

Deloitte.
Private



Il mercato dell'arte e dei beni da collezione
Speciale "Lo stato dell'arte ai tempi del Covid-19"

Report 2021

Indice

1. Il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel 2020

[Overview](#)

[Principali risultati e record nelle vendite all'asta del 2020](#)

[Metodologia](#)

[Il mercato della pittura nelle diverse piazze internazionali](#)

[Il mercato della pittura per comparto](#)

[Il mercato dei Passion Assets](#)

[Il mercato delle Classic Cars nel 2020](#)

[Conclusioni e possibili outlook per il futuro](#)

2. Interviste agli operatori ed esperti del settore

[Mariolina Bassetti](#)

[Cristiano De Lorenzo](#)

[Guido Wannenes](#)

[Rossella Novarini](#)

[Italo Carli](#)

[Alessandro Guerrini](#)

[Riccardo Motta](#)

3. Lo stato dell'arte ai tempi del Covid-19 Seconda edizione

[Metodologia e ambiti di analisi del questionario](#)

[L'ecosistema del settore artistico-culturale](#)

[La parola agli operatori di settore](#)

[Conclusioni](#)

Biografia dell'artista

Liu Bolin nasce nel 1973 nella provincia nord-orientale dello Shandong. Durante la sua formazione avvenuta all'interno della rinomata Accademia Centrale d'Arte Applicata diviene allievo del celebre artista Sui Jianguo, suo mentore agli inizi della carriera. Liu Bolin cresce e si forma nel fermento che coincide con l'inizio del rapido sviluppo economico e di una relativa stabilità politica per la Cina, un periodo di profondi cambiamenti testimoniati negli scatti della serie Hiding in the City che lo hanno reso famoso, in cui tocca i temi universali del rapporto uomo-natura e tra pensiero e potere politico. La ricerca in questo solco è iniziata nel 2005 nel Suojia Village di Pechino, smantellato nel novembre di quell'anno dalle autorità, e non si è ancora arrestata. La sua prima mostra personale risale al 1998 a Pechino. Da allora le sue foto e le sculture tipiche della sua produzione sono state esposte nel più importante festival di fotografia contemporanea Les Rencontres d'Arles e in prestigiosi musei internazionali.

Tra i più recenti solo show vanno ricordati: La forma profonda del reale, Università Bocconi, Milano (2019); Liu Bolin. Visible/Invisible, Mudec - Museo delle Culture, Milano (2019); The Theatre of Appearances al Musée de l'Élysée, Losanna (2019); Liu Bolin. The Invisible Man, Palacio de Gaviria, Madrid (2019); Liu Bolin. The Invisible Man, Complesso del Vittoriano, Roma (2018); Liu Bolin: The Invisible Man, Erarta Museum, San Pietroburgo (2018); Ghost Stories, Maison Européenne de la Photographie, Parigi (2017); Galerie Party, Centre Pompidou - Acte II with Liu Bolin, Centre Pompidou, Galerie des enfants, Parigi (2017). Nel 2015 il Museo de Contemporáneo di Buenos Aires lo invita per la personale Desapareciendo; l'anno successivo gli viene commissionato per il palazzo di New York, sede delle Nazioni Unite, il progetto We Are What We Eat. In Europa il lavoro dell'artista è stato divulgato anche attraverso le mostre italiane A Secret Tour al Museo H.C. Andersen di Roma (2012) e Hiding in Italy alla Fondazione Forma per la Fotografia di Milano (2010), e con la personale in Svezia The Invisible Man al Fotografiska Museet di Stoccolma (2011).

Liu Bolin ha partecipato a diversi progetti artistici che lo hanno visto collaborare con altri importanti artisti contemporanei internazionali quali Botero, JR, Carlos Cruz-Diez, Kenny Scharf e Rero. Nel 2013 ha partecipato in qualità di relatore ai TED di Los Angeles. Liu Bolin ha inoltre collaborato con diversi marchi di lusso del mondo della moda, come Valentino, Jean Paul Gaultier, Tod's e altri. È stato testimonial per il 2017/2018 del marchio Moncler, in una campagna firmata da Annie Leibovitz, e nel 2018 è stato artista dell'anno della champagneria francese Ruinart. Oggi vive e lavora a Pechino.

Prefazione

A poco più di un anno dal primo lockdown avvenuto in Italia, sembra che poco sia cambiato, per lo meno nella percezione dei principali operatori del settore artistico-culturale. Lo sconforto sembra aver preso il sopravvento.

Eppure il mondo dell'arte nel suo complesso ha dimostrato grande tempestività nella reazione alla crisi socio-economica senza precedenti che si è verificata e di cui risulta difficile prevedere la fine. In un primo momento la reazione è consistita in una rincorsa all'innovazione digitale, che aveva interessato fino a quel momento principalmente le organizzazioni di medie e grandi dimensioni, ma che risultava obsoleto per la larga parte del settore, se comparato con le dinamiche di molti altri mercati dell'economia globale.

Ora però si tratta di passare da una pura digitalizzazione dell'offerta a un ripensamento del settore a livello sistemico, con un maggiore orientamento alla sostenibilità, alla collaborazione e al progresso.

