere. I suoi seguaci erano soliti dichiarare questo metodo come un processo scientifico a tutti gli effetti (Simpson, 1987, p. 56). Ad esempio, lo studio dei materiali costitutivi e delle tecniche esecutive sono ritenuti alcuni parametri quantitativi (Sebastianelli, 2016, p. 166).

Bisogna ricordare però che la valutazione quantitativa di un’opera d’arte non sostituisce l’analisi storico-artistica offerta dall’esperto conoscitore, ma le due valutazioni devono collaborare per arrivare a una autenticazione che sia la più corretta e oggettiva possibile. L’introduzione di tecniche scientifiche sempre più avanzate ha comportato quindi il declino della figura del conoscitore nel XX e XXI secolo, nonostante la necessità di un ritorno della presenza di tale figura nel mondo dell’arte sia oggi questione dibattuta, come si analizzerà più avanti.

1.1.3 La distinzione tra copia, imitazione e falso

Con la pratica dell’attribuzione, il *connoisseur* è chiamato non solo a dover stabilire se un’opera appartenga a uno specifico artista anziché a un altro, ma anche (e forse soprattutto) a valutare se un’opera attribuita a uno specifico autore sia tale oppure non sia attribuibile a nessun artista. In questo caso, si potrebbe entrare nel mondo del falso. Non si può però limitare la discussione al concetto del semplice falso ma, come per la terminologia legata all’attribuzione, bisogna analizzare la diversa semantica legata al mondo dei falsi, delle copie o delle imitazioni.

Quando si parla di questi concetti, bisogna tenere a mente la differenza tra le varie definizioni, dato anche il peso che l’indicazione di un’opera come “falso”, come “copia” o come “imitazione” può avere sulla reputazione di musei, esperti e conoscitori. Tanto più che, quando si parla di falsi, bisogna distinguere anche tra i “falsi” e le

“falsificazioni”. Noah Charney, nel testo *Art & Crime: Exploring the Dark Side of the Art World*, li distingue nel seguente modo: i primi sono caratterizzati come «opere d'arte esistenti che sono alterate in modo fraudolento per aumentarne il valore, le seconde invece sono opere create da zero imitando però un altro lavoro che ha un valore molto più elevato» (Charney, 2016, p. 6). L'azione comune alla base è l'intenzione disonesta, poiché invece, per quanto riguarda le copie, è legale la produzione per uso privato o dipingere nello stile di un pittore noto dichiarando apertamente il loro stato di copia. Dunque, mentre la copia è facilmente riconoscibile in quanto viene tendenzialmente dichiarata come tale dall'autore stesso, affermare che un'opera sia un falso può risultare più problematico. Basti pensare che si possono distinguere diverse categorie di falso nell'arte.

La prima tipologia di falso riguarda la copia di un originale, la quale è generalmente di facile riconoscibilità se l'originale può essere identificato. Un esempio sono le numerose copie riprodotte della *Monna Lisa* di Leonardo, vendute negli Stati Uniti anche a grandi collezionisti con la motivazione che, dopo il furto del dipinto avvenuto nel 1911, quella recuperata e tornata al Louvre fosse solo una copia e non l'originale, nelle mani del venditore-truffatore. Data però la provenienza accertata dell'originale di Leonardo, queste copie sono di facile individuazione.

Una seconda categoria riguarda invece le opere eseguite nello stile dei maestri, ovvero opere create dagli allievi dei grandi maestri o dalle loro scuole (o botteghe) e dichiarate come opere originali dello specifico maestro. Infine, si possono ricordare i casi di opere incompiute da un artista e portate a termine da altri, dichiarando poi l'opera definitiva come originale, o i casi di restauri che arrivano ad alterare a tal punto l'opera iniziale da rasentare la falsificazione, anche se in quest'ultimo caso l'azione in oggetto potrebbe non essere necessariamente caratterizzata da dolo, e questa circostanza cambierebbe tutta la questione in quanto verrebbe a mancare la base di partenza dell'azione disonesta. Per questo motivo, il restauro rimane una questione particolarmente al limite in un discorso già di per sé complesso come quello dei falsi e delle falsificazioni.

Un ulteriore caso di contraffazione riguarda il *pastiche*, un dipinto “alla maniera di”, che combina elementi presenti in diverse opere originali ma mai dati assieme. Questa situazione è già di più difficile individuazione, in quanto l'opera creata dal falsario in questione presenta un aspetto di originalità nella selezione e combinazione di elementi

presi da varie opere ma mai utilizzati insieme (Venturi, 2016). Basti ricordare i lavori dell'olandese Han van Meegeren, uno dei più importanti falsari del Novecento, il quale era solito creare opere nuove nello stile del pittore olandese Jan Vermeer - dunque non si potrebbe parlare di copie degli originali - unendo elementi diversi tratti dalle opere del Maestro, oltretutto nel medesimo stile e con gli stessi materiali del periodo in cui visse il grande pittore olandese.

Riprendendo quanto detto in apertura di questo paragrafo, la pressione derivante dalla corretta attribuzione di un'opera è ricaduta per secoli solamente sulla conoscenza dei conoscitori, tra cui il già citato Berenson, personaggio di fondamentale importanza per il processo evolutivo del *connoisseur* a cavallo tra la fine dell'Ottocento e la prima metà del Novecento. Come viene fatto notare da Schapiro (1961, p. 209), Berenson arriverà nel corso della sua vita «a ottenere ricchezza, sapienza e rispetto dall'applicazione delle sue conoscenze al campo delle attribuzioni, smentendo quindi la teoria di Lichtenberg¹⁹ secondo cui non è possibile ottenere contemporaneamente più di due dei suddetti beni attraverso l'esercizio delle attività intellettuali». Tuttavia, nonostante l'eccezionalità della sua figura e l'importanza del suo contributo, Berenson non sarà esente da critiche per il suo complesso e sempre nascosto rapporto con il mercato e con importanti personaggi ad esso indissolubilmente legati.

1.2 Berenson, Duveen e un nuovo mercato dell'arte

Come già affermato in precedenza, l'ascesa del conoscitore fu dovuta anche alla presenza nel mondo dell'arte di mercanti all'avanguardia, i quali svolsero il ruolo di mediatori tra i conoscitori e gli acquirenti. Appare dunque opportuno procedere ad approfondire il rapporto, quasi un *unicum* nella storia del mondo artistico, che si instaurò tra Berenson e il mercante Duveen.

Bernard Berenson (1865–1959) è considerato uno dei più illustri conoscitori della storia, sia per l'immagine che ha saputo creare di sé, sia per il suo contributo alla storia dell'arte, con particolare riferimento al periodo del Rinascimento italiano, nonché con la sua attenzione al tema delle attribuzioni. Nato nel 1865 come Bernhard Valvrojenski e

¹⁹ Georg Christoph Lichtenberg (1742-1799) è stato un fisico e scrittore tedesco.

cresciuto in un contesto di povertà nella Lituania della seconda metà dell'Ottocento, a causa delle persecuzioni religiose contro gli ebrei emigrò con la famiglia negli Stati Uniti nel 1874, dove studiò storia dell'arte a Boston e poi nella Harvard University. Nei successivi anni ebbe modo di incontrare alcune delle più importanti figure del panorama europeo, soprattutto italiano, quali Morelli e Cavalcaselle, incontri che diedero un valido apporto allo sviluppo delle sue abilità di conoscitore.

Nel corso della sua carriera, Berenson si concentrò sempre più sulle attribuzioni le quali, come anticipato nei paragrafi precedenti, hanno un forte risvolto economico. Bisogna anche considerare che, senza le attribuzioni e senza quindi dei nomi certi da accostare alle opere, sarebbe risultato difficile dare loro un valore. Nonostante si occupasse di molteplici artisti e stili diversi²⁰, Berenson si specializzò in particolare, nel corso dei suoi studi, nelle attribuzioni di opere dell'arte italiana, la quale al tempo attirava collezionisti e viaggiatori da tutto il mondo. Ciò che è fondamentale della sua figura è che egli mostrò al suo pubblico che cosa fosse da ammirare e che cosa fosse da possedere e, aspetto indispensabile, *come* si dovesse ammirare e possedere (Schapiro, 1961, p. 218). Infatti, l'occhio del conoscitore «non poteva semplicemente vedere, doveva guardare e porre domande agli oggetti» (Costamagna, 2019, p. 31)²¹. Dunque, nonostante Berenson mostrasse di non amare occuparsi di questioni legate al denaro - data l'immagine da galantuomo che egli desiderava costruirsi - questo era pur sempre un aspetto rilevante della sua attività. Basti considerare come già nel 1889, in una lettera a Isabella Gardner, parlasse di un suo possibile ritorno negli Stati Uniti per poter guadagnare attraverso le sue consolidate conoscenze della pittura rinascimentale, lasciando intuire come avesse capito il potenziale del nascente mercato statunitense (Cohen, 2017, p. 77). Questa ricerca di elevazione della propria figura è ribadita da Schapiro (1961, p. 217) quando, nella sua analisi dell'attività del conoscitore lituano, arrivò a dichiarare che «Bernard Berenson creò un mondo proprio del quale fu il signore». Per questo motivo, Berenson necessitava di una figura fondamentale che si occupasse di gestire la questione delle vendite delle opere e svolgesse un ruolo di intermediazione con i grandi collezionisti, lasciando a lui la

²⁰ A questo riguardo, si ricordano ad esempio le sue considerazioni e i suoi apprezzamenti, considerati all'avanguardia per l'epoca, di Cézanne e degli Impressionisti francesi come anche delle arti dell'Estremo Oriente (Cfr. Iamurri, 1997, pp. 69-90). Si interessò anche alle arti islamiche dopo aver visitato una importante mostra nel 1910 a Monaco di Baviera (per quest'ultima, cfr. Rachel Cohen, 2017, *Bernard Berenson: da Boston a Firenze*, p. 177).

²¹ Traduzione in italiano, fare riferimento al testo originale francese di Philippe Costamagna, *Histoires d'oeils* (2016), edizione di Grasset.

possibilità di occuparsi solamente dell'aspetto "artistico". Berenson individuò tale figura in Joseph Duveen (1869-1939), antiquario inglese, ritenuto uno dei maggiori mercanti d'arte del secolo e forse della storia, anche grazie alla sua capacità di unire una grande sensibilità artistica a un notevole fiuto per gli affari commerciali.

L'incontro tra Berenson e Duveen, definito dal primo come «il re della giungla» (Schapiro, 1961, p. 209), fece capire a entrambi che l'uno aveva bisogno dell'altro, in quanto essi colmavano le rispettive lacune nei due diversi campi dell'arte e degli affari. Per questo motivo Duveen, d'accordo con il suo zio Henry²², chiese a Berenson di diventare il suo consulente per i dipinti italiani, mirando a sfruttare le autenticazioni eseguite dal conoscitore lituano per capire quali opere acquistare per la vendita. Era il 1912 ed egli propose a Berenson un accordo che prevedesse un anticipo annuale di circa 50 mila sterline, oltre a una provvigione sulle vendite, più di quanto il conoscitore ottenesse in quel momento dall'accordo con la galleria d'arte Colnaghi²³.

Questa non era infatti la prima volta che Berenson svolgeva un'attività del genere – e non era certo il primo conoscitore a svolgerla – in quanto nei primi anni di carriera aveva lavorato come consulente-agente per diversi illustri attori del mercato dell'arte. Tra questi possiamo ricordare Isabella Stewart-Gardner (sua prima protettrice, con la quale decise di mantenere nascosto il rapporto lavorativo) e successivamente Jean-Paul Richter²⁴ e Otto Gutekunst. Questi, in cambio dell'attività di *scouting* di Berenson alla ricerca di dipinti di qualità da acquistare, gli avrebbero corrisposto una provvigione sulle vendite. La prima scelta delle opere scovate e proposte da Berenson sarebbe spettata a Richter con la condizione che, qualora non avesse voluto tenere le opere proposte dal conoscitore per la sua collezione, il conoscitore le avrebbe rivendute tramite Christie's o lo stesso Gutekunst. Quest'ultimo, infatti, era figlio di un importante banditore d'asta di Stoccarda, Hermann G. Gutekunst. Peraltro, dal 1894 Otto lavorerà per conto della Colnaghi e, per dare una idea della fruttuosità della collaborazione lavorativa tra i due, essi venderanno alla sola Isabella Stewart Gardner un insieme di opere del Rinascimento per un valore di circa 750 mila dollari dell'epoca (Cohen, 2017, p. 124), considerata anche l'abitudine del

²² Henry Joseph Duveen (1854-1919) era lo zio di Joseph Duveen e, assieme al fratello Joseph Joel Duveen, aveva fondato la ditta di famiglia *Duveen Brothers* che aveva poi gestito.

²³ Fondata nel 1760, Colnaghi era ed è tutt'oggi una delle gallerie d'arte commerciali più antiche del mondo e una delle principali gallerie a occuparsi di opere degli *Old Masters*.

²⁴ Jean Paul Richter (1847-1937) è stato uno storico dell'arte tedesco, allievo per un periodo di Giovanni Morelli.

conoscitore di sovrapprezzare molte opere consigliate alla Gardner²⁵. In cambio di questo servizio, a Berenson sarebbe stata corrisposta una quota derivante dalla vendita delle opere (Simpson, 1987, p. 61).

Come detto in precedenza, il conoscitore lituano-americano non si mostrava mai apertamente interessato agli affari. Come faceva notare lo stesso Duveen, «il limite di Berenson era che non gli importava niente della vendibilità, gli interessava solo della bellezza» (Behrman, 2005, p. 136). La stessa Sprigge, nella sua biografia, mantiene questa visione, separando nettamente la vita da intellettuale di Berenson dalla sua vita di uomo d'affari (Schapiro, 1961, p. 217). Questo approccio appare tuttavia riduttivo, in quanto il lato per così dire più “commerciale” di Berenson, che la stessa Sprigge nel suo testo definisce «il rovescio della medaglia» (Schapiro, 1961, p. 210), non può essere separato dal lato “intellettuale” del *connoisseur*. Non si può infatti affermare che Berenson non fosse interessato al mercato, quanto piuttosto che fosse interessato a non mostrare il suo rapporto con il mercato e gli affari da esso derivanti. È interessante notare come lo stesso Duveen avesse questa caratteristica, ovvero il non dare apparentemente peso al denaro, in quanto non accostabile agli incontrastati valori della grande arte. Come viene rimarcato da Samuel Behrman (2005, p. 109), «Duveen di soldi non voleva parlare. Lasciava che a parlarne fossero i suoi amministratori, i Bruell e gli Allen. Lui aveva tempo soltanto per l'arte». Per poter essere sufficientemente credibile da convincere ricchissimi collezionisti e uomini d'affari ad acquistare i suoi dipinti a prezzi elevati, il modo di presentarsi era fondamentale. Oltretutto, non appena era necessario convincere un acquirente all'acquisto di un dipinto di un artista di maggior peso, Duveen poteva sempre contare sul certificato di qualità garantito dal marchio “Berenson”. Infatti, bisogna sottolineare come il peso (delle affermazioni) dei conoscitori venisse utilizzato solo per i nomi importanti della storia dell'arte, sottintendendo beni di valore economico significativo, mentre del resto non importava (Facchinetti, 2022b). Forse, parallelamente alle “attribuzioni-bomba” proposte da Facchinetti, si potrebbe parlare anche di “attributori-bomba”: risulta infatti evidente come l'utilizzo di nomi di importanti figure del mondo dell'arte fosse usato comunemente come una sorta di garanzia dei beni artistici proposti in vendita e soprattutto della bontà e dell'affidabilità del venditore. Questo risulta particolarmente evidente nella pratica di Duveen che, appunto, era solito servirsi del

²⁵ A riguardo, cfr. il capitolo 6 di *Bernard Berenson: da Boston a Firenze* (2017) di Rachel Cohen.

conoscitore di origine lituana solamente per le attribuzioni più importanti, anche per una questione di maggiore convinzione dell'acquirente, mantenendo però la segretezza circa l'esistenza del contratto tra i due uomini, così da convincere i clienti dell'indipendenza decisionale di Berenson. Per le opere di minore importanza, invece, il mercante gestiva la situazione in autonomia, dato il minor interesse che generava la vendita di un pezzo dallo scarso ritorno monetario.

Il rapporto tra Berenson e Duveen non fu mai idilliaco, ma anzi fu caratterizzato da numerose e accese discussioni riguardanti in particolare somme di denaro e pagamenti reciproci, al punto che Berenson preferiva trattare con un dipendente della ditta Duveen, Edward Fowles, così da non dover avere a che fare direttamente con il mercante inglese (Cohen, 2017, p. 184). In ogni caso, Berenson divenne «la chiave di volta della straordinaria carriera di Duveen, il quale ne acquisì l'occhio, seppe creare un mercato per le intuizioni del maestro, ne recepì le opinioni, l'autorità, le letture e la coscienza» (Behrman, 2005, p. 120).

Con gli anni, Duveen arriverà a mettere sempre maggiore pressione sul conoscitore di naturalizzato americano per “forzare” alcune attribuzioni, tanto che un caso del genere sarà alla base della loro rottura definitiva. Quest'ultima avvenne dopo che Berenson si rifiutò di attribuire una *Adorazione dei pastori* del 1505-1510, nota come *Adorazione Allendale*, alla mano di Giorgione, come avrebbe voluto Duveen per garantirsi un ritorno economico decisamente maggiore. Infatti, a mostrare grande interesse per le opere di Giorgione era stato il banchiere americano Andrew Mellon. Il conoscitore, invece, riteneva più corretto attribuire il dipinto a un giovane Tiziano, nonostante il valore di un Giorgione, data la scarsità di opere di tale Maestro veneto, fosse superiore a quella di un Tiziano. Infatti, la presenza di opere di quest'ultimo nel mercato dell'arte è sicuramente più consistente. D'altronde Duveen, da bravo affarista, era probabilmente a conoscenza del “principio della scarsità”, in base al quale la scarsità nell'offerta di un prodotto a fronte di una grande domanda dello stesso prodotto generano un disequilibrio tra la domanda e l'offerta. Come a uno sguardo attuale può apparire evidente, infatti, la minor disponibilità di un prodotto lo renderà fruibile a pochi, facendone lievitare il prezzo. Basando quindi la sua strategia di vendita su quella che potremmo definire una “economia della scarsità”, Duveen si assicurava prezzi sempre maggiori, facendo affidamento anche sul fattore della feroce concorrenza in tutti i campi tra i suoi ricchi clienti. In ogni caso,

oggi la critica ha riconosciuto quasi unanimemente nell'opera il tocco di Giorgione, dando ragione a Duveen (Salomon, 2021). Lo stesso Berenson, nella sua revisione e riedizione della sua celebre raccolta *I Pittori Italiani del Rinascimento* del 1957, attribuì l'opera a Giorgione, forse per questioni di integrità personale, mantenendo comunque una nota in cui specificava che alcune parti fossero state probabilmente portate a termine da Tiziano.

Bisogna ricordare infatti come Berenson, in particolar modo dalle pagine della sua autobiografia *Abbozzo per un autoritratto*, lasci trasparire le angosce sul suo operato che accompagnarono il conoscitore per tutta la sua vita, angosce che, tuttavia, egli preferì mascherare e nascondere al pubblico. Ci si potrebbe chiedere se, nello scrivere questi passaggi, avesse a mente le durissime posizioni di due figure per lui così importanti come Morelli e Cavalcaselle sulla questione della dispersione del patrimonio italiano all'estero (Mazzaferro, 2019). Se, da un lato, Lino Moretti (1973, p. 36) sottolinea come l'unico veramente interessato al patrimonio nazionale fosse Cavalcaselle, in quanto Morelli era più interessato a questioni di tipo commerciale in nome di importanti acquirenti stranieri, bisogna considerare anche, dall'altro lato, quanto sostenuto da Mazzaferro (2023, pp. 162-165). Quest'ultimo infatti sottolinea come anche Cavalcaselle si fosse visto in alcune circostanze coinvolto in affari relativi a opere d'arte, soprattutto in relazione alla sua attività di consulenza per la National Gallery guidata dal 1855 da Eastlake, un aspetto che pare difficile far convivere con le sue posizioni relative alla dispersione di opere italiane all'estero e con quanto sostenuto da Moretti. D'altronde, la questione commerciale era chiara al conoscitore legnaghese, il quale scrisse nel 1850 che «dovunque nascesse un museo se ne faceva anche un negozio» (Mazzaferro, 2023, p. 162). In ogni caso, se l'opera attribuita da Duveen a Giorgione non fosse stata effettivamente di tale Maestro, come per molte altre attribuzioni sospette della sua carriera, si potrebbe sostenere che Duveen stesse vendendo un falso. Se così fosse, potremmo accostarne la figura a quella del falsario? Questa riflessione sarà ripresa più avanti.

Dall'analisi svolta fino a questo momento, non bisogna ritenere che Duveen si limitasse a manipolare Berenson e che non avesse in ogni caso una profonda stima nei confronti della figura del celebre conoscitore e della sua vasta conoscenza; come pure una adeguata percezione del potere in mano a Berenson di influenzare le oscillazioni economiche dell'arte italiana. Non a caso, Duveen era solito considerare solamente di primissimo ordine le opere autenticate da Berenson e assegnava ai lavori da lui selezionati,

precedentemente vagliati dal conoscitore stesso, dei valori particolarmente elevati. Inoltre, bisogna notare come Henry Duveen²⁶, avvalendosi di informazioni sul conto di Berenson fornite dalla rete di informatori del suo cliente nonché amico J. P. Morgan²⁷, arrivò a sostenere che il conoscitore potesse risultare molto utile per i loro affari; raccomandava, però, la massima cautela nel presentargli proposte di collaborazioni commerciali. Berenson, infatti, non avrebbe mai accettato di essere un secondo violino ma solo il direttore d'orchestra, e andargli contro avrebbe potuto rivelarsi pericoloso (Simpson, 1987, p. 70).

La collaborazione tra la cosiddetta *House of Duveen* e Berenson mosse cifre esorbitanti per il mercato del tempo. Basti pensare che, come risulta dai conti tenuti dai commercialisti londinesi *Messrs. Westcott Maskall and Co.* con riferimento al periodo dal 1912 al 1926, in questo lasso di tempo gli affari generati dal rapporto lavorativo dei due aveva portato a 8.466.935 dollari di profitti netti (Simpson, 1987, p. 222). La quota destinata a Berenson (che nel documento era indicato con lo pseudonimo *Doris*, in quanto quella degli pseudonimi era una prassi utilizzata dai Duveen per indicare coloro con i quali svolgevano i loro affari nei propri libri contabili) venne stabilita pari a 2.366.730 dollari. A questi ne mancavano 250 mila ancora da contabilizzare. Questa cifra era riferita solamente alle percentuali sulle vendite corrisposte da Duveen a Berenson, a cui si sarebbe dovuto sommare il suo compenso annuo²⁸. Infine, al momento della valutazione al 1926, erano ancora previste vendite per un valore attorno a 1.190.000 dollari, di cui il 25% da corrispondere a Berenson (Simpson, 1987, p. 222), per una somma totale di 2.914.230 dollari, che al cambio attuale equivarrebbero a circa 50 milioni di dollari. Altre fonti più recenti arrivano a quantificare gli incassi di Berenson fino al 1937 – quindi per tutta la durata del suo rapporto con Duveen – addirittura a una cifra di 150 milioni di dollari (González-Palacios, 2022, p. 14).

²⁶ Henry Duveen era lo zio di Joseph e il fondatore della *Duveen Brothers* assieme al fratello e padre di Joseph, Joseph Joel Duveen.

²⁷ John Pierpont Morgan è stato un banchiere e imprenditore statunitense, considerato uno dei più ricchi e importanti affaristi americani della storia.

²⁸ Nel *Heads of Agreement Document*, ovvero un principio d'accordo, redatto il 18 agosto 1912 d, come risultante al punto 7, i Duveen sottolineano espressamente che nessuna parte coinvolta nel contratto dovrà far menzione del fatto che Berenson fosse pagato sulla base della percentuale di vendita (Simpson, 1987, p. 266).

Di fronte a tali dati e pur volendo tenere conto delle perdite complessive - derivanti da affari mal riusciti e pari a poco più di 900 mila dollari - appare difficile pensare di poter separare, come tentato dalla Sprigge, la vita intellettuale di Berenson dalla sua seppur celata attività commerciale. Se Facchinetti (2019, p. 88) si domanda se vi siano casi di equilibrio tra “l’occhio” e “l’orecchio”, che potremmo identificare rispettivamente con la conoscenza e il fiuto commerciale, si potrebbe affermare che Berenson e Duveen questo equilibrio lo avessero trovato e che, forse, fossero stati i migliori nel trovarlo, poiché sicuramente non furono gli unici. In ogni caso, numeri di questo tipo rimangono difficilmente riscontrabili in altre collaborazioni tra conoscitori e mercanti. In relazione a ciò, bisogna anche considerare che Mary, la moglie di Berenson nonché sua compagna in affari, suggerì al marito di farsi convertire gli arretrati dovutigli da Duveen in una partecipazione nella società dei *Duveen Brothers*, con le azioni che sarebbero state detenute da alcuni prestanome, dimostrando un forte coinvolgimento nelle attività del conoscitore (Simpson, 1987, p. 223). Questa proposta, però, non venne accettata ma il *Doris agreement*, come era chiamato da Duveen il contratto con Berenson, continuò ad essere rinnovato fino alla vicenda dell’*Adorazione Allendale* del 1937.

A questo punto, non si può continuare a parlare della figura di Bernard Berenson senza soffermarsi un momento sulla figura di Mary Berenson²⁹. Bisogna infatti sottolineare quanto essa abbia ricoperto un ruolo ben più importante di quanto possa trasparire da queste pagine nella vita e nelle decisioni del marito in relazione ai suoi affari commerciali ma anche in relazione alla sua attività di conoscitore³⁰. Anch’ella, infatti, si era formata negli ambienti di Harvard frequentando il Radcliffe College, il programma dell’università americana riservato alle donne. Qui iniziò ad interessarsi all’arte, in particolar modo al Rinascimento italiano, e questo fatto la attrasse inesorabilmente alla figura di Berenson, non appena i due si conobbero nel 1890³¹. Di lì a poco, lasciò il marito Frank Costelloe per seguire in Italia il conoscitore di origine lituana, continuando così i suoi studi sulla pittura del Rinascimento. Presto, iniziò a scrivere e pubblicare articoli accademici spesso sotto lo pseudonimo di Mary Logan e spinse Berenson a scrivere i suoi primi libri. Nel

²⁹ Prese il cognome del conoscitore lituano dopo che si sposarono nel 1900.

³⁰ Per maggiori approfondimenti, si confronti a questo riguardo anche il capitolo dedicato a Bernard Berenson in *Forse è tutta questione di luce: Ritratti e incontri* (2022) di Alvar González-Palacios.

³¹ Vi è una discrepanza di date tra quella (1890) indicata nella pagina dedicata alla biografia di Mary Berenson sul sito ufficiale de I Tatti dell’Università di Harvard, e quella (1888) indicata nella pagina dello stesso sito dedicata a Mary e Bernard Berenson.

1894, collaborò con Berenson alla scrittura del saggio *The Venetian Painters of the Renaissance*, chiedendo però all'editore di non inserire il suo nome come co-autrice (Booton, 2011, p. 30), oltre a pubblicare autonomamente il saggio *Guide to the Italian Pictures in Hampton Court* dove affermava che un numero elevato di attribuzioni di dipinti italiani fossero errate (Gilmore, 1976, p. 8). In quest'opera mostra quanto le teorie di Morelli avessero avuto una forte influenza anche sulla sua visione della *connoisseurship*. È interessante notare come lei fu più decisa del marito nel sostenere la scientificità dell'attività attribuzionistica di quest'ultimo ma anche della figura del conoscitore in generale, con una predilezione per Giovanni Morelli (condivisa con Berenson) che descrisse come una «ardente partigianeria per il nostro adorato Morelli» (Cohen, 2017, pp. 75-76). Mary Berenson arrivò infatti a sostenere che scovare il maestro nella collezione di falsificazioni che era il mondo dell'arte fosse compito della «*connoisseurship* scientifica» (Gilmore, 1976, p. 12). Questa attività accademica di Mary Berenson aiutò a influenzare e indirizzare il gusto della società americana verso il Rinascimento italiano, contribuendo così alla fama (come agli affari) del marito. D'altronde, data la ritrosia del marito a occuparsi direttamente di questioni economiche, in numerose circostanze fu lei stessa a gestire le questioni commerciali di Berenson, al punto che il marito in alcuni momenti arrivò ad accusarla di averlo allontanato dalla pura contemplazione disinteressata dell'arte per indirizzarlo verso la sua accezione più volgare, quella del commercio, nonostante questi dubbi sulla sua condotta morale nei confronti degli affari il conoscitore li avesse già espressi anni prima di incontrare Mary (Cohen, 2017, p. 96).

Ritornando al rapporto lavorativo tra Berenson e Duvveen, bisogna infine notare un elemento fondamentale senza il quale il mercante inglese, con il conoscitore lituano al seguito, avrebbe difficilmente raggiunto i picchi di ricchezza e fama che riuscì a ottenere nel corso della propria carriera. Si tratta dell'irruzione nel mondo dell'arte del nascente ma già ricchissimo mercato statunitense, la cui prepotente quanto rapida ascesa cambierà le dinamiche e i rapporti di forza presenti fino a quel momento all'interno del mercato dell'arte europeo.

1.2.1 L'impatto e il ruolo degli Stati Uniti nel mercato dell'arte moderno

L'ascesa degli Stati Uniti nel mercato, non solo artistico ma mondiale, iniziò tra gli anni Venti e Sessanta del XIX secolo e avvenne grazie ad alcune basi di partenza fondamentali. Di seguito se ne menzionano alcune tra le principali: l'immigrazione massiccia, che accrebbe la popolazione americana dai 7 milioni di abitanti del 1802 ai 35,5 milioni del 1860; gli immensi spazi del continente che lasciavano enorme libertà d'azione ai grandi imprenditori; l'assenza di una classe nobiliare, ancora fortemente radicata in Europa e i finanziamenti sul territorio delle grandi banche inglesi. Infine, l'enorme disponibilità di risorse del territorio che diede la possibilità agli Stati Uniti, guidati dagli stati del Nord, di chiudersi al resto del mercato mondiale per un lungo periodo, garantendo politiche di protezionismo e tariffe doganali che difenderanno la nascita della borghesia imprenditoriale americana dalle incursioni europee.

Contemporaneamente, la situazione europea giocò a favore di questo sviluppo. Sul finire del XIX secolo, infatti, le rendite derivanti dall'agricoltura in Europa crollarono a seguito dell'importazione di grano in enormi quantità e a buon mercato dagli Stati Uniti (Brewer, 2004). L'aristocrazia europea, ancora detentrica della maggior parte delle terre coltivabili e largamente dipendente dalle vendite agricole per le proprie entrate, non si era mai interessata ad investire nel nuovo settore industriale; subì pertanto un danno enorme e fu costretta a indebitarsi per far fronte a una situazione di sempre maggiore insolvenza. Dato che anche le collezioni di opere d'arte erano ancora per lo più in mani aristocratiche, queste furono tra le prime risorse a essere vendute per far fronte ai debiti e, in questo contesto, i milionari americani, guidati da Duveen, investirono in modo importante.

L'assenza negli Stati Uniti di una classe aristocratica comportò che le più ricche famiglie statunitensi di questo periodo (si possono citare nomi quali Vanderbilt, Morgan, Gardner, Altman, Mellon o Kress) si costruirono i loro imperi per lo più nei settori dell'estrazione mineraria, dell'attività bancaria, delle comunicazioni o dei trasporti (Brewer, 2005, p. 36). Oltretutto, l'idea del profitto individuale che potesse essere applicato quale metro per valutare lo status sociale fece sì che l'investimento divenisse una delle parole chiave del nuovo Stato (Osservatorio Globalizzazione). Tutto ciò fece nascere rapidamente una classe media imprenditoriale con enormi capitali a disposizione. Ma come influì tutto ciò sull'arte?

Bisogna innanzitutto considerare che i grandi industriali, banchieri e ricchi uomini d'affari americani avevano accumulato disponibilità economiche talmente vaste e in tempi talmente rapidi da non sapere quasi come impiegarle. Qui entra in gioco il concetto dell'“investimento”. La ricchezza economica andava investita non appena possibile per ottenere maggiore ricchezza (d'altronde, questo ragionamento costituisce la base del sistema capitalista americano), un approccio che in Europa invece non era preso in considerazione allo stesso modo. Un investimento possibile e di grande prestigio era il mercato dell'arte, in particolar modo quello degli *Old Masters* europei i quali, a seguito della grande Esposizione Universale di Parigi del 1867, erano tornati a essere considerati il periodo di maggior valore artistico, a scapito delle correnti artistiche americane.

Ai ricchi investitori statunitensi mancava però qualcosa che invece in Europa era maggiormente presente, ovvero un gusto estetico già consolidato da secoli di immersione nel mondo artistico. In questo contesto si inserì l'attività di Duveen, il quale comprese quanto gli Stati Uniti mettessero a sua disposizione un terreno fertile, e soprattutto culturalmente poco preparato, per poter vendere con maggiori margini di profitto e seppe approfittarne di conseguenza. Duveen adattò anche le sue tecniche di vendita alle propensioni e ai punti deboli degli acquirenti statunitensi. Nel trattare con i magnati americani, come riferisce Behrman, Duveen utilizzava una formula che aveva studiato appositamente, nella quale domandava a un potenziale cliente: «“Si rende conto che l'unica cosa che può comprare per centomila dollari senza dover poi sostenere grandi spese di mantenimento è un quadro? Una volta comperato, le costa solamente qualche centinaio di dollari ogni quindici anni per ripulirlo”. Era un argomento di vendita alquanto rivoluzionario, molto adatto ai “sovrani” americani. Duveen soddisfaceva così due desideri in contraddizione tra loro dei suoi clienti importanti: il desiderio di spese stravaganti e quello di fare economia» (Behrman, 2005, p. 76).

Bisogna anche soffermarsi sulla circostanza che Duveen non vendeva la sua competenza, dato che non era così competente come voleva far credere (questo il motivo della necessità di affiancarsi a una figura di pura conoscenza e studio come Berenson). In realtà, Duveen vendeva il suo fascino e i suoi modi da milionario, nei quali i suoi clienti, milionari per davvero, si riconoscevano, adagiandosi e affidandosi a quello che consideravano un loro pari (Behrman, 2005, p. 78). D'altra parte, Duveen offriva ai suoi clienti qualcosa che l'uomo ha sempre cercato, ovvero l'immortalità: l'arte, di riflesso, è

sempre stata vista come un mezzo fondamentale per raggiungere quest'obiettivo. La possibilità di acquistare qualcosa di infinito come l'immortalità con qualcosa di finito come il denaro diveniva così una offerta commerciale irrinunciabile per i grandi magnati statunitensi, i quali paradossalmente arrivarono ad accettare l'idea che l'arte contasse più del denaro (Behrman, 2005, p. 230).

Gli investimenti quasi ossessivi dei grandi collezionisti americani nel mondo dell'arte erano solamente la parte più evidente e immediatamente visibile di un fenomeno ben più ampio di appropriazione dei tesori culturali europei da parte dei cittadini americani facoltosi che Brewer (2004) arriva a definire un «*pastiche* plutocratico», a indicare la mancanza, in quel momento, di una visione estetica uniforme e studiata all'interno del collezionismo statunitense e del suo modo di muoversi sul mercato. Viene forse da chiedersi quanto questo flusso continuo di opere d'arte dall'Europa verso gli Stati Uniti sia stato facilitato anche da un altro alleato prezioso: la “mano invisibile del mercato” teorizzata da Adam Smith³². In ogni caso, Duveen in questo scenario viene considerato un elemento di intermediazione fondamentale per l'indirizzamento del gusto americano e per l'aver dato forma e coerenza stilistica a questo *pastiche*.

Con l'analisi delle figure di Duveen e di Berenson, non si intende giudicarne l'operato – in particolar modo del secondo – solamente attraverso gli errori commessi. Questa critica, da tenere a mente, è mossa da González-Palacios nel suo ultimo testo *Forse è tutta questione di luce. Ritratti e incontri* in riferimento alle considerazioni di Colin Simpson in *The Partnership: The Secret Association of Bernard Berenson and Joseph Duveen*. Queste ultime, per quanto interessanti nel restituire una immagine dei due protagonisti macchiata da tante ombre, come riconosce e sottolinea lo stesso González-Palacios³³ tendono a non ammettere alcuna attenuante o alcun aspetto positivo e degno di menzione. Bisogna infatti ricordare come il contributo di Berenson all'arte rinascimentale italiana sia stato di rilevanza fondamentale, grazie anche alla sua capacità di non tralasciare delle incongruenze spesso trascurate da occhi meno esperti, quali zone con ombreggiature diverse o colori variati impercettibilmente, rendendo molte delle sue attribuzioni di dipinti

³² Secondo la teoria della mano invisibile di Adam Smith, gli individui che possiedono capitali, seguendo proprie preferenze egoistiche, preferiscono investire in attività situate nel proprio Paese e, così facendo e spinti dalle regole del mercato, portano benefici non solo a se stessi ma anche al resto della società, nonostante questa non fosse la loro intenzione.

³³ Per questo passaggio, fare sempre riferimento all'opera di González-Palacios, *Forse è tutta questione di luce. Ritratti e incontri* (2023).

italiani ancora oggi affidabili (Cohen, 2017, p. 95). Anche il patrimonio lasciato in eredità da Berenson all'Università di Harvard, composto dai suoi scritti e da tutto il materiale prodotto durante la sua carriera e conservato alla villa I Tatti per pubblica consultazione, non è qualcosa che si può tralasciare. Non a caso, «a quanto mi risulti, nessun altro storico dell'arte ha mai fatto nulla di simile se non – esclusivamente e non sempre – coi propri allievi» (González-Palacios, 2022, p. 16). La stessa considerazione va fatta per Duveen, grazie al cui operato videro la luce alcune delle più importanti collezioni degli Stati Uniti, tra le quali si possono menzionare la Collezione Frick e le collezioni del Metropolitan Museum di New York, la Huntington Art Gallery a Los Angeles o la National Gallery a Washington D.C., suo ultimo progetto al quale si dedicò instancabilmente negli ultimi anni di vita. Viene da chiedersi, però, quanto il flusso continuo di opere d'arte dall'Europa verso gli Stati Uniti su cui si sono basate tali collezioni sia da ricondursi, più che a un particolare spirito di generosità dei *robber barons*³⁴ statunitensi verso il proprio popolo, da un altro influsso: quello dovuto alla cosiddetta “mano invisibile del mercato” teorizzata da Adam Smith³⁵.

D'altro canto, bisogna però considerare come l'operato di Duveen abbia influito sulla crescita esponenziale dei prezzi dell'arte, esacerbando la tendenza alla competizione feroce tra i magnati d'America. Questi ultimi, nella corsa alle grandi opere d'arte europee, che risultavano quantitativamente insufficienti a fronte di una richiesta così ampia, avviarono la crescita fuori controllo del valore delle opere sul mercato; un mercato nel quale gli acquirenti europei avevano minore spazio e potere d'acquisto, con le opere europee che prendevano sempre più spesso la strada verso i nuovi territori statunitensi. Quest'ultima circostanza venne rafforzata dalla rimozione, con una legge del 1909 approvata dal Congresso statunitense, dei dazi doganali d'importazione del 20% sulle opere d'arte d'età superiore ai cento anni, un fatto che contribuì all'accentramento di sedi e filiali dei più importanti commercianti d'arte, tra cui la Knoedler, a New York (Cohen,

³⁴ Il termine *robber barons* era usato per indicare quei grandi magnati statunitensi, a cavallo tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo, i quali si erano creati imperi finanziari immensi tramite pratiche imprenditoriali non sempre corrette (McNamara, 2021, disponibile a: [https://www.thoughtco.com/robber-baron-definition-1773342#:~:text=Robber%20Baron%20was%20a%20term,but%20actually%20dated%20back%20centuries\).](https://www.thoughtco.com/robber-baron-definition-1773342#:~:text=Robber%20Baron%20was%20a%20term,but%20actually%20dated%20back%20centuries).)

³⁵ Secondo la teoria della mano invisibile di Adam Smith, gli individui che possiedono capitali, seguendo proprie preferenze egoistiche, preferiscono investire in attività situate nel proprio Paese e, così facendo e spinti dalle regole del mercato, portano benefici non solo a se stessi ma anche al resto della società, nonostante questa non fosse la loro intenzione.

2017, p. 181). Non vi è dunque da stupirsi se Germano Celant spieghi chiaramente come New York, verso il 1970, si fosse ormai stabilmente affermata come leader indiscussa del mercato mondiale dell'arte contemporanea tramite questa enorme operazione di concentrazione di gallerie in particolar modo nell'area di Soho. Così, il quartiere divenne una sorta di “cervello centrale” di tutte le principali strategie commerciali e pubblicitarie delle nuove tendenze e dei nuovi artisti internazionali. Questa operazione, però, mise in seria difficoltà i musei e le gallerie europee che si videro quindi costrette ad aprire anche loro le rispettive sedi a Manhattan, seguendo così il flusso del denaro (Poli, 2007, p. 27).

La posizione di potere di cui i conoscitori avevano goduto fino ad allora, con l'arrivo del nuovo mercato statunitense, si fece sempre più instabile. La stampa americana non vide mai molto di buon occhio queste figure in quanto, nonostante ne riconoscesse la necessità dell'operato quando si arrivava a dover autenticare un'opera, era evidente come i conoscitori si trovassero in una posizione tale da consentire loro di poter ingannare i collezionisti e il pubblico. Oltretutto, la grande volatilità delle quotazioni sul mercato artistico era una accusa spesso rivolta all'attività dei conoscitori da parte dell'alta società americana. Infatti, bisogna considerare che la mentalità dell'*élite* statunitense che si interessava all'acquisto di opere – a differenza della società aristocratica europea erede di una tradizione culturale, ideologica, filosofica ed estetica e non attenta in maniera così preponderante all'aspetto commerciale – era caratterizzata da un maggiore pragmatismo e indirizzata al “fare economia”. Lo si può notare nell'atteggiamento di diversi grandi collezionisti statunitensi come ad esempio Samuel Kress³⁶: questi non comprava mai una singola opera ma acquistava sempre a blocchi di “elementi”, come era abituato dal suo lavoro di rivenditore all'ingrosso.

Tale attitudine dei grandi collezionisti statunitensi esasperava Duveen, il quale non sopportava che le sue opere fossero considerate semplici oggetti, essendo maggiormente abituato all'approccio dell'aristocrazia europea. Lo stesso Henry Ford³⁷, per il quale Duveen fece preparare tre volumi illustrati di rara bellezza con una raccolta delle cento opere più belle del mondo da regalare al magnate per invogliarlo a comprare le opere vere

³⁶ Samuel Henry Kress (1863-1955) è stato un industriale e collezionista d'arte statunitense. Proprietario dei negozi S.H.K. and Co., istituì la S.H.K. Foundation che contribuì alla creazione della National Gallery di Washington.

³⁷ Henry Ford (1863-1947) è stato un magnate e imprenditore statunitense, fondatore della Ford Motor Company.

e proprie, gli chiese per quale motivo dovesse acquistare delle costose opere, quando già disponeva di volumi illustrati, per di più gratuiti, dove erano riprodotte in alta qualità (Malatesta, 2006). Per questi e altri motivi, il fatto che figure come Duveen, Berenson e altri conoscitori basassero la loro professione sulla propria sensibilità – vista come il mezzo più efficace per l’analisi e l’attribuzione di un’opera d’arte – anziché sulle basi più pratiche riconosciute dai magnati statunitensi era visto con sospetto.

Un duro colpo all’immagine del conoscitore e a quella dell’esperto d’arte in generale venne dato dal caso *Hahn v. Duveen*, un celebre processo intentato dai coniugi Harry e Andrée Hahn di Kansas City nei primi anni Venti del Novecento ai danni del grande mercante inglese davanti alla Corte Suprema dello stato di New York e protrattosi per quasi dieci anni. Essi, infatti, tentarono inizialmente causa a Duveen nel 1921 a seguito del parere negativo dato su un’opera, un *Ritratto di Dama*, che i coniugi sostenevano essere un dipinto autentico di Leonardo. Non potendo l’opera di Leonardo essere portata a New York³⁸ per il confronto visivo tra le opere da parte degli esperti, gli esperti assieme all’opera degli Hahn si dovettero recare nella capitale francese. Le verifiche, infatti, vennero effettuate *in loco* a Parigi nel 1923, con le opinioni e le conclusioni dei vari esperti che vennero poi inviate a New York. I due dipinti protagonisti della vicenda sono presentati contrapposti in Figura 2.

³⁸ Il caso era infatti di competenza della corte della città di New York. Per maggiore approfondimento, si rimanda a *Bernard Berenson: da Boston a Firenze* (2017) di Rachel Cohen.

Figura 2. Il *Ritratto di Dama* degli Hahn (a sinistra) e la *Belle Ferronnière* attribuita a Leonardo (a destra).



Fonte: Follesa, 2020.

L'attenzione pubblica si era concentrata sul dipinto degli Hahn dopo che questi avevano inizialmente provato a vendere il dipinto al Kansas City Art Institut nel 1920 per la cifra di 250 mila dollari, dichiarando che la *Belle Ferronnière* esposta al Louvre e riconosciuta come lavoro originale di Leonardo fosse una copia. Viene dunque da chiedersi se avrebbero cambiato idea qualora avessero potuto ascoltare la massima che era solito dispensare l'antiquario Landau³⁹ agli amici: «non acquistare mai un originale la cui copia è al Louvre» (Facchinetti, 2022a), sottintendendo come fosse infruttuoso per un singolo mettersi contro una figura o istituzione ben più grande e importante. Tra l'altro, proprio Facchinetti fa notare in un recente articolo (2022c) come avere un "gemello" per un'opera d'arte possa in realtà portare anche benefici in relazione al suo valore e conseguentemente al prezzo di vendita. Si prenda in considerazione il caso recente dei due "Angelo" di Bernhard Strigel, venduti a prezzi molto diversi tra loro: il primo, acquistato nel 2008 dal Louvre di Abu Dhabi per un milione di euro, è stato ampiamente superato dal secondo nel 2022, venduto per una cifra di quasi tre milioni e mezzo di euro. La differenza di qualità artistica era indubbiamente così evidente o vi era qualche altro aspetto? L'acquisto da parte del Louvre Abu Dhabi del primo dipinto potrebbe aver impattato a rialzo sul prezzo del secondo, riversando anche sopra ad esso il prestigio goduto dal "gemello" nell'essere posseduto da uno dei più importanti musei del mondo. Inoltre, avere una

³⁹ Nicolas Landau (1887-1979) è stato un importante mercante d'arte e antiquario francese.

propria opera gemella in un'istituzione come il Louvre potrebbe aver svolto anche una parziale azione di tutela della qualità del secondo, con quest'ultima che è stata di riflesso considerata maggiore. Ci si può quindi chiedere se il *Ritratto di Dama* degli Hahn avrebbe potuto godere dello stesso effetto economico positivo qualora i coniugi statunitensi avessero deciso di non dichiararlo l'opera originale della *Belle Ferronnière* parigina, quanto piuttosto un gemello dell'opera del Louvre. D'altronde, possedere un dipinto "gemello" non implica nessuna accusa di falsità per l'opera dell'altro, un aspetto rilevante tanto più se "l'altro" è il Louvre. La massima di Landau nel caso dei "gemelli" di Strigel è stata ampiamente verificata.

In ogni caso Duveen, per far fronte alle accuse, riunì una commissione composta da alcuni tra i più importanti esperti d'arte del tempo per confutare la tesi degli Hahn. In questa commissione erano presenti, tra gli altri, lo storico dell'arte Adolfo Venturi, il direttore dei Musei statali di Berlino Wilhelm von Bode, il direttore della National Gallery di Londra Sir Charles Holmes e i direttori dell'Imperial War Museum d'Inghilterra, dell'Irish Free State Museum di Dublino e del Rijksmuseum di Amsterdam, l'ex curatore del MET di New York Roger Fry, gli esperti amatoriali di arte rinascimentale Maurice Brockwell e Sir Herbert Cook, il professore di chimica di Edimburgo Arthur Pillans Laurie e, infine ma immancabilmente, Bernard Berenson, a fronte dell'unico esperto chiamato dagli Hahn, l'esperto d'arte e artista Georges Sortais. Questa prima *manche* della vicenda fu vinta da Duveen, dopo che i pareri degli esperti gli diedero ragione. Nel 1929, però, gli Hahn intentarono un nuovo processo contro Duveen. Il mercante inglese fece nuovamente affidamento sulla commissione di esperti, ma questa volta il contesto del tribunale statunitense, diverso da quello abituale, li mise in grande difficoltà: nella cross-examination (contro-interrogatorio) degli esperti, gli avvocati degli Hahn fecero emergere tutte le contraddizioni e i punti deboli dei metodi di attribuzione utilizzati da essi fino a quel momento, basati non su criteri univoci ed improntati ad un metodo di rigore scientifico, bensì sulla sensibilità, su una certa percezione estetica e del gusto: citando Berenson, una «esperienza accumulata su cui il tuo spirito agisce quasi inconsciamente» (Brewer, 2005, p. 37). Ulteriori metodi di analisi presentati da altri esperti portati da Duveen quali "l'immaginazione costruttiva" di Robert Langton Douglas⁴⁰ e un forte primo impatto visivo (quel "sesto senso" di Berenson già citato

⁴⁰ Robert Langton Douglas (1864-1951) è stato uno storico, critico d'arte e docente inglese, tra i primi e più esperti studiosi della storia e dell'arte senese.

precedentemente), nonostante tenessero in considerazione le tecniche proposte da Morelli, non aiutarono a difendere l'immagine degli esperti d'arte agli occhi dell'opinione pubblica e di settore americana. Infine, il fatto che i vari esperti voluti da Duveen continuassero a non sostenersi a vicenda e a mettere in discussione la competenza e la preparazione reciproca contribuì a far pendere la decisione della giuria a favore dei coniugi di Kansas City. Ciò nonostante gli esperti concordassero sull'origine non autentica dell'opera degli Hahn (punto, peraltro, confutato durante il processo, dove i legali della coppia avevano rilevato che tutti gli esperti presenti, fino a poco tempo prima, non attribuivano la *Belle Ferronnière* alla mano di Leonardo). Oltretutto, il rifiuto di più moderne analisi scientifiche da parte degli esperti di Duveen fu uno dei motivi alla base dell'inizio del declino della figura dei conoscitori nel XX secolo. Per capire meglio quanto detto fino a questo momento, di seguito è riportato uno scambio avvenuto realmente tra Berenson e l'avvocato scelto dagli Hahn per il processo, Hyacinthe Ringrose:

«**HR:** There is a picture in the Prado labeled da Vinci?

BB: Yes.

HR: Is it not by Leonardo da Vinci?

BB: No.

HR: Have you ever seen it?

BB: Yes.

HR: Is it painted on wood or canvas?

BB: On wood, to my recollection, but I may be mistaken. That is not interesting. It is not interesting on what paper Shakespeare wrote Hamlet⁴¹» (Brewer, 2005, p. 38).

La posizione di Berenson, apparsa totalmente insensata al pubblico statunitense, è da far risalire all'idea del conoscitore secondo cui un'opera d'arte sia composta di due soli elementi: quelli decorativi e quelli illustrativi, con i primi prevalenti sui secondi data la loro eternità. Il supporto fisico, dunque, non assume alcun rilievo o valore all'interno di questa teoria, ispirata all'estetica della pura visibilità e dell' *Einfühlung* (Sciolla, 1995, pp. 62-63). Il conoscitore basò la difesa delle proprie posizioni su argomentazioni

⁴¹ «**HR:** C'è un quadro al Prado etichettato da Vinci? **BB:** Sì. **HR:** Non è di Leonardo da Vinci? **BB:** No. **HR:** Lo hai mai visto? **BB:** Sì. **HR:** È dipinto su legno o su tela? **BB:** Sul legno, se ricordo bene, ma potrei sbagliarmi. Questo non è interessante. Non è interessante su quale carta Shakespeare scrisse l'Amleto».

derivanti dalla critica d'arte europea e dalla filosofia e psicologia tedesca ancora di matrice Ottocentesca. L'errore commesso appare però evidente nel momento in cui ci si rende conto di quanto una riflessione di questo tipo fosse totalmente fuori contesto non solo in un'aula di tribunale, ma in un'aula di tribunale extra-europea, di fronte ad un uditorio interessato al concreto e non alla riflessione critico-filosofica. D'altronde, l'idea non sembra essere cambiata molto se ancora, nel 1995, Carlo Ginzburg metterà in guardia dalla retorica di quella che definirà la «*connoisseurship writing*» (Mazzaferro, 2023, p. 6)⁴². Questa posizione di rifiuto dell'ingerenza scientifica nella pratica attribuzionistica portò Duveen a non sfruttare la possibilità datagli da alcune radiografie presentate da un esperto del Fogg Museum con le quali sarebbero risultate evidenti alcune incongruenze nel dipinto degli Hahn che avrebbe probabilmente portato alla vittoria del mercante inglese nel processo.

Tutto questo insieme di dati e informazioni fece sì che gli Hahn riuscissero a screditare la *connoisseurship* e la categoria degli esperti d'arte dinnanzi alla corte americana, la cui giuria popolare era composta da un insieme assortito di persone ben poco avvezze alle pratiche artistiche, quali tappezzieri, commercianti di abbigliamento, impiegati, agenti immobiliari e due soli artisti. Forse questi non compresero a fondo tutto il dibattito sulla questione tecnica, ma è probabile che le osservazioni tecniche fossero per loro più intuibili delle questioni inerenti alla sensibilità artistica (Cohen, 2017, p. 215). Per di più, gli Hahn furono probabilmente supportati in questo contesto anche da un orientamento patriottico della giuria statunitense che non ammirava particolarmente Duveen e il suo seguito europeo, mentre era più propensa a sostenere un *self-made man* americano del *Midwest* come Harry Hahn.

Il processo si concluse infine con una *hung jury* (ovvero una “giuria sospesa”⁴³) e un accordo extragiudiziale tra le parti per 60 mila dollari (Cohen, 2017, p. 215). Questa vicenda risulta un passaggio fondamentale nella storia della *connoisseurship* poiché, forse per la prima volta, i conoscitori, gli esperti del settore e i loro metodi vennero messi in discussione come mai si era fatto prima sulla base di fattori nuovi, quali: le nuove ricerche sulla provenienza, che mostrano tramite documenti la storia di un oggetto, e soprattutto

⁴² Dalla prefazione a cura di Donata Levi per *Il giovane Cavalcaselle. «Il più curioso, il più intrepido, il più appassionato di tutti gli affamati di pittura»* (2023) di Giovanni Mazzaferro.

⁴³ Tale evento occorre quando i giurati non raggiungono l'unanimità o la maggioranza richiesta dalla legge, con la conseguente chiusura del processo senza un verdetto.

le nuove analisi tecnico-scientifiche sui dipinti rese possibili dalle scoperte di quegli anni, il cui apporto sarà ancor più evidente durante il processo al mercante d'arte tedesco Otto Wacker nel 1932.

Queste innovazioni preannunciarono quella perdita del ruolo predominante che i conoscitori e gli esperti avevano ricoperto fino a quel momento. Anche sempre maggiori rischi legali corsi da questi fu un altro aspetto che contribuì alla loro decadenza, ma questo passaggio sarà analizzato in maniera più approfondita nei capitoli successivi. In ogni caso, questi avvenimenti diedero inizio, con il secondo dopo-guerra, al rapido declino della parabola internazionale della figura del conoscitore-celebrità, anche per una rinnovata necessità di separare l'arte dal denaro, per quanto questo processo rimanga ai limiti dell'impossibile. Basti pensare a due eventi che testimoniano tale declino, rispettivamente in Inghilterra e negli Stati Uniti. In Inghilterra, nel 1948, il *The Burlington Magazine*, fondato da un gruppo di conoscitori e storici dell'arte, tra i quali figurava lo stesso Berenson, modificò il proprio nome rimuovendo il sottotitolo *for Connoisseurs*, presente in copertina dalla prima edizione del 1903. Nel 1952, invece, venne consolidata negli Stati Uniti la *American Society of Appraisers* (ASA), una organizzazione non-profit consolidata dalla fusione di due precedenti organizzazioni di periti fondate rispettivamente nel 1936 e nel 1939. Lo scopo dell'ASA era infatti quello di riunire i periti delle discipline più distinte per garantirne la professionalità. Dunque, il nuovo esperto del XX secolo avrebbe mantenuto la sua rilevanza, ma la sua esperienza storico-artistica e la sua sensibilità avrebbero affiancato l'attività di ricerca documentaria della provenienza e i risultati della figura più tecnica del ricercatore scientifico. Questo diveniva necessario poiché l'analisi scientifica non era in grado di attribuire un dipinto a uno specifico artista, ma era in grado di contraddire una attribuzione, indicando che un quadro non fosse dell'artista proposto.

Tutte queste considerazioni e questi processi di analisi si basano su un concetto fondamentale ma di difficile inquadramento, quello della "conoscenza" che può essere declinato in modi diversi. D'altronde, la conoscenza era ciò che contraddistingueva un conoscitore come Berenson e che dava credibilità alle sue attribuzioni. Ma la conoscenza, come può essere alla base di valutazioni veritiere, quanto può rivelarsi importante quando si arriva a parlare di casi di falsi o delle attività dei falsari? Questo tema sarà approfondito nelle pagine che seguono.

1.2.2 La “conoscenza” culturale nel mercato dell’arte

Il tema della “conoscenza” nel mondo dell’arte deve essere affrontato da più punti di vista, tenendo in considerazione quanto questo sia legato al lavoro degli esperti d’arte e come, quando si parla di figure come quelle di Berenson e Duveen, formi le fondamenta della loro credibilità. Non a caso il termine “conoscitore” si basa sul concetto di “conoscenza”. Ma questa conoscenza è la semplice conoscenza dello studioso qualunque? Chi può arrogarsi il diritto di affermare di essere portatore di conoscenza? Con riferimento al termine “conoscitore”, la conoscenza è intesa in questo contesto come il bagaglio di studi che il *connoisseur* si porta dietro, il quale lo eleva al di sopra della persona comune all’interno del mondo dell’arte, in quanto colui che conosce, sa. Per secoli, la questione della “conoscenza” nell’arte è stata affrontata da un punto di vista maggiormente filosofico. Per i romantici europei, la conoscenza era interpretata come il momento di creazione, in quanto chi crea conosce la verità del momento storico individuale che è alla base del processo creativo. Benedetto Croce parla invece di «intuizione⁴⁴, dunque conoscenza di ciò che si presenta nella sua irriducibile individualità» (Perrotti, 2013). Queste considerazioni sui concetti di intuizione o di creazione hanno però come perno centrale l’artista, mentre in questo caso, il perno della riflessione vuole essere il conoscitore. Concetti come quelli di creazione, di intuizione, però, tornano utili a questa analisi in quanto il conoscitore (avendo sempre Berenson come punto di riferimento) non basa il suo sapere esclusivamente sullo studio accademico, in quanto non è uno storico dell’arte. Il conoscitore aggiunge un tassello più personale, in quanto vuole quasi mettersi nei panni dell’opera che analizza. Recuperando Costamagna, il conoscitore vuole diventare “occhio”, dunque una forma di conoscenza tale per cui è in grado di vedere la vera essenza dell’opera d’arte al di là della sua semplice resa materica⁴⁵. È interessante notare ciò che afferma proprio Berenson nel suo testo *I disegni dei pittori fiorentini* del 1938 parlando, nel suo caso, non tanto di creazione o intuizione, quanto di “qualità”: «Dobbiamo imparare a riconoscere con precisione, in ogni disegnatore, come essa sia condizionata dalle idiosincrasie del suo temperamento, del suo tirocinio, delle circostanze

⁴⁴ Per approfondire l’intuizione anche secondo Bergson, si veda Di Fazio (2013), “Percezione, rappresentazione e memoria nella filosofia di Bergson”, disponibile a: <http://www.consecutio.org/2013/04/percezione-rappresentazione-e-memoria-nella-filosofia-di-bergson/>

⁴⁵ Cfr. p. 10 del presente testo.

in cui si trova, dell'umore che lo ispira al momento. Infine, quando tutto è stato detto e fatto, il giudizio ultimo e definitivo spetta alla nostra sensibilità, alla finezza delle nostre percezioni» (Ducci, 2015, p. 111)⁴⁶. Il senso della qualità diventa per Berenson il criterio massimo da utilizzare per chi si vuole definire *connoisseur* per analizzare un'opera, rimarcando quindi come la conoscenza non sia mai una questione prettamente scientifica (Giannini, 2016).

Dunque, il conoscitore tramite questo processo può “capire” veramente il dipinto e, dietro di esso, l'artista, arrivando a percepirne i movimenti del pennello sulla tela, delle più diverse sfumature di colori e addirittura del modo di ragionare di fronte alla tela che andrà a riempire. Non si parla solo dell'analisi dei dettagli morfologici dei corpi umani come era solito svolgere Morelli, dunque di un'analisi del visibile, quanto dell'analisi dell'invisibile che si cela dietro il visibile, possibile grazie a elementi quali l'ormai famoso “sesto senso” berensoniano. D'altronde, è lo stesso conoscitore lituano a chiarire meglio e ripetere quanto si sta affermando: «Come si riconosce la paternità di un disegno? Per rispondere onestamente a questa domanda, bisogna anzitutto dichiarare che la nostra conoscenza non è mai rigorosamente scientifica, bensì nel migliore dei casi, semplicemente plausibile. E a tale plausibilità si può giungere in un solo modo, ossia attraverso la percezione che il disegno in parola fu creato dal medesimo spirito che riscontriamo in una serie di pitture o sculture a noi ben note» (Pope-Hennessy, 1988)⁴⁷. Chiaramente, tutto ciò è quanto di più astratto possibile. Sempre Pope-Hennessy, come riportato da González-Palacios (1999, p. 110), parlando però di Longhi come opposto a Berenson, afferma come il conoscitore italiano dichiarasse le proprie conclusioni come frutto dell'intuizione. Secondo Pope-Hennessy, questo ebbe un'influenza dannosa sugli allievi di Longhi, in quanto essi arrivarono a considerare il processo attributivo del conoscitore al pari dell'attività di un mago o di un prestigiatore, e non come di qualcosa basato sulla razionalità e sull'analisi tecnica. La critica di Pope-Hennessy appare perfettamente in linea con la più recente affermazione di Facchinetti (2019, p. 52), che sottolinea come l'attribuzione sia, appunto, tutto tranne che un «gesto sciamanico». Dunque, mantenendo il processo attributivo su un piano così astratto e fumoso, il

⁴⁶ Citazione tratta da p. 14 della traduzione in italiano del 1961 della seconda edizione del testo originale del 1938 di *I disegni dei pittori fiorentini* di Berenson.

⁴⁷ Citazione tratta da p. 11 della versione italiana del 1961 de *I disegni dei pittori fiorentini* di Berenson.

conoscitore e l'esperto d'arte – come era considerato anche Duveen – potevano ergersi al di sopra degli altri attori del mercato e nascondere, a seconda delle situazioni, le proprie lacune o autenticazioni incerte dietro affermazioni pienamente concettuali, quindi difficilmente verificabili da chi non fosse stato convinto della parola del conoscitore e non fosse stato parte di quella ristretta cerchia, come si è visto nei paragrafi precedenti.

Questa astrazione dalla realtà materiale e pratica rimase per secoli un concetto di grande attenzione per gli attori del mondo dell'arte. Come fa notare Chiara Casarin in una intervista del 2016, bisogna anche considerare come il concetto di autenticità sia essenziale per capire sia il contenuto di un'opera sia il valore della stessa, ovvero la sua artisticità (Giacomelli, 2016). Se questo tema è fondamentale nell'arte contemporanea, caratterizzata spesso da astrazione e scarso figurativismo che la rendono di più difficile lettura, si può applicare anche a periodi storico-artistici precedenti, dove una minore preparazione media della popolazione lasciava la conoscenza in mano a pochi. Ma se l'artisticità è comprensibile e quasi afferrabile nel momento in cui è individuabile l'autenticità, l'unico che è in grado di capire l'artisticità è solamente colui che possiede la conoscenza. Questo passaggio fa comprendere meglio il dominio raggiunto dai conoscitori, ma non solo, del mondo dell'arte.

Va però considerato un fatto, il quale smonterebbe rapidamente tutta la dialettica dei conoscitori sulla conoscenza. Come fatto notare da William M. Ivins Jr. negli anni Cinquanta del Novecento, la conoscenza di questi esperti d'arte si è basata per secoli non sulla visione delle opere d'arte originali, quanto sulle riproduzioni o, successivamente, sulle fotografie. Questo aspetto è fondamentale, in quanto suona quasi come un controsenso dopo tutto ciò che è stato detto sulla percezione, sui sentimenti generati dalla visione dell'opera nel conoscitore o da aspetti come i “valori tattili” cari a Berenson. Tanto più se si considera l'abitudine di Duveen, di cui Berenson era a conoscenza, di far ritoccare quadri in suo possesso per abbellirli e “aggiornarli” seguendo il gusto del tempo, rendendoli maggiormente appetibili sul mercato.

Paradossalmente, da giovane, Berenson si riteneva un purista della forma originaria di un'opera, ma con gli anni arrivò a cambiare questo approccio, ad esempio quando mentì a un ricco cliente americano riguardo a un'opera di Fra Angelico, affermandone l'originalità e la perfetta conservazione mentre invece era stata ritoccata in maniera alquanto pesante (Simpson, 1987, p. 239). Secondo alcuni, tra i quali Kenneth Clark,

Berenson non era a conoscenza dai trucchi utilizzati dai restauratori per le opere, anche se ciò pare poco plausibile data la vasta conoscenza di Berenson. Questa ipotesi è stata però confutata da Giovanni Marchig (Simpson, 1987, p. 238). Dunque, si potrebbe sostenere che il conoscitore lituano non si sarebbe trovato d'accordo con quanto sostenuto da Cavalcaselle, secondo cui era «meglio avere un quadro alquanto scuro che disarmonizzato nella pulitura» (Moretti, 1973, p. 18).

Considerato quanto detto, ci si interroga sulla veridicità delle affermazioni del conoscitore nel momento in cui l'analisi di un'opera viene svolta su una riproduzione che non potrà mai riprodurre e, quindi, contenere "l'anima" dell'artista che il *connoisseur* tanto cerca. La critica mossa da Ivins Jr. è durissima, tanto che arriva a sostenere che «più l'esperto è importante, più conosce attraverso le riproduzioni e più si affida ad esse, ma raramente si ferma a pensare che ciò che conosce in questo modo non sono opere d'arte, ma riproduzioni. Le qualità che attribuisce alle opere d'arte, quelle che ricerca, sono quelle che vede o crede di vedere nelle riproduzioni» (Ivins, 1954, p. 195). Con queste posizioni sarebbe indubbiamente d'accordo anche Costamagna, il quale ribadisce con fermezza che l'occhio (del conoscitore), per poter svolgere la propria attività in maniera corretta, deve osservare le opere *in situ* (Costamagna, 2019, p. 38). Si può rimandare anche a quanto detto in precedenza sulla questione della soggettività della valutazione. Questo approccio, quindi, rischia di mettere in discussione qualsiasi autenticazione o riconoscimento svolto da un conoscitore o esperto d'arte.

La conoscenza implica non solo il semplice "conoscere" come "sapere", quanto il "conoscere" inteso come il "sapere dove guardare", come dichiara Berenson nella prefazione al suo *Pittori italiani del Rinascimento* del 1952, ovvero che bisogna guardare incessantemente un dipinto fino a che non si è in grado di identificarsi con l'opera anche solo per un solo istante (Cohen, 2017, p. 91). Questo processo, però, non deve mai essere forzato per soddisfare il bisogno di scoperta dell'opera rara e introvabile che spinge da sempre collezionisti, conoscitori ed esperti d'arte di vario genere a svolgere ricerche nel campo artistico per un ritorno di fama ed economico. Il voler vedere qualcosa dove qualcosa non c'è basando tutto sulla propria convinzione di conoscenza diviene quindi un aspetto rilevante nel campo delle attribuzioni di questo periodo. Questo aspetto viene

chiarito dall'esempio dell'antiquario Freppa⁴⁸: egli comprava qualsiasi lavoro producesse un proprio protetto e lo inseriva tra le sue altre opere in vendita, a un prezzo basso e senza attribuzione. I suoi clienti erano più che contenti di far sfoggio della loro superiore conoscenza per individuare, tra le opere del suo protetto, quelle che decidevano essere lavori autentici di Ghiberti o Rossellino. Freppa li assicurava che quelli che ritenevano grandi capolavori fossero solo oggetti qualunque, ma i suoi clienti erano convinti di saperne di più (Simpson, 1987, p. 140). Anche l'orgoglio, in certi contesti, poteva giocare un ruolo rilevante nel portare all'errore. Con l'avvento della fotografia, le analisi di dipinti non venivano più svolte attraverso riproduzioni, e innegabilmente una buona fotografia risulta più affidabile di una riproduzione nell'avvicinarsi a una rappresentazione più corretta del vero. Bisogna però tenere a mente che le fotografie tendono a non rendere adeguatamente la luminosità dei colori, anche se il colore è la qualità di un'opera meno considerata da parte dei conoscitori.

Come la questione della conoscenza è importante per le figure degli esperti d'arte quali i conoscitori o i mercanti, così lo è per un'altra figura altrettanto rilevante nel mondo dell'arte, seppure con una accezione negativa. Si fa riferimento al falsario. Perché, però, la conoscenza riguarda anche il falsario? L'obiettivo del falsario è la creazione di opere d'arte che assomiglino il più possibile agli originali, così da essere dichiarate opere originali a tutti gli effetti. Vi sono, però, degli elementi che distinguono un buon falsario da un grande falsario. Uno di questi, e che forse può considerarsi come la base di partenza per tutta l'opera di falsificazione, è appunto la conoscenza. Infatti, come il conoscitore vuole immedesimarsi nell'artista per "capirlo" e capirne il modo di fare e interpretare l'arte, così il falsario che non vuole essere smascherato vuole "capire" l'artista che andrà a riprodurre per riuscire a racchiudere nelle sue produzioni la stessa "anima" dell'artista originale. Si potrebbe dire che «qui sta il punto di rottura fondamentale della modernità. Il copista nel campo testuale secondo Canfora, come il restauratore o il falsario nel campo delle opere d'arte, si inscrivevano scrupolosamente in una storia, in una tradizione, in una cultura. Non si può comprendere che i più grandi esperti, storici dell'arte e specialisti si siano tutti lasciati ingannare nelle recenti vicende di falsi, Knoedler o Beltracchi, se non si considera questa evidenza apparentemente scandalosa: il falsario possiede una

⁴⁸ Giovanni Freppa (1795-1870) fu un noto antiquario fiorentino, protagonista dello "scandalo Freppa" dopo aver venduto dei pezzi dichiarandoli come rinascimentali.

competenza comparabile a quella del restauratore, nelle conoscenze e nel *mestiere*» (Cavina e Natale, 2017, p. 29).

Da quanto detto fin qui, si può percepire come il rapporto tra le figure del conoscitore e del falsario non sia di così immediata lettura. Dunque, nel paragrafo successivo si andrà ad analizzare in maniera più approfondita il ruolo che queste due figure hanno giocato e giocano tutt'ora nel mercato dell'arte e il modo che hanno avuto di rapportarsi.

1.2.3 Il rapporto tra conoscitori e falsari

Si potrebbe aprire questo paragrafo con una questione: per quale motivo il falsario, a differenza della maggioranza degli autori di truffe o di azioni contrarie alla legge, riscuoteva e riscuote tutt'oggi un tale fascino nel pubblico, arrivando a essere ammirato al pari di un artista? Forse influisce, in questo caso, una sorta di elevazione del falsario a moderno Robin Hood del mondo dell'arte, che inganna i ricchi e l'*élite* per smascherarne le ipocrisie e sovvertire le gerarchie e i rapporti di forza nel sistema dell'arte, riportando quest'ultima su un terreno più facilmente raggiungibile e accessibile al grande pubblico? D'altronde, la lotta del popolo contro l'*élite* non sarebbe certo un tema innovativo o particolarmente originale ma indubbiamente plausibile. Chiara Casarin la definisce «una sorta di rivalsa del profano sul sacro, dell'umile sul dotto» (Sivieri, 2022)⁴⁹. I casi di falsari celebrati e ricordati sono molteplici, d'altronde non si può negare l'impatto che essi hanno sempre avuto sul mondo dell'arte e sui suoi protagonisti, complici anche delle questioni che ne rendono la figura particolarmente ambigua e di difficile collocazione. Si dice che Pablo Picasso abbia pronunciato una frase – il cui senso generale è stato ripreso da molti – che pare creare ancora più confusione sulla questione: «i bravi artisti copiano, i geni rubano» (Bonami, 2019). Questa affermazione è però importante per capire come il confine che separa la copia, il plagio e il falso dall'originale quando ci si muove nell'ambito delle attività creative sia molto sottile.

Considerando quanto detto in precedenza delle attività in taluni contesti poco trasparenti degli esperti e dei conoscitori del mondo dell'arte, il rapporto tra questi ultimi e i falsari si può considerare come uno scontro tra due poli opposti? La collaborazione tra Berenson

⁴⁹ Citazione tratta originariamente da Casarin, C. (2015), *L'autenticità nell'arte contemporanea*, p. 158 a cui si rimanda per completezza.

e Duveen ha dimostrato come la vendita di alcune opere, fatte passare per lavori più rilevanti di quanto fossero veramente, non fosse una pratica da ricondurre esclusivamente ai falsari. Oltretutto, i falsi aiutano a capire il gusto contemporaneo e quale direzione stia prendendo il mercato, un aspetto di grande interesse per soggetti capaci di coglierlo, come possono essere un falsario, un mercante come Duveen o un conoscitore come Berenson. Non si vuole ovviamente accusare esperti e conoscitori di truffa, sarebbe una esagerazione e una banalizzazione della questione, ma è importante ragionare sulle zone d'ombra di entrambi i gruppi. L'analisi si potrebbe complicare ulteriormente se si pensa che Charney (2016, p. 18) riconosce quattro categorie quando si parla di falsi e truffe nell'arte e, tra queste ultime, inserisce le attribuzioni erronee di un'opera autentica svolte da un sedicente "esperto". Ciò fa tornare rapidamente alla mente l'operato di Duveen e Berenson. Cosa distingue dunque un falsario da una situazione come quella appena descritta?

Come accennato in precedenza, l'obiettivo del falsario per arrivare a vendere uno dei propri lavori spacciati per opere d'altri è quello di superare la barriera di controllo del conoscitore. Dopotutto, il falsario è il nemico per eccellenza del conoscitore, forse in quanto è stato il solo che per secoli è stato in grado di delegittimarne "sul campo" l'autorevolezza e la credibilità, motivo per cui rimase la figura più temuta dall'esperto stesso. Non a caso Gopnik (2013) dichiara apertamente che, ogni qualvolta un esperto è ingannato da un falso, il falsario ci ha ancora una volta insegnato a non fidarci della *connoisseurship*. Di falsari la storia dell'arte ne ha avuti tanti e continuerà ad averne. Essi sono spinti da motivazioni diverse per la creazione di contraffazioni, che Charney (2016, pp. 14-15) identifica nel genio, l'orgoglio, la vendetta, la fama, il crimine, l'opportunismo, il potere e il denaro, con tutte queste che spesso si combinano tra loro. In ogni caso, però, la base comune di partenza è la stessa, ovvero l'intenzione di ingannare, di far passare un proprio prodotto per tutt'altro. La difesa più utilizzata dai falsari quando venivano smascherati, ovvero che loro non avessero creato falsi ma opere d'arte, è stata ampiamente contraddetta (tanto più in epoca moderna con aspetti normativi e giuridici quali il *copyright*).

A questo riguardo, risultano molto interessanti le tesi sostenute da Nagel⁵⁰, professore di arte rinascimentale all'Institute for Fine Arts di New York. Egli propone una difesa del

⁵⁰ Per maggiore approfondimento, si rimanda al saggio di Nagel, A. (2004), *The copy and its evil twin: thirteen notes on forgery*, from Cabinet Nr. 14, Massachusetts Institute of Technology.

falso argomentandone il suo ruolo sociale nella storia dell'arte e l'evoluzione semantica della parola. Egli, però, pone sullo stesso piano periodi storici troppo diversi e tralascia anche questioni quali l'irripetibile unicità dell'opera o la concezione artistica iniziale per criticare il falso. La posizione di Massimo Ferretti secondo cui «la falsificazione non consiste nell'oggetto falsificato, ma nell'opinione critica che la riflette» (Zevi, 1982, p. 235) sottolinea però come oggi il mondo dell'arte sia ancora parzialmente erede della sensibilità romantica che incentrava il valore sull'unicità e sulla rarità, questioni che in ogni caso sono state affrontate ampiamente anche dalla filosofia, ma che non saranno approfondite in questo contesto. Quello che da questo saggio appare assente è il nodo fondamentale della questione, ovvero il falsario crea un'opera che può essere anche originale di per sé, in quanto non ricopia un'opera già esistente ma riprende lo stile di un artista per creare un'opera nuova, come nel caso dei lavori del falsario Wolfgang Beltracchi. Il prodotto del falsario, però, viene fatto passare per un originale di un altro artista, tendenzialmente famoso e soprattutto richiesto sul mercato. L'opera in sé è effettivamente “originale”, ma non è tale la concezione artistica iniziale, l'idea di partenza e lo stile, tutti aspetti sottratti all'artista copiato.

Partendo dal saggio di Nagel, risulta invece di particolare interesse l'analisi che Gopnik (2013) svolge sulla questione della creazione di falsi partendo dalle opere del XX secolo di artisti quali, ad esempio, Duchamp che con i propri lavori tenta di minare le basi del concetto di artisticità. In particolare, l'artista francese mette in discussione il concetto di originalità dell'opera, sostenendo che una riproduzione o un duplicato abbiano lo stesso valore dell'originale; in questo modo, egli si collega alla visione del rapporto tra originale e copia del periodo antecedente al Romanticismo e alle nuove posizioni europee in materia. Nonostante tali posizioni, va considerato come Duchamp nella sua attività sia attento a riprodurre le proprie opere cercando di non cadere mai nella copia pura e semplice, interessandosi più alle idee che alle opere materiali (Franklin, 2023). L'approccio di Duchamp è particolarmente interessante se si considera la contemporaneità di queste sue posizioni – datate ai primi decenni del Novecento – con quelle di figure come Berenson e Duveen, fortemente a difesa della superiorità dell'opera originale sulla riproduzione. Se per Duchamp «il nemico dell'arte è il buon gusto» (Martina, 2016), per Berenson e soprattutto Duveen il buon gusto è una qualità imprescindibile di tutti coloro che si avvicinano all'arte. D'altronde, non è un caso che

il momento in cui si diffondono le idee di Duchamp coincida con il periodo di maggior declino dei conoscitori e che le loro posizioni si confutino a vicenda.

Recuperando quanto detto in precedenza per tentare di rispondere alla domanda su Duveen e Berenson, il mercante inglese non commissionava la creazione né creava egli stesso opere d'arte per poi attribuirle ad artisti conosciuti. Il problema semmai è più sottile, in quanto egli forzava le attribuzioni del conoscitore lituano. Nel caso di una attribuzione (volutamente) erronea, secondo l'analisi di Charney (2016, p. 18), si tratterebbe quindi di una truffa, ma un truffatore non è necessariamente un falsario. Bisogna però considerare che le attribuzioni erronee di Duveen, con la complicità di Berenson, si basassero su opere originali di altri artisti, le quali avevano però il limite di non riscuotere lo stesso interesse sul mercato, avvicinandosi decisamente più all'ambito della truffa, ma non della falsificazione o del falso. L'inganno potrebbe quindi considerarsi in certi casi un terreno comune d'affari per falsari e taluni esperti, ovviamente con i dovuti distinguo. Vi è però un'altra questione che accomuna queste due figure, ed è la motivazione dell'orgoglio e della fama, che si potrebbero riunire nel termine "ego". Analizzando meglio questo passaggio, da un lato vi è il falsario che, per proprio ego, crea opere false per ottenere fama e per un senso d'orgoglio nell'aver ingannato chi "conosce" più di lui. Dall'altro, anche l'esperto è spinto da una forma di ego. Una copia genera attrazione nell'intenditore, come nel collezionista, non in quanto copia, ma in quanto possibile originale privo della corretta attribuzione. Nulla, infatti, attira maggiormente il conoscitore dell'idea di trovare un originale perduto, appunto per questioni di orgoglio, di fama, di ego. Si pensi al caso del ritrovamento, il 24 luglio del 1984 a Livorno, delle famose (o forse famigerate) teste di Modigliani, evento che causò grande imbarazzo in numerosi e importanti esperti d'arte⁵¹, i quali non esitarono ad attribuire le opere all'artista livornese con una rapidità che sorprese i ragazzi autori di una delle sculture, in quanto ritenevano che il falso fosse di facile e immediata individuazione. Nonostante la loro convinzione, le opere vennero attribuite al maestro livornese, e se l'attribuzione è valsa per secoli come la certificazione di autenticità di un'opera d'arte,

⁵¹ Tra questi si possono ricordare Giulio Carlo Argan, Enzo Carli, Carlo Ludovico Ragghianti e Cesare Brandi, mentre Federico Zeri e Carlo Pepi furono tra i pochi nomi di peso a schierarsi dalla parte opposta, dichiarando le sculture come falsi.

non fu da meno in questo caso. Dunque, per il falsario l'obiettivo da ingannare deve essere per forza di cose il conoscitore.

Come si era detto precedentemente, il falsario si può paragonare al conoscitore sotto un altro aspetto di fondamentale importanza, ed è la conoscenza. Se si è parlato del conoscitore come di colui in grado di immedesimarsi nell'artista e di coglierne lo spirito, il grande falsario è colui che è in grado di "capire" sia l'artista che intende copiare ma anche il conoscitore che vuole ingannare, oltre che ovviamente il pubblico, inteso però più come società in generale, che entra in gioco dopo i primi due. Dunque, «il falsario deve essere un profondo conoscitore della mente umana» (Pareschi, 2013), riunendo in sé la conoscenza dell'artista riprodotto, del conoscitore e della società. La conoscenza del falsario si erge sulle stesse basi di quella del conoscitore, in quanto anche il bravo falsario è in grado di affinare una propria sensibilità che lo porta a sapere come "guardare" l'opera di un grande artista, studiandone i particolari stilistici con la stessa attenzione che Morelli riservava loro per l'attribuzione. Non è un caso allora che alcuni dei più celebri falsari si fossero formati presso scuole d'arte e accademie, come per Joni, Hebborn o Beltracchi, o presso esperti del settore, come per van Meegeren. Senza una profonda attività di studio non esisterebbero né i conoscitori, né i falsari. Anche un'attività di contraffazione più semplice come l'apposizione di una falsa firma di un artista su di un'opera cela dietro di essa un'attenta attività di studio. Fin dall'introduzione del "marchio d'artista" da parte di Albrecht Dürer, la firma era infatti diventato un modo per accertare direttamente la paternità di un'opera e, di conseguenza, un'occasione imperdibile per ogni falsario. Per questo motivo, dal punto di vista del falsario, una lunga pratica di contraffazione della firma per l'ottenimento di un risultato pressoché identico alla firma originale avrebbe permesso di ingannare numerosi esperti del settore con una prova di "autenticità" al limite dell'incontestabile.

Per portare un esempio concreto di quanto detto sopra, van Meegeren fu in grado di non far scoprire che le sue opere fossero falsi grazie alla sua conoscenza approfondita dei materiali pittorici, degli stili ma anche della domanda del mercato. Non solo, la conoscenza risulta essenziale anche per quanto riguarda il contesto storico che circonda il falsario. Infatti, van Meegeren ebbe un tale successo in quanto si concentrò sull'apprendimento dei materiali, studiando in particolare il trattato del chimico Angenitus Martinus de Wild, *The scientific examination of pictures* (Pasciuto, 2018) ma

soprattutto su un aspetto alla base di un più corretto processo attributivo (nonostante la ritrosia di taluni conoscitori nei confronti dello studio dei documenti), ovvero quello della provenienza⁵². La conoscenza delle basi d'appoggio del processo di attribuzione fece comprendere al falsario olandese la necessità di dover giustificare storicamente l'origine delle opere nello stile di Vermeer che avrebbe immesso sul mercato. Questa consapevolezza dell'importanza della provenienza gli sarebbe tornata utile non appena apprese di una teoria dello storico d'arte olandese Abraham Bredius, secondo il quale Vermeer avrebbe prodotto delle tele con soggetti religiosi che sarebbero andate perdute (Pareschi, 2013). Ecco, ora van Meegeren aveva ottenuto ciò che stava cercando, ossia una ipotetica provenienza che gli serviva per riuscire a ingannare Bredius, il quale attribuì immediatamente le opere immesse sul mercato da van Meegeren al celebre Maestro olandese non appena ne venne a conoscenza in quanto così poté, forse frettolosamente, appurare la sua teoria. Soltanto che, così facendo, aveva dato al falsario olandese tutto ciò di cui avesse bisogno per convincere il mercato: una provenienza valida e la parola di un esperto. Il falsario, dunque, conoscendo il modo di lavorare e soprattutto di ragionare di un esperto o conoscitore, ne conosce i "punti deboli", ovvero sa in che modo potrà aggirarne e ingannarne lo sguardo.

Come il falsario deve conoscere il *connoisseur*, così quest'ultimo deve conoscere, tra le altre cose, anche le caratteristiche dell'attività di falsificazione di un falsario, così da poter evitare di esserne ingannato. In questo senso, il rapporto tra il conoscitore e il falsario è quello di un continuo rincorrersi reciproco all'insegna della conoscenza. Verrebbe quindi da pensare che possa intercorrere solamente una forte ostilità tra questi due ma, piuttosto, questo rapporto può essere efficacemente sintetizzato con l'immagine del gatto-conoscitore che insegue il topo-falsario, con quest'ultimo intento a farsi beffe del primo (Macaluso, 2020). Alcuni casi, tuttavia, contraddicono sorprendentemente questa idea.

Il caso più famoso in questo senso è quello del rapporto che si instaurò tra Bernard Berenson e il falsario senese Icilio Federico Joni. Quest'ultimo, considerato uno dei maggiori falsari dell'arte dei "primitivi" e in particolare della scuola senese tra il Duecento e il Quattrocento, venne aiutato a raggiungere una fama internazionale dall'interesse che avevano iniziato a riscuotere le opere di suddetta scuola dopo la grande

⁵² Un altro noto falsario, Shaun Greenhalgh, capirà l'importanza della provenienza a tal punto da concentrarsi prevalentemente proprio sulla falsificazione delle provenienze.

Mostra dell'Antica Arte Senese (Arte Antica Senese, 1904) del 1904 nel Palazzo del Comune di Siena⁵³. Questa esposizione fu di tale impatto che, dopo Siena, venne riproposta al celebre Burlington Fine Arts Club di Londra, aprendo ai “primitivi” senesi le porte dell'Europa. Il caso di Joni sembra stravolgere la concezione classica del falsario, in quanto non nascose mai la sua attività, che era conosciuta in tutta l'area di Siena, dove operava. Per riprendere quanto appena detto sull'importanza della conoscenza, si formò presso l'Istituto di Belle Arti di Siena, nel quale ricoprì anche alcuni incarichi ufficiali. Le sue capacità di contraffazione lo portarono a ingannare anche Berenson, il quale ne acquistò numerose opere per poi rivenderle. Il conoscitore però, scoperte le contraffazioni, volle conoscere il falsario, venendo accolto con un certo stupore da quest'ultimo (Mazzoni, 2004, p. 66). Lo stupore di Joni fu anche dovuto al fatto che, bisogna ricordare, il falsario senese, come ogni buon falsario, non entrava in diretto contatto con gli acquirenti, ma si avvaleva dell'attività di intermediazione di un gallerista, mercante, antiquario o di altra figura più o meno consapevole – nel caso di Joni, l'antiquario Torrini – per garantirsi una maggiore copertura e garanzia. In ogni caso, lo stupore del falsario risulta strano data la notorietà di cui godeva all'epoca, il che non avrebbe reso complicata una sua individuazione. Nonostante la sua attività di falsario fosse stata scoperta da Berenson, questo paradossalmente non danneggiò Joni, anzi ne ricavò buona pubblicità. Il conoscitore lituano, infatti, continuò ad acquistare le sue opere, anche se ora solo come “copie”, ma ciò fece sì che diversi collezionisti statunitensi come, ad esempio, Dan Fellows Platt gli commissionarono diverse riproduzioni di opere antiche (Mazzoni, 2004, p. 69), sulla scia della fiducia riposta da Berenson nel lavoro di Joni. D'altronde, non vi è alcun pericolo nell'acquistare delle riproduzioni, se si è a conoscenza della loro natura.

Si potrebbe fare risalire all'attività di contraffazione da parte dei falsari un altro aspetto fondamentale della pratica del *connoisseur* che si è dovuta sviluppare, parallelamente ai rischi di attribuzioni errate, soprattutto nel corso del XIX e XX secolo. Si tratta della questione della corretta terminologia da utilizzare per quanto riguarda le attribuzioni, una

⁵³ Un altro importante contributo alla diffusione in Europa dell'interesse per l'arte della scuola senese venne dato dagli studi e dalla collezione del conoscitore tedesco Johann Anton Ramboux. Per un maggiore approfondimento a riguardo, si rimanda all'intervento *Praticissimo della scuola senese: Johann Anton Ramboux (1790-1866) conoscitore* di Dóra Sallay, pp. 39-51, negli atti del convegno in memoria di Luciano Bellosi e Miklós Boskovits “I conoscitori tedeschi tra Otto e Novecento”, organizzato dal Kunsthistorisches Institut di Firenze nell'ottobre 2013.

questione introdotta nei paragrafi precedenti. Essa, infatti, costituisce forse la migliore arma di difesa del conoscitore, in quanto l'attribuzione di un'opera dichiarata originale di un grande maestro a un semplice "seguace di" basterebbe a salvaguardare l'attività del *connoisseur*, come anche l'esperto, di fronte all'inganno del falso. Per fare riferimento a un'opera, sempre più spesso si utilizzeranno sottigliezze linguistiche ed *escamotage* come ad esempio che essa è solamente "attribuita" oppure della "scuola di" un artista, invece di rischiare affermando che sia di sua mano direttamente (Cavina e Natale, 2017, p. 19).

Questa influenza del falsario sul conoscitore (come anche sull'esperto) condiziona, chiaramente, anche le valutazioni delle opere. Infatti, queste non solo possono cambiare attribuzione con una sempre maggiore rapidità, rendendo ancora più instabile il mercato dell'arte, ma l'incertezza derivante dalla difficoltà nel riconoscere l'autenticità dal falso mette in luce le contraddizioni di alcuni attori del mondo dell'arte che hanno nelle loro mani il controllo di questo settore. Dunque, appare di chiara comprensione quanto la scoperta della reale natura e qualità di un'opera d'arte, che sia una copia, un falso o un lavoro autentico, possa avere un impatto enorme sulla sua percezione ma anche sulla sua valutazione economico-monetaria. Non sempre, però, l'effetto di tale scoperta ha seguito nel tempo evoluzioni logicamente prevedibili se si considera la questione da un punto di vista economico, come si approfondirà nel capitolo successivo.

Capitolo II. L'autenticità, il falso e il rapporto con il mercato

L'affermazione secondo cui i falsi d'arte abbiano uno stretto rapporto con il mercato dell'arte, per una serie di motivi, pare scontata. Nonostante ciò, questo rapporto non è così immediato come si potrebbe pensare, ma nasconde delle insidie dettate da variabili non immediatamente intuibili.

Se finora la discussione si è incentrata sul ruolo del conoscitore nelle questioni di autenticazione e attribuzione e del suo rapporto con il mercato dell'arte e i suoi principali attori da un punto di vista storico-artistico, ora ci si vuole soffermare sul legame tra il conoscitore e il falso da una prospettiva che prenda in considerazione la componente economica del discorso. È evidente come l'attività dei falsari abbia ripercussioni sul mercato ma, come visto nel capitolo precedente, le stesse ripercussioni può averle anche l'attività del conoscitore. Bisogna infatti tenere a mente che, come si è visto in precedenza, l'attività del falsario è collegata all'attività del conoscitore e viceversa. A seguito delle nuove concezioni e degli inediti punti di vista riguardo alle questioni di autenticità e falsificazione dell'arte che hanno preso piede soprattutto nel corso del XIX secolo, è in questo periodo che si è particolarmente sviluppata la paura del falso e del rischio di acquistare opere non autentiche. D'altronde, la produzione artistica moderna si è sempre più differenziata da quella artigianale e industriale per il fatto che il mercato dell'arte si è sempre più basato sulla rarità dei propri oggetti, intesi come costituiti da valori irriproducibili poiché prodotti dal genio del singolo individuo (Poli, 2007, p. 47). Per questo motivo, dato il peso attribuito ai valori di unicità e rarità, ne consegue che l'autenticazione di un'opera d'arte da parte di una figura esperta o la scoperta della sua non-autenticità possono variare considerevolmente la percezione generale della qualità artistica dell'opera. Oltre a ciò, la natura effettiva dell'opera avrà un ruolo evidente anche in relazione al suo valore e prezzo sul mercato dell'arte come anche alla probabilità che avrà quell'opera di essere effettivamente venduta. In questo capitolo, si tenterà di approfondire la questione del rapporto dei falsi d'arte con il mercato toccandone diverse variabili da una prospettiva maggiormente economica.

2.1 I falsi e l'autenticazione nella vendita di opere d'arte

Come detto, il riconoscimento dell'autenticità di un'opera è strettamente legato alla questione del falso. Quello che risulta interessante capire è in che modo la percezione del collezionista o del semplice acquirente cambi nel momento in cui viene informato che un'opera sia autentica o meno. A questo riguardo, viene da domandarsi se la non-autenticità (nelle sue diverse sfumature) impatti in maniera così consistente sulla considerazione della qualità di un lavoro. Va anche tenuto conto di come già il nome di un artista conosciuto abbia un certo tipo di riscontro sul mercato dell'arte – tanto più nel mercato dell'arte contemporaneo – dove tanti «comprano con le orecchie, non con gli occhi» (Adam, 2007). Tanto più in quest'ultimo frangente, è interessante capire quanta influenza possa esercitare l'intervento del conoscitore. L'autenticità o meno, infatti, rimane tutt'ora un aspetto preponderante nella valutazione della qualità di un'opera d'arte e, per questo motivo, il ruolo dell'odierno “conoscitore” rimane di primo piano anche dal punto di vista economico.

Innanzitutto, bisogna partire da una questione, ovvero quali elementi determinano il valore⁵⁴ attribuito a un'opera d'arte⁵⁵. Secondo Conklin (Barrett, 1996, p. 337), un'opera d'arte ha un valore economico e uno culturale. Quello che risulta interessante è la teoria di Conklin secondo cui il valore dell'arte è maggiormente influenzato da una pubblica fiducia invece che dal rapporto tra domanda e offerta. Appare evidente, infatti, come una variazione nella pubblica fiducia possa condizionare fortemente i prezzi delle opere d'arte. Oltretutto, secondo Bonnie Burnham (Barrett, 1996, p. 337) a differenza delle classiche variazioni nella legge di domanda e offerta, nel mercato artistico un aumento della disponibilità di arte considerata di grande qualità può portare a un aumento dei prezzi, anche se la rarità e, di conseguenza, la scarsità sono sempre stati fattori che anche oggi possono ancora portare all'aumento del prezzo di opere d'arte. Conklin prende in considerazione alcune variabili che possono influenzare il valore economico di un prodotto artistico, tra le quali indica l'artista creatore, quella che potremmo definire

⁵⁴ Si ricorda per completezza la distinzione tra “valore” e “prezzo” di un bene, dove il primo indica ciò che si ottiene da una cosa mentre il secondo indica il costo che si deve sostenere per acquistare tale cosa.

⁵⁵ In questo contesto si farà riferimento esclusivamente alle opere delle cosiddette “Belle Arti” classiche, ovvero pittura, scultura, disegno, con una prevalenza per la pittura, salvo altra indicazione nel testo.

“collezionabilità”, il libero godimento, l’arte come buon investimento e la rete di distribuzione (Barrett, 1996, p. 338). Si rivela interessante l’attenzione posta sulla figura dell’artista che, come si era detto nel capitolo precedente, a partire dal Rinascimento aveva affrontato un processo di emancipazione dalla committenza al cui termine aveva ottenuto il riconoscimento della propria creatività individuale. Questo ha fatto sì che il pubblico iniziasse a valutare le opere d’arte particolarmente in base all’artista che le avesse prodotte. Oltretutto, l’offerta artistica nel mercato dell’arte moderno, come visto in precedenza, ha dato sempre maggiore peso ai concetti di rarità e unicità delle proprie opere d’arte, valori che le distinguono da tutto ciò che non è prodotto dalla mano diretta del grande maestro. Per questo motivo, dato il peso attribuito a tali valori, l’autenticazione di un’opera da parte di un esperto o la scoperta della sua non-autenticità varieranno considerevolmente la percezione generale dell’opera da parte del pubblico.

A questo riguardo, risulta di interesse considerare quanto presentato da uno studio di Wolz e Carbon (2014) nel quale gli studiosi analizzano gli effetti della manipolazione dello status di autenticità di un’opera su un insieme di variabili associate all’apprezzamento estetico, quali la qualità percepita, il desiderio di possesso, la “giustizia” visiva, il talento artistico, il piacere di ispezionare l’opera, la straordinarietà e infine la familiarità con l’opera. In particolare, è degno di nota come alcune di queste variabili coincidano con alcuni dei fattori considerati da Conklin ed elencati in precedenza, in particolare il desiderio di possesso con la “collezionabilità, il piacere di ispezionare l’opera con la libera godibilità e la familiarità con l’identità dell’artista creatore. Gli ultimi due fattori in particolare sottolineano quanto sia importante, nella valutazione economica e nella percezione di un’opera, l’autenticazione della stessa.

2.1.1 L’importanza dell’autenticità per il valore dell’opera d’arte

Nello studio di Wolz e Carbon sono stati usati otto dipinti, due per ognuno dei quattro artisti selezionati, ogni dipinto con un proprio doppione per 16 opere in totale. Oltretutto, tale ricerca risulta particolarmente adeguata per questo elaborato in quanto, tra le opere prese in considerazione dagli autori, è presente proprio quella *Belle Ferronière* di cui si è parlato nel capitolo precedente in relazione al caso *Hahn v. Duveen*⁵⁶. Nella Figura 3 sono

⁵⁶ Cfr. pp. 33-38 del presente testo.

riportati gli artisti selezionati, i titoli delle opere utilizzate per lo studio (e l'anno in cui vennero realizzate) con a fianco il relativo livello e punteggio di familiarità che avevano gli individui intervistati prima che fosse svolto lo studio per ciascuna opera.

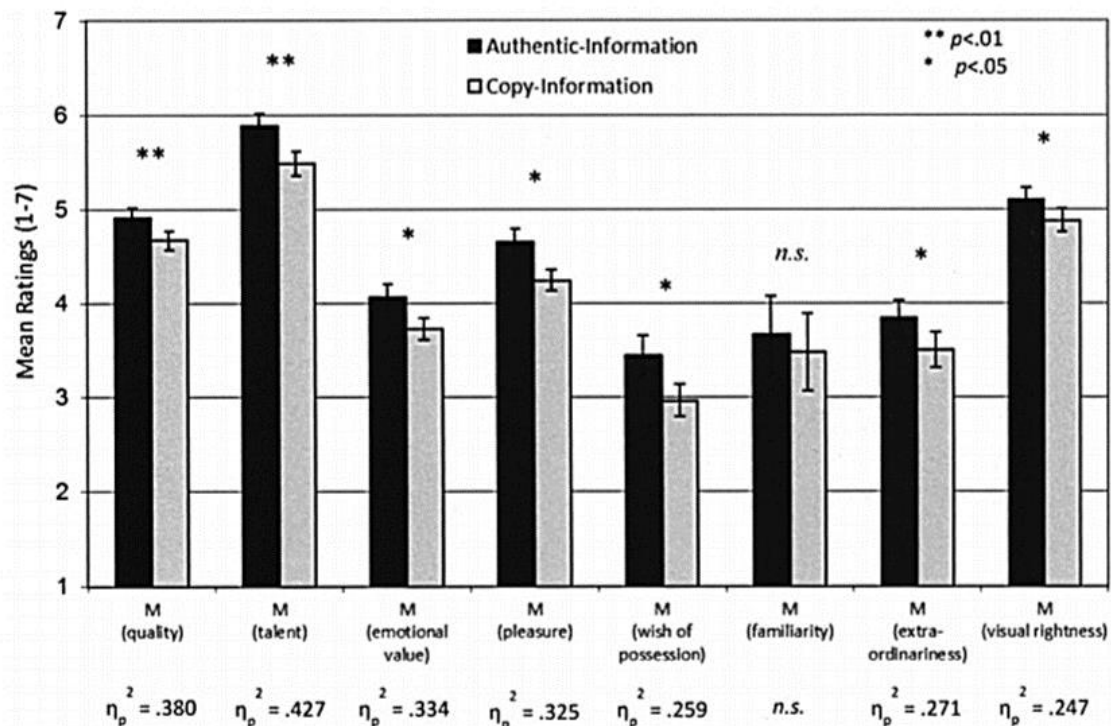
Figura 3. Elenco delle opere selezionate e rispettivo livello e punteggio di familiarità riscontrati precedentemente all'indagine.

| Artist | Painting's title | Year | Familiarity level | Familiarity score (pre-study) |
|-------------------|---|-----------|-------------------|-------------------------------|
| Leonardo Da Vinci | Mona Lisa (La Gioconda) | 1503–1506 | High | 100.0 |
| | Portrait of an Unknown Woman (La belle Ferronière) | 1490–1495 | Low | 25.0 |
| Salvador Dali | The Persistence of Memory (La persistencia de la memoria) | 1931 | High | 75.0 |
| | Invisible Afghan with the Apparition on the Beach of the Face of Garcia Lorca in the Form of a Fruit Dish with Three Figs (Áfgano invisible con aparición sobre la playa del rostro de García Lorca en forma de frutero con tres higos) | 1938 | Low | 0.0 |
| Edvard Munch | The Scream (Skrik) | 1893 | High | 100.0 |
| | Separation 1 (Løsrivelse 1) | 1896 | Low | 12.5 |
| Vincent Van Gogh | 12 Sunflowers in a Vase (Les Tournesols) | 1888 | High | 100.0 |
| | Fritillaries in a Copper Vase (Fritillaires couronne imperial dans un vase de cuivre) | 1887 | Low | 25.0 |

Fonte: Wolz e Carbon, 2014, p. 468.

L'ipotesi di partenza riguardava quanto lo status di autenticità avrebbe influenzato la valutazione dell'opera e di come un'opera percepita come contraffatta avrebbe portato a un abbassamento di tutte le variabili eccetto la familiarità. Inoltre, veniva ipotizzato un maggiore impatto negativo su opere conosciute dichiarate false rispetto a opere meno celebri di uno stesso artista. Bisogna dire, però, come non vengano fornite indicazioni riguardanti il grado di attribuzione di un'opera, aspetto che potrebbe avere un impatto significativo. In ogni caso, lo studio prevedeva 32 partecipanti finali, con le possibili variabili di personalità, divisi in due gruppi, a cui vennero sottoposti due volte gli 8 dipinti: una volta indicati come "originali" e successivamente come "copie", nonostante si trattasse sempre delle stesse opere. Nella Figura 4 sono state riportate le 8 variabili legate all'apprezzamento estetico, calcolando la media delle otto rappresentazioni come variabili dipendenti.

Figura 4. Risultati dello studio con le variazioni relative alle 8 variabili.



Note: Medie (M) con rispettive barre d'errore (± 1 come errore standard della media), livelli di significatività e dimensioni degli effetti (η_p^2 s) delle variabili usate secondo indicazioni. Abbreviazioni: M (qualità) = stima media (ME) della qualità; M (talento) = ME del talento; M (valore emozionale) = stima media del valore emozionale; M (piacere) = stima media del piacere di osservare; M (desiderio di possesso) = stima media del desiderio di possesso; M (familiarità) = stima media della familiarità; M (straordinarietà) = stima media della straordinarietà; M (giustezza visiva) = stima media della giustezza visiva.

Fonte: Wolz e Carbon, 2014, p. 470.

Ciò che interessa sono le conclusioni, in quanto i dati medi delle valutazioni per ogni rappresentazione in ogni condizione sono stati sottoposti a una Analisi Multivariata della Varianza (MANOVA). Come fattore sperimentale è stata valutata, appunto, l'autenticità. Sono stati considerati gli 8 diversi fattori sulla retta delle ascisse in tabella calcolandone la media come variabili dipendenti. È derivato che l'autenticità fosse significativa per tutte le variabili dipendenti eccetto la familiarità. Dunque, lo studio ha confermato come le opere indicate come copie fossero svalutate in relazione a tutte le variabili riguardanti le dimensioni cognitive ed emotive. Lo status di autenticità ha riscontrato i maggiori effetti, in particolare, sulla percezione della qualità di un'opera e sul talento dell'artista. È interessante come i partecipanti allo studio mostrassero una diminuzione nella valutazione delle variabili riguardanti le dimensioni cognitive ed emotive quando

venivano posti di fronte a un'opera riportata come "copia". Nonostante l'opera "originale", ad esempio, della *Monna Lisa* fosse identica alla versione etichettata come "copia", uno dei fattori che più hanno influenzato negativamente la percezione del talento dell'artista. Non appare nemmeno insolito che dallo studio risulti che le persone con una maggiore propensione alla ricerca dell'unicità potessero svalutare in maniera maggiore le "copie". L'autenticità e l'unicità rimangono dunque aspetti che, almeno per quanto riguarda i dipinti d'arte, mantengono una loro rilevanza imprescindibile per l'apprezzamento, nel senso sia estetico che economico del termine, dell'opera.

Come visto, è indubbio che la presunzione di autenticità o di falsità influisca già di per sé in maniera preponderante sulla percezione che un individuo può avere nei confronti di un'opera d'arte. Bisogna tenere in considerazione, però, come la caratterizzazione di autenticità o meno di un'opera d'arte sia tendenzialmente l'esito dell'attività e della dichiarazione di un conoscitore o un esperto il quale, come è stato già analizzato in precedenza, può avere un peso determinante nella valutazione di opere d'arte, sia dal punto di vista storico-artistico ma anche economico-monetario. Infatti, viene sottolineato che: «Every work of art has a financial value, which largely depends on the view taken of its authorship» (Friedlander, 1942, p. 180), dove tale paternità è stabilita da un conoscitore o esperto. Per questo motivo, oltre all'impatto sulla percezione artistica del pubblico, si approfondirà di seguito come il processo di autenticazione da parte di una figura esperta influisca anche sul prezzo a cui un'opera d'arte potrà essere venduta sul mercato.

2.1.2 L'impatto dell'autenticazione sui prezzi di vendita

Per quanto riguarda il rapporto tra l'autenticazione e il prezzo di vendita, si prenderà in considerazione uno studio effettuato da Ginsburgh, Radermecker e Tommasi (2019, pp. 36-50) sull'impatto dell'opinione di un esperto d'arte sui prezzi delle opere di Pieter Brueghel il Giovane⁵⁷. Tale studio risulta di particolare interesse per alcuni aspetti; prima di tutto, il fatto che le opere effettivamente autentiche di Brueghel il Giovane e le opere a lui attribuite fossero valutate allo stesso modo prima della fine degli anni Novanta del Novecento, ovvero prima della loro – ipoteticamente – corretta attribuzione. Quest'ultima

⁵⁷ Pieter Brueghel il Giovane (1564-1638) è stato un pittore fiammingo.

viene proposta nel *catalogue raisonné* pubblicato nel 2000 dall'esperto d'arte (che potremmo definire a tutti gli effetti "conoscitore" per il suo modo di intendere la propria attività) Klaus Ertz, il quale aveva un metodo di lavoro che riprendeva proprio la lezione di Berenson sull'occhio del conoscitore e sul "sesto senso" per effettuare una corretta attribuzione.

Lo studio si concentra su una selezione di 710 opere di Brueghel il Giovane vendute all'asta tra il 1972 e il 2017. Un primo aspetto che può apparire paradossale è l'elevato prezzo che hanno raggiunto le opere dell'artista fiammingo nonostante la loro presenza sul mercato sia sempre stata consistente, in parte contraddicendo l'idea della scarsità che comporta un valore aggiunto. Dallo studio risulta interessante soffermarsi sulla Figura 5, nella quale si nota chiaramente una differenza di valori tra due periodi, ovvero prima del 1999 e dopo il 1999. Questo poiché nel dicembre 1998 era appena terminata l'ultima di quattro importanti esposizioni sull'artista curate dallo stesso Ertz nelle quali vennero utilizzati dati che successivamente sarebbero stati pubblicati nel catalogo del 2000 di cui il pubblico era già stato informato durante le esposizioni. Dunque, il 1999 viene considerato il primo anno nel quale le attribuzioni di Ertz hanno influenzato sia le vendite di dipinti attribuiti all'artista (gli "autografi", anche se vanno intesi come "autentici"), sia il prezzo medio a cui sono state vendute le opere (non è inclusa in questi valori la commissione alle case d'asta). Per ciò, mantenendo come punto di riferimento l'anno 1999, nell'intervallo considerato tra il 1972 e il 1998, pari a 27 anni, vennero venduti 236 dipinti per una media di vendita di circa 8,7 opere l'anno, mentre nell'intervallo dal 1999 al 2017 vennero venduti 212 elementi, per una media annua pari a circa 11,8, con una differenza tra i due macro-periodi di poco più di 3 opere di media vendute. Peraltro, dal 2005 i numeri si sono stabiliti sulla doppia cifra di vendita annua, ad eccezione del 2008, 2011 e 2017 ma con i primi due periodi possibilmente influenzati in negativo dall'impatto della crisi finanziaria del 2007-2008 e della crisi del debito sovrano europeo del 2010-2011.

Figura 5. Quantità di dipinti autografi e non-autografi venduti e prezzi medi di vendita tra il 1972 e il 2017.

| Year | Autograph | | Non-autograph | | Year | Autograph | | Non-autograph | |
|------|-----------------|-------------------------|-----------------|-------------------------|------|-----------------|-------------------------|-----------------|-------------------------|
| | Number of works | Average price (\$1,000) | Number of works | Average price (\$1,000) | | Number of works | Average price (\$1,000) | Number of works | Average price (\$1,000) |
| 1972 | 3 | 594.4 | 2 | 10.5 | 1995 | 18 | 414.4 | 7 | 43.8 |
| 1973 | 10 | 653.5 | 1 | 26.7 | 1996 | 8 | 529.5 | 5 | 36.8 |
| 1974 | 13 | 284.6 | 7 | 82.4 | 1997 | 5 | 1436.5 | 5 | 56.3 |
| 1975 | 3 | 293.2 | 4 | 85.1 | 1998 | 8 | 474.3 | 11 | 70.2 |
| 1976 | 5 | 173.8 | 1 | 25.1 | 1999 | 15 | 1605.6 | 7 | 89.2 |
| 1977 | 6 | 313 | 3 | 9.4 | 2000 | 8 | 518.7 | 6 | 71.9 |
| 1978 | 9 | 441.9 | 5 | 71.1 | 2001 | 9 | 1510.8 | 13 | 87.8 |
| 1979 | 7 | 547.5 | - | - | 2002 | 2 | 860.9 | 7 | 39.2 |
| 1980 | 4 | 1008.7 | 4 | 247.8 | 2003 | 7 | 804.6 | 6 | 57.1 |
| 1981 | 13 | 449.8 | 5 | 36.4 | 2004 | 8 | 1968.1 | 11 | 71.9 |
| 1982 | 9 | 254.5 | 1 | 73.7 | 2005 | 12 | 1194.3 | 10 | 110.8 |
| 1983 | 14 | 185.4 | 1 | 25.5 | 2006 | 14 | 1955.2 | 5 | 58.2 |
| 1984 | 9 | 419.6 | 3 | 22.8 | 2007 | 15 | 814.3 | 10 | 102 |
| 1985 | 8 | 259.4 | - | - | 2008 | 9 | 1012.2 | 7 | 136.2 |
| 1986 | 22 | 479.1 | 9 | 114.8 | 2009 | 13 | 1626.1 | 2 | 126 |
| 1987 | 8 | 396.9 | 6 | 18.1 | 2010 | 11 | 1290.1 | 6 | 122.1 |
| 1988 | 7 | 561 | 8 | 115.5 | 2011 | 5 | 3281.3 | 7 | 171.9 |
| 1989 | 12 | 958.2 | 12 | 113.7 | 2012 | 15 | 1643.2 | 10 | 46.4 |
| 1990 | 8 | 1494.7 | 9 | 74 | 2013 | 14 | 1072.4 | 8 | 57.1 |
| 1991 | 6 | 713.8 | 5 | 95.1 | 2014 | 16 | 2120.7 | 4 | 59.7 |
| 1992 | 5 | 427.2 | 5 | 317.2 | 2015 | 18 | 649 | 2 | 160.8 |
| 1993 | 8 | 429.8 | 7 | 311.4 | 2016 | 14 | 1044.7 | 8 | 55.7 |
| 1994 | 8 | 427.1 | 5 | 75 | 2017 | 7 | 546.4 | 2 | 32.7 |

Notes: Data are taken from the Hislop's Art Sales Index.

Fonte: Ginsburgh et al., 2019, p. 41.

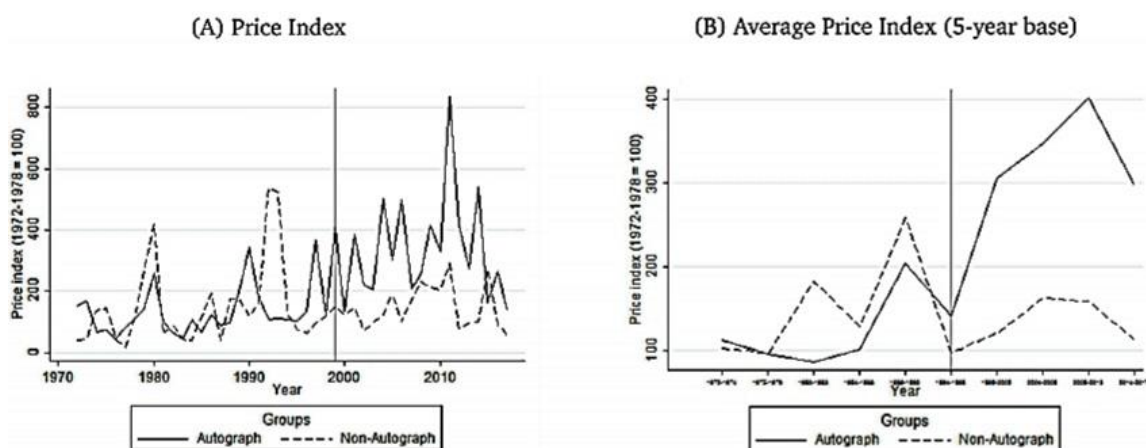
Un altro dato rilevante è l'incremento che si è verificato nei prezzi di vendita⁵⁸: tra il 1972 e il 1998, infatti, il prezzo medio di vendita era pari a 522.207 dollari, mentre dal 1999 al 2017 la media arriva quasi a triplicarsi fino a 1.343.084 dollari. Fino al 1999, in nessun anno il prezzo medio di vendita aveva superato il milione di dollari, con le eccezioni del 1980, 1990 e 1997 per i quali, però, si suppone la presenza di valori anomali. Nel 1997, ad esempio, venne acquistato un dipinto per 4 milioni di dollari, mentre il prezzo medio di vendita degli altri quattro dipinti per quell'anno rimase in linea con quelli degli anni precedenti. Un'ulteriore conclusione che si può trarre dalla Figura 5 riguarda come i valori relativi alla quantità di opere vendute e ai prezzi medi di vendita delle opere "non-autografe" siano aumentati anch'essi dopo il 1999. Ci si sarebbe aspettati il contrario, anche in base a quanto visto nel precedente studio di Wolz e Carbon (2014) sull'autenticità, ma bisogna tenere in considerazione che anche le opere "non-autografe"

⁵⁸ I prezzi riportati corrispondono ai prezzi di aggiudicazione con cui è stata battuta l'opera dal venditore espressi in dollari USA del 2015, deflazionati utilizzando l'IPC statunitense.

fossero state inserite con la relativa attribuzione nel catalogo ragionato di Ertz, aumentandone quindi l'appetibilità sul mercato per l'intervento dell'esperto.

Anche il rapporto tra le opere "autografe" e "non-autografe" cambia radicalmente a seguito delle attività e delle pubblicazioni di Ertz, come si può notare nei due grafici A e B riportati in Figura 6.

Figura 6. Distribuzione dei prezzi per opere autografe e non-autografe.



Fonte: Ginsburgh et al., 2019, p. 44.

Nel grafico A a sinistra nella Figura 6, vengono riportati due indici di prezzo, ottenuti indicizzando i prezzi (registrati) con un valore comune pari a 100 nel periodo di riferimento 1972-1978. Dal grafico, risulta evidente come, prima del 1999 (indicato con una linea verticale) i prezzi maggiori registrati fossero da attribuirsi più o meno equamente ogni anno a opere autografe e non-autografe, data la grande incertezza e mancanza di informazione che regnava sul mercato riguardo alla paternità dei lavori dell'artista fiammingo. Dopo il 1999, però, i prezzi dei dipinti presentati da Ertz come autografi aumentano vertiginosamente, a differenza dei valori relativi ai non-autografi che, ad eccezione di un breve intermezzo attorno al 2015, sono rimasti ben distanti dai picchi raggiunti dagli autografi.

Una valutazione simile si può esprimere per quanto riguarda i dati indicati nel grafico B (a destra nella Figura 6), dove vengono riportati gli stesso due indici di prezzo della tabella A, ma indicati facendone una media ogni cinque anni per le opere autografe e non-autografe. In questo caso, l'inversione di tendenza tra opere autografe e non-autografe risulta ancora più netta ed evidente tra il pre-1999 e il post-1999. Gli ulteriori grafici presentati nello studio di Ginsburgh et al. (2019), ai quali si rimanda per ulteriore

approfondimento, ribadiscono quanto già presentato nei due grafici in Figura 6. Ovviamente, bisogna ricordare come sia stato scelto il caso di Pieter Brueghel il Giovane in quanto, prima del lavoro di Ertz, non era stata svolta una attenta analisi di attribuzione della sua grande produzione artistica da parte di altri importanti esperti o conoscitori. Dunque, non vi erano altri contributi che potessero interferire con la ricerca e con i risultati di Ertz e le sue attribuzioni erano contenute interamente all'interno del suo catalogo ragionato, facilitando così la suddivisione in due periodi di analisi, aspetti difficilmente riscontrabili in altri artisti con lo stesso interesse sul mercato.

Dalle conclusioni dello studio è risultato come l'attività attribuzionistica di Ertz abbia influito sulla valutazione di opere attribuite a Pieter Brueghel il Giovane in maniera rilevante, arrivando a incrementare il prezzo medio delle opere riconosciute "autografe" del 62%, pari a circa 315 mila dollari per ogni pezzo. Viene ribadito quanto affermato da Claudia Andrieu, consulente legale per la Picasso Administration, secondo cui «rilasciare un'autentica è un atto di potere» (Adam, 2019, p. 105) e, più crescono i prezzi, più cresce di conseguenza tale potere. Confermando quindi quanto già visto con lo studio di Wolz e Carbon (2014), l'autenticità rimane una caratteristica fondamentale e uno dei parametri più ricercati e tenuti in considerazione al momento dell'acquisto sul mercato degli *Old Masters* (Ginsburgh et al., 2019, p. 48). Questo è dato dal fatto che le opere d'arte possono ritenersi anche *informational goods*, ovvero beni il cui valore deriva (anche) dalle informazioni in esse contenute (Ginsburgh et al., 2019, p. 48) e queste informazioni, in particolare di carattere storico-artistiche, hanno nella paternità dell'opera un dato fondamentale. Dunque, necessitano di un lavoro di corretta attribuzione che ne diminuisca l'incertezza che altrimenti ne caratterizzerebbe la natura. L'aspetto dell'incertezza è legato a un concetto più ampio che si potrebbe definire di conoscenza – a differenza di quanto visto nel capitolo precedente⁵⁹, in questo caso si fa riferimento a tale concetto da un punto di vista economico – riguardante il mercato dell'arte e che necessita di un maggiore approfondimento. Questa particolare situazione può infatti impattare notevolmente sulle attività di acquisto e di vendita delle opere d'arte sul mercato, sui prezzi delle opere in sé e sul comportamento dei diversi attori coinvolti.

⁵⁹ Cfr. p. 39 del presente testo.

2.2 La “conoscenza” economica nel mercato dell’arte

Quando si parla di opere d’arte, bisogna tenere in considerazione il fatto che esse hanno delle caratteristiche particolari che le differenziano da altri beni. Come affermato in precedenza da Ginsburgh et al., le opere d’arte si possono considerare appunto come *informational goods*, mentre Ekelund et al. (2017, p. 205) sono di un diverso parere. Essi, infatti, vanno oltre la definizione di Ginsburgh et al. e affermano come le opere d’arte siano *credence goods*, ovvero beni la cui autenticità si rivelerà con solamente a posteriori (dell’acquisto), ma anche *meta-credence goods*, ovvero beni la cui reale natura potrebbe non essere scoperta a posteriori o, se si potrà rivelare, soltanto a fronte di costi eccezionalmente elevati⁶⁰. Questa instabilità nel giudizio relativo alla natura dei beni d’arte lascia intendere come il processo di autenticazione e di attribuzione di quantomeno talune opere d’arte possa evolversi nel tempo, alternando periodi in cui un’opera è ritenuta autentica ad altri in cui questa sua natura viene contraddetta. Si pensi a numerose attribuzioni di Berenson relative a opere ritenute precedentemente false o con diversa attribuzione e oggi considerate nuovamente false o con altra attribuzione. In ogni caso, queste definizioni così diverse tra loro lasciano intendere la difficoltà nell’inquadrare dei beni quali sono le opere d’arte.

Bisogna anche considerare, però, che entrambe le descrizioni condividono il concetto per cui il valore di un’opera è (oggi e da qualche secolo) strettamente legato alla propria autenticità; questo significa che vi è bisogno di maggiore chiarezza sul mercato dell’arte, un aspetto che in questo specifico settore rimane difficile da conseguire per alcuni motivi. Infatti, come è stato visto nel capitolo precedente, la “conoscenza” culturale è stata quasi unicamente limitata per secoli a una *élite* del mondo artistico composta prevalentemente da conoscitori, esperti e pochi altri attori, una questione che per certi versi rimane attuale anche nel mercato odierno. Anche da un punto di vista economico, la conoscenza è rimasta una questione riservata a pochi. Idealmente, sul mercato dell’arte dovrebbe essere presente una informazione completa a disposizione di entrambe le parti, ovvero venditori

⁶⁰ A questo riguardo, in Ekelund et al. (2019, p. 157) viene proposto come esempio di *credence good* l’opera *Il Cenacolo* di Leonardo Da Vinci, poiché la provenienza dell’opera è certa, mentre come *meta-credence good* viene suggerito il *Salvator Mundi* sempre di Leonardo, data l’incertezza tra gli esperti se attribuire l’opera al Maestro rinascimentale o ad altro artista e quanta parte dell’opera arrivata a noi oggi attribuire effettivamente alla mano di Leonardo. Per un maggiore approfondimento, si veda a riguardo l’articolo *L’oligarca russo e la causa persa con Sotheby’s. Il Salvator Mundi di Leonardo è una spy story*, Varlese, 2024.

e acquirenti. Per essere completa, essa dovrebbe essere caratterizzata da due aspetti, ovvero la completezza e l'accessibilità senza costo dell'informazione. Nella realtà, però, se questa situazione nel mercato dell'arte, e non solo, oggi spesso non si verifica, fino alla metà del Novecento e alla caduta di quelle figure che dominarono il mondo dell'arte per secoli, era pressoché inevitabile.

Un primo problema legato alla conoscenza riguarda le sue caratteristiche che la rendono alquanto particolare. Due caratteristiche generali e fondamentali dei beni sono l'escludibilità e la rivalità. Da un lato vi sono i beni pubblici, caratterizzati da una loro non-escludibilità poiché non si possono escludere individui dal loro utilizzo e da una loro non-rivalità in quanto, se consumati da un individuo, il consumo da parte di tale individuo non nega il consumo anche da parte di un altro individuo. Dall'altro lato, i beni privati sono contraddistinti da una loro rivalità (se consumati da un individuo, non possono essere consumati anche da un altro) ed escludibilità (un individuo può esserne escluso dall'utilizzo). La conoscenza o informazione, invece, è un bene particolare proprio in quanto si può ritenere un bene non-rivale, dato che il consumo da parte di un soggetto non ne limita l'utilizzo da parte di un altro soggetto. Invece, può essere escludibile poiché per ottenere l'informazione bisogna far fronte ad alcuni costi di tipo economico-monetario (nel caso del mondo dell'arte, ad esempio, le visite ai musei per studiare le opere, l'acquisto di manuali o i costi per delle lezioni) ma anche temporale (la conoscenza richiede un certo lasso di tempo prima di essere ottenuta). Nella Figura 7 sono riportate le diverse caratteristiche appena descritte.

Figura 7. Caratteristiche di escludibilità e rivalità dei beni.

| | Rivalità | Non-rivalità |
|--------------------------|-----------------|---|
| Escludibilità | Beni privati | Beni offerti in monopolio naturale/pubblci impuri |
| Non-escludibilità | Beni comuni | Beni pubblici puri |

Fonte: Bankpedia – Associazione Nazionale Enciclopedia della Banca e della Borsa

Già da questa distinzione si può quindi comprendere quanto l'informazione sia un bene non solo di difficile inquadramento ma di altrettanto difficile gestione. Questa sua particolarità introduce quello che probabilmente può essere considerato il problema principale della conoscenza-informazione in relazione al mercato dell'arte e agli scambi che avvengono dentro di esso.

2.2.1 Il problema dell'asimmetria informativa nel mercato dell'arte

Come si è detto, quello che può essere considerato il problema cardine della conoscenza in questo specifico mercato deriva dall'asimmetria informativa che la caratterizza. Si pensi a quanto detto su Berenson e Duveen e sulle situazioni di attribuzioni "forzate" di opere d'arte: in questo caso, il venditore-Duveen era a conoscenza di un dato non disponibile al proprio acquirente. In base a quanto detto nel capitolo precedente, è probabile che questo disequilibrio informativo si sia accentuato in un mercato dell'arte come quello statunitense, dove si sono incrociati la minore conoscenza dei nuovi acquirenti americani e l'intuito di determinati mercanti e conoscitori nel trarne un vantaggio personale considerevole. L'asimmetria informativa, dunque, rende difficile conoscere l'autenticità di un'opera, e bisogna notare che un ulteriore problema sorge nel momento in cui, per ottenere l'informazione della non-autenticità effettiva dell'opera che è in procinto di acquisire, l'acquirente – soprattutto quello dei secoli precedenti – dovrebbe sostenere un costo non indifferente, dato che l'informazione è un bene economico. Per questo motivo, l'acquirente si troverebbe di fronte a un costo sia in termini economici, qualora si fosse rivolto ad altre figure esperte per un consulto, sia soprattutto in termini temporali se avesse voluto conoscere da sé le opere oggetto del suo interesse. Dunque, il monopolio di queste categorie di figure nel mercato dell'arte rafforza la presenza di asimmetria informativa che influenza il processo decisionale dell'acquirente al momento dell'acquisto di un'opera d'arte. Il conseguente disequilibrio che si viene a creare nella dinamica di domanda e offerta fa sì che l'acquirente di un'opera d'arte vada incontro a un rischio maggiore nel momento in cui deve decidere se comprare o meno, in quanto non solo non ha la conoscenza necessaria per capire se l'opera che si trova di fronte è un lavoro autentico dell'artista oggetto dell'interesse d'acquisto, ma non sa nemmeno riconoscere un falso (o comunque a un'opera diversa da quella dichiarata dal venditore o dall'esperto). La presenza dei falsi sul mercato dell'arte comporta quindi

alti rischi per l'acquirente, data la sua scarsa conoscenza, mentre i venditori (esperti, conoscitori, mercanti d'arte) che immettono sul mercato opere false mantengono una informazione completa che li avvantaggia nello scambio.

Questo rapporto tra venditore e compratore d'arte si potrebbe paragonare al celebre studio di George Akerlof (1970, pp. 488-500) sul cosiddetto "mercato dei limoni", dove lo studioso analizza il mercato delle auto usate, definite "bidoni". Dunque, come nello studio di Akerlof il venditore è a conoscenza della qualità effettiva dell'auto che venderà a differenza del compratore, così il venditore nel mercato dell'arte è a conoscenza dell'effettiva qualità dell'opera che vende, mentre l'acquirente è sprovvisto di tale informazione. Nel mercato dei bidoni, le auto di scarsa qualità vengono vendute a prezzi chiaramente inferiori rispetto alle auto di alta qualità, portando i venditori di auto di alta qualità ad abbandonare il mercato, in quanto i compratori ignari vengono spinti a comprare le auto più economiche pensandole qualitativamente ottimali. Nel mercato dell'arte, questo schema si ripropone parzialmente: le opere false fatte passare per vere vengono vendute a prezzi non necessariamente inferiori a opere effettivamente autentiche. Questo è anche dovuto alla maggiore difficoltà nello scoprire un dipinto falso rispetto a un'auto vecchia, oltre alle variazioni più frequenti e alle oscillazioni dei prezzi del mercato dell'arte. Nel momento in cui un falso viene scoperto come tale, però, aumenta l'incertezza negli acquirenti nei confronti, ad esempio, delle opere dell'artista che è stato falsificato o di tutto lo stile o periodo storico-artistico dell'opera contraffatta. In questo contesto, si ipotizza un'uscita dal mercato dei compratori disposti a rischiare un acquisto che potrebbe rivelarsi sbagliato o, come fa notare Roberta Romano (Day, 2014, p. 464), se non sono in grado di discernere il falso dall'autentico (a un costo ragionevole) e quindi ritengono che i venditori possano approfittare della cosa per vendere loro falsi fatti passare per originali, potrebbero essere disposti a pagare soltanto il prezzo di un bidone. La conseguenza è l'uscita dal mercato dell'arte dei venditori onesti e delle opere autentiche.

Questo fatto è dovuto a due aspetti prevalenti: innanzitutto, la difficoltà per i venditori onesti di riuscire a vendere le opere autentiche in quanto il mercato viene saturato da falsi, che secondo un recente studio della Rome Business School (2021), compongono il 45% del mercato dell'arte in Italia rendendolo, considerando il valore totale del mercato nero, il quinto paese del mondo. Se si fa riferimento all'arte contemporanea, data la maggiore

facilità di falsificazione, la percentuale si impenna ulteriormente. L'altro aspetto che determina l'uscita dal mercato dei venditori onesti è il minore interesse nel venditore disonesto nel vendere opere autentiche, dato il costo d'acquisto iniziale di un'opera autentica maggiore, che garantirebbe quindi un ritorno minore al momento della vendita. Si pensi all'attribuzione del Giorgione richiesta da Duveen a Berenson, dove quest'ultima avrebbe garantito un ritorno al mercante decisamente maggiore rispetto a quanto avrebbe potuto ottenere qualora l'opera fosse stata attribuita a Tiziano, per i motivi discussi nel capitolo precedente. Sempre a questo riguardo, anche lo studio di Ginsburgh et al. (2019) sulle opere di Pieter Brueghel il Giovane ha dimostrato come, in una situazione di incertezza e asimmetria informativa in cui non l'acquirente non sa quali opere siano vere e quali false, queste ultime siano vendute a prezzi mediamente in linea con quelle autentiche. D'altronde lo stesso Akerlof (1970, p. 495) dichiara come il problema principale dell'acquirente sia quello di riuscire a riconoscere i prodotti di qualità, data la tendenza degli affari disonesti a spingere gli affari onesti fuori dal mercato.

Bisogna considerare che l'idea di base di questo concetto fosse nota già da secoli, evolvendosi nel corso del tempo per arrivare a essere conosciuta, a partire dal XVI secolo, come la "Legge di Gresham"⁶¹, che si può riassumere nell'espressione «la moneta cattiva scaccia la moneta buona» (Pelligra, 2021a). Così, come nel caso del concetto espresso da Gresham, il venditore disonesto o il falsario venderà un'opera d'arte falsa attribuendole un valore nominale diverso dal valore reale, non tanto per il valore dei materiali di cui è costituita l'opera in sé (come per le monete di Gresham), quanto per l'assenza di quei valori di unicità e autenticità che ne decretano un maggiore valore. Così, il mercato verrà riempito di falsi/monete cattive venduti allo stesso prezzo di lavori autentici, finendo per costringere le opere autentiche/monete buone all'uscita di scena.

La "Legge di Gresham" origina dalla questione dell'asimmetria informativa e non è da ritenersi limitata solo all'applicazione del caso della moneta. Questa, infatti, trattando la questione dell'informazione a disposizione di una parte a scapito di un'altra come problema di inefficienza, introduce anche il tema della selezione avversa. Quest'ultima è

⁶¹ Sir Thomas Gresham (1519-1579) fu un mercante e banchiere inglese. Nonostante la Legge di Gresham porti il suo nome, nel tempo è stato verificato come fosse una idea già nota e da non attribuire esclusivamente a quest'ultimo. Tra i primi a teorizzarla, viene citato Aristofane nella commedia *Le Rane* e, successivamente, Copernico nel trattato *Monetae cudendae ratio*, motivo per cui questa è anche conosciuta con il nome di "Legge di Gresham-Copernico" (Pelligra, 2021b).

una delle due situazioni principali, l'altra essendo l'azzardo morale di cui però non si tratterà ulteriormente, dell'informazione asimmetrica. Il paragone con il mercato dell'arte si potrebbe ipotizzare dal momento che il compratore con limitata informazione, non sapendo quali opere vendute da un venditore dotato invece di una maggiore informazione sono autentiche o false, stabilirà un prezzo di riserva medio per l'acquisto di ogni opera. Così facendo, non sarà disposto a pagare il prezzo reale per un'opera autentica stabilito da un venditore onesto, ma essendo che il suo prezzo di riserva medio sarà superiore a quello di opere false, queste ultime avranno più probabilità di essere vendute. Questo anche perché un venditore disonesto sarà disposto ad abbassare il prezzo di un falso fatto passare per autentico, in quanto in ogni caso il valore nominale rimarrà superiore al valore reale del falso, assicurando in ogni caso al venditore un guadagno. Il venditore onesto, invece, non sarà disposto ad abbassare il prezzo di un'opera autentica, poiché non gli converrebbe venderla a un prezzo inferiore alla stima del suo valore reale. Così, quindi, l'opera autentica rimarrà invenduta e sarà estromessa dal mercato dal falso.

Tutte queste situazioni, secondo la prevalente teoria economica, tendono a prevedere un fallimento del mercato. Ma, come si è visto, il mercato dell'arte rimane un mercato molto particolare e diverso dagli altri anche in questo aspetto.

Come fa notare in una lucida quanto durissima riflessione Gregory Day (2014, pp. 484-489), il vero punto interrogativo sul mercato dell'arte non riguarda tanto il fallimento di mercato in sé, quanto la sua persistenza. Il caso di Akerlof, come la teoria di Gresham, presuppongono tutti che il mercato arrivi a una situazione di fallimento. Per Day, un mercato di beni può persistere in una condizione di fallimento nel momento in cui le preferenze di coloro che comprano e di coloro che vendono sono troppo allineate. Dal punto di vista teorico, tutte le informazioni necessarie riguardanti il valore di mercato di un bene sono a conoscenza delle parti (sia compratori che venditori) nel momento in cui un numero sufficiente di acquirenti e venditori interagisce sul mercato. Dal processo di compravendita risultante (dove l'acquirente mira a pagare il prezzo minore possibile mentre il venditore richiede il prezzo maggiore possibile), il prezzo finale che questo stabilisce dovrebbe rappresentare l'effettivo valore di mercato del bene. Se il compratore o il venditore coinvolti nello scambio si rendono conto che il mercato funziona in maniera tale per cui una delle due parti è posta in una situazione che le permette di sfruttare l'altra parte, dovrebbe sorgere una domanda per un intervento legislativo correttivo o di

maggior supervisione. L'antagonismo tra compratori e venditori rende il mercato efficiente anche tramite regole che incoraggiano comportamenti onesti e corretti. Ciò che, però, rende questa condizione di difficile applicazione al mercato dell'arte, favorendone l'inefficienza, è la probabilità che l'opera d'arte aumenterà il proprio valore con il consumo dato che, tra le altre cose, il possesso (e quindi il consumo) di un'opera contribuisce a rafforzarne la provenienza, oltre a poter aumentare di valore semplicemente con lo scorrere del tempo⁶²; per questo motivo, viene annullato l'antagonismo tra compratore e venditore e le rispettive preferenze si allineano. Questo fatto avviene poiché, a differenza di beni più tradizionali come possono essere un televisore o un'auto il cui consumo ne riduce il prezzo futuro di rivendita, il "consumo" di un'opera d'arte non ne riduce il valore economico ma, al contrario, i compratori sono consapevoli del fatto che incrementerà il suo valore con il tempo. Questa caratteristica del bene d'arte fa sì che, al momento di rivendere un'opera, l'ex compratore potrà richiedere una somma maggiore di quella spesa precedentemente per l'acquisto dell'opera. Per questo motivo, accade spesso che i compratori sul mercato dell'arte, al momento di acquistare un'opera, ragionino dal punto di vista del venditore con cui stanno contrattando poiché, in futuro, essi stessi ricopriranno quello stesso ruolo di venditore e potranno a loro volta approfittare dell'inefficienza del mercato dell'arte per sfruttare altri compratori. Dunque, non è sicuramente nell'interesse del venditore e nemmeno nell'interesse del compratore richiedere un maggiore controllo del mercato, che viene mantenuto in una condizione di inefficienza collettiva poiché può garantire un vantaggio per i singoli. Oltretutto, data la situazione di informazione asimmetrica, se i venditori tacciono su possibili dubbi riguardanti opere da loro messe in vendita, i compratori saranno poi propensi a fare lo stesso, sperando così di poter rivendere un'opera dubbia sul mercato e rifarsi a seguito della perdita precedente. Questa dinamica porta le preferenze e le scelte di entrambe le parti ad allinearsi a tal punto che nessuna delle due abbia un reale interesse o un incentivo a richiedere una maggiore efficienza⁶³ del mercato. Così, sempre secondo Day, vengono favoriti gli atteggiamenti disonesti quali i furti di

⁶² Si noti che, ovviamente, vi possono essere situazioni che contribuiscono alla perdita di valore di un'opera d'arte al di fuori del suo danneggiamento o scarsa manutenzione, quali il cambio del gusto che non ritiene più opere di quello stile di particolare valore o fatti della vita privata dell'artista che ne minino l'immagine. Questa caratteristica è più facilmente applicabile alle opere di stili o artisti "sicuri", ovvero che non passano mai di moda.

⁶³ Sempre Day (2014, p. 462) ricorda come gli economisti definiscano l'efficienza di mercato come la condizione in cui i beni vengono venduti a un prezzo che incorpora tutte le informazioni disponibili.

opere e le truffe, occultati da un sistema come quello del mercato dell'arte consapevole del fatto che il problema si potrà sempre passare a qualcun altro in un secondo momento. Inoltre, va ricordato come l'ostacolo posto dalla soppressione attiva della diffusione di informazioni di valutazione affidabili complichino notevolmente il funzionamento degli scambi, aumentando considerevolmente anche i costi di transazione necessari al compratore per ottenere un'informazione affidabile. Questa durissima analisi del mercato dell'arte da parte di Day sottolinea quindi un problema importante che, però, non appare immediatamente evidente per chi osserva il mercato dell'arte dall'esterno o non ne conosce appieno tali dinamiche mentre non pare voler essere risolto da tanti che ne sono all'interno.

Per far fronte ai problemi presentati da Day come anche alla selezione avversa e, di conseguenza, ai casi di disequilibrio informativo nel mercato dell'arte visti in precedenza, esistono una serie di "segnali" o di misure possibili⁶⁴ che sono state suggerite: ad esempio, il possesso di titoli di studio o di certificazioni che attestino la serietà di esperti valutatori, rilasciati da enti indipendenti. Alternativamente, soggetti terzi di fiducia a cui poter richiedere informazioni, ad esempio un laboratorio per analisi scientifiche quali la datazione tramite l'analisi del carbonio o scanner a infrarossi, con l'unico ostacolo del costo che, in base alle diverse situazioni, potrebbero arrivare a costare intorno ai 15 mila euro (Maggi, 2014). Un'altra misura possibile, proposta sempre più di frequente dalle case d'asta in anni recenti, è quella della garanzia, riguardante in questo caso la vendita di opere da parte di collezionisti e proprietari a case d'asta. Sfruttando quindi una carenza informativa da parte del collezionista a proprio vantaggio, le case d'asta tentano tramite l'inserimento di garanzie sulle vendite di assicurare il proprietario dell'opera affinché metta in vendita le opere di sua proprietà. In uno studio sulle aste di giugno e luglio 2020 di Sotheby's, Christie's e Phillips, è peraltro risultato che il 71,8% delle garanzie fossero di parte terza, indicando come queste possano attrarre anche e soprattutto investitori disposti a rischiare (Lanzillo et al., 2020, p. 11).

Un'altra questione importante da considerare, sempre proposta da Day (2014, p. 489), sarebbe una modifica legislativa che garantisca una maggiore immunità per le opinioni di soggetti esperti per tutelarli da una responsabilità legale che, in particolare in anni recenti, ha portato a contenziosi in tribunale che hanno spinto sempre più soggetti esperti a non

⁶⁴ Cfr. in particolare gli studi di Stigler G. J. (1961), Nelson, P. (1970) e Spence, M. (1973).

esporsi con opinioni o attribuzioni su opere d'arte anche quando fossero oggetto di dubbi. Infatti, sono numerosi i casi in cui proprietari di opere d'arte abbiano intentato cause legali nei confronti di esperti d'arte poiché in disaccordo con l'opinione o l'attribuzione proposta dall'esperto per opere in loro possesso che, però, potrebbero essere effettivamente falsi fatti passare per autentici dai proprietari per le logiche di mercato appena viste (si ricorda a questo riguardo quanto avvenuto con la disputa *Hahn v. Duveen* affrontata nel capitolo precedente⁶⁵). Ancora, potrebbe esservi il caso di un acquirente che non è a conoscenza del fatto che vi siano altre persone che possono rivendicare la legittima proprietà di un'opera da questo acquistata (si pensi ai casi di opere d'arte sottratte ai legittimi proprietari dalla Germania nazista durante la Seconda guerra mondiale e successivamente rivendicati anni dopo la fine del conflitto). L'altra faccia della medaglia di una tale immunità, però, potrebbe rivelarsi essere lo scarso incentivo per gli esperti nel fornire valutazioni non negligenti (Day, 2014, p. 489). Per quanto detto in precedenza, il paradosso si ha proprio perché il funzionamento attuale del mercato dell'arte ostacola la diffusione di informazione completa, corretta e affidabile. Per di più, la grande quantità di vendite private costituisce un segmento particolarmente opaco e scarsamente regolamentato del mercato dell'arte, dove la riservatezza sulle informazioni inerenti a queste transazioni le rende particolarmente allettanti per un numero elevato di clienti (Kazakina, 2009). Essenzialmente, non serve sapere là dove poi si potrà non far sapere al prossimo.

Un'ulteriore misura da considerare per riequilibrare l'asimmetria informativa è quella di chiedere un parere a un esperto. Questa misura, però, non è pienamente affidabile, soprattutto se, come è stato visto, l'autenticità dell'opera è riconosciuta da un esperto o un conoscitore legato al venditore da un comune interesse commerciale, data anche la soggettività del campo delle attribuzioni, oltre alla difficoltà nel reperire informazioni affidabili per gli alti costi da sostenere per ottenerle, senza considerare i problemi nella soggettività della valutazione e dei rischi legali per l'esperto visti in precedenza. La soluzione maggiormente auspicata (in riferimento agli Stati Uniti) da Day (2014, pp. 490-495) per tutte queste problematiche consiste nell'istituzione da parte dello Stato di un'organizzazione oggettiva che riunisca gli esperti in una commissione attribuzionistica che garantisca l'affidabilità delle proprie valutazioni. Oltre a ciò, apporterebbe una serie

⁶⁵ Cfr. pp. 33-38 del presente testo.

di ulteriori benefici enunciati dall'autore quali una maggiore immunità per gli esperti (nel caso in cui non abbiano un comportamento disonesto) che porrebbe fine anche a quella che alcuni esperti hanno addirittura definito come la «tirannia del *catalogue raisonné*» (Day, 2014, p. 491), per quanto tale terminologia in riferimento al ruolo dei cataloghi ragionati sembri quantomeno un'esagerazione. Per le dinamiche del mercato dell'arte viste in precedenza, però, anche laddove organizzazioni di questo tipo sono presenti, la situazione nel mercato dell'arte pare ancora problematica. Anche la percezione di maggiore sicurezza nell'acquisto tramite aste, anche online, potrebbe nascondere insidie e rischi di cui il compratore non è spesso al corrente. Ad esempio, in particolar modo nel caso delle aste online, questi rischi possono essere rappresentati da pratiche scorrette come il *bid shielding*⁶⁶ o la strategia dello *shilling*⁶⁷ (quest'ultima ripresa dalle aste tradizionali).

Volendo analizzare meglio come questa situazione di asimmetria informativa danneggi il mercato con alcuni esempi pratici⁶⁸, si prenda in considerazione il caso ipotetico in cui il mercato dell'arte sia composto solamente da due acquirenti e due venditori e vi siano soltanto due opere d'arte in vendita. I due dipinti, ad esempio di stile rinascimentale, sono uno di qualità (artistica) elevata e uno di qualità minore, venduti rispettivamente dai venditori M e N e i due compratori A e B interessati all'acquisto. Si ipotizzi, innanzitutto, il caso in cui l'informazione sia simmetrica e tutti i soggetti coinvolti nel mercato siano onesti e abbiano a disposizione tutte le informazioni necessarie circa la qualità artistica più alta di un dipinto rispetto all'altro. Dunque, il venditore M stabilisce un prezzo di vendita per l'opera di qualità alta che sarà uguale al suo valore reale, pari a $P_M = 120.000$ euro, mentre per il dipinto di qualità bassa il venditore N stabilisce un prezzo uguale al valore reale che sarà di $P_N = 20.000$ euro⁶⁹. L'acquirente A stabilisce che la sua disponibilità massima di spesa per l'opera di alta qualità sarà di $P_{eA} = 150.000$ euro,

⁶⁶ Il *bid shielding* prevede che, in un'asta online, più offerenti si accordino in modo che un primo faccia un'offerta bassa e immediatamente dopo un secondo offerente faccia un'offerta eccessivamente alta, così da proteggere l'offerta bassa da altri offerenti interessati a partecipare all'asta. Poco prima della fine dell'asta, l'offerta elevata viene ritirata con una scusa, così che l'offerta bassa si aggiudichi il bene.

⁶⁷ La strategia dello *shilling* prevede che, in un'asta, il venditore del bene o un suo complice facciano innalzare il prezzo d'asta del proprio bene, così da poterlo vendere a un prezzo più elevato.

⁶⁸ Si faccia riferimento al paragrafo *Il mercato dell'arte*, pp. 23-26, del manuale *Economia delle arti* (2004) di Candela e Scorcu da cui si è tratta l'impostazione per gli esempi pratici.

⁶⁹ P_M = Prezzo del venditore M; P_N = Prezzo del venditore N.

dunque maggiore della disponibilità a spendere per l'opera di bassa qualità che sarà di $P_{bA} = 30.000$ euro⁷⁰. Questa scelta si ipotizza sia dovuta al fatto che l'acquirente A dia più valore alla qualità artistica e quindi ottenga una maggiore soddisfazione dall'acquisto e dal conseguente "consumo" dell'opera di qualità alta. Questo nonostante abbia un reddito residuo dopo l'acquisto pari a $R_A - 150.000$ che sarebbe inferiore al caso in cui acquistasse l'altra opera, con conseguente reddito residuo pari a $R_A - 30.000$. Invece, l'acquirente B stabilisce che la disponibilità a pagare massima per il dipinto di qualità alta sarà di $P_{eB} = 90.000$ euro, mentre per il dipinto di qualità bassa sarà di $P_{bB} = 60.000$ euro⁷¹. Questa scelta si ipotizza sia dovuta alla maggiore soddisfazione che B trae dall'acquisto di un'opera che gli consente un "risparmio" maggiore e dall'aver a disposizione dopo la transazione un reddito $R_B - 90.000$. In una situazione di informazione perfetta, i prezzi stabiliti dai venditori M e N corrispondono all'effettiva qualità delle opere e quindi l'acquirente A comprerà il dipinto qualitativamente migliore, che preferisce, mentre B acquisterà l'opera di qualità bassa poiché preferirà risparmiare maggiormente, oltre a non essere disposto a spendere per il dipinto migliore la somma richiesta dal venditore M. Lo scambio sarà quindi ottimale poiché l'acquirente A comprerà il dipinto che voleva per 120.000 euro, ottenendo peraltro un risparmio, detto "rendita del consumatore", di 20.000 euro. mentre l'acquirente B comprerà il secondo dipinto per 20.000 euro, ottenendo così una rendita di 40.000 euro e un appagamento maggiore derivante dall'aver soddisfatto la sua preferenza. Lo scambio in questa ipotesi sarebbe ottimale per tutte le parti coinvolte, dato che gli acquirenti ottengono il bene preferito e i venditori ottengono il prezzo pieno di vendita stabilito e vendono tutte le opere a disposizione.

Come visto in precedenza, però, per le caratteristiche del mercato dell'arte questa situazione appena descritta è alquanto improbabile, poiché tale mercato è caratterizzato da asimmetria informativa. Come era solito fare Duveen, bisogna ipotizzare che uno dei due venditori, N, sia disonesto e attribuisca il dipinto in suo possesso a un artista altrettanto importante quanto quello del dipinto venduto da M, quando invece il dipinto di N è in realtà una falsa attribuzione, con il valore reale dell'opera falsa che è di molto inferiore. Data l'asimmetria, però, soltanto i venditori sanno la reale qualità dei dipinti.

⁷⁰ P_{aA} = Prezzo P per l'opera di qualità alta -a- dell'acquirente A; P_{bA} = Prezzo P per l'opera di qualità bassa -b- dell'acquirente A.

⁷¹ P_{eB} = Prezzo P per l'opera di qualità elevata -e- dell'acquirente B; P_{bB} = Prezzo P per l'opera di qualità bassa -b- dell'acquirente B.

Oltretutto, il dipinto autentico e il falsamente attribuito non riescono a essere distinti a livello qualitativo dagli acquirenti e questi ultimi non hanno alcun modo di ottenere tale informazione. Volendo applicare a una possibile situazione del mercato dell'arte un ragionamento che riprende in parte quello proposto da Akerlof per il suo mercato dei "bidoni", si ipotizza dunque che l'acquirente A, mantenendo le stesse preferenze di acquisto di prima, debba decidere la disponibilità a pagare per i dipinti in tale situazione, sapendo che uno dei due non è autentico. Considerato che la probabilità di acquistare il falso sia pari al 50%, l'acquirente A attribuirà una probabilità di 1/2 a entrambe le situazioni. La disponibilità a pagare in questo caso sarà pari a una media, ponderata in base alle probabilità dei due eventi, dei cosiddetti "prezzi di riserva", ovvero delle disponibilità a pagare per le due diverse opere. Il prezzo del dipinto autentico è fissato dal venditore M sempre pari a $P_M = 120.000$ euro mentre il falso è venduto da N per un prezzo $P_N = 80.000$ euro, molto maggiore rispetto al suo valore effettivo per la disonestà del venditore N⁷². Quest'ultimo, usando la situazione di informazione asimmetrica a suo vantaggio, si ipotizza che stabilisce un prezzo di vendita per il falso leggermente inferiore all'autentico, così da invogliare l'acquirente a "risparmiare", sfruttando il fatto che entrambi i dipinti siano all'apparenza della stessa qualità. Inoltre, potrebbe sperare che l'acquirente sia più propenso al rischio di investire in un'opera più economica con il rischio che si riveli peggiore o direttamente un falso o che potrebbe invece rivelarsi un ottimo affare. Come è stato visto nel capitolo precedente, infatti, la voglia di esperti e acquirenti di scovare un capolavoro nascosto porta alcuni soggetti nel mercato dell'arte a rischiare maggiormente anche in situazioni dubbie. D'altra parte, non è strano che l'acquisto possa concretizzarsi ugualmente se si considera quanto dichiarato da Ekelund et al. (2019, p. 159), ovvero che, anche nel caso di un bene *meta-credence* (come sono in questa ipotesi i due dipinti) che non può essere autenticato in nessun modo pratico, confutabile o certo, lo scambio avviene lo stesso. Dunque, la probabilità che ha l'acquirente di acquistare l'opera migliore o la peggiore è pari a 1/2. Come visto in precedenza, il prezzo P per l'autentico "a" che l'acquirente A sarebbe disposto a pagare

⁷² Per la stima dei prezzi di vendita delle due opere, ci si è basati sul prezzo di una *Madonna con Bambino e San Giovannino* di Girolamo Alibrandi, artista rinascimentale ritenuto di discreta importanza e opera di attribuzione pressoché certa, battuta all'asta nel 2022 per 133.824 euro come riportato nell'articolo di Mazza, S. (2022), "La Madonna di Girolamo Alibrandi a Messina: e adesso cosa succederà?", *Finestre sull'Arte*.

sarebbe un prezzo massimo di $P_{aA}^{73} = 150.000$, mentre per il dipinto falso “f” sarebbe disposto a pagare un prezzo massimo di $P_{fA} = 30.000$. Questi due prezzi sono i cosiddetti “prezzi di riserva” di A. Soltanto che il compratore A, non sapendo quale dei dipinti sia quello autentico, accetterà di pagare per l’acquisto di uno dei due un prezzo pari alla media dei prezzi di riserva, ponderata per la probabilità che l’opera sia autentica o meno, ovvero:

$$P_A = 1/2 * 150.000 + 1/2 * 30.000 = 90.000$$

L’acquirente A sarà quindi disposto a pagare un prezzo medio per entrambi i dipinti pari a 90.000 euro. A differenza del compratore A, l’acquirente B è disposto a pagare per il dipinto autentico un prezzo massimo di riserva di $P_{aB} = 90.000$, mentre per il dipinto non autentico un prezzo massimo di riserva di $P_{fB} = 60.000$, dunque preferirebbe acquistare il dipinto falso, data la soddisfazione maggiore che ricaverebbe dal risparmio ottenuto e poiché il prezzo massimo di riserva per il dipinto autentico sarebbe comunque inferiore al prezzo di vendita. Nel momento in cui, però, non ha la possibilità di distinguere l’autentico dal non autentico, B è disposto a pagare un prezzo per entrambi i dipinti che sarà pari alla media dei suoi prezzi di riserva, ponderati per la probabilità di acquistare l’autentico o il falso, ovvero:

$$P_B = 1/2 * 90.000 + 1/2 * 60.000 = 75.000$$

Dunque, il prezzo di riserva di A pari a 90.000 euro risulterà inferiore al prezzo di vendita stabilito dal venditore M per il dipinto autentico $P_{aM} = 120.000$, che quindi non verrà venduto e verrà tolto dal mercato. L’unico dipinto a essere venduto sarà quindi il dipinto falsamente attribuito poiché entrambi gli acquirenti A e B avranno un prezzo massimo di riserva medio superiore al prezzo di vendita stabilito dal venditore N pari a $P_{fN} = 60.000$. Soltanto uno dei due acquirenti, però, potrà acquistare il dipinto, mentre l’altro rimarrà a mani vuote. Per ciò, il mercato avrà un esito inefficiente, sia che A acquisti il falso (poiché non sarebbe la sua scelta preferita) sia che lo acquisti B (poiché A non potrebbe acquistare nulla, non essendo disposto a pagare il prezzo per l’autentico dato che non ne conoscendo il reale valore ed essendo stato venduto l’altro dipinto). Inoltre, l’inefficienza deriverà

⁷³ P_{aA} = prezzo P per l’opera autentica -a- dell’acquirente A; P_{fA} = prezzo P per l’opera falsa -f- dell’acquirente A.

P_{aB} = Prezzo P per l’opera autentica -a- dell’acquirente B; P_{fB} = prezzo P per l’opera falsa -f- dell’acquirente B.

dall'uscita della qualità migliore dal mercato, dalla minore quantità di vendite effettuate (in questo caso, soltanto una su due totali) e dal minore valore generato (60.000 su un totale effettivo di 140.000⁷⁴). La situazione di riduzione degli scambi effettuati sul mercato è stata definita come *information destruction effect*⁷⁵.

Nel caso, anche altrettanto probabile, in cui vi sia invece una disinformazione simmetrica – ovvero che le parti coinvolte nella transazione, compratori e acquirenti, ignorino il valore reale dei dipinti in vendita – la probabilità che un dipinto acquistato (o venduto) non sia autentico sarà sempre pari a 1/2, come rimarranno invariati i prezzi di riserva medi di A e B, pari rispettivamente a 90.000 e 75.000. Quello che cambierà sarà il prezzo di vendita stabilito dai venditori M e N, i quali sanno che uno dei due dipinti è qualitativamente migliore dell'altro ma nemmeno loro hanno l'informazione sufficiente per distinguere l'uno dall'altro. Si ipotizza che i valori reali dei due dipinti siano gli stessi del caso di informazione perfetta, ovvero 120.000 euro e 20.000 euro. Non essendo però in grado di distinguere le due opere, entrambi i venditori stabiliranno un prezzo di vendita che sarà pari alla media tra i prezzi di vendita reali, moltiplicati per la probabilità che un'opera sia quella autentica o meno. Il prezzo di vendita per entrambi i dipinti sarà dunque pari a:

$$P_M = 1/2 * 120.000 + 1/2 * 20.000 = 70.000$$

Essendo quest'ultimo minore dei due prezzi di riserva medi di A e B, pari rispettivamente a 90.000 e 75.000 euro (poiché per gli acquirenti la situazione rimane la stessa del caso di informazione asimmetrica come anche le preferenze di acquisto), entrambi i dipinti potrebbero essere venduti, ma non è detto che i due compratori acquistino l'opera che avrebbero preferito comprare. Rispetto all'esito in caso di asimmetria informativa, in questa situazione l'inefficienza è minore; infatti, la quantità venduta torna a essere massima (due opere vendute su due) così come il valore torna a essere massimo (pari a 140.000), ma non è detto che gli acquirenti siano soddisfatti del loro acquisto poiché A potrebbe ritrovarsi con l'opera non autentica e il compratore che possedeva l'autentico

⁷⁴ Il valore di 140.000 euro corrisponde al caso ideale in cui entrambi i dipinti venissero venduti al loro prezzo reale e corretto per la loro qualità, pari a 120.000 e 20.000.

⁷⁵ Cfr. Frey, B. S. (1999), "Art fakes - what fakes?, an economic view", *Institute for Empirical Research in Economics of the University of Zurich*, Working Paper No. 14, p. 9.

avrà ottenuto un valore inferiore al valore reale dell'opera in suo possesso, rimanendo insoddisfatto.

L'importanza dell'informazione per ridurre l'asimmetria informativa è evidente se si considera un ulteriore caso. In questa ulteriore situazione di informazione asimmetrica, i due venditori conoscono il valore reale delle due opere ma M è onesto mentre N è disonesto. Gli acquirenti A e B, però, riescono a identificare con maggiore probabilità il dipinto autentico dall'opera non autentica, in quanto hanno ricevuto una maggiore informazione, ad esempio da parte di un esperto d'arte, o per conoscenza personale. Dunque, la probabilità che il dipinto acquistato sia quello autentico è ora pari a $3/4$, mentre quello falso a $1/4$. Per semplicità di calcolo, si ipotizza che il venditore M stabilisce un prezzo per il dipinto autentico pari a $P_{aM} = 120.000$, mentre il venditore N disonesto stabilisce un prezzo per il dipinto falsamente attribuito pari a $P_{fN} = 60.000$. Si ipotizzi che il solo prezzo di vendita non è ritenuto un indicatore affidabile per certificare la qualità. In questo caso, l'acquirente A è disposto a pagare per l'autentico sempre un massimo di 150.000 euro, mentre per il falso è disposto a offrire non più di 65.000 euro. L'acquirente B, invece, è disposto a pagare fino a 95.000 per l'autentico e 75.000 per il falso. Inoltre, varieranno le probabilità, dunque il compratore A avrà come nuovo prezzo massimo di riserva per il dipinto autentico:

$$P_{aA} = 3/4 * 150.000 + 1/4 * 65.000 = 128.750$$

mentre per il falso sarà disposto a pagare un prezzo di riserva massimo pari a:

$$P_{fA} = 1/4 * 150.000 + 3/4 * 65.000 = 86.250$$

Per quanto riguarda il compratore B, per il dipinto autentico sarà disposto a pagare un prezzo massimo di riserva pari a:

$$P_{aB} = 3/4 * 95.000 + 1/4 * 75.000 = 90.000$$

Mentre per il falso sarà disposto a pagare un prezzo di riserva massimo pari a:

$$P_{fB} = 1/4 * 75.000 + 3/4 * 95.000 = 80.000$$

La vendita dei due dipinti potrebbe quindi avere alcuni esiti distinti: nel primo esito, B acquista per primo e compra obbligatoriamente il dipinto falso (essendo sicuro al 75%

che quello sia il dipinto non autentico), avendo peraltro un prezzo di riserva per l'autentico $P_{aB} = 90.000$ euro che non gli consentirebbe di acquistare il dipinto autentico venduto per $P_{aM} = 120.000$ euro. L'acquirente A, invece, acquista per secondo e comprerà il dipinto autentico, che potrà acquistare essendo il suo prezzo massimo di riserva per il dipinto autentico $P_{aA} = 128.750$ euro superiore al prezzo di vendita di questo dipinto stabilito dal venditore M. Entrambi gli acquirenti avranno quindi una probabilità che l'esito dell'acquisto si riveli efficiente pari a $3/4$.

Nel secondo esito, A acquista per primo e compra il quadro autentico, mentre B acquisterà per secondo comprando il dipinto falso, con l'esito che rimarrà invariato e quindi anche la probabilità che lo scambio sia efficiente pari a $3/4$.

La distinzione si ha nel terzo esito, ovvero nel momento in cui A dovesse acquistare per primo e dovesse scegliere il dipinto con una probabilità $3/4$ di essere falso. Si ipotizza che questa scelta derivi dal fatto che l'acquirente A sia convinto, ad esempio, di aver trovato un capolavoro nascosto e di saperne più del venditore (si pensi a quanto visto in precedenza con il caso del mercante Freppa⁷⁶). In questo caso, il prezzo massimo di riserva di A per l'opera non autentica, pari a $P_{fA} = 65.000$ euro, è superiore al prezzo di vendita del falso $P_{fM} = 60.000$ euro quindi potrebbe acquistarlo. L'esito dello scambio sarebbe però inefficiente in quanto il prezzo di riserva massimo di B per il dipinto autentico è pari a $P_{aB} = 95.000$ euro, dunque inferiore al prezzo di vendita dell'opera autentica $P_{aM} = 120.000$ euro. Il compratore B può quindi comprare solo il falso (la sua scelta preferita) in quanto sarebbe la sua unica opzione possibile ma tale dipinto sarebbe già stato acquistato da A. Riassumendo, nei primi due esiti si ha la vendita di entrambi i dipinti con una probabilità pari a $3/4$ che la vendita sia efficiente. Nel terzo esito, la vendita risulterà inefficiente in quanto verrà acquistato soltanto uno dei due dipinti, ma la probabilità che l'acquisto sia efficiente per A rimane pari a $3/4$. Bisogna notare un fatto fondamentale, ovvero che, a differenza della prima situazione di informazione asimmetrica analizzata, in questo caso si ha sempre una situazione di asimmetria informativa, ma la probabilità di acquistare correttamente è aumentata. Difatti, ciò è dovuto a un miglioramento dell'informazione di cui dispongono gli acquirenti data da una maggiore conoscenza personale o dall'intervento di una figura esperta, fatti che

⁷⁶ Cfr. p. 44 del presente testo.

rendono possibile la vendita del dipinto autentico, a differenza della situazione akerlofiana in cui si osserva l'uscita dal mercato delle opere autentiche. Ciò che sorprende del mercato dell'arte è che, pur in una condizione di inefficienza come quella in cui versa, le transazioni continuano ad avvenire e si mantiene una sorta di *status quo*, come spiegato in precedenza dall'analisi di Gregory Day⁷⁷ (2014).

Da quanto visto in precedenza, appare evidente come il ruolo svolto dalle figure che nel mercato dell'arte detengono mediamente la maggior parte della conoscenza e dell'informazione sia quello che si potrebbe definire di *gatekeepers*. Essi sono da intendersi, facendo sempre riferimento al mondo dell'arte, come le figure dell'esperto o del conoscitore che dominano e controllano il processo di valutazione della qualità artistica e dell'assegnazione del valore monetario a un'opera d'arte. Se l'attività di questi *gatekeepers* nel mercato dell'arte fosse efficace e priva di azioni più o meno disoneste, potrebbe valere l'idea di Scitovszky (1945, p. 100) secondo cui basarsi sul prezzo per stabilire la qualità di un bene sia un approccio corretto. Anche Candela e Scorcu (2004, p. 26) ipotizzano che, alle stesse condizioni di Scitovszky, il prezzo di scambio di un'opera diverrebbe un dato significativo del valore artistico della stessa. Queste affermazioni sembrano appoggiare la cosiddetta "ipotesi di Hayek"⁷⁸, in base alla quale nei mercati, la maggior parte dell'informazione necessaria affinché tutti i produttori e i consumatori possano agire in maniera coordinata ottenendo vantaggi dagli scambi è veicolata dai prezzi.

Sempre secondo questa ipotesi, un mercato potrebbe funzionare in maniera efficiente anche nel caso in cui vi siano soggetti al suo interno che hanno un accesso limitato alla conoscenza e all'informazione riguardante l'ambiente in cui si trovano e gli altri soggetti presenti in questo. Le diverse teorie di Hayek sull'informazione sono state affrontate da numerosi studi nel corso degli anni che hanno peraltro confermato una effettiva, per quanto parziale, applicazione di alcune di queste, mentre altre teorie dello studioso sono

⁷⁷ Cfr. pp. 69-71 del presente testo.

⁷⁸ Termine utilizzato per la prima volta dall'economista Vernon Smith in *Markets as economizers of information* (1980). A riguardo, si rimanda allo studio di Hurley e McDonough dal titolo *A Note on the Hayek Hypothesis and the Favorite-Longshot Bias in Parimutuel Betting* (1995) e allo studio di Al-Ubaydli e Boettke dal titolo *Markets as Economizers of Information: Field Experimental Examination of the "Hayek Hypothesis"* (2011).

state confutate⁷⁹. Avendo a mente queste considerazioni sulle teorie di Hayek, potrebbe risultare interessante valutarle nell'ottica del mercato dell'arte, per quanto bisogna considerare come le opere d'arte siano un bene dalle caratteristiche decisamente particolari. Oltre a ciò, il monopolio informativo presente così a lungo nel mercato dell'arte è dovuto principalmente alla produzione di conoscenza e informazione da parte di una sola categoria di pochi soggetti esperti che ne limitano la distribuzione, così da avvalersene per ottenere un vantaggio personale, come visto nella precedente analisi di Day (2014)⁸⁰. Peraltro, la barriera all'entrata principale di questo tipo di mercato monopolistico è rappresentata dagli alti costi di ottenimento della conoscenza, sia in termini economici che temporali e di impegno (Frey, 1999, p. 9), che favoriscono così la sua minore distribuzione. Oltretutto, la presenza di opere non-autentiche che “falsa” il mercato dell'arte e i relativi prezzi è un ulteriore aspetto che sembra contraddire la visione hayekiana. Se per Hayek i mercati sono aggregatori e distributori di conoscenza, il mercato dell'arte da quanto visto fin'ora pare sì aggregare conoscenza – nelle mani dei suoi principali attori – ma se ne constata difficilmente una sua distribuzione. Così, è accaduto spesso che mancasse l'interesse del singolo possessore di conoscenza nell'utilizzare quest'ultima a vantaggio della collettività, come nei casi delle vendite di falsi tramite le quali il mercato è stato “inquinato” e ha spinto venditori più onesti a fare un passo indietro, come nell'esempio precedente basato sul mercato delle auto usate di Akerlof. Certo, le azioni di conoscitori ed esperti nel mondo dell'arte sicuramente hanno anche contribuito alla creazione e alla nascita di grandi istituzioni pubbliche, come visto nel capitolo precedente⁸¹, ma l'interesse collettivo soddisfatto da queste azioni non era un obiettivo attivamente perseguito dalla ristretta cerchia di possessori di conoscenza sia culturale che economica che dominava il mercato artistico, quanto al più una utile coincidenza. Al riguardo, «sono rarissimi i casi nei quali l'interesse individuale e quello collettivo sono naturalmente coincidenti e allineati» (Pelligra, 2021a).

In questa situazione, diviene fondamentale l'inserimento di incentivi per favorire l'utilizzo delle conoscenze a vantaggio della collettività, un aspetto che in un mercato come quello dell'arte, maggiormente regolamentato soltanto negli ultimi decenni, non è

⁷⁹ Cfr. lo studio *Markets as Economizers of Information: Field Experimental Examination of the “Hayek Hypothesis”* di Al-Ubaydli e Boettke (2011) per quanto riguarda alcune analisi “sul campo” delle diverse teorie di Hayek.

⁸⁰ Cfr. pp. 68-71 del presente testo.

⁸¹ Cfr. pp. 31-32 del presente testo.

stato preso in considerazione. Sempre Pelligra (2021a) afferma come un mercato possa funzionare sia nel caso in cui l'informazione sia completa che nel caso in cui sia incompleta, scontando in quest'ultimo caso la presenza di una maggiore incertezza, come è stato visto in precedenza con gli esempi di scambi in situazioni di informazione simmetrica o di disinformazione simmetrica. La situazione varia nel caso in cui l'informazione sia asimmetrica, poiché è in questo frangente che l'economia dell'informazione diviene un aspetto fondamentale. Se anche in presenza di incertezza derivante da una informazione non equamente distribuita, un mercato possa funzionare in maniera efficiente, bisogna considerare però quanto l'incertezza influisca effettivamente e renda lo scambio all'interno di un mercato dell'arte in disequilibrio più complesso. Data infatti la difficoltà nello stabilire l'effettiva qualità artistica di un'opera e quindi svolgerne la corretta attribuzione, l'attività dei *gatekeepers* potrebbe incrementare l'incertezza nel mercato dove ci si sentirà sempre più a rischio di comprare un'opera falsa.

Riprendendo, e continuando, il ragionamento di Scitovszky introdotto in precedenza⁸², se da un lato egli afferma come il prezzo sia indicatore di qualità di un bene – e data la soggettività nella valutazione della qualità artistica, il prezzo viene considerato come uno dei pochi elementi oggettivi a cui affidarsi per capire la concreta qualità artistica da chi non è dotato di conoscenza – fa anche notare come questo sia possibile in un mercato dove tutti gli attori – acquirenti, venditori e tutte le altre sfumature – sono esperti, quindi possessori di un'ampia e corretta informazione a loro disposizione. Coloro che non lo fossero, potrebbero sempre basarsi sulle valutazioni di soggetti esperti per quantificare il valore artistico. Data la situazione problematica del mercato dell'arte per quanto riguarda la limitata informazione di una parte consistente dei consumatori e la presenza di falsi, derivante dalle azioni disoneste di talune figure tra cui *in primis* i falsari, basarsi sul prezzo per definire la qualità artistica diviene un errore grave e superficiale, dato che il prezzo viene stabilito da una serie di fattori differenti. Non deve sembrare una coincidenza che i grandi magnati statunitensi che si affidavano totalmente a Duveen e Berenson per acquistare opere d'arte, data la loro limitata conoscenza e la loro predisposizione più affarista, si basassero quasi esclusivamente sui prezzi delle opere per giudicarne autonomamente la qualità e il valore effettivo. In una situazione del genere,

⁸² Cfr. p. 79 del presente testo.

infatti, il prezzo smette di essere indirizzato dalla competizione e inizia a essere manipolato dal venditore che può così influenzare il giudizio dei propri clienti sulla qualità delle opere in suo possesso (Scitovszky, 1945, p. 101). Di questo aspetto Duveen era sicuramente a conoscenza e lo sfruttò ampiamente a proprio vantaggio. Sarebbe interessante supporre come sarebbe potuta cambiare la questione se i clienti del mercante inglese fossero stati consapevoli dell'impatto che possono avere l'incertezza e aspetti quali il valore atteso di un acquisto sulle dinamiche di scambio nel mercato dell'arte. In particolare quest'ultimo concetto può assumere un ruolo di rilievo nella valutazione della possibilità di acquisto nel mercato e quindi anche nel mercato dell'arte. Per questo motivo, se ne approfondirà la questione in maniera più dettagliata.

2.2.2 Il concetto del valore atteso e l'opera d'arte

Dove vi è scarsa conoscenza, vi è maggiore incertezza. Con l'aumentare dell'incertezza, la scelta del consumatore nel mercato dell'arte diviene particolarmente complessa, dato che una scelta in una situazione di incertezza comporta che non vi sia una corrispondenza diretta tra la scelta e la sua conseguenza, siccome le conseguenze potrebbero essere molteplici. Dunque il consumatore, non sapendo quale conseguenza seguirà alla sua decisione di acquistare una determinata opera che potrebbe rivelarsi un falso, potrebbe decidere di rivolgersi a un soggetto terzo come un esperto per una autenticazione, quantificando il valore atteso dell'evento incerto e valutare se procedere con l'acquisto. Per valore atteso si intende il valore medio che ci si "attende" da un evento incerto che può presentare un numero di risultati reali finito e questo valore è dato dalla somma di tutti i diversi esiti possibili dell'evento incerto, pesati per la probabilità che avvenga l'evento casuale al quale è associato ogni esito.

Dunque, si ipotizza il caso di un collezionista che vuole acquistare un dipinto al prezzo stabilito da un mercante d'arte in una situazione di asimmetria informativa, dove della qualità effettiva dell'opera è a conoscenza soltanto il venditore. Il prezzo stabilito per l'opera è di 100.000 euro⁸³. Il collezionista ha a propria disposizione una informazione

⁸³ Per il prezzo del dipinto, si è utilizzata una media del prezzo stimato dalla casa d'aste Pandolfini nell'asta del 16 ottobre 2019 e dalla casa d'aste Farsetti Arte nell'asta del 14 maggio 2021 per l'opera *Sacra conversazione in un paesaggio* di Pietro degli Ingannati, seguace di Giovanni Bellini, stimata da Pandolfini tra i 100.000 e i 150.000 euro, mentre da Farsetti tra i 90.000 e i 130.000. Si userà 100.000 come stima media e per semplicità di calcolo.

limitata, che potrebbe incrementare qualora decidesse di avvalersi di una *expertise* da parte di un soggetto terzo. In relazione alla scelta dell'*expertise*, non si prenderanno in considerazione altre soluzioni quali, ad esempio, le analisi in laboratorio, in quanto i costi in queste circostanze sarebbero ancora maggiori, potendo arrivare a costare attorno ai 15.000 euro (Maggi, 2014). Oltretutto, in questa situazione si valuteranno i criteri monetari della scelta in situazione di incertezza, non considerando le altre possibili variabili dell'interesse di un acquirente verso un bene d'arte. Nel caso in cui decide di non avvalersi dell'*expertise*, la probabilità che l'opera non sia autentica come dichiarato dal venditore sarà pari al 50%⁸⁴, dunque $P_f = 0,50$ (se si prendono come possibili esiti della qualità del dipinto soltanto la sua autenticità o la sua falsità, senza considerare tutte le tipologie intermedie di attribuzione), così come la probabilità che l'opera sia autentica sarà del 50%, ovvero $P_a = 1 - P_f$. Il costo certo derivante dall'utilizzo dell'*expertise* è stimato pari a 4.000 euro⁸⁵. Chiaramente, più l'esperto è bravo e capace, più varieranno le probabilità. Qualora l'opera si rivelasse un falso, il suo valore sarebbe stimato pari a 10.000 euro⁸⁶. Qualora l'acquirente decidesse di non acquistare l'opera, manterrebbe la sua ricchezza iniziale certa di 100.000 euro.

Si ipotizza di partire da una situazione in cui non si prende in considerazione il valore che un'opera d'arte potrà avere in futuro. Nel caso in cui l'acquirente decidesse di non avvalersi dell'autenticazione da parte dell'esperto e di acquistare comunque il dipinto, investirebbe la sua ricchezza certa di 100.000 euro per ottenere in cambio un'opera d'arte il cui valore per l'acquirente corrisponde a 100.000 euro pari al prezzo di vendita stabilito. Volendo ipotizzare il valore atteso dall'acquisto dell'opera, questo sarebbe dato dalla

⁸⁴ Si sono prese come riferimento le stime della percentuale di falsi presenti sul mercato proposte dall'esperta del mercato dell'arte Georgina Adam in *The Dark Side of the Boom* (tra il 20% e il 50%), dalla docente Arianna Visconti nell'articolo *Contraffazione di opere d'arte e posizione del curatore d'archivio* (tra l'1% secondo i più ottimisti al 90% secondo i pessimisti), dal giornalista e storico della critica d'arte Nicola Maggi nell'articolo *Mercato: oltre il 50% dell'arte è falso* e dal presidente del Fine Art Expert Institute di Svizzera, Yann Walther (circa il 50%).

⁸⁵ Si è usato come riferimento per la stima del costo dell'*expertise* le stime stabilite dall'assemblea dei soci dell'*Unione Europea Esperti d'arte onlus* con sede a Roma e indicate nell'articolo di Francesca Bonan del 2013, "Come si stima il valore di un'opera d'arte: expertise, perizie, stime e valutazioni" su *Bellezze d'arte*, per un minimo di perizia di 500 euro più 800 euro di spese accessorie. Per un prezzo di partenza minimo di 1.300, ipotizzando che si richieda l'*expertise* di un esperto rinomato nel mercato dell'arte, si ipotizza un costo per questa autenticazione pari a 4.000 euro.

⁸⁶ Per una stima del valore del falso, si è usato come riferimento l'articolo *Un Rembrandt riscoperto potrebbe essere venduto a 18 milioni: due anni fa era valutato 10mila euro* di Finestre sull'Arte dove viene indicato il prezzo di 10.000 euro al quale era stato messo in vendita da Christie's un dipinto attribuito alla cerchia di Rembrandt.

probabilità che l'opera sia autentica moltiplicata per il valore della ricchezza ottenuta dall'acquisto qualora il dipinto fosse autentico, il tutto sommato alla probabilità che l'opera sia falsa moltiplicata per la perdita subita qualora il dipinto si rivelasse un falso:

$$0,5 * (100.000) + 0,5 * (- 90.000) = 5.000$$

Qualora l'acquirente decidesse di non avvalersi dell'*expertise* e trovandosi dunque in una situazione di informazione fortemente limitata, il valore atteso dell'acquisto sarà pari a 5.000 euro. Questo dato deriva dall'alta probabilità di acquistare un falso in una situazione di asimmetria informativa in un mercato incerto come quello per l'arte. Essendo la disponibilità a pagare dell'acquirente così contenuta e il rischio così elevato, l'investimento non sarebbe conveniente, anche considerato che il valore atteso sarebbe minore della scelta di non acquistare e mantenere la ricchezza certa di 100.000 euro.

Nel caso in cui, invece, il collezionista decidesse di avvalersi dell'*expertise* di un soggetto esperto, dovrebbe sostenere il costo aggiuntivo di 4.000 euro, ma in questo caso si ipotizza che, data la grande reputazione e affidabilità dell'esperto, la probabilità che l'opera acquistata si riveli un falso diminuisce considerevolmente, diventando pari al 10%. Invece, la probabilità che l'opera sia effettivamente autentica diventa pari al 90%. Perciò, il valore atteso dall'acquisto sarà pari alla probabilità che l'opera sia autentica moltiplicata per la differenza tra il valore dell'opera autentica e il costo dell'*expertise*, il tutto sommato alla probabilità che l'opera sia non autentica moltiplicata per la differenza tra la perdita subita qualora si acquistasse un falso e il costo per l'*expertise*, ovvero:

$$0,9 * (100.000 - 4.000) + 0,1 * (- 90.000 - 4.000) = 77.000$$

Quindi, nel caso in cui il collezionista dovesse ricorrere all'*expertise*, il valore atteso dell'acquisto aumenterebbe considerevolmente, con la disponibilità a pagare che diventa ora pari a 77.000 euro. Si può notare chiaramente come la differenza tra la presenza o meno di una *expertise* che aumenta l'informazione a disposizione dell'acquirente sia notevole e, per quanto una percentuale di rischio sia sempre presente quando si tratta di scambi nel mercato dell'arte, sarebbe sconveniente per il collezionista procedere a un acquisto consistente senza migliorare la propria situazione informativa. Nonostante ciò, il valore attribuito dall'acquirente all'opera d'arte è ancora inferiore al valore di scambio stabilito dal venditore.

Volendo avvicinare ulteriormente questa situazione analizzata al funzionamento delle vendite di opere d'arte, nello studio di Ginsburgh et al. (2019) visto nei paragrafi precedenti⁸⁷ si era potuto constatare come l'autenticazione di un'opera d'arte da parte di un esperto ne aumentasse il prezzo di mercato, data la diminuzione dell'incertezza conseguente. Nel caso delle autenticazioni di Klaus Ertz sulle opere di Pieter Brueghel il Giovane, l'incremento medio del prezzo delle opere attribuite all'artista fiammingo da parte del conoscitore fu del 62% (Ginsburgh et al., 2019, p. 45). Considerato come la diminuzione dell'incertezza attorno a un'opera d'arte ne aumenti il valore, volendo adattare quanto visto con lo studio su Pieter Brueghel il Giovane al ragionamento che si sta seguendo, si ipotizza quindi che l'intervento di un esperto nel caso in esame porti anch'esso a un incremento del valore di mercato dell'opera autenticata che diverrebbe pari al 50% del valore iniziale di vendita. Inoltre, si ipotizza che l'esperto scelto dal collezionista abbia già svolto autenticazioni dove il valore iniziale delle opere autenticate avesse subito tale aumento. Il valore del dipinto per l'acquirente a seguito dell'*expertise* diventerebbe quindi pari a 150.000 euro. Si può allora procedere a ricalcolare il Valore Atteso dell'acquisto per il compratore sapendo l'impatto che avrebbe l'*expertise* anche sul valore dell'opera, ovvero:

$$0,9 * (100.000 + 50.000 - 4.000) + 0,1 * (- 90.000 - 4.000) = 122.000$$

A differenza della situazione precedente, in questo caso il Valore Atteso finale per l'acquirente è superiore al valore di scambio stabilito dal venditore per il dipinto e alla scelta di non investire mantenendo la ricchezza iniziale. Così, l'aumento nella disponibilità a pagare dell'acquirente fa sì che l'acquisto dell'opera anche a fronte del costo dell'*expertise* diventi vantaggioso. Chiaramente, questo valore finale non si deve interpretare come un valore certo ed effettivo dell'opera e si deve sempre tenere in considerazione la presenza costante di una seppur minima percentuale di rischio, essendo il mondo dell'arte legato a questioni di soggettività e fluttuazioni instabili nelle valutazioni delle opere, come si è visto nel capitolo precedente. Inoltre, sarà ragionevole sostenere il costo per una autenticazione o per analisi tecnologiche più avanzate più il prezzo dell'opera che si intende acquistare sarà elevato.

⁸⁷ Cfr. pp. 58-62 del presente testo.

2.2.3 Il concetto dell'utilità attesa e l'opera d'arte

Fino ad ora si è analizzato il ruolo del valore atteso nel processo di acquisto di un'opera d'arte in situazioni di maggiore o minore asimmetria informativa. Bisogna però considerare come il valore atteso (monetario) non sia sufficiente quando si analizzano situazioni di incertezza come quella appena descritta. Infatti, nel calcolo del valore atteso non vengono prese in considerazione le altre caratteristiche e i criteri personali che un individuo può avere di fronte a un investimento come può essere l'acquisto di un'opera d'arte. A questo riguardo, al concetto di valore atteso è strettamente collegato quello dell'utilità attesa di alternative in condizioni di incertezza, su cui è ora necessario soffermarsi brevemente. La teoria dell'utilità attesa come proposta da von Neumann e Morgenstern nel 1947⁸⁸, presuppone che l'individuo si comporti in maniera prevedibile e razionale. L'utilità, a differenza del valore (atteso), indica un certo livello di soddisfazione che un individuo ottiene dall'appagamento dei propri bisogni o desideri, dunque non si limita a considerare soltanto il fattore monetario. Viene quindi formulata la funzione di utilità che serve a identificare l'insieme delle preferenze dell'individuo sul mercato che ne massimizzano l'utilità. Essenzialmente, la funzione di utilità associa a tutte le scelte possibili per l'individuo un valore numerico che ne quantifichi l'utilità, ordinandole. Quando è posta in relazione al verificarsi o meno di un evento incerto, l'utilità attesa si ottiene dalla somma di tutte le diverse utilità associate a uno specifico evento, moltiplicate per la probabilità che l'evento si realizzi. Dunque, un individuo (razionale) sul mercato preferirà tra diverse alternative quella che gli permetterà di massimizzare l'utilità attesa invece del valore atteso monetario.

Sull'applicazione del concetto di utilità al tema degli acquisti nel mercato dell'arte, pare interessante soffermarsi brevemente su uno studio a riguardo proposto da Singer e Lynch (1997, pp. 197-218) nel quale, tra gli altri argomenti affrontati, vengono analizzate le funzioni di utilità di alcuni collezionisti sul mercato dell'arte in situazioni di incertezza attorno all'effettiva qualità di un'opera d'arte. La probabilità che un'opera d'arte sia autentica o falsa è legata alla presenza di un'opera in un catalogo ragionato o meno. I due studiosi decidono di analizzare le curve di scambio o *trade-off* della disponibilità a pagare $P(\pi)$ di un collezionista in funzione della probabilità π che il collezionista subisca una

⁸⁸ Per approfondimento, si rimanda a Von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1947), *Theory of games and economic behavior* (2nd rev. ed.), Princeton University Press.

perdita al momento della rivendita. Come viene fatto notare da Singer e Lynch (1997, p. 205), un'opera d'arte non catalogata può essere acquistata per un prezzo contenuto, dunque la probabilità di incorrere in una perdita per l'acquirente sarebbe bassa in caso di una futura rivendita ma diminuisce anche l'utilità derivante dal possesso dell'opera in quanto sarebbe elevata la probabilità che l'opera si riveli falsa. Dunque, l'utilità è una funzione della stimata probabilità di non-autenticità dell'opera d'arte (Singer e Lynch, 1997, p. 205). L'acquirente otterrà delle situazioni di indifferenza tra un elevato livello di significatività storico-artistica rappresentata nel prezzo P, e la probabilità di subire una perdita per informazioni di autenticazione insufficienti rappresentata da π . Successivamente, vengono presentate una serie di ipotesi; viene ipotizzato che i collezionisti si trovino di fronte a una funzione di utilità attesa, che preferiscano acquistare un'opera catalogata che non catalogata, che i collezionisti di arte catalogata e non catalogata non siano avversi al rischio e che l'utilità marginale di un guadagno derivante dalla rivendita sia positiva o pari a zero e viceversa nel caso di una perdita. Chiaramente, ogni opera non catalogata presenta un certo grado di rischio di rivelarsi non-autentica. Come detto in precedenza sulla formula standard per calcolare l'utilità attesa, nel caso in esame viene applicata da Singer e Lynch come segue:

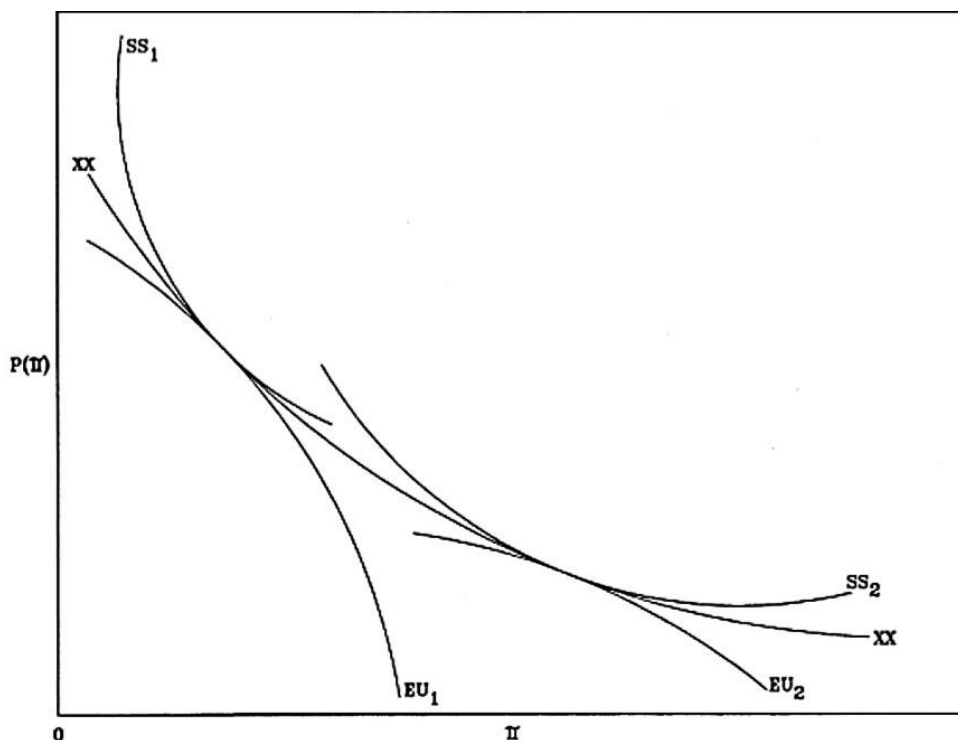
$$C = (1 - \pi) * U_1(P) + \pi * U_2(P)$$

Nella formula riportata sopra, $U_1(P)$ indica l'utilità derivante dall'acquisto al prezzo P di un'opera d'arte presente in un catalogo ragionato, $U_2(P)$ indica l'utilità data dall'acquisto al prezzo P di un dipinto non presente in un catalogo mentre π , come detto in precedenza, indica la probabilità di subire una perdita al momento di rivendere l'opera d'arte. Il *trade-off* tra il prezzo che è disposto a pagare il collezionista generico e la probabilità della perdita è invece dato da:

$$C_{\pi} / C_P = - [U_1(P) - U_2(P)] / [(1 - \pi) * U_1'(P) + \pi * U_2'(P)]$$

Nella Figura 7 vengono quindi presentate le diverse curve di *trade-off* tra la *willingness-to-pay* $P(\pi)$ e la probabilità di perdita o default π . L'importanza del concetto di utilità diventa evidente dalla raffigurazione delle scelte di due collezionisti rappresentate rispettivamente dalle due curve di utilità attesa EU_1 e EU_2 , le cui pendenze sono definite dal *trade-off* tra il prezzo che sono disposti a pagare e il rischio di perdita economica.

Figura 7. Curve di *trade-off* tra la disponibilità a pagare $P(\pi)$ e il rischio di perdita economica π .



Fonte: Singer e Lynch, 1997, p. 207.

Approfondendo quanto si può vedere dalla Figura 7, sia che si tratti di un acquirente di opere catalogate o di opere non catalogate, le due curve di utilità attesa EU_1 ed EU_2 intersecano entrambe l'asse orizzontale in un certo punto. Ciò sta a indicare che, in relazione all'acquisto di un dipinto (gli autori considerano soltanto le arti visive), al di sotto di una certa probabilità di incorrere in una perdita, il collezionista non sarebbe più disposto a pagare alcun prezzo, anche qualora l'opera gli fosse offerta gratuitamente. Una differenza si nota con la curva di scambio XX , nella quale vengono presi in considerazione anche possibili acquirenti interessati al puro consumo di arte al di fuori di logiche di mercato e non interessati ai valori di autenticità o ad altre caratteristiche storico-artistiche come quelle che si vedranno più avanti in uno studio svolto da Pommerehne e Granica nel 1995. D'altronde, il grande numero di lavori su commissione ricevuti da Joni da collezionisti statunitensi a seguito del suo "smascheramento" da parte di Berenson mostra come l'arte non autentica presenta comunque una sua domanda. Dunque, in questa circostanza la curva sarà asintotica all'asse orizzontale in quanto tali acquirenti saranno sempre disposti ad acquistare un'opera d'arte a prescindere dalla

probabilità che si riveli un falso. Parallelamente, però, diminuirà anche la disponibilità a pagare ma, anche in questo caso, non arriverà mai a zero.

Oltre alle curve di utilità attesa dei collezionisti, sono proposte anche le curve di offerta per l'arte catalogata, SS_1 , e l'arte non catalogata, SS_2 . Per quanto riguarda la prima, essa sarà asintotica all'asse verticale dato che la probabilità di una perdita è molto bassa ma non potrà mai essere pari a zero, considerato che per alcune opere d'arte, come si è visto con la definizione di *meta-credence good* (Ekelund et al., 2017, p. 205) non si potrà mai essere assolutamente certi della loro autenticità, come hanno insegnato numerosi casi di opere anche catalogate ritenute autentiche per decenni se non secoli e poi rivelatesi false⁸⁹. Inoltre, tale curva di offerta rappresenta il costo da sostenere per l'autenticazione, in quanto per diminuire sempre più la probabilità che l'opera sia falsa, deve necessariamente aumentare la disponibilità a pagare del collezionista interessato all'acquisto e che dovrà sostenere i costi (elevati) per un processo di autenticazione di alto livello. Anche per quanto riguarda la curva di offerta per l'arte non catalogata SS_2 , essa sarà asintotica all'asse orizzontale poiché la probabilità di default o di perdita per l'arte non catalogata non si ritiene possa mai essere considerata pari a zero. Vengono quindi identificati due punti di tangenza tra le curve di offerta SS_1 e SS_2 e le funzioni di utilità attese dei collezionisti di opere catalogate o non catalogate EU_1 ed EU_2 . Questi due punti di tangenza indicano dove sono avvenuti gli scambi, ovvero i punti dove l'offerta incrocia la disponibilità a pagare del collezionista a fronte di una certa probabilità di perdita. Oltretutto, va considerato come la propensione o meno di un collezionista a scommettere su affari più o meno rischiosi influirà sul rapporto tra la disponibilità a pagare e la probabilità di incorrere in una perdita economica. In questo caso, a esserne influenzata sarà la pendenza della curva dei contratti⁹⁰. Infatti, se i collezionisti sono meno disposti a rischiare in casi dove le probabilità di insuccesso sono elevate, la pendenza della curva dei contratti sarà maggiore e viceversa nel caso contrario (Singer e Lynch, 1997, p. 207).

⁸⁹ Si pensi al caso di numerosi Rembrandt rimossi da istituzioni o da cataloghi ragionati a seguito della scoperta della loro non-autenticità, dopo essere stati considerati autentici oltre un secolo (Singer e Lynch, 1997, p. 206).

⁹⁰ La curva dei contratti, in economia, rappresenta l'insieme di allocazioni di quantità date di beni e fattori produttivi che soddisfano il criterio di Pareto delle combinazioni efficienti, ovvero quando non è possibile per un'allocazione di accrescere ulteriormente l'utilità di un individuo senza dover ridurre l'utilità dell'altro (Treccani, 2012).

Dunque, l'utilità attesa può essere uno strumento di grande importanza per comprendere le dinamiche anche del mercato dell'arte e dei comportamenti dei propri attori quando agiscono su di esso. Il ruolo di questi concetti può assumere un peso ancora maggiore se si considera quanto sia difficile affrontare i concetti di valore e prezzo in relazione a opere d'arte, date le caratteristiche che le distinguono da beni più tradizionali e di più semplice valutazione. In relazione a quanto detto nello studio di Singer e Lynch appena visto, viene presentata un'ulteriore questione, ovvero quella relativa all'attitudine di un acquirente sul mercato nei confronti del rischio. Infatti, la funzione di utilità teorizzata da von Neumann e Morgenstern prende in considerazione anche la dimensione della valutazione del rischio in relazione all'acquisto di beni o servizi, qualcosa che il valore atteso non considera (Prokop, 2023). Data quindi l'importanza che il rischio riveste nelle decisioni che un individuo prende negli scambi, pare ora necessario soffermarsi sulla questione del rischio nel mercato per comprendere meglio anche come questo influenzi il comportamento degli acquirenti sul mercato dell'arte.

2.2.4 La questione del rischio nel mercato dell'arte

Innanzitutto, bisogna partire da una distinzione fondamentale. Se per incertezza si intende una condizione o una situazione nella quale un soggetto non sa se un evento accadrà e in quali modi esso avrà luogo, nel caso del rischio si fa riferimento alla situazione in cui un soggetto abbia la possibilità quanto meno di farsi un'idea della probabilità che un evento si possa verificare (Weber, 2010, pp.79-88). Dunque, specificata tale distinzione terminologica, in relazione a quanto detto in precedenza sull'utilità attesa, si prosegue quanto accennato sull'impatto dell'attitudine al rischio di un acquirente, anche in relazione alla sua attività sul mercato dell'arte⁹¹, essendo questa espressa dalla funzione di utilità. Bisogna ricordare, infatti, che la stima del valore futuro di un investimento in arte è sempre soggetta a una grande volatilità e incertezza e la presenza del rischio significa che vi possono essere esiti differenti (McAndrew, 2010, p. 88). Diviene quindi importante analizzare quale possa essere l'impatto della diversa attitudine al rischio. Un

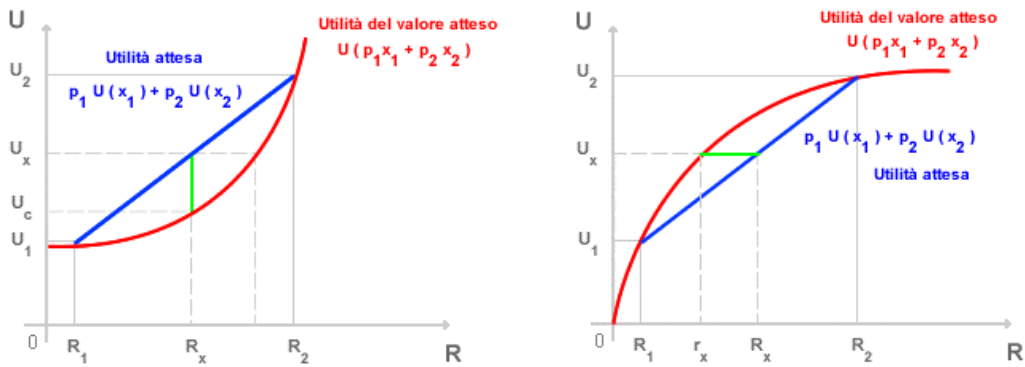
⁹¹ Per semplicità, si continuerà a parlare di “mercato dell'arte” in senso generale o applicato a eventuali casi specifici presi in esame, per quanto il macro concetto di mercato dell'arte racchiuda in sé, come suggerito da Clare McAndrews in *Fine Art and High Finance* (2010) a cui si rimanda per completezza e approfondimento, una moltitudine di diversi micro-mercati basati sui diversi stili, autori e generi nel mondo dell'arte e che agiscono e si muovono indipendentemente l'uno dall'altro. In questo testo si prende come riferimento prevalente il mercato degli *Old Masters*.

individuo potrà essere avverso, neutrale o propenso al rischio. La distinzione si fonda su quanto un individuo sia disposto a investire le proprie disponibilità sulla base di una probabilità più o meno elevata di ottenere un determinato esito o di non ottenerlo. Come detto, l'attitudine al rischio è espressa dalla funzione di utilità che, nel caso di avversione, graficamente avrà forma concava. Nel caso di propensione al rischio avrà invece forma convessa mentre sarà lineare in caso di neutralità al rischio.

Prendendo in considerazione la situazione nel mercato dell'arte nel caso dell'acquisto di opere, come visto in precedenza, un acquirente che dovesse decidere di investire in arte in una situazione di limitata informazione (ed essendo a conoscenza di questa sua situazione di svantaggio) dovrebbe essere maggiormente propenso al rischio per voler procedere con lo scambio, considerato quanto la probabilità che acquisti un falso d'arte possa essere elevata. L'acquirente, infatti, potrebbe essere influenzato da diversi fattori economici (come la convinzione che un'opera abbia un valore reale maggiore del prezzo di scambio al quale la si acquista) o psicologici (ad esempio il cosiddetto "bene Veblen"⁹²) che lo convincano all'acquisto anche in una situazione di rischio. In questo caso, l'individuo in questione ricava una maggiore utilità (U) dalla probabilità di un maggiore ricavo (R), rispetto all'utilità che ricaverebbe da un ricavo certo ma inferiore. Graficamente, questa situazione è espressa dalla tabella di sinistra della Figura 8. A parità di ricavo R_x , l'individuo propenso al rischio otterrà una maggiore utilità U_x dall'utilità attesa (ovvero dalla situazione di rischio, rappresentata dalla retta blu) rispetto all'utilità del valore atteso (la situazione senza rischio e rappresentata dalla curva rossa). La differenza di utilità tra le due alternative è indicata in verde.

⁹² Il bene Veblen è un prodotto per il quale, all'aumento del prezzo, ne aumenta anche la domanda poiché è un bene percepito come esclusivo anche se non di prima necessità come i beni di lusso, il cui acquisto è finalizzato più all'ostentazione.

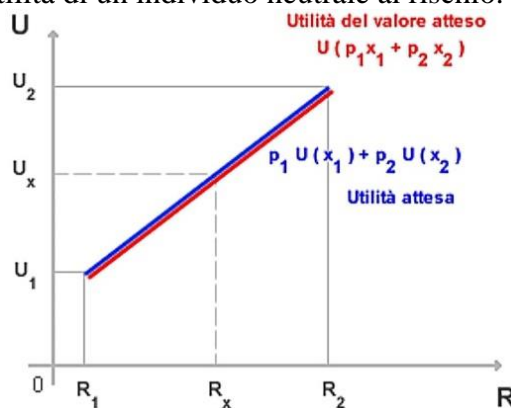
Figura 8. Funzioni di utilità di un individuo propenso (sx) e avverso (dx) al rischio.



Fonte: Okpedia

Come per la situazione di propensione, nel caso in cui un soggetto sia maggiormente avverso al rischio (tabella di destra in Figura 8), varierà anche la relativa funzione di utilità. Perciò, l'individuo otterrà un'utilità U maggiore da una situazione di ricavo R certo rispetto a una situazione in cui potrebbe avere una qualche probabilità di ottenere un ricavo R maggiore. Dunque, a parità di utilità U_x , l'individuo avverso al rischio preferirà pagare un premio (indicato in verde) pur di evitare il rischio e preferirà il ricavo certo descritto dalla funzione di utilità del valore atteso (indicata in rosso) rispetto alla probabilità di ricavo maggiore descritta dalla funzione dell'utilità attesa (indicata in blu). Infine, nel caso in cui le due funzioni di utilità attesa e di utilità del valore atteso dovessero combaciare, si avrebbe la situazione di un soggetto neutrale al rischio, come viene raffigurato nella Figura 9.

Figura 9. Funzione di utilità di un individuo neutrale al rischio.



Fonte: Okpedia

Risulta peraltro evidente come, all'aumentare della disponibilità economica e della ricchezza, aumenti la propensione al rischio e diminuisca l'avversione, considerato come all'aumentare della ricchezza di un soggetto, si riduca di conseguenza il valore marginale di ciascuna unità di ricchezza aggiuntiva. A questo riguardo, molti dei grandi magnati

statunitensi del XIX e XX secolo, tra i quali quelli menzionati nel capitolo precedente, si possono considerare individui decisamente propensi al rischio, data anche la grande disponibilità economica, per quanto si potrebbe discutere la limitata informazione e le indicazioni di soggetti in conflitto d'interesse ne rendessero le decisioni pienamente consapevoli. Bisogna però considerare anche la logica della ricerca costante dell'investimento che porta conseguentemente questi imprenditori ad adottare un approccio particolarmente aggressivo sul mercato, un fatto che implica quindi che si corrano rischi maggiori per ottenere ritorni economici futuri più elevati. A questo riguardo, è interessante ricordare a titolo di esempio come gli acquisti di opere d'arte da parte dell'imprenditore Samuel Kress fossero svolti a blocchi di "elementi", mostrando un approccio consapevolmente propenso al rischio, considerato l'elevata probabilità per quanto riguarda il possibile acquisto di falsi, data la poca attenzione riservata alla selezione. Questo insieme di caratteristiche dei magnati statunitensi ha favorito il rapido arricchimento di conoscitori e mercanti quali Berenson e Duveen come anche l'aumento nella circolazione dei falsi che, grazie a questo approccio, avevano maggiori possibilità di inserirsi nel mercato.

Come visto fino a questo punto, l'acquisto di un'opera d'arte può nascondere diverse insidie e fattori di rischio, in primo luogo la scoperta di un falso d'arte. Quanto è stato visto in questo paragrafo ritorna nella questione principale di questo capitolo, ovvero l'impatto che può riscuotere la scoperta di un'opera falsa, una copia o una falsificazione sul mercato dell'arte. Per quanto questa circostanza sembri avere un solo possibile esito, essa comporta invece situazioni di diverso tipo che si andranno ad approfondire.

2.3 Il falso e la copia sul mercato dell'arte

Come si è visto nel capitolo precedente, la scoperta di un falso viene oggi vissuta come un fatto totalmente negativo e lesivo per una serie di motivi, principalmente legati al venir meno di quella "aura" che l'originale ha rispetto al falso. Questa concezione, però, ha origini relativamente recenti nel tempo, in quanto per secoli il concetto di falso e di copia non ha portato con sé quella percezione negativa oggi così comune. In precedenza ci si era soffermati sulla rilevanza dello status di autenticità nella percezione di valore dell'opera d'arte attribuito a essa dal pubblico e all'importanza dell'autenticazione, dunque della caratteristica di autenticità, in relazione al prezzo di vendita di opere d'arte.

Ora, invece, ci si vuole soffermare sull'acquisto non più di un'opera autentica, ma di una copia o di un falso e di quanto ciò dipenda da numerosi fattori e da diverse caratteristiche che una riproduzione potrebbe avere. Nella prima parte di questo capitolo, si sono considerati due studi: il primo di Wolz e Carbon si concentrava sulla percezione del pubblico rispetto al concetto di autentico e di copia prendendo come riferimento solamente caratteristiche storico-artistiche, mentre nel secondo di Ginsburgh et al. (2019), l'analisi considerava il ruolo del conoscitore e dell'autenticazione nella variazione dei prezzi delle opere di uno specifico artista. Dunque, se inizialmente ci si è soffermati prevalentemente sulla questione dell'autenticità, ora si prenderanno in considerazione altre possibili caratteristiche che possono definire un'opera autentica e una non-autentica. A questo riguardo, uno studio di Pommerehne e Granica (1995) si sofferma sulla percezione di un campione di persone nei confronti, specificamente, delle riproduzioni di opere d'arte originali, dimostrando come la copia (per quanto in questo caso venga valutata soltanto la riproduzione legale e non il falso) in determinate situazioni venga considerata una possibile, seppur mai totalmente eguale, alternativa al lavoro originale. Se questa affermazione pare scontata dal punto di vista economico, in quanto la produzione di copie (legali) può essere un mezzo di democratizzazione del mercato che garantisce l'accesso all'arte anche a coloro con una più contenuta disponibilità monetaria (Adam, 2019, p. 38), la questione si fa più interessante dal punto di vista concettuale e storico-artistico.

2.3.1 La percezione della copia e del falso per l'acquisto sul mercato

Nel proprio studio, Pommerehne e Granica (1995) vogliono dimostrare in che modo variano diversi criteri utilizzati da potenziali acquirenti per decidere se acquistare o meno opere d'arte originali o riproduzioni. Nello specifico, si sono serviti di un questionario sottoposto per email a 500 persone distribuite in tre diverse categorie nello stato federato tedesco del Saarland in Germania: 250 persone appartenenti alla popolazione generale, 150 persone dipendenti dell'Università del Saarland e le ultime 100 persone casualmente scelte dall'elenco dei membri del club "amici del museo" del Museo di arte moderna del Saarland. Gli autori hanno scelto appositamente almeno la metà delle persone selezionate in modo che facessero parte della categoria di persone tendenzialmente interessate all'arte. Dei 500 questionari inviati, ne sono stati compilati 166, suddivisi in 84 dalla

popolazione generale, 52 dai dipendenti dell'Università del Saarland e 30 dalla comunità del Museo del Saarland. Vennero proposti 41 diversi criteri da considerare al momento di decidere se acquistare un'opera originale o una riproduzione. Di questi 41 criteri, 23 sono stati ricondotti a tre ambiti di caratterizzazione principali: estetici (AE), storici (H) e finanziari (F). Per tutti i criteri sono calcolati i valori mediani attribuiti in caso di opere originali o di riproduzioni e, a ogni valore mediano, corrisponde la deviazione media del quartile. In linea generale, i dati mediani si possono ritenere più costanti dove la deviazione media del quartile AQD è inferiore a 1. I risultati sono riportati in Tabella 1.

Tabella 1. Importanza relativa^a di differenti criteri nelle decisioni d'acquisto di un'opera originale garantita e la sua perfetta riproduzione.

| Criteria ^b | Median ^c original | Median repro. | AQD ^d original | AQD repro. |
|--------------------------------------|---------------------------------|------------------|------------------------------|---------------|
| Aura of the work (AE) | 5 | 5 | 0.20 | 0.20 |
| Emotional impact (AE) | 5 | 5 | 0.20 | 0.40 |
| Intellectual impact (AE) | 5 | 5 | 0.20 | 0.40 |
| Skillful execution | 5 | 5 | 0.40 | 0.40 |
| Degree of identification (AE) | 5 | 5 | 0.40 | 0.60 |
| Motif of the work (AE) | 5 | 5 | 0.40 | 0.40 |
| Price of the object (F) | 5 | 5 | 0.40 | 0.40 |
| Mere beauty of the piece (AE) | 5 | 5 | 0.40 | 0.40 |
| Suitable space at home | 5 | 5 | 0.60 | 0.60 |
| Used materials | 5** | 4 | 0.60 | 0.75 |
| Testimony of time (H) | 4** | 3 | 0.25 | 0.67 |
| Dimensions of the object | 4 | 4 | 0.50 | 0.50 |
| Message/theme of the piece (AE) | 4 | 4 | 0.50 | 0.50 |
| Decorative quality (AE) | 4** | 5 | 0.50 | 0.60 |
| Power of imagination(AE) | 4 | 4 | 0.50 | 0.50 |
| The color content (AE) | 4 | 4 | 0.50 | 0.50 |
| Openness/complexity of the work (AE) | 4** | 3 | 0.50 | 0.67 |
| Rarity of the work (F) | 4** | 3 | 0.50 | 1.00 |
| Stable value (F) | 4** | 2 | 0.50 | 1.00 |
| Danger of being damageded | 4** | 2 | 0.75 | 1.50 |
| Reputation among experts | 3* | 2 | 0.67 | 1.00 |
| Link to the personal life story | 3 | 3 | 0.67 | 0.67 |
| Historical link (H) | 3 | 3 | 0.67 | 0.67 |
| Art historical significance (H) | 3** | 2 | 0.67 | 1.50 |
| Exemplariness of the work | 3 | 3 | 0.67 | 0.67 |
| Novelty of the piece | 3 | 3 | 0.67 | 0.67 |
| Artist's personality | 3* | 2 | 0.67 | 1.00 |
| Support of the artist | 3** | 2 | 0.67 | 1.50 |
| The artist's fame | 3** | 2 | 1.00 | 1.00 |
| Development on the art market (F) | 3** | 2 | 1.00 | 1.00 |
| Employed techniques | 3 | 3 | 1.00 | 0.67 |
| Resale value (F) | 3** | 2 | 1.00 | 1.00 |
| Overall economic development (F) | 3** | 2 | 1.00 | 1.00 |
| Danger of theft | 3** | 2 | 1.33 | 1.00 |
| Appreciation by friends | 2 | 2 | 1.00 | 1.00 |
| History of your home region (H) | 2 | 2 | 1.00 | 1.00 |
| Living artist | 2** | 1 | 1.00 | 1.00 |
| Worthiness for museums | 2** | 1 | 1.00 | 2.00 |
| The artist's school | 2 | 2 | 1.00 | 1.00 |
| Rate of return of alternatives (F) | 2 | 2 | 1.50 | 1.00 |
| Price of the material used(F) | 2 | 2 | 1.50 | 1.00 |

Note: ^a Per ciascun criterio, le persone potevano rispondere in base alla scala seguente: 1 = assolutamente non importante. 2 = non importante. 3 = non molto importante. 4 = abbastanza importante. 5 = importante. 6 = molto importante.

^b Le abbreviazioni nelle parentesi si riferiscono ai criteri estetici (AE), finanziari (F) e storici (H).

^c Differenze nei valori mediani tra originale e riproduzione su un livello di confidenza del 90% e del 95% (test a due code) sono contrassegnati rispettivamente da uno o due asterischi.

^d AQD corrisponde alla deviazione media del quartile. Questa misura è definita come: $(Q_3 - Q_2) / Q_2 + (Q_2 - Q_1) / Q_2$ e può essere utilizzata per stabilire la significatività della mediana nel caso di dati scalati ordinalmente. Come regola generale, si può sostenere che la mediana fornisce una buona misura della tendenza della distribuzione, fin tanto che $AQD \leq 1$ (ciascuno in termini assoluti; cfr. Abels, 1991, p. 80 e seguenti e p. 215).

Fonte: Pommerehne e Granica, 1995, p. 242.

Osservando i dati relativi alle mediane, appare evidente come i criteri estetici (AE) siano quelli ritenuti tendenzialmente più influenti nella scelta di acquisto di opere originali, seguiti dai criteri storici (H) e finanziari (F). Tutti gli 11 criteri estetici rientrano nei primi 17 criteri per impatto decisionale (oltre a presentare tutti una deviazione media del quartile AQD inferiore a 1), con la cosiddetta “aura” dell’opera come primo criterio, un fatto che rimarca quanto detto nel capitolo precedente sulla soggettività dell’attività dei conoscitori e sulla conoscenza necessaria al falsario per ricreare un’opera originale. Un ulteriore dato interessante è l’importanza pari a 5 attribuita, per le riproduzioni, ai criteri dell’aura dell’opera e dell’impatto emozionale e intellettuale, qualcosa che pare stridere con la maggiore considerazione che verrebbe logicamente da attribuire ad un originale. È particolarmente interessante notare come non vi sia una particolare differenza tra le caratteristiche estetiche delle riproduzioni e degli originali, ritenendo addirittura più rilevante il criterio del Valore Decorativo per una riproduzione piuttosto che per un originale.

Mentre i 4 criteri storici sono distribuiti in maniera equilibrata nell’ordine di criteri decisionali, il discorso appare diverso per il valore mediano degli 8 criteri finanziari. L’unico ritenuto di importanza uguale a 5 nella scala di valutazione, sia nel caso di originali che di riproduzioni è, non sorprendentemente, il prezzo dell’opera. La media aritmetica dei valori attribuiti ai criteri finanziari è infatti pari a 3,25 sulla scala dell’importanza da 1 a 6, considerando quindi i criteri finanziari mediamente poco rilevanti, per quanto gli ultimi due abbiano valori di deviazione media del quartile superiori a 1. Considerato il campione di persone selezionate per lo studio, viene però da domandarsi come sarebbero potuti cambiare i valori per i criteri finanziari se il questionario fosse stato sottoposto a un pubblico con una maggiore educazione finanziaria (si nota infatti come l’Università del Saarland non offra corsi economico-finanziari e non abbia un dipartimento di economia o finanza, rendendo quindi i membri

dell'Università sottoposti al questionario probabilmente meno inclini a considerare importanti criteri finanziari). Anche per la categoria degli “amici del museo” viene da domandarsi se sarebbe potuto cambiare qualcosa, per quanto va ricordato come gli autori abbiano dichiarato apertamente di aver selezionato appositamente un certo numero di persone interessate più all'arte che all'aspetto economico-finanziario.

Non sorprende invece la media aritmetica dei valori estetici mediani per gli originali, pari infatti a 4,55, che conferma il grande peso attribuito a tali criteri nel processo decisionale di acquisto, mentre la media pari a 3,00 per i valori storici degli originali pare forse particolarmente bassa se confrontata con l'importanza attribuita ai criteri estetici, per quanto questi ultimi siano di interpretazione per lo più soggettiva, mentre quelli storici siano prevalentemente oggettivi. I valori attribuiti ai criteri storico-artistici sembrano eccessivamente bassi soprattutto se si considera quanto ricordato da Leslie Singer (1988, p. 34), ovvero che i collezionisti – dunque una porzione di consumatori del mercato dell'arte particolarmente importante – sono interessati soprattutto al significato storico-artistico delle opere di un artista. In ogni caso, le differenze di importanza dei criteri tra originali e riproduzioni risultano praticamente in tutti i casi nulle o pari a un solo valore sulla scala di valutazione, con due soli criteri che mostrano una differenza pari a due valori della scala tra mediana per gli originali e per le riproduzioni. Che le differenze tra originali e riproduzioni siano così limitate, se non addirittura azzerate in alcuni casi, non è un risultato così scontato, specialmente per il peso che è dato ancora oggi all'autenticità, come si è avuto modo di vedere finora. Va anche notato come la deviazione media dei quartili sia sempre, eccetto in due casi, superiore per i valori mediani attribuiti alle riproduzioni rispetto agli originali, dunque i valori mediani per le riproduzioni sono mediamente più dispersi rispetto a quelli per gli originali, più concentrati.

Successivamente, Pommerehne e Granica approfondiscono l'analisi soffermandosi sulla disponibilità a pagare (*Willingness-To-Pay* o *WTP*) in relazione alle riproduzioni, con l'obiettivo di confermare quanto pare già logicamente evidente, ovvero se effettivamente la *WTP* diminuisca all'aumentare delle riproduzioni prodotte di un originale. L'analisi è riportata nella Tabella 2.

Tabella 2. Disponibilità a pagare (*WTP*) per una perfetta riproduzione di un originale esistente, in percentuale della disponibilità a pagare per l'originale.

| Rationing conditions | wtp (in%) ^a | | |
|------------------------------------|------------------------|------|------|
| | Median | Mean | SD |
| Only one reproduction | 50.0 | 47.0 | 30.4 |
| Hundred reproductions | 24.5 | 26.7 | 30.4 |
| Unlimited numbers of reproductions | 7.5 | 11.7 | 14.0 |

N = 166

Note: ^a Tutte le differenze tra le disponibilità a pagare (*WTP*) in termini relativi sono statisticamente significative secondo il test "coppie abbinato-ranghi con segno di Wilcoxon" su un livello di confidenza del 99%.

N = 166 corrisponde agli individui complessivi che avevano compilato il questionario.

SD corrisponde alla deviazione standard (*Standard Deviation*).

Fonte: Pommerehne e Granica, 1995, p. 244.

In questo caso, si è utilizzato un effetto di razionamento di tipo quantitativo, ovvero la distinzione principale nella disponibilità a pagare per una riproduzione rispetto a un originale si basa sulla quantità di riproduzioni prodotte, essendo l'originale esistente e quindi incarnando i valori qualitativi intrinseci ad esso abitualmente attribuiti. Si può immediatamente notare come i soggetti intervistati, nel caso in cui esista una singola riproduzione, abbiano una disponibilità a pagare rispetto all'originale pari (in media) al 47%, dunque la metà del *WTP* in confronto all'originale. Nel caso in cui, invece, vengano ipotizzate 100 riproduzioni disponibili senza la possibilità di averne ulteriori in futuro, la disponibilità media a pagare per una di tali riproduzioni a fronte dell'originale diminuisce del 43% rispetto al caso della singola riproduzione, passando dal 47,0% al 26,7%. La situazione rimane simile nel caso in cui venga ipotizzato un numero illimitato di riproduzioni in quanto, in questo caso, la *WTP* media diminuisce del 56% rispetto al caso delle cento riproduzioni e del 75% rispetto al caso della singola riproduzione, riscontrando una disponibilità a pagare per una di tali riproduzioni dell'11,7% rispetto alla *WTP* media per l'originale. Oltretutto, anche la deviazione standard SD diminuisce per quest'ultimo caso è dimezzata rispetto alle altre due situazioni, indicando come i valori considerati siano più concentrati attorno alla media finale riportata.

Successivamente, viene analizzata la disponibilità a pagare per una riproduzione nel caso in cui l'originale sia stato irrimediabilmente perduto, come si può vedere dalla Tabella 3.

Tabella 3. Disponibilità a pagare per una perfetta riproduzione di un'opera originale irrimediabilmente perduta, in percentuale della *WTP* per l'originale.

| Rationing conditions | wtp (in %) ^a | | |
|------------------------------------|-------------------------|------|------|
| | Median | Mean | SD |
| Only one reproduction | 73.5 | 63.6 | 33.0 |
| Hundred reproductions | 39.5 | 36.9 | 26.3 |
| Unlimited numbers of reproductions | 10.0 | 14.8 | 16.8 |
| N = 166 | | | |

Note: ^a Tutte le differenze tra le disponibilità a pagare (*WTP*) in termini relativi sono statisticamente significative secondo il test "coppie abbinare-ranghi con segno di Wilcoxon" su un livello di confidenza del 99%.

Fonte: Pommerehne e Granica, 1995, p. 244.

In questo caso, i rapporti tra le tre diverse situazioni rispetto alla Tabella 2 rimangono gli stessi, con la *WTP* media che diminuisce progressivamente e sensibilmente passando dalla singola, alle cento e infine al numero illimitato di riproduzioni. A variare, però, sono le specifiche percentuali medie rispetto alla Tabella 2. Se per una singola riproduzione nella Tabella 2 la *WTP* media percentuale era del 47,0% rispetto a quella per l'originale esistente, nella Tabella 3 la percentuale media per una riproduzione singola è diventata pari al 63,6% rispetto alla *WTP* per l'originale che in questo caso è perduto. Lo stesso accade per le altre due situazioni che vedono le percentuali medie di disponibilità a pagare aumentare rispetto alle percentuali medie di *WTP* corrispettive nella Tabella 2. Questa notevole differenza si può ricondurre al fatto che, nel momento in cui l'originale non è più esistente, le riproduzioni assumono su di sé anche i caratteri qualitativi associati abitualmente all'originale esistente, quali ad esempio la rappresentazione dell'esistenza dell'artista e delle sue idee⁹³.

Riprendendo quanto si stava notando in precedenza su una maggiore indicazione del settore di provenienza degli individui intervistati, Pommerehne e Granica hanno voluto approfondire ulteriormente l'analisi. I 166 partecipanti allo studio sono stati suddivisi tra coloro che hanno un incarico o lavorano nel settore dell'arte (N = 26) e tutti gli altri (N = 140). Si sono inoltre considerate entrambe le situazioni, ovvero quando l'opera originale

⁹³ Per approfondire la questione, si rimanda al saggio del 1935 di Walter Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*.

è esistente o quando è perduta in relazione alla *WTP* per le riproduzioni. I dati sono riportati nella Tabella 4.

Tabella 4. Disponibilità a pagare (*WTP*) per una perfetta riproduzione secondo gli individui occupati nel settore dell'arte e tutti gli altri e a seconda dell'esistenza o meno dell'opera originale.

| Rationing conditions | wtp (in%) | | | | | |
|--|---|-------------------|------|-----------------------|------|------|
| | Occupation in the field of arts N = 26 | | | All others N = 140 | | |
| | Median | Mean ^a | S.D. | Median | Mean | S.D. |
| Only one reproduction | | | | | | |
| Original exists | 9.0 | 23.7*** | 30.0 | 52.0 | 51.6 | 29.2 |
| Original is lost | 45.0 | 42.7*** | 39.7 | 74.5 | 68.1 | 31.0 |
| Hundred reproductions | | | | | | |
| Original exists | 2.5 | 12.5*** | 19.3 | 27.0 | 29.4 | 21.3 |
| Original is lost | 10.5 | 21.8*** | 26.2 | 43.5 | 39.7 | 25.5 |
| Unlimited number of reproductions | | | | | | |
| Original exists | 0.0 | 5.6** | 11.1 | 8.5 | 12.8 | 14.2 |
| Original is lost | 2.8 | 9.3* | 15.1 | 11.0 | 15.9 | 17.0 |

Note: ^a Le differenze medie tra il gruppo di individui che lavora nel campo dell'arte e tutti gli altri individui sono statisticamente significative a un livello di confidenza (test *t a due code*) del 99% (tre asterischi), 95% (due asterischi) o 90% (un asterisco).

Fonte: Pommerehne e Granica, 1995, p. 246.

Appare immediatamente evidente come gli occupati nel settore dell'arte abbiano delle medie percentuali di *WTP* per una riproduzione rispetto a un originale ripetutamente e largamente inferiori alle medie percentuali corrispettive degli altri 140 soggetti. Concettualmente, la Tabella 4 ripete quanto già visto nelle precedenti tabelle 2 e 3, confermando quanto un coinvolgimento nel settore dell'arte porta a valorizzare maggiormente l'originalità a fronte della riproduzione, anche nel caso di copie legali e qualitativamente elevate. Come detto in apertura di questo sottoparagrafo, lo studio di Pommerehne e Granica si sofferma solamente sulle riproduzioni legali e autorizzate, diversamente da quanto proposto, invece, in uno studio da parte di Bruno Frey (1999), nel quale si analizza in che modo non solo le copie ma anche i falsi possano nascondere sia effetti dannosi che benefici. Frey approfondisce la questione da un punto di vista non più culturale ma, a differenza dello studio di cui si è appena trattato, maggiormente economico.

Nel saggio di Frey, la questione dei falsi e delle copie è affrontata in maniera differente a seconda del punto di vista. Qualora venga utilizzato un punto di vista storico-artistico e giuridico, la tendenza generale risulta essere quella di contrastare duramente le opere non-originali; dal punto di vista economico, invece, si possono avere alcuni possibili risvolti positivi. Concentrando l'analisi sul punto di vista economico, Frey delinea dunque alcuni aspetti sia benefici che dannosi in relazione a opere non-originali, copie ma anche falsi. Per quanto riguarda gli aspetti dannosi, lo studio fa un'altra distinzione in base al punto di vista della domanda e dell'offerta. Nel caso della domanda, la grande incertezza presente nel mercato dell'arte data dalla presenza di copie impone dei costi notevoli a cui dover far fronte affinché essa venga ridotta e l'acquisto diventi più sicuro per i potenziali compratori di opere d'arte che mirano a un ritorno economico. Nel caso in cui l'effetto propagazione⁹⁴ fosse debole, però, l'acquisto di un falso o la presenza di imitazioni porterebbe un danno non indifferente all'acquirente, poiché tale effetto non limiterebbe per quest'ultimo con una maggiore utilità la perdita economica derivante dalla scoperta della non-originalità dell'opera comprata (Frey, 1999, p. 7). D'altronde, il precedente studio di Pommerehne e Granica ha dimostrato come la *Willingness-To-Pay* diminuisca mano a mano che il numero di riproduzioni di un'opera o di un artista aumenta. Oltretutto, un maggiore grado di certezza riguardo a un'opera d'arte porta a un maggiore prezzo d'acquisto, come confermato anche dallo studio relativo alle attribuzioni di Ertz visto nei paragrafi precedenti.

Per quanto riguarda il punto di vista dell'offerta, secondo Frey i falsi impattano sull'incentivo alla produzione di opere d'arte originali. Ciò accade poiché, se la produzione di copie e falsi aumenta l'utilità per i consumatori, riduce contemporaneamente la possibile remunerazione per gli autori derivante dalla produzione di un'opera originale. Inoltre, nel momento in cui l'effetto propagazione delle copie aumenta la disponibilità a pagare degli acquirenti per l'opera originale o per altre opere originali dell'artista, quest'ultimo sarà anzi propenso a sostenere e incentivare la produzione di falsi e copie. Questo fatto, però, potrebbe comportare un aumento ulteriore dell'incertezza come anche una sempre maggiore svalutazione di ogni riproduzione creata, come analizzato nello studio di Pommerehne e Granica. Bisogna anche

⁹⁴ Per "effetto propagazione", l'autore intende l'effetto per cui le imitazioni di opere contribuiscono a far conoscere l'originale a un pubblico più ampio, incrementando di conseguenza l'utilità totale dei potenziali consumatori (Frey, 1999), p. 7).

considerare come Frey si domandi fino a che punto l'originalità e la creatività siano motivate da incentivi economico-monetari, concludendo come la creatività sia prevalentemente caratterizzata da una motivazione intrinseca. Questa considerazione viene ulteriormente confermata anche da un più recente studio proposto da Erat e Gneezy (2016) sull'analisi di possibili incentivi alla creatività che, anzi, afferma come incentivi monetari estrinseci possano aumentare il livello di impegno in un'attività ma che siano inutili se non addirittura dannosi nell'incentivazione della pratica creativa (Erat e Gneezy, p. 273). Questo fatto, quindi, fa sì che un artista non abbia effettivamente un interesse a incentivare la circolazione di copie e falsi ispirati alle proprie opere. Oltretutto, quello che Frey non specifica nella sua analisi riguarda la conoscenza da parte del pubblico dell'effettiva qualità delle copie di uno specifico artista messe in circolazione, lasciando questo aspetto incerto, per quanto non sia una distinzione di poco conto. Appare evidente, anche in base a quanto visto nelle pagine precedenti, come una copia o un falso non dichiarati possano sostituirsi a un originale, danneggiando enormemente l'artefice originale, se ancora in vita, o la sua eredità.

Quest'ultima riflessione pare in linea con quanto sostenuto da Mark Jones (1990, p. 16) secondo cui l'accusa principale da muovere ai falsi non sia tanto il danno economico-monetario a scapito dei propri acquirenti (per quanto si ritiene che Jones, tendenzialmente in linea con la sua formazione storico-artistica, lo sottovaluti eccessivamente ponendolo su di un piano secondario), quanto il danno alla comprensione comune di ciò che è stato effettivamente il passato, deformato dai falsari e dalle loro produzioni. La riflessione di Jones sul danno storico-artistico, d'altronde, conferma quanto affermato poche righe sopra proprio da Frey.

Oltre agli aspetti dannosi, nello studio vengono riportati tre casi di aspetti possibilmente benefici, sempre e rigorosamente dal punto di vista economico, derivanti dalle copie e imitazioni. Nel primo caso, qualora un'opera venga riprodotta, significa che vi è una domanda per tale opera, e dove vi è domanda vi è una certa utilità (quindi una certa disponibilità a pagare) che i consumatori traggono dal provare a venire in contatto con tale opera. Per ciò, un effetto propagazione positivo delle copie potrebbe apportare un duplice vantaggio all'artista creatore: nel caso di copie legalmente permesse prodotte da altri, potrebbe riscuotere le *royalties*. Nel caso (non considerato da Frey) in cui, invece, le riproduzioni fossero fabbricate dallo stesso artista autore, questo potrebbe essere un modo per garantirsi una fonte di reddito che gli permetta di lavorare a opere che

richiedono tempi più lunghi (Adam, 2019, p. 38). Peraltro, l'idea dell'effetto propagazione di Frey è un concetto che è stato recuperato in diversi studi successivi, tra cui si può menzionare in particolare Hutter (2011, p. 206) il quale propone il concetto del *praise value*, per il quale un'opera d'arte di cui si parla molto porta chi ne sente parlare a voler vivere anch'egli l'esperienza di consumo di tale opera e, così facendo, porta a un incremento del prezzo per l'opera originale ma anche per le copie, in quest'ultimo caso intendendo probabilmente anche copie non legali. Ritornando a Frey, nel caso in cui, invece, si tratta di falsi illegali, sempre se l'effetto propagazione è positivo, l'artista creatore potrebbe aumentare il prezzo di vendita delle proprie opere future, sfruttando la diffusione del proprio nome e probabilmente anche la pubblicità al momento della scoperta dei falsi (per quest'ultimo caso, si pensi a quanto visto nel capitolo precedente sulla fama riscossa dal falsario Joni a seguito della sua scoperta da parte di Berenson). Oltretutto, più alta è la qualità dei falsi e delle copie illegali attribuite a suo nome, maggiore sarà il beneficio che l'artista creatore potrà ottenere in quanto queste riproduzioni sottolineerebbero la grande qualità degli originali, mentre il beneficio sarà minore nel caso in cui l'opera originale riprodotta venga modificata nel processo di falsificazione con cui viene prodotta una versione alternativa ma senza che quest'ultima venga effettivamente attribuita al creatore. In quest'ultimo caso, infatti, l'artista non potrebbe beneficiare delle *royalties* poiché l'opera falsa sarebbe diversa dal suo originale e le dispute per stabilire l'originalità e l'autenticità delle due opere potrebbe apportare un danno all'artista poiché renderebbe più difficili futuri acquisti di suoi originali.

I successivi due benefici suggeriti da Frey sembrano essere meno convincenti. Nel primo caso, secondo l'autore, le copie aumentano il capitale artistico, inteso come l'insieme delle abilità delle nuove generazioni di artisti che, copiando opere dei grandi maestri, possono migliorare la propria tecnica, così come la presenza di falsi aiuta contemporaneamente gli esperti d'arte ad allenare l'occhio nel riconoscere opere non originali (Frey, 1999 p. 8). Quello che però non convince in questo passaggio è il fatto che Frey sembri paragonare l'attività di copiatura di opere originali da parte di giovani artisti per finalità di studio, una pratica tutt'oggi perfettamente ammessa, con la creazione di copie e falsi indirizzati a un commercio illegale o comunque non autorizzato. L'analisi in questo caso pare infatti non considerare questa variabile imprescindibile.

Anche nel terzo beneficio derivante dall'imitazione, l'autore sembra mantenere la stessa posizione. Egli sostiene infatti come la produzione di copie favorisca la creatività e aiuti

a mantenere vive le arti, dichiarando che, se venissero posti meno ostacoli all'imitazione, risulterebbe maggiore la possibilità per gli artisti futuri di sperimentare (Frey, 1999, p. 8). Anche in questo caso, lo studio non sembra considerare pienamente la questione dell'intenzione disonesta alla base della produzione di falsi, fatto che ne contraddistingue l'operato rispetto alla produzione legale di copie. Sempre per Jones (1990, p. 13) ogni società, ogni generazione falsifica la cosa che desidera di più. Sebbene tale affermazione sia indubbiamente corretta, tenendo presente in particolare la logica degli ultimi due secoli, andrebbe specificato che ogni società e ogni generazione falsifica ciò che *in primis* il suo mercato desidera di più, tanto più che i falsari rimangono, al di là di tutto, "*creatures of the market*" (Jones, 1990, p. 13). Non a caso, poche righe dopo Jones specifica come oggi il campo dei beni brandizzati sia stato oggetto della crescita più incontrollata nella produzione e diffusione di falsificazioni. D'altronde, anche il mondo dell'arte si può considerare pieno di prodotti "brandizzati" – in questo caso i nomi di punta del mercato dell'arte come possono essere Leonardo, Giorgione, Tiziano, Bellini, Vermeer o Rubens – che diventano quello che per il mondo della moda sono i vari Chanel, Dior, Rolex, Louis Vuitton o Adidas, attirando l'attenzione dei falsari.

Sempre Jones (1990, p. 15) afferma come l'apprezzamento estetico non sia quindi l'unico motore del mercato dell'arte. Dunque, la posizione di Frey coincide con quanto detto da Jones, dove il valore economico dell'opera ha lo stesso peso dell'apprezzamento estetico nel sistema del mercato dell'arte e i maggiori benefici dalla produzione di copie derivano prevalentemente dai lavori autorizzati e legali, mentre nel caso di falsi il rischio aumenta sensibilmente. Il falso continua quindi a portare con sé potenziali problematiche anche a livello economico di difficile gestione. Oltretutto, l'analisi di Frey contrasta parzialmente quanto sostenuto dal precedente studio di Pommerehne e Granica, dove l'estetica pareva sovrastare sotto ogni aspetto la questione economico-finanziaria. Come si era suggerito in precedenza, però, Pommerehne e Granica avevano preso in considerazione un campione di individui maggiormente propensi e interessati all'aspetto estetico che a quello finanziario, senza controbilanciare i dati raccolti sottoponendo il questionario a individui con una maggiore educazione finanziaria. Frey pare aver riequilibrato i dati di Pommerehne e Granica, ma in entrambi i testi vengono proposte situazioni, per quanto interessanti, in cui vengono inseriti anche casi di riproduzioni che sono però legali e non esclusivamente casi di falsi. Per completezza di analisi, si ritiene opportuno soffermarsi adesso su di uno studio che intende concentrarsi sull'impatto che la scoperta unicamente

di opere false può avere sul mercato dell'arte, considerato quanto questo tipo di analisi sia stata affrontata ancora oggi raramente.

2.3.2 *L'impatto della scoperta del falso sul mercato dell'arte*

Lo studio di Bocart e Oosterlinck (2011, pp. 124-126) dal titolo *Discoveries of fakes: their impact on the art market*, approfondisce la situazione in cui viene scoperta un'opera falsa di uno specifico artista e il conseguente impatto che questa notizia ha sul mercato dell'arte per le vendite di opere di tale artista. Gli autori affermano subito come, quando uno o più falsi vengono scoperti, tendono a essere immediatamente rimossi dal mercato. Invece, nel caso in cui non vi siano prove certe di contraffazione o falsità, ma in ogni caso sorgano dubbi attorno all'originalità di un'opera d'arte, essa potrà ancora essere venduta ma più probabilmente a un prezzo fortemente scontato. Già da questa premessa, i due autori dello studio sembrano prendere una posizione diversa da quanto detto in precedenza da Frey, secondo cui l'effetto propagazione derivante dalla circolazione di falsi, se positivo, apporterebbe un beneficio di tipo "pubblicitario" all'artista creatore, per quanto Frey probabilmente si riferisse soltanto al caso di un autore ancora vivente. Bocart e Oosterlinck confermano quanto si è detto nei paragrafi precedenti, ovvero come, nel caso in cui l'artista del quadro originario sia deceduto o non fosse più in grado di confermare quali dei suoi lavori siano stati da lui creati⁹⁵, la maggiore incertezza sull'originalità riduce fortemente la disponibilità a pagare degli acquirenti e di conseguenza il prezzo di vendita delle opere originali sul mercato. L'effetto del mercato dei bidoni di Akerlof torna in maniera evidente in questo passaggio.

Nello studio, gli autori prendono in considerazione solamente i casi di scoperte di falsi per i quali l'intenzione fraudolenta dell'opera sia stata stabilita da un giudice o da un'indagine. Un falso viene dichiarato "scoperto" alla data della sua prima menzione sugli organi di stampa, nello specifico *The Art Newspaper* e il *Journal des arts* per il periodo 1997-2006 e la rivista online *Artsjournal.com* per il periodo 2002-2006. Dopo un'attenta

⁹⁵ Va però detto che, per quanto sembri paradossale, anche la conferma da parte dell'artista ancora vivente dell'autenticità di una produzione a lui attribuita non è sempre, indubbiamente affidabile. Sono numerosi i casi, eclatanti, di artisti viventi che hanno autenticato come proprie produzioni opere che invece erano falsi ricreati nel loro stile.

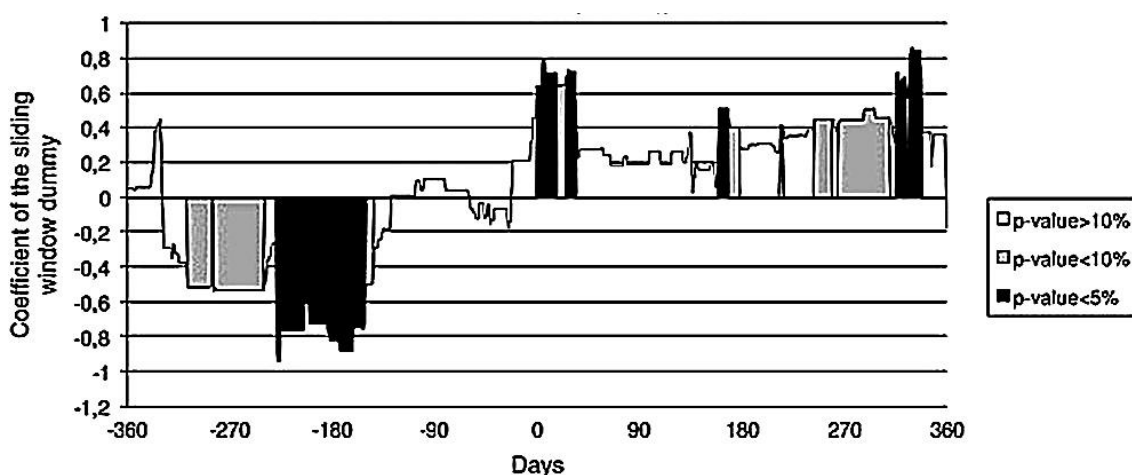
selezione, sono stati utilizzati otto articoli in relazione a undici diversi artisti⁹⁶, con le informazioni di vendita ricavate dal database dell'*Art Sales Index*. Oltretutto, vengono considerati soltanto dipinti il cui valore stimato è superiore ai 100 mila dollari (in base al valore di opere simili vendute all'epoca). Lo studio ipotizza poi il caso in cui si viene a conoscenza della possibilità che alcune opere siano sospettate di essere dei falsi prima che questa scoperta venga resa pubblica e, quindi, utilizzando come riferimento le aste svolte in quegli anni, si analizza l'impatto di questa situazione di incertezza. Tuttavia, dato che le aste non avvengono in maniera continuativa, l'impatto della scoperta di falsi potrebbe avere un effetto ritardato nel tempo. Per questo motivo, viene presa in considerazione una finestra temporale di 720 giorni, divisi in 360 giorni antecedenti e successivi alla data della scoperta.

Prima di affrontare i risultati dell'analisi, Bocart e Oosterlinck fanno subito notare come, nel caso in cui sia nota la presenza di falsi, i venditori possano decidere di usare canali di vendita alternativi alle principali case d'asta, che nello studio sono Christie's e Sotheby's, dato che passare attraverso case d'asta di tale importanza presuppone la volontà del venditore di tranquillizzare il mercato sull'effettiva autenticità delle opere poste in vendita. Chiaramente, si ipotizza in questo caso l'onestà del venditore, poiché nel momento in cui il venditore fosse disonesto e volesse vendere opere di qualità e natura dubbia, preferirebbe evitare lo *screening* delle grandi case d'asta, passando tramite istituzioni o soggetti meno noti. D'altronde, il compratore che vuole diminuire il più possibile il rischio, tendenzialmente preferisce affidarsi a una di tali case d'asta in quanto non solo garantiscono un controllo maggiore sulla qualità dei propri prodotti in vendita ma anche, e non è un dettaglio da poco, una minore possibilità di inadempimento della garanzia sulle opere vendute. Per questo motivo, si presuppone che la scoperta di falsi sia preceduta da un numero maggiore di opere vendute attraverso case d'asta minori. Questa ipotesi viene affrontata nella Figura 10, dove per l'asse delle ordinate viene usata una variabile *dummy* dipendente che prevede un valore di 1 per le vendite di opere tramite

⁹⁶ Quasi tutti gli artisti considerati sono appartenenti al periodo a cavallo tra l'Ottocento e il Novecento, con le uniche eccezioni di Guido Reni e uno dei Carracci (per quest'ultimo l'indicazione è poco chiara, nello studio viene riportato solamente il nome "Caracci". Cfr. Bocart e Oosterlinck (2011) per maggiore approfondimento a riguardo. Inoltre, si ricorda anche come opere più astratte (ma più contemporanee in generale) siano ritenute più facilmente riproducibili (Barricelli, 2018).

Christie's e Sotheby's oppure 0 in tutti gli altri casi⁹⁷, mentre l'asse delle ascisse mostra i giorni precedenti (con valori negativi) o successivi (numeri positivi) al giorno 0 della prima comparsa in un articolo della notizia della scoperta di opere false. Nella tabella di destra sono invece assegnati i tre colori bianco, grigio e nero ai tre diversi livelli di significatività (*p-value*) dei dati considerati, rispettivamente maggiori o minori del 10% e minori del 5%.

Figura 10. Coefficienti della finestra temporale di 180 giorni per la vendita attraverso Christie's e Sotheby's o altri soggetti.



Fonte: Bocart e Oosterlinck, 2011, p. 125.

Ciò che si può brevemente ricavare dalla Figura 10 sottolinea come, a partire da poco meno di un anno precedente alla scoperta, vi sia stato un incremento considerevole nel numero delle opere osservate nello studio ad essere vendute attraverso case d'asta minori o poco conosciute. Si ipotizza che probabilmente, nel periodo anteriore ai 360 giorni precedenti la scoperta dei falsi, i coefficienti della variabile *dummy* finestra-temporale fossero superiori allo 0 ma inferiori ai valori raggiunti nel periodo successivo alla scoperta. Ciò è motivato dal fatto che non vi erano ancora dubbi sulla possibile presenza di falsi e mediamente le opere vendute fossero riconosciute come autentiche, passando quindi anche per Sotheby's e Christie's. A partire da circa -330 giorni antecedenti la scoperta, si ha una rapida diminuzione del valore del coefficiente (in particolare, si osservi il periodo con livello di significatività *p-value* inferiore al 5% compreso all'incirca tra i giorni -250 e -170) e un parziale ritorno a valori attorno allo 0 verso i 90 giorni precedenti alla scoperta. Si potrebbe ipotizzare che, circa tre mesi prima della scoperta dei falsi, siano

⁹⁷ Si rimanda allo studio di Bocart e Oosterlinck (2011) per l'impostazione statistica della Figura 9, qui non riportato dettagliatamente, e per ulteriore approfondimento.

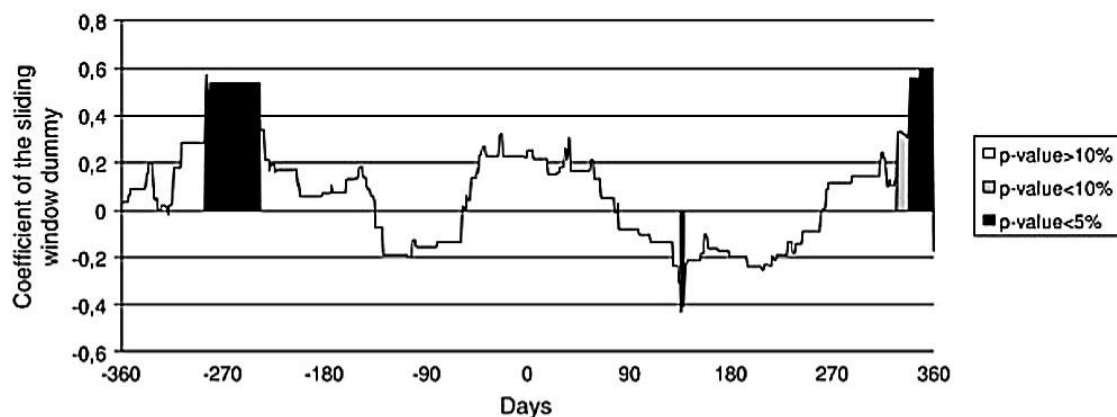
iniziate a circolare informazioni sul mercato in merito alla possibilità che stessero circolando opere non autentiche in vendite recenti. Per tale motivo, le maggiori case d'asta avrebbero intensificato i controlli prima delle aste, portando i venditori disonesti a cercare di vendere le opere false tramite case d'asta o soggetti meno noti e meno attenti nei controlli di autenticità. Invece, il ritorno del valore del coefficiente intorno allo 0 nei circa quattro mesi precedenti alla scoperta si potrebbe interpretare come una scelta di quei venditori onesti che, per rassicurare i potenziali clienti dell'autenticità delle proprie opere – essendo aumentato sensibilmente il rischio derivante dalla possibile presenza di falsi – si siano rivolti alle due principali case d'asta come forma di certificazione di qualità e autenticità dei propri beni in vendita. Non è quindi un caso che, nel periodo successivo alla diramazione ufficiale per mezzo della stampa delle informazioni inerenti alla scoperta dei falsi, il numero di opere vendute tramite Christie's e Sotheby's sia incrementato vertiginosamente e sia rimasto particolarmente elevato fino a un anno dopo la scoperta. Questo fatto è dato dalla situazione del mercato che, a seguito della scoperta dei falsi, viene percepito come altamente rischioso. Dunque, coloro che intendono ancora vendere opere (in questo caso ovviamente autentiche) di uno degli artisti coinvolti nella scoperta, si affideranno quasi esclusivamente a Christie's e Sotheby's, come si è detto in precedenza proprio per mostrare affidabilità e certezza qualitativa dei propri lavori di fronte a potenziali clienti.

Oltre all'impatto della scoperta di falsi sulla vendita o meno di opere tramite Christie's e Sotheby's, Bocart e Oosterlinck decidono successivamente di analizzare l'impatto che tale scoperta ha sulla probabilità di vendita delle opere degli artisti coinvolti tramite un modello *probit* avente come variabile *dummy* la situazione di venduto/invenduto delle opere. Appare interessante constatare come i due autori giungano alla conclusione che la scoperta dei falsi non abbia avuto quasi alcun impatto sulla probabilità di vendita di altre opere degli artisti coinvolti nella scoperta. Questo fatto è confermato anche da Richard Feigen (2013) in un articolo sul *The Art Newspaper* dove afferma come diversi collezionisti, mercanti e banditori d'asta (in questo specifico caso nel campo dell'arte post-bellica) gli abbiano confermato quanto la scoperta di falsi non impatta il mercato, dato che gli acquirenti sofisticati continuerebbero comunque a basarsi sui dati relativi alla provenienza delle opere, per quanto in precedenza si sia visto come un bravo falsario conosca anche l'importanza di una provenienza credibile e come anche questa possa essere falsificata. Tale convinzione ricorda quella superiore certezza di conoscenza

descritta da Simpson (1987, p. 140) come tipica di certi compratori che tanto fece la fortuna del (poco onesto) antiquario Freppa. Anche gli acquirenti sofisticati non devono mai considerarsi del tutto esenti dalla possibilità di essere ingannati da un altrettanto sofisticato falsario. Infatti, come nel caso Beltracchi, ad essere ingannati furono anche alcuni importanti banditori d'asta, responsabili di perdite milionarie subite dai propri clienti (Feigen, 2013). In ogni caso, da un lato, questa posizione pare contraddire il rapporto tra l'aumento del rischio sul mercato dell'arte e la minore propensione all'acquisto di opere da parte dei potenziali acquirenti. Dall'altro lato, però, bisogna tenere in considerazione il fattore dei prezzi. Infatti, la scoperta di opere false presuppone che il venditore che voglia vendere un'opera autentica di uno degli artisti in quel momento più a rischio potrebbe decidere di abbassare il prezzo per avere maggiori probabilità di vendita. Ovviamente, l'abbassamento del prezzo per un'opera autentica avrà un limite minimo oltre il quale il venditore non vorrà scendere, altrimenti rischierebbe di finire, anche in questo caso, nella situazione dei bidoni akerlofiana.

Dato quanto appena detto, Bocart e Oosterlinck decidono di approfondire successivamente l'impatto della scoperta sui prezzi di vendita, utilizzando il logaritmo del prezzo di vendita delle opere come risultato variabile dipendente dell'equazione. I risultati sono riportati nella successiva Figura 11. Sull'asse delle ordinate sono riportati i valori del coefficiente della variabile *dummy*, mentre sull'asse delle ascisse sono indicati i 360 giorni precedenti (valori negativi) o successivi (valori positivi) al giorno 0 della scoperta dei falsi. La tabella di destra riporta invece i livelli di significatività (*p-value*) considerati, ovvero superiore o inferiori al 10% o inferiori al 5%. I dati più significativi (i valori inferiori al 5%) sono indicati dagli intervalli in nero.

Figura 11. Coefficiente della finestra temporale di 180 giorni per i prezzi di vendita.



Fonte: Bocart e Oosterlinck, 2011, p. 126.

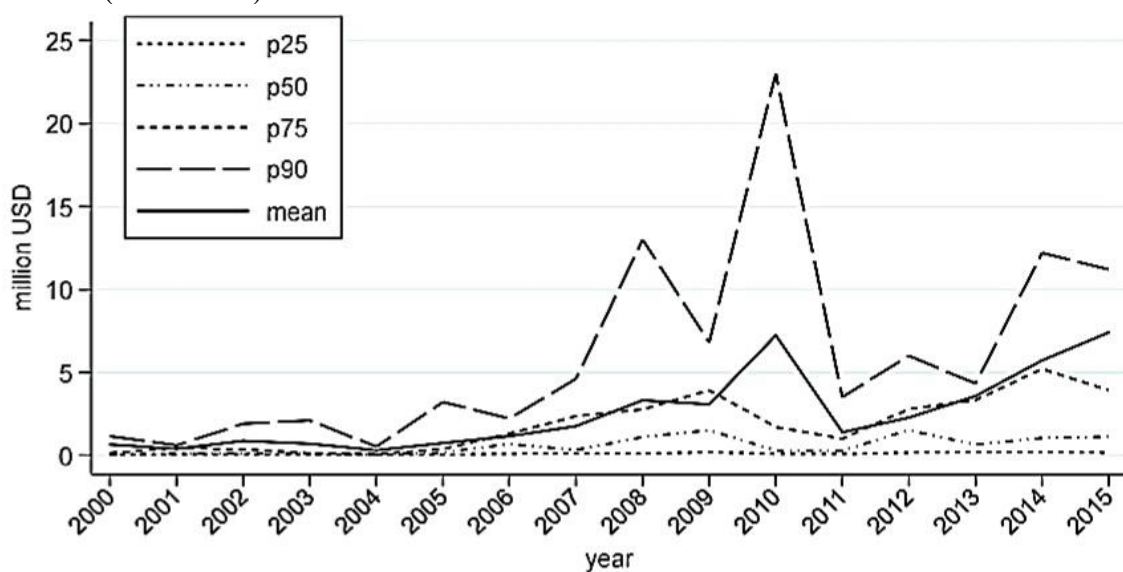
Dall'analisi della Figura 11 (si considerino in particolare i coefficienti con significatività inferiore al 5% contrassegnati dalle aree in nero), si può notare come i coefficienti siano ampiamente positivi nel periodo antecedente alla scoperta dei falsi, in particolare nella finestra temporale tra i giorni -282 e -237 con significatività inferiore al 5%. Da questo dato, viene supposto che l'aumento dei prezzi di vendita abbia portato all'ingresso in questo segmento di mercato di un maggior numero di falsari. A seguito della scoperta, i prezzi di vendita impiegano 136 giorni per raggiungere un coefficiente negativo significativo, confermando quanto ipotizzato dai due autori nelle premesse a questo studio, ovvero che la scoperta di falsi possa non avere un effetto immediato ma ritardato nel tempo. Oltretutto, viene ipotizzato che i venditori preferiscano rimandare le vendite: i venditori onesti poiché probabilmente preferiscono attendere che la situazione ritorni alla normalità e i prezzi di queste opere tornino a salire mentre i venditori disonesti poiché in questo momento ogni opera di uno degli artisti "a rischio" che venga posta in vendita sarà vista con enorme sospetto e diffidenza, oltre a dover probabilmente passare per maggiori controlli attribuzionistici. Infine, come testimonia l'intervallo in nero all'estremità di destra del grafico, i prezzi tornano ad aumentare a quasi un anno dalla scoperta dei falsi.

Per quanto interessante, questa ricerca di Bocart e Oosterlinck si basa su un campione eterogeneo di falsi di diversi artisti, non considerando quello che potrebbe essere l'impatto sul segmento di mercato afferente alla produzione di uno specifico artista. È partendo da questa osservazione che Scorcu, Vici e Zanola (2021) decidono di soffermarsi sull'impatto che la scoperta di opere false può avere su un campione omogeneo di opere appartenenti quindi a un singolo artista, in questo caso Alberto Giacometti. Infatti, nel novembre 2008 in Germania venne scoperto che un commerciante d'arte stesse tentando di vendere tredici sculture false attribuite a Giacometti e, nell'agosto 2009, vennero scoperte circa mille sculture nello stile dell'artista italiano nell'ambito di un traffico illegale organizzato dallo stesso commerciante precedente e da suoi complici. Seguì un processo nel 2011 che confermò le accuse e accertò i falsi.

Per lo studio, è stato preso un campione di 453 sculture false di Giacometti vendute in diverse aste in tutto il mondo nel periodo dal 2000 al 2015 per produrre un indice annuale edonico delle sculture. Viene applicata una Analisi delle Serie Temporal Interrotte

(ITSA)⁹⁸ considerando diversi percentili. Tra i diversi risultati riportati da Scorcu, Vici e Zanola, quelli che risultano più interessanti per la nostra analisi sono il calcolo dei prezzi medi e i relativi percentili per le sculture di Giacometti vendute all'asta tra il 2000 e il 2015, come si può vedere nella successiva Figura 12. Sull'asse delle ascisse sono indicati gli anni, mentre sull'asse delle ordinate sono indicati i prezzi in milioni di dollari statunitensi. La legenda nel riquadro in alto indica i quattro percentili considerati (25°, 50°, 75° e 90°) e la media dei prezzi. Per l'elaborazione della tabella, gli autori si sono basati sui dati dei prezzi riportati nel database di *Artprice*.

Figura 12. Media e percentili dei prezzi per le sculture di Alberto Giacometti vendute all'asta (2000-2015).



Fonte: Scorcu et al., 2021, p. 13.

Dalla Figura 12, considerando la linea relativa alla media, si può notare come la sua evoluzione sia alquanto lineare tra il 2000 e il 2006, con un primo cambio di ritmo nella crescita dei prezzi che avviene a inizio 2007. Questo fatto porta probabilmente all'ingresso nel mercato dei falsari. L'aumento nei prezzi continua fino al 2008, quando però questa crescita si arresta improvvisamente, dando inizio a un leggero decremento per tutto il 2008, si ipotizza per le voci che iniziavano a girare sul mercato riguardo alla possibile presenza di sculture false. Questo passaggio è mostrato in maniera ancor più evidente dal dato del 90° percentile, il quale mostra un improvviso crollo dei prezzi con

⁹⁸ L'Analisi delle Serie Temporal Interrotte è un metodo di analisi statistica che prevede di monitorare un periodo a lungo termine prima e dopo un punto specifico di intervento (dove l'intervento è controllato da uno o più fattori esterni) per valutare gli effetti derivanti da tale intervento.

l'inizio del 2008. Con la scoperta delle prime tredici opere false nel novembre 2008, la media dei prezzi riprende ad aumentare in maniera evidente, anche se con un leggero ritardo temporale, probabilmente per gli stessi motivi visti nel precedente studio di Bocart e Oosterlinck. Questo fatto si può interpretare come la sensazione da parte dei compratori che il sequestro giudiziario dei falsi abbia posto fine alla loro circolazione e che quindi si possa ricominciare a investire nelle opere di Giacometti. Oppure, come suggerito dagli autori, gli acquirenti più facoltosi hanno iniziato a investire esclusivamente nelle opere più costose dell'artista, il cui prezzo particolarmente elevato era giustificato dalla certificata e indiscutibile autenticità e ai rischi ritenuti minimi associati all'operazione. Quest'ultima ipotesi è supportata da un fatto, ovvero che nella Figura 10 non vengono messi in relazione i prezzi medi battuti all'asta ai volumi di vendita. Così facendo, basterebbe una vendita particolarmente elevata per far aumentare nuovamente la retta dei prezzi medi, ed è esattamente ciò che avviene il 2 febbraio 2010, quando viene battuta all'asta da Sotheby's l'opera di Giacometti *L'Homme qui marche I* per 104,3 milioni di dollari, diventando in quel momento il prezzo di vendita più alto mai raggiunto da una scultura, venendo superata soltanto nel 2015 da un'altra opera sempre di Giacometti. Questa vendita potrebbe spiegare ulteriormente il picco raggiunto dai prezzi medi con il nel 2010, confermando quanto detto prima sulla maggiore probabilità alla vendita, in un momento di incertezza del mercato, di opere di alto valore la cui autenticità è accertata. La vendita, sempre nel corso del 2010, di un'altra opera di Giacometti, la *Grande tête mince*, per 53,3 milioni di dollari e oggi al decimo posto della lista dei prezzi più alti mai pagati per una scultura, rafforza tali ipotesi.

Nonostante queste vendite eccezionali, la media dei prezzi di vendita vede però un crollo definitivo e radicale all'incirca all'inizio del 2010, dovuto alla definitiva scoperta, nell'agosto 2009, di circa mille sculture false dell'artista italiano, con il conseguente crollo nei prezzi dovuto all'ormai enorme rischiosità percepita nel pubblico nei confronti delle opere di Giacometti. Considerando il leggero scarto temporale tra la pubblicazione ufficiale della notizia e le prime aste in cui si inizia a percepire l'effetto di tale evento, si può comprendere anche in questo caso il lieve ritardo nella diminuzione dei prezzi, avvenuta alcuni mesi dopo la scoperta.

Un'inversione nel trend negativo si ha con il 2011; questo fatto è interessante per due motivi. Innanzitutto, coincide con il processo ai danni dei falsari smascherati e con la loro

condanna, dunque con l'accertamento della fine (teorica) del rischio nell'acquisto di opere dell'artista italiano. Inoltre, questa inversione conferma quanto già visto nella Figura 9 relativa allo studio di Bocart e Oosterlinck, ovvero che i prezzi di vendita riprendono ad aumentare a circa un anno dall'individuazione dei falsi (nel caso di Scorcu et al. dalla seconda, definitiva, scoperta). Gli autori di questa analisi concludono che anche eventi improvvisi come appunto la scoperta di opere false tendono a rimanere confinati in specifici segmenti di mercato ed esercitano effetti solamente di breve durata.

Quanto visto in questo capitolo suggerisce come la questione del falso e le particolarità del mercato dell'arte dal punto di vista economico siano argomenti che celano numerose insidie alquanto diverse dall'analisi di questo stesso settore preso dal punto di vista storico-artistico. Tra i vari argomenti affrontati fino ad ora, data l'ormai chiara interconnessione dei diversi ambiti dell'arte e dell'economia in questioni legate al mondo artistico, si è ritenuto utile e altrettanto interessante per questa discussione prendere in esame alcuni esempi più pratici che possono contribuire a rimarcare quanto visto finora e che saranno esposti nel capitolo successivo.

Capitolo III. Il caso studio: la Galleria Knoedler

Nei capitoli precedenti, si è discusso ampiamente delle diverse questioni teoriche legate ad argomenti quali la *connoisseurship*, l'attività dei falsari, la scoperta di falsi e le risposte del mercato dell'arte. Inoltre, è stato appurato come questi tre temi siano interconnessi tra loro e possano essere affrontati sia da un punto di vista storico-artistico che da uno economico. A questo punto della trattazione, risulta interessante e forse necessario soffermarsi su un caso studio particolarmente celebre in cui diverse tra le questioni illustrate finora trovano un risvolto pratico: lo scandalo dei falsi della Galleria Knoedler di New York.

3.1 L'origine e l'evoluzione storica della Galleria

L'origine della Galleria Knoedler risale al 1846, quando Michel (poi Michael) Knoedler, allora socio della rinomata galleria francese *Goupil, Vibert & Cie*⁹⁹, viene inviato negli Stati Uniti per lavorare nella nuova sede della *Goupil*, aperta da poco a New York al 289 di Broadway con il nome *Goupil, Vibert & Co*. La proposta sul mercato statunitense della galleria, che si occupava ancora di stampe, è subito molto apprezzata, tanto che le vendite passano rapidamente dai 140.000 franchi del 1848 ai 569.000 franchi del 1854 (Sacco, 2014, p. 28). D'altronde, la decisione della *Goupil* di aprire una nuova sede negli Stati Uniti segue il *trend* di quel periodo storico per cui i commercianti d'arte più rilevanti del panorama europeo iniziavano ad aprire nuove filiali oltreoceano, in particolare dopo l'approvazione della legge del 1909 da parte del Congresso U.S.A., citata in precedenza, che rimuoveva il dazio d'importazione del 20% per le opere d'arte di età superiore ai cento anni (Cohen, 2017, p. 181). Questo è lo stesso periodo che vede l'inizio di quel processo di concentrazione di gallerie e altre importanti figure del mondo dell'arte nella città di New York che, come descritto da Germano Celant (Poli, 2007, p. 27), dalla seconda metà del Novecento renderà definitivamente questa città il centro nevralgico mondiale dell'arte contemporanea.

Nel 1857, Michael Knoedler decide di acquistare la filiale statunitense della *Maison Goupil* dai propri soci francesi e ne cambia la denominazione in *Knoedler & Company*,

⁹⁹ Il nome della *Maison Goupil* varia diverse volte negli anni, in base ai nuovi soci che vi contribuiscono. Al 1848, il nome ufficiale risultava essere *Goupil, Vibert & Cie*.

successeur de Goupil. Con tale nome e con la nuova proprietà, la *Knoedler & Co.* inizia a cambiare la propria offerta di mercato che, avvicinandosi alla fine del secolo, si concentrerà sempre più sulla vendita di opere d'arte degli *Old Masters* europei. Il nuovo target, infatti, erano i magnati americani che stavano iniziando a sviluppare un sempre maggiore interesse nell'arte europea, come meglio illustrato nel primo capitolo¹⁰⁰. Considerato il calibro dei clienti, tra cui si possono citare J.P. Morgan, William Rockefeller, Cornelius Vanderbilt, Henry Clay Frick o Andrew Mellon, la *Knoedler* diverrà rapidamente una delle istituzioni di riferimento negli Stati Uniti per la vendita di opere d'arte, peraltro iniziando un rapporto di rivalità e di scontro con la *Duveen Brothers*, istituita negli anni Settanta dell'Ottocento. Nella prima parte del Novecento, la *Galleria Knoedler* comincia una importante collaborazione con la *Galleria Colnaghi*, la stessa con cui collaborava in quegli anni anche *Berenson*: questa situazione non deve sembrare una coincidenza poiché nel mercato dell'arte di quel periodo poche erano le figure di rilievo in grado di vendere le proprie opere d'arte ad acquirenti del calibro di Mellon, Frick, Widener (*Colnaghi London Archive*). Successivamente, la *Knoedler* affianca all'interesse per gli *Old Masters* anche l'acquisto e la vendita di stili più attuali, quali l'Impressionismo e il nascente Espressionismo astratto americano. L'attività della *Galleria* continua per tutto il Novecento tra alti e bassi e sempre tentando di adattarsi alle tendenze e ai gusti del mercato.

Nel 1971, a seguito di una situazione economico-finanziaria prossima alla bancarotta, viene acquisita dall'imprenditore e petroliere Armand Hammer, mentre come direttore viene assunto Lawrence Rubin. Grazie alle capacità del nuovo direttore, la *Knoedler* supera il periodo di crisi, soprattutto grazie alla decisione di tornare anche all'offerta originaria della *Galleria*, ovvero la produzione e la vendita di stampe, oltre alla nuova proposta artistica che si concentra sempre più sull'arte di metà secolo e contemporanea, arrivando a rappresentare artisti quali Frank Stella e Robert Rauschenberg (Taylor, 2016). Nel 1977, Rubin assume come *receptionist* Ann Freedman la quale, nel corso degli anni, occuperà ruoli di sempre maggior rilievo all'interno della *Galleria*, arrivando infine a ottenere l'incarico di direttrice nel 1994, divenendo «*the famous face of Knoedler*» (Amore, 2016, p. 59).

¹⁰⁰ Cfr. pp. 29-34 del presente testo.

3.2 Analisi dello scandalo Knoedler

Proprio il 1994 rappresenta l'inizio del declino della Galleria, segnato dal primo incontro tra Freedman e una sconosciuta commerciante d'arte dall'isola di Long Island, Glafira Rosales. Quest'ultima si presenta alla Knoedler dichiarando di essere in possesso di una serie di opere d'arte di grande valore, tutte appartenenti all'Espressionismo astratto che potrebbero interessare alla gallerista. Dal 1994 al 2008, ovvero l'anno precedente alle dimissioni di Ann Freedman dalla Galleria, la Knoedler continua ad acquistare le opere d'arte proposte da Rosales e attribuite a vari artisti tra cui Jackson Pollock, Mark Rothko, Robert Motherwell e Richard Diebenkorn, per rivenderle successivamente a numerosi collezionisti a prezzi elevatissimi. Il dubbio che le opere in questione possano non essere autentiche inizia a emergere nei primi anni Duemila, grazie a una serie di analisi e opinioni di figure esperte.

Nel 2009 la Knoedler viene citata in giudizio per una serie attribuita a Motherwell, ma scoperta come falsa; rivelazione che spinge la Galleria a concedere all'acquirente un rimborso totale. Questo fatto semina il panico tra i clienti della Galleria che si affrettano a far analizzare e visionare le opere acquistate presso l'istituzione per paura di scoprire ulteriori falsi, dato che «*nothing hits the art world like the ability of an asset to go 100% up in smoke*¹⁰¹» (Gilbert, 2015). Il caso esplode definitivamente nel novembre del 2011, con la chiusura della Knoedler dopo 165 anni di attività continuativa. Ciò avviene a seguito di due eventi quasi simultanei che coinvolgono due dipinti venduti da Rosales e avvenuti tra il 2007 e il 2009. Il primo accadimento è l'analisi condotta dalla Dedalus Foundation¹⁰² su un lavoro attribuito a Motherwell e venduto da Julian Weissman (ex dipendente della Knoedler e l'altra figura, oltre ad Ann Freedman, a cui Rosales aveva venduto i suoi dipinti). Nell'analisi condotta dalla Dedalus si riscontra, infatti, l'uso di colori non ancora esistenti durante gli anni di attività dell'artista, fatto che spinge la Fondazione a non includere l'opera nel catalogo aggiornato dell'artista. Il secondo caso riguarda i risultati di un'altra analisi scientifica condotta su un'opera attribuita a Pollock,

¹⁰¹ Traduzione in italiano: «nulla colpisce il mondo dell'arte quanto la capacità di una risorsa di andare al 100% in fumo».

¹⁰² La Dedalus Foundation, fondata da Robert Motherwell, si occupa della conservazione del patrimonio dell'artista oltre all'autenticazione delle opere a lui attribuite.

Untitled 1950, venduta dalla Knoedler per 15,3 milioni di dollari¹⁰³ a un finanziere belga, Pierre Lagrange, e che conferma anche qui una incongruenza evidente con l'attribuzione dell'opera dichiarata dalla Galleria al momento della vendita. Infatti, tramite l'analisi in laboratorio si scopre che nel colore usato vi erano dei pigmenti gialli risalenti al 1970, data successiva alla morte dell'artista americano (Adam, 2019, p. 128).

Così, inizia a emergere la verità e viene rivelato che Glafira Rosales, con l'aiuto dei fratelli Jesús Ángel e José Carlos Bergantiños Diaz, si era accordata nei primi anni Novanta con un pittore di strada e falsario cinese che abitava nel Queens a New York, Pei-Shen Qian, affinché quest'ultimo producesse falsi nello stile degli artisti dell'Espressionismo astratto americano. La scelta dello stile da riprodurre non fu dettata soltanto dai prezzi esorbitanti che le opere di tale genere riscontravano sul mercato ma anche dal fatto che le opere d'arte astratta (rientranti nella macro-area dell'arte contemporanea), siano più facilmente riproducibili. Questo fatto è dovuto ad alcuni motivi tra i quali vi sono, ad esempio, il minore apporto figurativo necessario in tali opere rispetto all'arte dei secoli precedenti ma soprattutto la questione relativa ai materiali. Infatti, è tendenzialmente più semplice reperire (o ricreare) i materiali originali quali colori, tele o supporti usati, ad esempio, da Rothko all'incirca settant'anni fa, rispetto a trovare i materiali originali utilizzati, per dire, da Tiziano quasi cinquecento anni fa (Barricelli, 2018). Tornando al processo di falsificazione di Pei-Shen Qian, dopo che quest'ultimo avesse dipinto le opere, i fratelli Bergantiños Diaz si sarebbero occupati del processo di "invecchiamento" dei lavori. Per ogni falso, Pei-Shen Qian sarebbe stato pagato una somma tra alcune centinaia e poche migliaia di dollari, cifre irrisorie a fronte degli effettivi guadagni ottenuti da Rosales.

Faranno seguito una decina di cause legali ai danni della Galleria e di Ann Freedman che, peraltro, si concluderanno tutte per via stragiudiziale con accordi privati tra le parti coinvolte; ragion per cui non fu mai emanato un verdetto definitivo sulla reale complicità o colpevolezza della rinomata Galleria e della sua direttrice. Nel 2013, invece, Glafira Rosales si dichiarerà colpevole di concorso in vendita di opere false e riciclaggio, dichiarando di aver venduto circa 60 opere tramite la Knoedler (e Weissman), ricavandone 33,2 milioni di dollari: reati che sconterà con l'arresto e il carcere (Adam,

¹⁰³ Valore indicato da Langlais, P. (2021) in "The Decline and Fall of Knoedler & Co.", *The Journal of Cultural Heritage Crime*. Fonti alternative riportano il prezzo di 17 milioni di dollari.

2019, pp. 128-129). I fratelli Bergantiños Diaz e Pei Shen-Qian torneranno rispettivamente in Spagna e in Cina, senza essere estradati negli Stati Uniti e non subendo quindi una condanna.

In tutta la vicenda relativa alla Knoedler, vi sono alcune questioni ancora oggi poco chiare e sulle quali si è largamente dibattuto, principalmente in relazione ai numerosi ed evidenti segnali di allarme attorno alle opere vendute dalla Galleria a partire dal 1994. Un primo argomento riguarda la questione della provenienza. Come già evidenziato nel primo capitolo¹⁰⁴, con la fine del XIX secolo viene stabilito che il processo di autenticazione di un'opera d'arte, per essere completo, deve essere costituito da tre elementi indispensabili, ovvero la *connoisseurship* – oggi sostituita dall'opinione o parere di un esperto d'arte –, l'analisi tecnico-scientifica e lo studio della provenienza. Un bravo falsario o truffatore, consapevole dei passaggi di cui è composto questo processo, conosce l'importanza rivestita da una provenienza con un fondamento storico credibile. Si faccia attenzione alla distinzione tra i termini “falsario” e “truffatore”. Infatti, di solito vi sono uno o più falsari che producono i falsi, li “invecchiano” con le tecniche necessarie e poi li vendono tramite una (consapevole o meno) altra figura: in tale contesto, si può parlare solo di falsari. Nel caso dello scandalo Knoedler, invece, i falsari erano Pei Shen-Qian, poiché era l'autore dei falsi, ma anche i Bergantiños Diaz, i quali si occupavano del processo di invecchiamento; vi era anche Rosales che invece era al più truffatrice, e non una falsaria, poiché non partecipava alla creazione dei falsi, ma si occupava della loro vendita¹⁰⁵.

Per quanto riguarda l'aspetto della provenienza, la commerciante di Long Island giustificò la provenienza delle opere in suo possesso dichiarando che le fossero state vendute da un collezionista anonimo che viveva tra la Svizzera e il Messico e che preferiva essere chiamato solo “Mister X”. Il misterioso collezionista, sempre secondo una delle diverse ricostruzioni date da Rosales, era entrato in possesso delle opere della sua collezione personale negli anni Cinquanta, acquistandole direttamente dagli artisti tramite conoscenze comuni quali il pittore filippino-americano Alfonso Ossorio. Successivamente, le opere erano state ereditate dal figlio di “Mister X”, a sua volta

¹⁰⁴ Cfr. p. 14 del presente testo.

¹⁰⁵ Questa è la distinzione prevalente riconosciuta dalla letteratura sul tema, ma secondo alcuni si possono far rientrare anche le semplici attività di vendita di un falso nel riconoscimento dell'attività del “falsario” (cfr. a riguardo “Arte Ricerca”, <http://www.artericerca.com/Articoli%20Online/I%20Falsi%20nell'Arte%20-%20Parte%20seconda%20-%20Giorgio%20Catania.htm>).

nascosto dietro al nome di “Mister X Jr.”, che aveva deciso di venderle a Rosales: l’anonimato spiegava la ragione per cui non risultavano incluse in nessun catalogo ragionato. Se l’anonimato del proprietario poteva non essere percepito come fuori dalla norma, data la discrezione regnante nel mondo dell’arte, l’incertezza di Rosales e le continue variazioni nella ricostruzione della provenienza delle opere avrebbe dovuto essere motivazione sufficiente a spingere la Galleria a svolgere una più approfondita ricerca di informazioni. A ciò, bisogna aggiungere anche le provenienze fornite dalla stessa Freedman ai propri clienti; infatti, la direttrice della Galleria, come sostenuto dal suo cliente John D. Howard, in una delle diverse ricostruzioni della provenienza affermava di aver acquistato le opere non da Glafira Rosales ma dal mercante d’arte e gallerista David Herbert. Peraltro, Herbert era morto nel 1995, ovvero l’anno successivo ai primi acquisti da parte della Galleria delle opere di Rosales, un dettaglio non irrilevante poiché faceva sì che non si potesse chiedere conferma al diretto interessato (Klasfeld, 2012). La scelta era ricaduta sul nome di David Herbert in quanto aveva lavorato per alcune gallerie d’arte di New York quali la Betty Parsons Gallery, la Sidney Janis Gallery e la Graham Gallery per poi aprire la propria personale galleria tra il 1959 e il 1962, dunque il nome scelto poteva risultare plausibile (Smithsonian Institute Archives). Tuttavia, svolgendo una ricerca più approfondita, si sarebbe potuto scoprire che non risultava alcun tipo di documentazione né tra gli artisti che Freedman sosteneva fossero autori delle opere da lei vendute, né nelle gallerie in cui aveva effettivamente lavorato Herbert, né tra i documenti della sua galleria personale che attestassero le vendite di tali capolavori dell’Espressionismo astratto da parte da parte dell’uomo. Oltretutto, si sarebbe scoperto che non esisteva nemmeno una “David Herbert Collection”, nominata invece da Freedman. Bisogna anche considerare che le opere d’arte che Freedman sosteneva le fossero state vendute da Herbert ammontavano a circa una ventina, un numero troppo rilevante per passare inosservato o non risultare in alcun documento ufficiale, anche se a causa di una svista. In aggiunta a ciò, la totale assenza di queste opere da tutti i *catalogue raisonné* dei rispettivi artisti, come detto in precedenza, avrebbe dovuto far insospettare qualunque acquirente esperto. Bisogna però ricordare che Freedman fosse solita garantire che le opere sarebbero state incluse nelle successive riedizioni dei cataloghi, ma senza che poi ciò accadesse.

Questo insieme di informazioni confuta totalmente la convinzione espressa da Richard Feigen (2013) secondo cui gli acquirenti più sofisticati non cadrebbero vittime di falsi

d'arte poiché si affiderebbero per l'acquisto allo studio della provenienza. Si potrebbe discutere se nella sofisticatezza intesa da Feigen rientrassero anche i clienti della Knoedler di fine anni Novanta e primi Duemila, ma certo non erano clienti alle prime armi o privi di dimestichezza con opere d'arte. Ciò nonostante, queste incongruenze nelle provenienze delle opere di Rosales non sembrarono bastare a evitare acquisti rivelatisi poi dannosi. Bisogna domandarsi quanto la reputazione e la fama della Knoedler come una delle più prestigiose gallerie d'America abbia influito sulla fiducia pressoché cieca che gli acquirenti riponevano nell'istituzione e nella sua direttrice, senza perciò richiedere pareri ad esperti esterni.

Un'ulteriore questione da affrontare è se anche Ann Freedman possa essere considerata colpevole della truffa in quanto a conoscenza dell'effettiva origine delle opere che le venivano vendute dalla commerciante di Long Island. Si può notare, però, come la strategia di Rosales in relazione alla questione della provenienza rendesse la ricerca della verità più complessa. Infatti la commerciante, nel momento in cui non riusciva a presentare della documentazione che attestasse la provenienza dichiarata dei capolavori in suo possesso, era solita aggiungere semplicemente un altro nome alla catena delle proprietà, così da depistare eventuali esperti o ricercatori, costretti a inseguire costantemente nuove, inesistenti, piste (Kallir, 2021). Così facendo, guadagnava sempre più tempo per poter concludere le transazioni. Peraltro, se non fosse bastata questa catena di provenienze mai resa trasparente, anche le vicende personali di José Carlos Bergantiños Diaz, all'epoca compagno di Rosales, avrebbe dovuto mettere la Galleria in allarme¹⁰⁶. A questo si aggiunga che il nome di Glafira Rosales era quasi totalmente sconosciuto nel mondo dell'arte prima del 1994. Dunque, non solo la provenienza delle opere d'arte proposte da Rosales, ma anche quella degli attori coinvolti, ovvero i trascorsi oscuri e poco affidabili della gallerista e del compagno, avrebbero dovuto costituire un ulteriore motivo per evitare l'acquisto delle opere da questi proposte.

Uno dei motivi alla base della mancata scoperta dei falsi da parte di Freedman potrebbe ritenersi la questione, affrontata in precedenza da Noah Charney, dell'ego dell'esperto¹⁰⁷,

¹⁰⁶ José Carlos Bergantiños Diaz era stato coinvolto negli anni Novanta in una causa legale intentatagli da Christie's, dopo che questi aveva fatto un'offerta vincente di 85 mila dollari per un dipinto all'asta ma poi non lo aveva ritirato né pagato (Shnayerson, 2012).

¹⁰⁷ Sempre Charney parla anche di "arroganza" dell'esperto, citando come esempio proprio il processo *Hahn v. Duveen* (Adam, 2019, p. 118).

che può portare una figura esperta del mondo dell'arte a essere ingannata da un falsario per la tentazione di riconoscere come opere autentiche dei lavori dubbi, il cui ritrovamento, però, potrebbe apportare all'esperto grandi benefici in termini di fama e una soddisfazione dell'ego personale (Charney, 2016, pp. 14-15). In modo simile a Bredius con i falsi di van Meegeren, l'aspirazione di voler svelare al mondo il ritrovamento di capolavori può indurre a sottovalutare i rischi derivanti da un'analisi superficiale dell'effettiva qualità degli stessi.

Inoltre, entra in gioco un'altra motivazione del falsario/truffatore tra quelle proposte da Charney (2016, pp. 14-15), ossia la questione economica. Se già la provenienza avrebbe dovuto mettere in guardia chiunque, l'altro aspetto che è stato sorprendentemente poco considerato è il prezzo delle opere. Come è stato detto, le opere proposte da Rosales alla Knoedler vennero vendute successivamente da Freedman a cifre milionarie: è stato calcolato che il guadagno totale derivante dalla vendita di tutte le opere ottenute da Rosales¹⁰⁸ sia stato di circa 80 milioni di dollari. Ciò che però stona fortemente in questo contesto è il prezzo a cui venivano vendute dalla mercante di Long Island alla Knoedler. Infatti, le opere venivano offerte alla Galleria per quelli che Emily Reisbaum, uno dei tre avvocati difensori dei De Sole nella causa intentata nei confronti della Knoedler, di cui si parlerà a breve, definisce «*bargain-basement prices*» (Miller, 2016), ovvero prezzi stracciati. Già da questo fatto si sarebbe potuto sospettare un intento disonesto poiché solo opere il cui valore reale è quasi irrilevante potranno vedere ridotto il proprio valore nominale a livelli così bassi. Invece, opere dal valore reale elevato avranno tendenzialmente una soglia minima ragionevole, sotto la quale il venditore preferirà ritirare tali opere dal mercato, come nel caso di Akerlof. Per quanto Rosales tentò di giustificare questo deprezzamento con la volontà di "Mister X Jr." di disfarsi rapidamente dei lavori, un prezzo talmente irrisorio avrebbe dovuto costituire un campanello d'allarme, tanto più se vale la massima di Max Weber «se qualcosa è troppo bello per essere vero, è un imbroglio» (Cuneo24, 2021). Gli unici altri individui a volersi disfare rapidamente di opere d'arte sono, generalmente, i falsari e i truffatori.

¹⁰⁸ Il numero effettivo di opere vendute da Rosales non è chiaro, si parla di un numero variabile tra i 40 e i 60 lavori, a seconda delle fonti consultate, venduti non soltanto alla Knoedler ma anche al mercante d'arte Julian Weissman (peraltro anche Weissman aveva lavorato alla Knoedler in precedenza).

In ogni caso, dalla rivendita di queste opere la Knoedler poté ottenere profitti sproporzionati che, come nel caso di un De Kooning venduto a John D. Howard, furono stimati per un margine di guadagno del 500% (Klasfeld, 2012). Sebbene sia stato detto che la particolarità di un bene d'arte risiede nella sua capacità di aumentare di valore con il tempo, una differenza nel margine di profitto di questo tipo a distanza di pochi anni pare realisticamente poco giustificabile, pur tenendo in considerazione i sorprendenti livelli di prezzo che le opere degli espressionisti astratti americani stavano raggiungendo. Va anche tenuto conto, però, della grande discrezionalità e segretezza che vige attorno agli scambi nel mercato dell'arte e, come afferma il giudice della Corte Suprema dello Stato di New York, J. Shorter, voler indagare sull'effettiva autenticità e sulla proprietà di un'opera è ritenuta una pratica di cattivo gusto (Ekelund et al., 2017, p. 189). Si potrebbe ipotizzare di applicare la già citata riflessione di Gregory Day (2014, p. 484-489)¹⁰⁹ a questa situazione: data la particolarità del mercato dell'arte e dei suoi beni, che possono aumentare di prezzo con il consumo, al momento dell'acquisto dei falsi Freedman (dunque l'acquirente) potrebbe essersi immedesimata nel futuro ruolo della venditrice, ossia Rosales. Infatti, una volta divenuta lei la venditrice, la situazione di svantaggio in cui si era trovata in quel momento con Rosales si sarebbe invertita, divenendo un vantaggio a suo favore dinanzi ad un potenziale acquirente. Così, al momento di acquistare i falsi, Freedman poteva già sapere che avrebbe potuto sfruttare questo vantaggio futuro, non solo per rientrare della perdita subita dallo scambio con Rosales, ma per poterci ricavare un profitto notevole ai danni del futuro acquirente.

È interessante quanto emerge dal processo intentato dai coniugi De Sole in relazione all'acquisto di un falso Mark Rothko e che vedeva imputati la Knoedler, Ann Freedman e la *holding* della Galleria, la *8-31 Holdings*, di proprietà del nipote di Armand Hammer, Michael. Nel processo, iniziato nel gennaio del 2016 a Manhattan e durato tre settimane, i De Sole erano assistiti da tre avvocati; una dei quali, Emily Reisbaum, già nella dichiarazione di apertura del processo presentò sei diversi “segnali di allarme” che avrebbero dovuto dimostrare la complicità della Knoedler nella vicenda (Miller, 2016). Se due di questi sono appunto la provenienza incerta delle opere e la differenza smisurata tra i prezzi a cui Rosales vendeva le opere alla Galleria e quelli con cui la Knoedler cedeva tali lavori ai collezionisti, ne seguono altri altrettanto interessanti. In relazione ai

¹⁰⁹ Cfr. p. 69 del presente testo

pagamenti effettuati dalla Galleria a Rosales per il suo lavoro, essi venivano effettuati tramite bonifici, tramite assegni e anche tramite un pagamento in contanti che però non oltrepassava mai la soglia dei 10 mila dollari, cifra che, per la banca federale, ne avrebbe reso obbligatoria la rendicontazione; un fatto che è difficile considerare come una mera coincidenza (Miller, 2016). Anche la situazione finanziaria della Galleria, che senza le vendite della “Collezione Rosales” sarebbe stata ampiamente in rosso, può far supporre un accordo tra la commerciante e la gallerista da cui traessero beneficio entrambe le parti, dunque una sorta di nuovo *Doris agreement* (Simpson, 1987, p. 223).

Un altro aspetto riguarda l’uso, da parte di Freedman, di una lista di nomi di esperti del mondo dell’arte che avrebbero riconosciuto le opere incriminate. Non è un caso, però, che la direttrice sostenesse di non aver mai usato il termine “autenticazione”, riferendo invece ai potenziali acquirenti che le opere fossero state “viste” da tali esperti (Miller, 2016). Così facendo, la direttrice lasciava volutamente intendere che fossero state autenticate, sebbene non fosse vero, tanto che quasi tutti gli esperti chiamati in causa durante il processo dichiararono di non aver mai autenticato tali opere e di essere stati inseriti in tale lista dalla Knoedler senza il loro consenso. La fermezza con cui gli esperti coinvolti tentarono di tirarsi fuori dalla faccenda è da attribuirsi, ricordando quanto fatto notare in precedenza da Day (2014), al timore che una propria opinione o un’attribuzione contraria potesse essere contestata e portare a una causa legale. Per questo motivo, molti esperti e altre istituzioni hanno da tempo rinunciato ad autenticare opere, così da non esporsi troppo ad eventuali ricadute legali. Eppure, nella testimonianza data da Domenico De Sole, egli accusò la direttrice di aver garantito la qualità dell’opera incriminata utilizzando la parola “autenticazione”.

Non è un caso che i De Sole abbiano dato tanto peso al termine utilizzato. Come visto nel primo capitolo¹¹⁰, l’utilizzo di un determinato termine rispetto a un altro nella pratica attribuzionistica può avere un impatto notevole nel valore attribuibile a un’opera d’arte. Dato che, in talune circostanze, Freedman faceva presente che doveva ancora essere confermata l’autenticità dell’opera, avrebbe potuto parlare di “firma di” per le opere di Rosales; ma a differenza di questo termine, quello di “autentico” chiaramente dava alle opere un valore decisamente maggiore, nonché una ben più elevata probabilità di vendita. Così facendo, però, la Knoedler poteva eliminare il rischio agli occhi dei potenziali

¹¹⁰ Cfr. pp.16-17 del presente testo.

acquirenti, sfruttando anche nomi di esperti importanti nel campo per aumentare la disponibilità a pagare dei clienti a fronte di opere chiaramente sospette. Si ripropone quanto dichiarato da Facchinetti (2022b), secondo cui nomi di conoscitori o, in questo caso, esperti di peso vengono utilizzati soltanto per i nomi importanti della storia dell'arte, ovvero per beni di valore economico significativo. Nel dichiarare ciò, Facchinetti aveva in mente un periodo storico-artistico antecedente a quello qui considerato, ma tale affermazione rimane comunque valida anche per il caso in questione. In questa situazione, il nome di Berenson, sfruttato da Duveen per convincere i propri ricchi clienti, viene sostituito da, ad esempio, i nomi dei critici d'arte David Anfam, Irving Sandler o Stephen Polcari usati da Freedman (anche se in questo caso senza il consenso degli stessi e senza un accordo economico alle spalle) per persuadere i suoi ricchi acquirenti (Miller, 2016), mantenendo quindi un *modus operandi* che ricorda in parte quello della Duveen Brothers. Bisogna anche considerare quanto la reputazione e la nomea della Galleria, dunque la sua credibilità, facessero sì che tanti clienti dessero per scontato che le opere vendute dalla stessa non potessero non essere lavori di assoluta qualità e autenticità, al punto da non ritenere necessaria una ulteriore valutazione delle opere da parte di esperti esterni.

Vi fu tuttavia un precedente significativo che non venne considerato a sufficienza – se non per nulla – né dalla Knoedler né dai suoi potenziali compratori. Infatti, nel 2002 Jack Levy, un cliente della Knoedler, sottopose un Pollock acquistato presso la Galleria per 2 milioni di dollari, dal titolo *Untitled 49*, alla International Foundation for Art Research (IFAR) per l'autenticazione; la Foundation non attribuì l'opera a Pollock, dato un insieme di incongruenze che aveva riscontrato nell'analisi e che arrivò a definire «*disturbing*» (Jasani, 2016). Nonostante ciò, questa notizia non sembrò far desistere potenziali nuovi clienti della Galleria. Ci si domanda quanto la diffidenza di una parte del mondo dell'arte verso la tecnologia possa aver influito sulla mancata risposta del mercato alla scoperta della IFAR. Questo dubbio sorge se si considera come due esperti tra quelli nominati da Freedman, ovvero Polcari e Carmean, i quali avevano approvato in passato le opere portate da Rosales alla Galleria, avessero dichiarato nel corso del processo *De Sole v. Knoedler* che il rapporto delle analisi scientifiche e di laboratorio della IFAR e di altri specialisti fosse addirittura amatoriale e irrilevante (Miller, 2016). Sembra riproporsi in questa presa di posizione quel rifiuto da parte degli esperti d'arte nei confronti della tecnologia che è risultato particolarmente evidente nel processo *Hahn v. Duveen* visto in precedenza, dunque riproponendo lo stesso errore da parte degli esperti.

Il processo *De Sole v. Knoedler* – come per lo più tutti gli altri processi intentati contro la Galleria e le figure ad essa collegate – si chiuse con un accordo stragiudiziale “amichevole” tra Freedman e il collezionista. Questo epilogo offre lo spunto per domandarsi quanto affidamento un acquirente sul mercato dell’arte possa riporre nei concetti di reputazione e di credibilità e quanto debba invece tenere sempre a mente il secolare concetto di *caveat emptor*, traducibile con un eloquente «stia attento il compratore» (Brocardi). Una maggiore reputazione pone chi detiene tale nomea in una posizione in cui avrà una maggiore possibilità e facilità nello sfruttare le incongruenze e i lati oscuri del mercato dell’arte per ottenere un vantaggio personale. Il disequilibrio informativo a favore della parte che vende potrebbe invogliare quest’ultima ad approfittarne a danno dell’acquirente. Anche la figura del moderno esperto d’arte, come quella del vecchio conoscitore, ne esce sempre più danneggiata, con Charney che anzi fa notare come la *connoisseurship* così come la si è intesa fino ad ora, sia oggi diventata quasi una brutta parola (Adam, 2019, p. 133).

La posizione di Ann Freedman appare, in ultima analisi, difficilmente difendibile e le mancanze e le incongruenze nel suo operato lasciano presupporre una sua conoscenza della reale qualità delle opere presentatele da Rosales, per quanto non siano state trovate prove di una sua complicità nella truffa. La direttrice si è sempre definita una commerciante e non una *connoisseur* o un’esperta (Cometto, 2017). Tuttavia, un’attività e una posizione come la sua portano con sé un bagaglio di conoscenza e di esperienza intrinseche che rendono difficile credere che non si fosse accorta che uno dei Jackson Pollock che comprato dalla commerciante di Long Island recasse una firma dell’artista in cui era assente la lettera “c” presente nel cognome. Come riassume la posizione molto netta di Martha Parrish, testimone tecnico nel processo De Sole, la sola idea di acquistare opere di provenienza incerta a prezzi stracciati e pagandole in contanti avrebbe dovuto indurre qualsiasi gallerista rispettabile a fuggire a gambe levate (Adam, 2019, p. 130).

Un altro aspetto poco chiaro nella vicenda è se Rosales fosse consapevole del fatto che la direttrice conoscesse l’effettivo valore delle sue opere o se avesse fatto finta di non cogliere i segnali d’allarme e di essersi lasciata ingannare, così da costruirsi già una possibile difesa in caso di accuse future. L’acquisto del falso Pollock, privo della “c” nella firma, da parte di Freedman, assieme all’esborso di 280 mila dollari per l’opera (Kinsella, 2014), presentate dall’avvocato della direttrice durante il processo De Sole come prove

difensive sembrano confermare, di per sé, questa seconda ipotesi. Infatti, sorge più di un sospetto riguardo al fatto che Freedman avesse tenuto proprio quest'opera per sé, così da poter controllare chi vi avesse accesso e potesse visionarla e, eventualmente, autenticarla, peraltro con la consapevolezza della riluttanza degli esperti contemporanei nel presentare autenticazioni pubblicamente. In aggiunta a ciò, la motivazione del prezzo d'acquisto sostenuto non pare un particolare danno, considerando i margini di profitto ottenuti dalla vendita delle altre opere di Rosales. D'altronde, uno scambio che prevede una perdita di alcune centinaia di migliaia di dollari a fronte di un profitto di diversi milioni si conclude in ogni caso con un profitto di diversi milioni di dollari.

In ogni caso, la vicenda della Galleria Knoedler è stata vissuta come uno scandalo quasi senza precedenti per la fama e la reputazione di tale istituzione, ma si ritiene che una situazione di questo tipo non sia da ritenersi così eccezionale. In un mercato come quello dell'arte che mette assieme, da una parte, una scarsa regolamentazione e una grande riservatezza nelle dinamiche di funzionamento e, dall'altra, istituzioni e figure a cui vengono concessi livelli di fiducia e credibilità tali da renderle quasi incontestabili, non appare così improbabile che casi come quello della Knoedler possano ripetersi (Ekelund et al., 2019, p. 190). Come nella concezione di furto proposta da Gary Becker, così il falsario o il truffatore sul mercato dell'arte contrapporrà il costo marginale dell'attività disonesta al beneficio marginale che può ricavarne e, lì dove esiste un mercato con caratteristiche quali valutazioni soggettive da parte di poche figure ritenute esperte e prezzi esorbitanti, così il falsario come il truffatore avranno sempre più interesse a perseguire finalità disoneste (Ekelund et al., 2019, p. 205). D'altronde, a discutere della vicenda della Knoedler, pur con i dovuti distinguo, pare di trovarsi a ripetere le stesse criticità e problematiche viste quasi un secolo prima con Berenson e Duveen, con Freedman che pare riunire in sé, in questa circostanza, il doppio ruolo di esperto e venditore, precedentemente separati. La staticità e la scarsa intenzione da parte del mercato dell'arte e dei suoi attori principali di cambiarne le dinamiche fa sì che casi come quelli della Knoedler e dei processi come il *De Sole v. Knoedler* o l'illustre precedente *Hahn v. Duveen* si ripeteranno ciclicamente, con il mercato dell'arte che sul momento si mostrerà sorpreso ma che poi, con tutta probabilità, risulterà sostanzialmente immutato nelle sue dinamiche portanti.

Conclusioni

Nelle pagine qui presentate, sono state esposte e affrontate alcune delle dinamiche, non sempre evidenti all'occhio di un osservatore poco attento, che caratterizzano il rapporto tra il mondo dell'arte moderno e il relativo mercato. Nel farlo, si sono approfonditi gli aspetti che rendono tale rapporto così singolare anche in relazione al ruolo di alcune delle principali figure del mondo dell'arte e delle questioni più significative inerenti a questa realtà. Nel portare avanti questa discussione, si è tentato di intrecciare aspetti afferenti agli ambiti della storia dell'arte e dell'economia nell'ottica e nel rispetto del carattere multidisciplinare che ha orientato la struttura tematica di questo lavoro.

Sulla base delle numerose questioni emerse nel corso di questa tesi, si è giunti a una serie di valutazioni finali. Per quanto concerne il primo capitolo, l'analisi del rapporto tra la figura del conoscitore moderno e del mercato dell'arte a cavallo del XIX e del XX secolo ha permesso di comprendere come il processo evolutivo e l'importanza sempre maggiore acquisita dal *connoisseur* nel mondo dell'arte sia da ricercarsi in alcune caratteristiche intrinseche di questo ruolo. L'indipendenza degli artisti dalle committenze e dalle Accademie ha lasciato un vuoto nel campo del riconoscimento del valore artistico che è stato così ricoperto dall'attività del conoscitore. Dal monopolio dell'Accademia, il mondo dell'arte ha visto l'affermarsi di un nuovo monopolio d'opinione, ovvero quello della *connoisseurship*, con forti implicazioni in relazione alla questione dell'autenticità e del falso, divenuti campi d'azione di una ristretta cerchia di figure.

Relativamente a ciò, nonostante le diverse difese della scientificità metodologica della *connoisseurship*, sono emerse in maniera evidente alcune rilevanti contraddizioni e criticità insite negli approcci attribuzionistici di alcuni tra i più importanti conoscitori del panorama europeo. L'aspetto più rappresentativo dell'inattendibilità contestata alla pratica della *connoisseurship* è infatti quello dell'arbitrarietà del processo valutativo e attribuzionistico dell'opera d'arte, la quale si trova a poter essere oggetto di evidenti manipolazioni dal punto di vista sia della sua percezione qualitativa sia della sua valutazione economico-monetaria. Il dichiarato metodo scientifico della *connoisseurship* come forma di garanzia qualitativa del processo di valutazione perde rapidamente credibilità nel momento in cui emergono conflitti d'interesse nell'erudita pratica

attribuzionistica di conoscitori quali Bernard Berenson e coinvolgimenti commerciali spesso volutamente celati.

In merito agli interessi economici dei conoscitori, si è approfondito il rapporto instauratosi tra Bernard Berenson e Joseph Duveen nella prima metà del Novecento. La commistione di considerazioni personali e di riflessioni proposte, tra gli altri, da Behrman, Cohen, Simpson e González-Palacios restituisce una valutazione finale sulla natura di questo rapporto che non può non rimarcare l'ambigua caratterizzazione. In aggiunta, la maniera in cui l'operato di ciascuno travalica nel campo dell'altro rimarca lo stretto collegamento esistente tra il campo artistico e quello economico in queste due figure. Difatti, se Berenson rappresenta l'ingerenza della pratica della *connoisseurship* nel mercato dell'arte e nelle considerazioni economico-monетarie, *in primis* i prezzi di vendita delle opere, Duveen rappresenta l'ingerenza degli affari nell'affermazione del gusto e nella pratica storico-artistica dell'esperto e del conoscitore. Viene così ribadito quanto entrambi i ruoli abbiano profondamente bisogno delle capacità e delle conoscenze dell'altro per piegare appieno le dinamiche del mondo dell'arte alla personale soddisfazione dei propri interessi.

L'ingresso sul mercato per l'arte europea dell'alta società statunitense, una realtà particolarmente competitiva e con una enorme disponibilità di capitali da investire, ma anche caratterizzata da un gusto artistico ancora in via di formazione, a differenza delle *élites* europee, può essere ritenuto uno dei fattori principali che hanno contribuito a esacerbare l'ambiguità del ruolo e dell'attività della *connoisseurship* nel mondo dell'arte, favorendo parallelamente l'accrescimento del problema del falso d'arte. Infatti, il mercato statunitense presenta delle caratteristiche che inizialmente favoriscono il grande successo di figure come quelle di Berenson e di Duveen, quali la scarsa conoscenza dei grandi magnati statunitensi e la mentalità affarista degli stessi, volta non tanto alla ricerca della qualità storico-artistica nella pratica collezionistica, quanto al possesso del bello come semplice *status symbol* di potere e la costante ricerca dell'investimento economico. Come visto nelle pagine precedenti, gli approcci di figure come quelle di Kress o Ford sottolineano chiaramente questo aspetto. La grande disponibilità di capitali di questo mercato, unita alla insufficiente conoscenza storico-artistica, contribuisce all'affermarsi del monopolio di giudizio di figure quali Berenson e Duveen, che sfruttano per giunta la propensione al rischio d'investimento per certi versi inconsapevole di tali collezionisti

per imporre il proprio controllo sulle valutazioni monetarie delle opere d'arte e sulle relative transazioni.

Se da un lato il mercato statunitense fornisce una solida base d'appoggio affinché il ruolo del conoscitore possa raggiungere l'apice del proprio potere, dall'altro lato esso sarà anche causa del declino e della caduta di tale figura. Infatti, le logiche economico-monetarie dell'ambiente statunitense si rivelano nel tempo incompatibili con la tradizionale configurazione dell'attività della *connoisseurship* rappresentata da Berenson per come si era evoluta fino a quel punto negli ambienti del mercato dell'arte europeo.

Il legame tra la *connoisseurship* e il mercato dell'arte ha un impatto anche sul rapporto tra il conoscitore e il falsario. Per la natura dell'attività di entrambe queste figure, il rapporto reciproco dovrebbe essere tendenzialmente conflittuale, ma l'ingerenza delle dinamiche economico-monetarie fa sì che risulti ben più ambivalente di quanto sarebbe lecito attendersi; l'ambiguità è anche derivata dal fatto che, in alcuni casi, è divenuto complicato separare nettamente il fine operativo del falsario da quello del conoscitore. L'importanza della questione del falso nelle dinamiche del mondo dell'arte fa sì che la pratica dell'autenticazione e dell'attribuzione da parte del conoscitore moderno abbia il potenziale per diventare un mezzo di manipolazione del mercato dell'arte. Evidentemente, una simile deformazione delle pratiche della *connoisseurship* va a scapito della verità storico-artistica, portando il funzionamento del mondo dell'arte a legarsi sempre più – in modo distorto – a quello del suo mercato.

Nel secondo capitolo, si è ripreso il discorso inerente al rapporto tra l'autenticità e la non-autenticità in merito alle dinamiche del mercato dell'arte ma, in questo ambito, da una prospettiva economica. L'analisi si è focalizzata sulla questione dell'autenticità e del processo di autenticazione, affrontati negli studi di Wolz e Carbon (2014) e Ginsburgh, Radermecker e Tommasi (2019). Tramite un'analisi comparata di questi studi, si è avuto modo di constatare quanto l'autenticità sia ancora oggi considerata una caratteristica di rilevanza fondamentale – per certi versi quasi un *sine qua non* – nella percezione del pubblico e dei potenziali acquirenti nei confronti dell'opera d'arte. A ciò, va aggiunto il forte impatto che ha il processo di autenticazione e di attribuzione da parte di un esperto d'arte sui prezzi di vendita e sul valore reale percepito delle opere. L'analisi porta a comprendere meglio anche le motivazioni sottostanti al dominio di giudizio del conoscitore nel mondo dell'arte di inizio Novecento.

La questione dell'informazione, e della correlata asimmetria informativa, ha contribuito a chiarire, in particolare per mezzo delle riflessioni di Akerlof e di Day, come questa si riveli anche da una prospettiva economica uno dei grandi limiti del mondo dell'arte, data la scarsa trasparenza ed efficienza delle pratiche di scambio in situazioni di limitata informazione. Nel momento in cui viene sancita la commistione di conoscenza storico-artistica ed economico-monetaria, questa conferisce a chi ne è in possesso, principalmente conoscitori, esperti e venditori (tra l'altro ruoli che possono rivelarsi coincidenti) un controllo sul mercato dell'arte difficile da scardinare.

Le situazioni di asimmetria informativa diventano particolarmente problematiche nel momento in cui vengono applicate a dinamiche d'acquisto nel mercato dell'arte, divenendo coperture adatte a favorire la circolazione dei falsi e degli altri casi di opere non-autentiche. Per tale ragione, pare evidente come l'acquisto di opere d'arte debba essere preceduto da una serie di valutazioni e da una *due diligence* necessaria quantomeno a ridurre l'incertezza imperante attorno a molte dinamiche del mercato dell'arte. Come è stato appurato dalle pagine precedenti, infatti, il disequilibrio informativo tra le parti coinvolte negli scambi contribuisce anche alla sopravvivenza del mondo dei falsi.

In merito ai vari passaggi nel processo di prevenzione del rischio e di analisi delle possibili criticità legate all'acquisto di opere d'arte, vi può essere la valutazione del valore atteso che, prendendo in considerazione solamente l'aspetto monetario di un investimento, riflette il valore che l'acquirente dovrebbe in ultima analisi attribuire al potenziale acquisto. Una maggiore completezza di analisi, a questo riguardo, viene offerta dall'utilità attesa. Questa, come ribadito dallo studio di Singer e Lynch (1997), oltre al mero aspetto monetario, integra la questione dell'investimento prendendo in considerazione anche le preferenze soggettive dell'acquirente, valutando quindi l'utilità che quest'ultimo può ricavare dall'acquisto di un'opera d'arte. La valutazione dell'utilità attesa deve tuttavia essere rapportata alla questione dell'attitudine al rischio dell'acquirente sul mercato.

Introducendo il concetto di attitudine al rischio, è stato possibile motivare ulteriormente il comportamento dell'alta società statunitense coinvolta nel mercato dell'arte e dell'approccio di questa *élite* a un collezionismo che si potrebbe definire per certi versi imprenditoriale. Tuttavia, l'analisi delle diverse problematiche inerenti alle questioni di disequilibrio informativo ha contribuito a introdurre riflessioni relative a possibili azioni

volte a riequilibrare il potere informativo detenuto da una ristretta categoria di figure del mondo dell'arte per cercare di superare le inefficienze intrinseche di questo mercato.

Appurato quanto l'informazione, quando ci si relaziona con il mercato dell'arte, sia un elemento essenziale dal punto di vista storico-artistico ed economico, si è ricollegato il discorso alla questione della percezione di qualità artistica affrontata in apertura del capitolo per mezzo di alcune considerazioni proposte in merito a uno studio di Pommerehne e Granica (1995). A differenza del lavoro di Wolz e Carbon (2014) presentato in apertura del secondo capitolo, nel caso di Pommerehne e Granica vengono presi in considerazione anche criteri economici, oltre a quello puramente storico-artistico dell'autenticità, per stabilire il valore attribuibile e l'appetibilità sul mercato non solo di un'opera autentica ma anche di una copia. L'analisi effettuata porta a ritenere che i criteri storico-artistici debbano ancora essere ritenuti i più rilevanti, per quanto quelli economici occupino un loro spazio da non trascurare, tanto più considerato che lo studio di Pommerehne e Granica ha visto la partecipazione di un pubblico tendente a una formazione artistica. Inoltre, la copia dimostra di avere, in diverse situazioni, una domanda sul mercato più elevata di quanto potesse prevedersi inizialmente. Questo è in parte motivabile sulla base dello studio proposto da Frey (1999), inerente ai possibili aspetti benefici, come anche a quelli dannosi, che si possono riscontrare nelle copie e nei falsi d'arte dal punto di vista dell'interesse economico-monetario. Sorprendentemente, la copia e il falso continuano a mostrare un comportamento di grande ambiguità al momento del loro inserimento nelle dinamiche di funzionamento del mercato dell'arte.

Il capitolo si chiude con un'analisi comparata degli studi di Bocart e Oosterlinck (2011) e Scorcu, Vici e Zanola (2021). Entrambi tali studi, infatti, si sono soffermati sull'impatto che la scoperta di opere false può riscontrare sul mercato dell'arte, con una focalizzazione temporale determinata. La differenza principale tra i due studi è riscontrabile nel fatto che l'analisi presentata da Bocart e Oosterlinck prende in considerazione un campione di opere false appartenenti alla produzione di diversi artisti, mentre il lavoro di Scorcu, Vici e Zanola prende come riferimento un recente caso di falsi legati alla produzione di un singolo artista. Facendo nostre le conclusioni di entrambi gli studi, esse si rivelano tendenzialmente simili. Innanzitutto, l'impatto della scoperta del falso presenta un effetto temporaneo, che non intacca in maniera definitiva lo *status quo* del mercato dell'arte relativo all'ambito artistico coinvolto, né impatta nel lungo termine sul mercato dello

specifico artista coinvolto. In aggiunta, viene ribadita l'influenza degli elementi del rischio e dell'incertezza nelle probabilità che si svolga l'acquisto di un'opera d'arte. Anche in questo caso viene ribadito quanto potere di manipolazione possa avere la pratica del *connoisseur* all'interno del mercato dell'arte qualora non venga posta in discussione.

Nel terzo e ultimo capitolo, il caso studio sulla Galleria Knoedler ha ribadito quanto fattori sia di carattere storico-artistico, quali la provenienza, la conoscenza e l'analisi tecnico-laboratoriale, sia di carattere economico, quali l'asimmetria informativa, l'attitudine al rischio e la variazione valoriale legata all'attività di una figura esperta, siano di fondamentale importanza quando si ha a che fare con il mercato dell'arte e le sue dinamiche. L'operato della direttrice della Knoedler pare dimenticare tutti gli aspetti più rilevanti da prendere in considerazione quando si opera all'interno di un mercato incerto come quello dell'arte e, in particolare, l'esortazione sempre applicabile in queste circostanze, del *caveat emptor*. Tuttavia, prendendo spunto dalla riflessione proposta nelle pagine precedenti di questa tesi da Gregory Day, è stato possibile comprendere quanto le azioni della Galleria Knoedler rientrino ampiamente in quel sistema di ciclica inefficienza in cui il mondo dell'arte e il suo mercato continua a persistere. Per questo motivo, definire tale vicenda come "scandalo" pare parzialmente incompatibile con la consapevolezza delle dinamiche ben poco chiare su cui tutt'oggi continua a basarsi il mercato dell'arte.

In conclusione, il mercato dell'arte non sembra intenzionato a volere definitivamente affrontare le problematiche principali di scarsa trasparenza e di incertezza legate al suo funzionamento, né i suoi attori principali sembrano interessati a voler modificare uno *status quo* che, per diversi motivi, salvaguarda il monopolio di determinati ruoli. Ciò potrebbe far sì che anche i falsi continueranno a essere presenti e a ritagliarsi uno spazio importante nel mondo dell'arte. Il tema dell'interazione, a volte ben poco virtuosa, tra arte ed economia non è un argomento nuovo, ma ancora non è adeguatamente studiato con metodologia interdisciplinare. La letteratura economica a riguardo è piuttosto recente ma ancora alquanto limitata, come risulta dagli studi esaminati in questo lavoro, con alcune analisi e riflessioni su questo rapporto, a volte oscuro, che andrebbero approfondite ulteriormente.

Bibliografia

- Adam, G. (2007), "The Warhol effect: Moving from connoisseurship to brand recognition", *The Art Newspaper*, 01/01/2007.
- Adam, G. (2019), *Dark side of the boom. Controversie, intrighi, scandali nel mercato dell'arte*, Johan & Levi, Milano.
- Akerlof, G. A. (1970), "The Market for 'Lemons' : Quality Uncertainty and the Market Mechanism", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 84, No. 3, pp. 488-500.
- Albamonte, E. M. (2023), *Mercato globale dell'arte, cresce la domanda di opere anche online. La ripresa del commercio dopo la pandemia*, la Repubblica, 16/03/2023.
- Al-Ubaydli, O. e Boettke, P. (2011), *Markets as Economizers of Information: Field Experimental Examination of the "Hayek Hypothesis"*, Academia.edu da George Mason University, Working Paper in Economics No. 11-10.
- Amore, A. M. (2016), *The Art of the Con: The Most Notorious Fakes, Frauds, and Forgeries in the Art World*, St. Martin's Griffin, New York.
- Arnau, F. (2015), *Arte della falsificazione, falsificazione dell'arte*, Edizioni Ghibli, Milano.
- Arora, P. e Vermeulen, F. (2012), *The end of the art connoisseur? Experts and knowledge production in the visual arts in the digital age*, Information Communication and Society, Erasmus University Rotterdam, pp. 1-33.
- Arte Antica Senese*, catalogo della Mostra sull'Antica Arte Senese a cura della Commissione di Storia Patria, 1904 (Siena, Palazzo del Comune, aprile-ottobre 1904), Tip. e lit. Sordo Muti di L. Lazzeri, Siena.
- Bacelle, G. (2021), "Beltracchi, i due falsari d'arte alla 'Bonnie e Clyde' del XXI secolo", *WeWealth*, 14/05/2021.
- Barrett, Jr., J. A. (1996), Review of "Crimes Involving Art" by John E. Conklin, *The Journal of Criminal Law and Criminology*, Vol. 87 N. 1, pp. 334-358.
- Barricelli, S. (2018), "I falsi conterebbero per il 70% del mercato dell'arte contemporanea", *AGI Agenzia Giornalistica Italiana*, 22/05/2018.
- Behrman, S. N. (2005), *Duveen. Il re degli antiquari*, Sellerio, Palermo
- Bellandi, M. (2016), "La beffa del 1984. La storia delle teste false di Modigliani", *Modigliani 1909*, in Carboni, P. e Bellandi, M. (2016), *Amedeo Modigliani: le pietre d'inciampo: la storia delle vere teste di Modigliani*, Sillabe Editore, Livorno.
- Biglia, G. (2017), *Scandalo Knoedler; si chiude la decima causa legale contro Anne Freedman*, *Il Sole 24ore*, 20/09/2017.
- Bocart, F. e Oosterlinck, K. (2011), "Discoveries of fakes: their impact on the art market", *Economics Letters*, Vol. 113, pp. 124-126.

- Bolz, A. (2022), *A Regulatory Framework for the Art Market?: Authenticity, Forgeries and the Role of Art Experts*, Springer, Berlino.
- Bonami, F. (2019), *Gli artisti sono falsari o ladri?*, la Repubblica, 04/06/2019.
- Booton, D. E. (2011), “Mary Costelloe Berenson. Brief life of a Renaissance scholar: 1864-1945”, *Harvard Magazine*, pp. 30-31.
- Boucher, B. (2016), “8 Key Points to Know About the Knoedler Trial, Which Starts Today”, *Artnet*, 25/01/2016.
- Boucher, B. (2021), “Oops! A New Documentary About the Knoedler Fakes Scandal Accidentally Included an Artist’s Trick Image as Real”, *Artnet*, 05/03/2021.
- Brewer, J. (2005), “Art and Science: A Da Vinci Detective Story”, *Caltech University library*, Pasadena.
- Brewer, J., (2004), “The Art of the Deal”, *The New York Review*, 07/10/2004.
- Brocchieri, V. B., *L’ascesa economica degli Stati Uniti*, in *Enc. Treccani*, contributo tratto da *Storia della civiltà europea* a cura di Umberto Eco (2014).
- Bubmann, S. (2020), “I cinque falsari d'arte più famosi di sempre”, *Barnebys Magazine*, 07/05/2020.
- Calcani, G. (2020), *Falso! Il patrimonio culturale e la difesa dell'autenticità*, Edizioni Efesto, Roma.
- Cameron, S. (1995), “On the Role of Critics in the Culture Industry”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 19, No. 4, pp. 321-331.
- Candela, G. e Scorcu, A. E. (2004), *Economia delle arti*, Zanichelli, Bologna.
- Canevazzi, V. (2020), “Arte: originale, contraffazione, riproduzione o ispirazione?”, *WeWealth*.
- Casarin, C. (2015), *L’autenticità nell’arte contemporanea*, ZeL Edizioni, Treviso.
- Cavagna di Gualdana, G. (2020), *Quell’opera è falsa, o forse no. Il difficile giudizio sull’attribuzione di un’opera ad un artista (deceduto)*, ArtsLife, 12/02/2020.
- Cavina, A. O. e Natale, M. (2017), *Il falso specchio della realtà*, Umberto Allemandi, Torino.
- Ceccoli, M. G. (2021), “Investire in arte: cosa sapere prima di acquistare un'opera”, *Vanity Fair*, 06/06/2021.
- Charney, N. (2016), *Art & Crime: Exploring the Dark Side of the Art World*, Palgrave Macmillan, Londra.
- Cohen, R. (2017), *Bernard Berenson. Da Boston a Firenze*, Adelphi Edizioni, Bologna.

- Cometto, M. T. (2017), “La lezione dello scandalo Knoedler. I segnali d’allarme nelle truffe del mercato dell’arte”, *ArtsLife*, 27/09/2017.
- Conti, A. (1980), “Roberto Longhi e l’attribuzione”, *Annali della Scuola Normale Superiore di Pisa. Classe di Lettere e Filosofia*, Serie III, Vol. 10, No. 3, pp. 1093-1117.
- Correggia, F. (2015), *La falsificazione dell'arte e l'arte della falsificazione*, La Stampa, 16/07/2015.
- Costamagna, P. (2016), *Histoires d’oeils*, Grasset & Fasquelle, Parigi.
- Day, G. (2014), “Explaining the Art Market’s Thefts, Frauds, and Forgeries (And Why the Art Market Does Not Seem to Care)”, *Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law*, Vol. 16, No. 3, pp. 457-495.
- Deloitte (2020), *Lo stato dell’Arte. Una fotografia del settore Art & Finance ai tempi del COVID-19*, disponibile a:
https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/it/Documents/strategy/PrivateBrochure/Deloitte_Art&Finance_PulseSurvey.pdf
- Deloitte (2022), *Il mercato dell'arte e dei beni da collezione*, disponibile a:
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/it/Documents/strategy/PrivateBrochure/art-finance-report-2023-deloitte.pdf>
- Di Fazio, F. (2013), “Percezione, rappresentazione e memoria nella filosofia di Bergson”, *Consecutio rerum*, 14/04/2013.
- Dino, C. (2021), *Firenze, il mercante d’arte: «Così ho provato ad acquistare per 1500 euro un Caravaggio»*, Corriere Fiorentino, 13 aprile 2021.
- Donati, A. (2015), “Autenticità, Authenticité, Authenticity dell’opera d’arte. Diritto, mercato, prassi virtuose”, *Rivista di Diritto Civile*, No. 4 Luglio Agosto 2015, pp. 987-1025.
- Ducci, A. (2015), “Una questione di tatto: Berenson e Focillon”, M. Preti (a cura di), *Berenson e la Francia*, Studi di Memofonte, 14/2015, Firenze, pp. 98-119.
- Ekelund, R. B., Higgins, R., Jackson, J. D. (2019), “ART as meta-credence: authentication and the role of experts”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 44, pp. 155-171.
- Ekelund, R. B., Jackson, J. D., Tollison, R. D. (2017), *The Economics of American Art: Issues, Artists and Market Institutions*, Oxford University Press, New York.
- Erat, S. e Gneezy, U. (2016), “Incentives for creativity”, *Experimental Economics*, Vol. 19, pp. 269-280.
- Facchinetti, S. (2019), *Storie e segreti dal mercato dell’arte*, Il Mulino, Bologna.
- Facchinetti, S. (2022a), “L’irresistibile attrazione della copia”, *Il Giornale dell’Arte*, 29/12/2022.

- Facchinetti, S. (2022b), “La vista lunga del connaisseur. Per vendere meglio”, *Il Giornale dell’Arte*, 04/08/2022.
- Facchinetti, S. (2022c), “Opere affini, ricavi diversi”, *Il Giornale dell’Arte*, 03/06/2022.
- Facchinetti, S. (2023a), “Che cosa ci dicono i risultati delle aste newyorkesi?”, *Il Giornale dell’Arte*, 30/01/2024.
- Facchinetti, S. (2023b), “Lavinia Fontana sbanca il mercato con un nuovo ritratto di Antonietta Gonzalvus”, *Il Giornale dell’Arte*, 08/06/2023.
- Facchinetti, S. (2023c), “Meglio stare alla larga dalle attribuzioni-bomba: Caravaggio, Raffaello...”, *Il Giornale dell’Arte*, 15/11/2023.
- Feigen, R. (2013), “Why the fakes scandals at Knoedler and Beltracchi will not affect the market”, *The Art Newspaper*, 01/10/2013.
- Ferretti, M. (2009), “Il contributo dei falsari alla storia dell’arte”, *Annali della Scuola Normale Superiore di Pisa. Classe di Lettere e Filosofia*, Serie 5, Vol. 1, No. 1, pp. 189-226.
- Fincham, D. (2017), “Authenticating Art by Valuing Art Experts”, *Mississippi Law Journal*, Vol. 86, No. 567, pp. 567-626.
- Frey, B. S. (1999), *Art Fakes – What Fakes?, An Economic View*, Institute for Empirical Research in Economics University of Zurich, Working Paper No. 14.
- Friedländer, M. J. (1942), *On Art And Connoisseurship*, Beacon Press, Boston.
- Friedländer, M. J. (1955), *Il conoscitore d’arte*, Einaudi, Torino.
- G. B. Cavalcaselle. *Disegni da antichi maestri*, catalogo della mostra a cura di Moretti, L., 1973 (Venezia, Fondazione Giorgio Cini, 1973) Neri Pozza Editore, Milano.
- Gabutti, D. (2018), *Senza Duveen, l’uomo che convertì i capitalisti Usa al collezionismo, non esisterebbero le grandi pinacoteche nate dalle loro gallerie private*, *ItaliaOggi*, 17/02/2018.
- Giacomelli, M. E. (2016a), “Su falso, autentico e copia. Le questioni scottanti dell’arte”, *Artribune*, 24/01/2016.
- Giannini, F. (2016b), “Storia della critica d’arte: Bernard Berenson e il suo metodo”, *Finestre sull’Arte*, 27/07/2016.
- Giannini, F. (2019), “Come si attribuisce un dipinto: Giovanni Battista Cavalcaselle e il metodo dell’intuizione”, *Finestre sull’Arte*, 14/12/2015.
- Giannini, F., (2015), “Come si attribuisce un dipinto: Giovanni Morelli e i suoi ‘motivi sigla’”, *Finestre sull’Arte*, 01/12/2015.
- Giffen, R. (1891), “The Gresham Law”, *The Economic Journal*, Vol. 1, No. 2, pp. 304-306.

- Gilbert, L. (2015), “Have Multi-Million-Dollar Forgery Scandals Changed the Art Market for Good?”, *Artsy online*, 19/10/2024.
- Gilmore, M. P. (1976), The Berensons and Villa I Tatti, *Proceedings of the American Philosophical Society*, Vol. 120, No. 1, pp. 7–12.
- Ginsburgh, V., Radermecker, A.-S. e Tommasi, D. (2019), “The effect of experts’ opinion on prices of art works: The case of Peter Brueghel the Younger”, *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 159, pp. 36-50.
- Gonçalves, T. (2020), *Fakes in art: The intention to deceive and its effects on the art market*, Estética, Crítica e Curadoria. Atas do VII Congresso Mediterrânico de Estética, Università del Minho, Braga, 2019.
- González-Palacios, A. (1999), *Le tre età*, Longanesi & C., Milano.
- González-Palacios, A. (2022), *Forse è tutta questione di luca: Ritratti e incontri*, Salani Editore, Milano.
- Gopnik, B. (2013), *In Praise of Art Forgeries*, The New York Times, 02/11/2013.
- Grant, D. (2011), “Reading the tea leaves in the Knoedler mess”, *Artnet*, 2011.
- Guenzi, M. (2015), “La natura della domanda e la segmentazione del mercato dell’arte contemporanea”, *Economia & Diritto*, 01/01/2015.
- Haskell, F. (2000), *Mecenati e pittori: l'arte e la società italiane nell'età barocca*, Allemandi Editore, Torino.
- Haskell, F. (2008), *La nascita delle mostre. I dipinti degli antichi maestri e l'origine delle esposizioni d'arte*, Skira Editore, Milano.
- Hayek, F. A. (1945), “The Use of Knowledge in Society”, *The American Economic Review*, Vol. 35, No. 4, pp. 519-530.
- Hecker, S. (2020), “Collezionismo, i rischi: la provenienza dell'opera d'arte”, *WeWealth*, 05/06/2020.
- Hendon, W. S., Shanahan, J. L. e MacDonald, A. J. (a cura di), (1980), *Economic Policy for the Arts*, Abt Books, Cambridge, Massachusetts.
- Hilger, S. (2012), “The Americanisation of the European Economy after 1880”, *EGO - European History Online*, 14/05/2012.
- Hurley, W. e McDonough, L. (1995), “A Note on the Hayek Hypothesis and the Favorite-Longshot Bias in Parimutuel Betting”, *The American Economic Review*, Vol. 85, No. 4, pp- 949-955.
- Hutter, M. (2011), “Infinite Surprises: On the Stabilization of Value in the Creative Industries”, J. Beckert e P. Aspers (a cura di), *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy*, Oxford University Press, Oxford, pp. 201-220.

- Iamurri, L. (1997), “Berenson, la pittura moderna e la nuova critica italiana”, *Prospettiva*, Nn. 87-88 Luglio-Ottobre 1997, pp. 69-90.
- Ivanova, V. (2016), “Contemporary art and financialization: Two approaches”, *Finance and Society – Goldsmiths University of London*, Vol. 2, No. 2, pp. 127-137.
- Ivins, W. M. (1954), “A Note on Engraved Reproduction of Works of Art, in Miner, D. (a cura di), *Studies in Art and Literature for Belle da Costa Green*, Princeton University, New Jersey, pp. 193-196.
- Jasani, A. (2016), “De Sole v. Knoedler Gallery – A Field of Red Flags”, *ArtatLaw*, 31/03/2016.
- Jhala, K. (2023), “Un Rembrandt «riscoperto» potrebbe fruttare 15 milioni di sterline all’asta”, *Il Giornale dell’Arte*, 06/10/2023.
- Jones, M. (1990), *Fake? The art of deception*, University of California Press, Berkeley.
- Jucker, D. (2013), *Autenticità e mercato dell’arte: la responsabilità degli esperti*, intervento presentato dallo Studio Legale Jucker al convegno presso il Museo Cantonale, Lugano, 05 aprile 2013.
- Kallir, J. (2021), “Why Do Forgeries Sometimes Deceive Even the Most Venerable Experts? Because We All Want to Believe”, *Artnet*, 09/08/2021.
- Kazakina, K. (2009), *Bargains, secrecy bring art collectors to private sales*, The Arkansas Democrat-Gazette, 20/12/2009.
- Khezri, B. (2007), *The New Art of Art Finance*, The Wall Street Journal, 19/09/2007.
- Kinsella, E. (2014), “Knoedler Forger Misspelled ‘Pollock’”, *Artnet*, 12/06/2014
- Klasfeld, A. (2012), “Collector Says He Bought a Phony de Kooning”, *Courthouse News Service*, 11/07/2012.
- Langlais, P. (2021), “The Decline and Fall of Knoedler & Co.”, *Journal of Cultural Heritage Crime*, 30/06/2021.
- Linciano, N. e Soccorso, P. (2012), *La rilevazione della tolleranza al rischio degli investitori attraverso il questionario*, CONSOB, Discussion Paper No. 4.
- Lo Prete, M. V. (2015), *Comprereste un limone usato da una banca italiana? Akerlof e il Salvabanche*, Il Foglio, 21/12/2015.
- Locatelli, V., (2014), “‘Es sey das Sehen eine Kunst’. Sull’arte della connoisseurship e i suoi strumenti”, *Kunstgeschichte Open Peer Reviewed Journal*, pp. 1-35.
- Lorusso, S., Braida, A. M. e Natali, A. (2019), “Le diverse possibilità di valutazione di un’opera d’arte: il caso studio della Mona Lisa”, *Conservation Science in Cultural Heritage Journal*, pp. 319-326.
- Luzzatto, G. L. (1956), “Bernardo Berenson”, *Belfagor*, Vol. 11, No. 6, pp. 669-695.

Macaluso, M. (2020), “L’esperto e il falsario: i protagonisti di un delitto (quasi) perfetto”, S. Costa e A. L. Carpi (a cura di), *CollegArti 1/202*, Dipartimento delle Arti - Alma Mater Studiorum Università di Bologna, Bologna, pp. 31-34.

Madesani, A. (2018), “Storia dell’arte, sbagli e attribuzioni. Intervista a Philippe Costamagna”, *Artribune*, 17/06/2018.

Maggi, N. (2012), “Artisti, mercanti, collezionisti: appunti per una breve storia del mercato dell’arte 1/3”, *Collezione da Tiffany*, 12/06/2012.

Maggi, N. (2014), “Mercato: oltre il 50% dell’arte è falso”, *Collezione da Tiffany*, 17/10/2014.

Malatesta, S. (2006), *Duveen, l’arte di vendere l’arte*, la Repubblica, 20/08/2006.

Mantoan, D. (2016), “La fine dell’artista bohémien...o l’irresistibile ascesa dell’artista (auto)imprenditore”, *Senzacornice*, No. 18 Aprile / Luglio 2016, pp. 1-9.

Marcel Duchamp e la seduzione della copia, catalogo della mostra a cura di Franklin, P. B., 2023 (Venezia, Collezione Peggy Guggenheim, 14 ottobre 2023 – 18 marzo 2024), Marsilio Arte, Venezia.

Marinello, C. A. e Hasler, J. (2016), “What Is Due Diligence? Making the Case for a More Responsible Art Market”, N. Charney (a cura di), *Art Crime. Terrorists, Tomb Raiders, Forgers and Thieves*, Palgrave Macmillan, Londra, pp. 316-319.

Mariotto, S., *I falsi nel mercato dell’arte: solo costi o anche benefici?*, tesi di laurea magistrale, Università Ca’ Foscari di Venezia, a.a. 2020-2021, relatrice S. Funari.

Martina, G. (2016), “Creatività vacilla tra realtà e artificio. Colin: «Provocare, ma con etica»”, *Corriere Bari*, 24/06/2016.

Mazza, S. (2022), “La Madonna di Girolamo Alibrandi a Messina: e adesso cosa succederà?”, *Finestre sull’Arte*, 15/12/2022.

Mazza, S. (2022), *La Madonna di Girolamo Alibrandi a Messina: e adesso cosa succederà?*, *Finestre sull’Arte*, 15/12/2022.

Mazzaferro, G. (2019), “Donata Levi. Cavalcaselle. Il pioniere della conservazione dell’arte italiana”, *Letteratura artistica. Cross-cultural Studies in Art History Sources*. 26/09/2019.

Mazzaferro, G. (2023), *Il giovane Cavalcaselle: il più curioso, il più intrepido, il più appassionato di tutti gli affamati di pittura*, Olschki Editore, Firenze.

Mazzoni, G. (a cura di) (2004), *Falsi d’autore: Icilio Federico Joni e la cultura del falso tra Otto e Novecento*, Protagon Editori, Siena.

McAndrew, C. (a cura di) (2010), *Fine Art and High Finance: Expert Advice on the Economics of Ownership*, Bloomberg Press, New York.

- Mento, M. (2022), *La “Madonna con Bambino e San Giovannino” andrà all’asta il 25 novembre: appello di 250 messinesi*, *Gazzetta del Sud*, 21/11/2022.
- Miller, M. H. (2016), “The Big Fake: Behind the Scenes of Knoedler Gallery’s Downfall”, *ARTnews*, 25/04/2016.
- Monaco, A. M. (2014), *Giacomo Barri «francese» e il suo Viaggio pittoresco d'Italia. Gli anni a Venezia di un peintre-graveur scrittore d'arte nel Seicento*, Edifir Edizioni, Firenze.
- Morandotti, A. (2021), “ANNO ZERI | Senza l'intervento del conoscitore la storia diventa un mito”, *Il Giornale dell’Arte*, 05/10/2021.
- Morandotti, A. (2023), “Truffe o scoperte? Trappole per storici dell’arte”, *Il Giornale dell’Arte*, 29/06/2023.
- Moulard, J.G., Rice, D.H., Garrity, C.P. e Mangus, S.M. (2014), *Artist Authenticity: How Artists’ Passion and Commitment Shape Consumers’ Perceptions and Behavioral Intentions across Genders*. *Psychol. Mark.*, Vol. 31, pp. 576-590.
- Murray Brown, G. (2015), *How the fake art industry is forging ahead*, *Financial Times*, 03/02/2015.
- Nagel, A. (2004), *The copy and its evil twin: thirteen notes on forgery*, Massachusetts Institute of Technology, from Cabinet Nr. 14.
- Nanol, E. (2013), “The Man of La Belle Ferroniere”, *Getty Museum*, 23/05/2013.
- Natale, M. (2018), *Falsi e storia dell’arte, a volo d’uccello*, lavoro presentato al convegno interdisciplinare “Falso! Il patrimonio culturale e la difesa dell’autenticità”, Roma - Museo Nazionale Romano di Palazzo Altemps, 25-27 ottobre 2018.
- Nelson, P. (1970), “Information and Consumer Behavior”, *Journal of Political Economy*, Vol. 78, No. 2, pp. 311-329.
- Pacelli, L. (2022), “Le pieghe nascoste del mercato dell’arte: un focus a partire da ‘Dark Side of the Boom’ di G. Adam”, *Journal of Cultural Heritage Crime*, 26/07/2022.
- Pareschi, S. (2013), “Perché le contraffazioni sono la più grande arte della nostra epoca – Un’intervista a Jonathon Keats”, *Nazione Indiana*, 12/01/2013.
- Pasciuto, T. (2018), “Falsi d’autore. Il caso van Meegeren”, *Journal of Cultural Heritage Crime*, 13/07/2018.
- Pelligra, V. (2021a), *Informazione, motivazione e la strana “Ipotesi di Hayek”*, *Il Sole 24ore*, 19/09/2021.
- Pelligra, V. (2021b), *Le Rane, Thomas Gresham e l’eterna lotta tra moneta buona e moneta cattiva*, *Il Sole 24ore*, 03/10/2021.
- Perrotti, G. (2013), “Esperienza artistica e conoscenza”, *Istituto Gestalt Firenze*, 15/10/2013.

- Pierpaoli, G., *La nascita della connoisseurship*, in *Enc. Treccani*, contributo tratto da *Storia della civiltà europea* a cura di Umberto Eco (2014), 2014.
- Pinelli, A. (2007), “Intenzione, invenzione, artificio. Spunti per una teoria della ricezione dei cicli figurativi di età rinascimentale”, *Ricerche di storia dell’arte*, 91-92, pp. 7-42.
- Pini, F. (2017), *Ora ti vendo il capolavoro*, Corriere della Sera, 21/12/2017.
- Poli, F. (2007), *Il sistema dell’arte contemporanea: produzione artistica, mercato, musei*, GLF editori Laterza, Roma-Bari.
- Pomian, K. (2021), *Il museo. Una storia mondiale - I. Dal tesoro al museo*, Einaudi editore, Torino.
- Pomian, K. (2021), *Il museo. Una storia mondiale - II. L’affermazione europea, 1789-1850*, Einaudi editore, Torino.
- Pommerehne, W. W. e Granica, J. M. (1995), “Perfect Reproductions of Works of Art: Substitutes or Heresy?”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 19, pp. 237-249.
- Pope-Hennessy, J., *BERENSON, Bernard*, in *Enc. Treccani*, Vol. 34, 1988.
- Prokop, D., *von Neumann–Morgenstern utility function. Decision theory*, in *Encyclopedia Britannica*, 2023.
- Reitlinger, G. (1961), *The economics of taste : the rise and the fall of picture prices 1760-1960*, Barrie & Rockliff, Londra.
- Ronzoni, D. (2021), Il trucco c’è | Made You Look mette in scena l’irresistibile tentazione di credere ai truffatori, *Linkiesta*, 10/03/2021.
- Russo, A. (2010), “Gli artisti nell'Ottocento: tra Accademia e mercato”, *Finestre sull’Arte*, 05/2010.
- Sala, F. (2014), “Arrestato in Spagna il complice dell’art dealer che causò il fallimento della storica Knoedler Gallery. Piazzando falsi per 80 milioni di dollari”, *Artribune*, 25/04/2014.
- Salisbury, L. e Sujo, A. (2010), *Provenance: how a con man and a forger rewrote the history of modern art*, Penguin Publishing Group, New York.
- Sallay, D. (2018), «Pratichissimo della scuola senese»: Johann Anton Ramboux conoscitore, presentato negli atti del convegno “I conoscitori tedeschi tra Otto e Novecento”, Kunsthistorisches Institut Firenze, 2013.
- Salomon, T. C. (2021), “La Natività nell’arte | Giorgione”, *Il Giornale dell’Arte*, 24/12/2021.
- Santagata, W. (1998), *Simbolo e merce. I mercati dei giovani artisti e le istituzioni dell’arte contemporanea*, Il Mulino, Bologna.

Schapiro, M. (1949), “Aesthetics and History in the Visual Arts; and Sketch for a Self-Portrait by Bernard Berenson”, *Commentary Magazine*, 12/1949.

Schapiro, M. (1961), “I valori di Berenson”, *Tempo presente*, anno VI n.3, pp. 209-218.

Sciolla, G. C. (1995), *La critica d'arte del Novecento*, UTET Libreria, Torino.

Scitovszky, T. (1944), “Some Consequences of the Habit of Judging Quality by Price”, *The Review of Economic Studies*, Vol. 12, No. 2, pp. 100-105.

Scorcu, A., Vici, L., e Zanola, R. (2021), “To fake or not to fake: An empirical investigation on the fine art market”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 45, pp. 143-152.

Sebastianelli, M. (2016), “La ricerca tecnico-scientifica come supporto dello studio storico-artistico nell'attribuzione delle opere d'arte”, *Conservation Science in Cultural Heritage. Historical -Technical Journal*, pp. 166-183.

Secco, A., *L'industria dell'arte in Francia: il caso della Maison Goupil*, tesi di laurea magistrale, Università Ca' Foscari di Venezia, a.a. 2013-2014, relatrice M. C. Piva.

Shnayerson, M. (2012), “A Question of Provenance”, *Vanity Fair*, 23/04/2012.

Simpson, C. (1987), *The partnership: the secret association of Bernard Berenson and Joseph Duveen*, The Bodley Head, Londra.

Singer, L. P. (1988), “Phenomenology and economics of art markets: An art historical perspective”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 12, No. 1, pp. 27-40.

Singer, L. P. e Lynch, G. A. (1997), “Are Multiple Art Markets Rational?”, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 21, pp. 197-218.

Sivieri, R. (2022), “Fernand Legros e la vita come opera d'arte (falsa)”, *Frammenti Rivista*, 20/09/2022.

Smith, V. (1982), “Markets as economizers of information: experimental examination of the ‘Hayek Hypothesis’”, *Academia.edu da Economic Inquiry*, Vol. 20, No. 2, pp. 165-179.

Spaenjers, C., Goetzmann, W. N. e Mamonova, E. (2015), “The economics of aesthetics and record prices for art since 1701”, *Explorations in Economic History*, Vol. 57, pp. 79-94.

Spence, M. (1973), “Job Market Signaling”, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87, No. 3, pp. 355-374.

Stabili, S. (2020), “L'autenticità delle opere d'arte e il valore delle expertise”, *WeWealth*, 20/11/2020.

Stigler, G. J. (1961), “The Economics of Information”, *The Journal of Political Economy*, Vol. 69, No. 3, pp. 213-225.

- Sullivan, N. (2005), "Gresham's Law, Fact of Falsehood?", *Student Economic Review Trinity College Dublin*, Vol. 19, pp. 17-25.
- Taylor, J. (2016), "The rise and fall of the Knoedler, New York's most notorious art gallery", *The Conversation journal*, 05/02/2016.
- Taylor, J. (2021), "Art Forgers and the Deconstruction of Genius", *Journal for Art Market Studies*, Vol. 5, N. 1, pp. 1-13.
- Tietenberg, A. (2022), "What does 'curating' mean today? Potential for transnational collaborations", ifa Edition Culture and Foreign Policy (a cura di), *Institute for Foreign Cultural Relations*, Stoccarda.
- Toepler, S. (2002), "Review of 'Arts & Economics: Analysis & Cultural Policy by Bruno S. Frey'", *Journal of Cultural Economics*, Vol. 26, No. 1, pp. 79-81.
- Toffanello, M. (2011), *Storia delle mostre d'arte antica*, Università degli studi di Ferrara, Ferrara.
- Varlese, L. (2024), "L'oligarca russo e la causa persa con Sotheby's. Il Salvator Mundi di Leonardo è una spy story", *HuffPost Italia*, 31/01/2024.
- Venturi, R. (2016), "Il falsario come vittima del sistema / Troppo veri per essere falsi", *Doppiozero*, 23/03/2016.
- Veramente Falso*, catalogo della Mostra a cura di Madeleine Arzenton e della Fondation Cartier pour l'art contemporain, 1991 (Milano, Rotonda della Besana, 9 febbraio-31 marzo 1991), Mondadori Editore, Milano.
- Visconti, A. (2020), "Contraffazione di opere d'arte e posizione del curatore d'archivio", *Aedon*, No. 1, 10/04/2020.
- Weber, E. U. (2010), "Risk attitude and preference", *Wiley interdisciplinary reviews. Cognitive science*, Vol. 1, pp. 79-88.
- Wolz, S. W. e Carbon, C. C., (2014), "What's Wrong with an Art Fake? Cognitive and Emotional Variables Influenced by Authenticity Status of Artworks", *Leonardo journal*, Vol. 47 No. 5, pp. 467-473.
- Zevi, A. (1982), "Il caso di 'un Murillo'", *Itálica. Cuadernos de trabajo de la Escuela Española de Historia y Arqueología en Roma*, Vol. 16, pp. 229-236.

Sitografia

About Art online, <https://www.aboutartonline.com/il-leonardo-americano-tra-antiquari-specialisti-e-giudici-un-caso-di-scuola-per-aprire-gli-occhi/>, ultimo accesso 11/12/2023.

Ansa.it, https://www.ansa.it/sito/notizie/economia/ofc/abc_investimenti/2018/02/16/consulenza-finanziaria-tolleranza-al-rischio-vs-capacita-di-sostenere-le-perdite_a0124c2c-f2c4-4271-a3ab-c7b5027634a7.html , ultimo accesso 09/02/2024.

Art History News, https://www.arthistorynews.com/articles/2485_Fakes_and_connoisseurship, ultimo accesso 08/11/2023.

Arte Ricerca, <http://www.artericerca.com/Articoli%20Online/I%20Falsi%20nell'Arte%20-%20Parte%20seconda%20-%20Giorgio%20Catania.htm>, ultimo accesso 15/02/2024.

Associazione Culturale DEA SABINA, <http://www.abcvox.info/tag/jacques-louis-david/>, ultimo accesso 11/02/2024.

Bankpedia, https://www.bankpedia.org/termine.php?lingua=it&c_id=23702-bene-privato, ultimo accesso 08/02/2024.

Bellezze d'arte, <https://bellezzedarte.wordpress.com/2013/12/06/come-si-stima-il-valore-di-unopera-darte-expertise-perizie-stime-e-valutazioni/>, ultimo accesso 11/02/2024.

Bernard & Mary Berenson, <https://itatti.harvard.edu/berenson-library/collections/historical-archives/berenson>, ultimo accesso 07/12/2023.

Brocardi, <https://www.brocardi.it/C/caveat-emptor.html>, ultimo accesso 25/01/2024.

CAA Standards & Guidelines – Authentications and Attributions, <https://www.collegeart.org/standards-and-guidelines/guidelines/authentications>, ultimo accesso 07/12/2023

Casa d'aste Pandolfini, <https://www.pandolfini.it/it/asta-0317/icilio-federico-ioni.asp> , ultimo accesso 25/11/2023.

CBC Documentary Channel, <https://www.cbc.ca/documentarychannel/features/brilliant-forgers-works-sell-for-millions-and-expose-flaws-in-the-venerable> , ultimo accesso 21/01/2024.

CBC News, <https://www.cbc.ca/documentarychannel/features/brilliant-forgers-works-sell-for-millions-and-expose-flaws-in-the-venerable>, ultimo accesso 11/02/2024.

Center for art law, <https://itsartlaw.org/2014/08/11/knoedler-obituary-1857-2011-select-legal-history-of-the-oldest-american-art-gallery-2/> , ultimo accesso il 21/01/2024.

Colnaghi - Old Masters, <https://www.colnaghi.com/old-masters> , ultimo accesso 24/01/2024.

Consecutio rerum, <http://www.consecutio.org/2013/04/percezione-rappresentazione-e-memoria-nella-filosofia-di-bergson/#:~:text=In%20quest'opera%20Bergson%20distingue,il%20movimento%20vitale%20si%20attualizza.,> ultimo accesso 11/02/2024.

Cuneo24, <https://www.cuneo24.it/?p=112016>, ultimo accesso 16/02/2024.

Ekphrasis, <https://ekphrasis.it/dal-connoisseur-allo-specialista-levoluzione-del-vendere-larte/>, ultimo accesso 15/11/2023.

Emettiladaparte Blog, <https://www.emettiladaparte.com/arte-soldi/>, ultimo accesso 15/11/2023.

Enciclopedia Treccani, https://www.treccani.it/enciclopedia/l-arte-delle-mostre_%28XXI-Secolo%29/, ultimo accesso 15/11/2023.

FasterCapital, <https://fastercapital.com/content/Price-Manipulation-in-the-Art-Market--A-Look-at-the-Dark-Side-of-the-Industry.html#The-Influence-of-Art-Critics-and-Experts-on-Market-Prices>, ultimo accesso 11/02/2024.

Fineartmultiple, <https://fineartmultiple.com/blog/mark-rofko-jackson-pollok/>, ultimo accesso 11/02/2024.

First Online <https://www.firstonline.info/berenson-il-piu-grande-esempio-della-critica-darte/>, ultimo accesso 15/11/2023.

History of ASA <https://www.appraisers.org/about/history-of-asa>, ultimo accesso 07/12/2023.

Igor Vitale, <https://www.igorvitale.org/la-teoria-dellutilita-attesa-significato-e-definizione/>, ultimo accesso 04/02/2024.

Il Sole 24 Ore, https://st.ilsole24ore.com/art/arteconomy/2012-05-01/caro-mr-berenson-voglio-quel-crivelli-073953.shtml?uuid=AbLLC0VF&refresh__ce=1, ultimo accesso 16/02/2024.

Ilperitodarte.it, <https://www.ilperitodarte.it/autenticare-un-opera-d-arte/>, ultimo accesso 11/02/2024.

Investopedia, <https://www.investopedia.com/terms/u/utility.asp>, ultimo accesso 01/12/2023.

Italia Oggi, <https://www.italiaoggi.it/news/senza-duveen-l-uomo-che-converti-i-capitalisti-usa-al-collezionismo-non-esisterebbero-le-grandi-pinacoteche-2247748>, ultimo accesso 15/11/2023.

Kunsthistorisches Institut in Florenz,
<https://www.khi.fi.it/it/aktuelles/ausstellungen/2017-11-ramboux.php>, ultimo accesso 11/02/2024.

Mary Berenson, <https://itatti.harvard.edu/mary-berenson#:~:text=In%201888%2C%20Bernard%20Berenson%20was,passionate%20bu%20clandestine%20romance%20blossomed>, ultimo accesso 07/12/2023.

Momarte, <https://www.momarte.com/blog/guide/il-mercato-dell-arte-introduzione>, ultimo accesso 11/02/2024.

News-Art, <https://news-art.it/news/conoscitori--studiosi--collezionisti--chi-ha-paura-della-di.htm>, ultimo accesso 11/02/2024.

Obiettivo Investigazione, <https://obiettivoinvestigazione.it/investigazione-nell-arte/i-falsi-nellarte/>, ultimo accesso 11/02/2024.

Osservatorio Globalizzazione, <https://osservatorioglobalizzazione.it/osservatorio/stati-uniti-ascesa/>, ultimo accesso 15/02/2024.

Pangea News, <https://www.pangea.news/la-storia-del-falsario-del-guercino-che-ha-riempito-di-sole-le-collezioni-di-mezzo-mondo-dagli-uffizi-a-honolulu-ce-la-racconta-chi-lo-ha-incastrato-giulio-zavatta/>, ultimo accesso 08/11/2023.

Peggy Guggenheim Collection, <https://www.guggenheim-venice.it/arte/approfondimenti/amici-di-peggy/bernard-berenson/>, ultimo accesso 08/11/2023.

Perizieartistiche.it, <https://www.perizieartistiche.it/2019/03/20/icilio-federico-joni-p-a-i-c-a-p-per-andare-in-culo-al-prossimo/>, ultimo accesso 08/11/2023.

Phaidon Press, <https://www.phaidon.com/agenda/art/articles/2015/september/01/did-this-forger-actually-want-smarter-art-experts/>, ultimo accesso 08/11/2023.

Rome Business School <https://romebusinessschool.com/it/blog/studio-di-rome-business-school-in-italia-cresce-il-mercato-della-contraffazione-sono-4-le-opere-darte-contraffatte-vendute-al-giorno-nel-5-paese-al-mondo-per-valore-del-mercato-nero/>, ultimo accesso 21/11/2023.

Smithsonian Institution Archives, <https://www.aaa.si.edu/collections/david-herbert-papers-6259> , ultimo accesso 22/01/2024.

Speakart, <https://www.speakart.it/en/knoedler-gallery-scandal-becomes-a-netflix-documentary/> , ultimo accesso 21/01/2024.

Tamara Follesa <https://www.tamarafollesa.it/2020/12/04/declinazioni-sul-falso-falsi-veri-e-falsi-leciti/> , ultimo accesso 01/12/2023.

Tamara Follesa <https://www.tamarafollesa.it/il-fascino-del-doppio-la-belleferroni%3%A8re/>, ultimo accesso 11/12/2023.

The Getty Research Institute
https://www.getty.edu/research/special_collections/notable/knoedler.html , ultimo accesso 21/01/2024.

ThoughtCo., <https://www.thoughtco.com/robber-baron-definition-1773342#:~:text=Robber%20Baron%20was%20a%20term,but%20actually%20dated%20back%20centuries>, ultimo accesso 15/02/2024.

Verso l'Arte <https://www.emettiladaparte.com/rapporto-storia-mercato-arte/>, ultimo accesso il 15/11/2023.

Victoria Olsen, <https://www.victoriaolsen.com/currentproject/rabbithole1>, ultimo accesso 11/02/2024.