Il presente report si pone l'obiettivo di offrire una panoramica su quanto avvenuto nell'anno dello scoppio della pandemia, il 2020, cercando di fare una sintesi dell'evolversi di un mondo che, messo alle strette dalla crisi pandemica, ha rimesso in discussione i propri standard consolidati, orientandosi verso una maggiore digitalizzazione e, come conseguenza, verso una inedita spinta all'innovazione.

Il confronto con operatori di settore, collezionisti, musei, gallerie d'arte, case d'asta, fiere, appassionati d'arte in genere, ha consentito inoltre di raccogliere percezioni e previsioni per il futuro in relazione sia alla fruizione sia agli acquisti d'arte online, presentati nel corso del report, che si articola in tre capitoli.

Il primo, **Il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel 2020**, a cura di Pietro Ripa e Roberta Ghilardi, presenta i risultati che hanno connotato il mercato dell'arte e dei beni da collezione nel corso del 2020, l'anno che ha sperimentato la più grande recessione dalla crisi finanziaria del 2009.

Il secondo capitolo è dedicato alle **interviste agli operatori ed esperti del settore** che, grazie alla loro testimonianza, hanno contribuito a comprendere ed approfondire le sfide, le strategie adottate e il percepito riguardo al futuro del settore e in particolare all'ambito specifico in cui operano.

La terza e ultima parte del report, **Lo stato dell'arte ai tempi del Covid-19**, presenta infine i risultati della seconda survey condotta da Deloitte Private che indaga in particolare le percezioni relative all'efficacia delle esperienze digitali di acquisto e fruizione dell'arte, nonché alle principali aspettative per il futuro. I risultati sono stati messi a confronto con la prima edizione della survey presentata a novembre 2020 in modo da poter delineare tempestivamente i trend in rapido sviluppo a causa della estrema volatilità delle dinamiche economiche e sociali del momento.

Nella sempre più forte convinzione che arte, bellezza e cultura siano in grado di contribuire in modo importante al benessere dell'intera società, tanto che le misure del Recovery Fund sono destinate al sostegno dell'arte e cultura oltre che della digitalizzazione nell'arte, ci auguriamo che il nostro lavoro possa fornire stimoli per affrontare un futuro che appare tuttora incerto.

Auguro a tutti una buona lettura.

Ernesto Lanzillo

Il mercato delle Classic Cars nel 2020

A cura di Gianluigi Vignola (ADEMY Ltd)

Introduzione

Il mercato delle Classic Car può fluttuare in funzione della domanda, guidata da comunicazione, costume, gusto e dalla controtendenza finanziaria dei mercati mobiliare ed immobiliare.

Ma nel 2020 si è aggiunto un fenomeno nuovo, che crea un punto di discontinuità rispetto agli ultimi 20 anni di osservazione il mercato. La pandemia ed i conseguenti lockdown, infatti, da un lato hanno tolto alle Classic Car l'importantissimo aspetto di fruibilità sociale degli eventi ad esse legati, oltre alla più generale limitazione della mobilità, dall'altro hanno enfatizzato la componente di investimento rifugio a fronte dell'incertezza che si viene a creare negli investimenti tradizionali nei momenti di discontinuità.

La presente sezione è **sviluppata da ADEMY (Automotive Data Evaluation Market Yield, Società inglese specializzata in ricerche in servizi di advisory ed analisi di mercato delle Classic Car)** ed è una sintesi dell'ADEMY report pubblicato ad ottobre 2020, che intende orientare collezionisti, investitori ed operatori del settore, fornendo una visione chiara ed oggettiva dell'andamento dei vari segmenti orizzontali del mercato ed ancora individuando tendenze di singoli Modelli e Serie. In particolare, il report annuale che analizza sia gli aspetti storici e tendenziali del mercato delle auto da collezione, in questa edizione ha verificato anche **l'impatto del Covid sull'andamento delle transazioni d'asta tutto il mondo registrate fino al 30 settembre 2020.**



Contesto globale

La definizione di "Mercato delle Classic Car" dovrebbe essere estesa a "Classic Vehicles and Collectibles", perché il giro d'affari delle aste include tutti gli oggetti associati al collezionismo veicolare, come Moto, Automobilia, Insegne, Libri, auto a pedali. Limitando il perimetro d'analisi alle Youngtimer ed Instant Classic, si stima che il numero di auto collezionabili esistenti nel mondo sia tra gli 11 ed i 13 milioni di esemplari, per un valore complessivo compreso tra €120 e €200 Mld. Nel 2019 sono stati movimentati tra i €18 ed i €20 Mld, mentre la stima per tutto il 2020 potrebbe sfiorare i €14-15 Mld.

Le vendite all'asta, le uniche tracciabili, rappresentano solo il 9-10% in valore del mercato, non includendo le vendite private e quelle dei commercianti. Il valore medio delle auto proposte in asta è ben più elevato rispetto al valore medio del parco esistente, che si attesta intorno ai €15.000, ed è da sottolineare che la permanenza media di un'auto in collezione risulta compresa tra 8 e 10 anni¹⁰⁸.

ADEMY Classic Car Indexes

ADEMY Classic Car Index

Volume-Quantity
AVI - AQI

ATLI

Top Lot Index

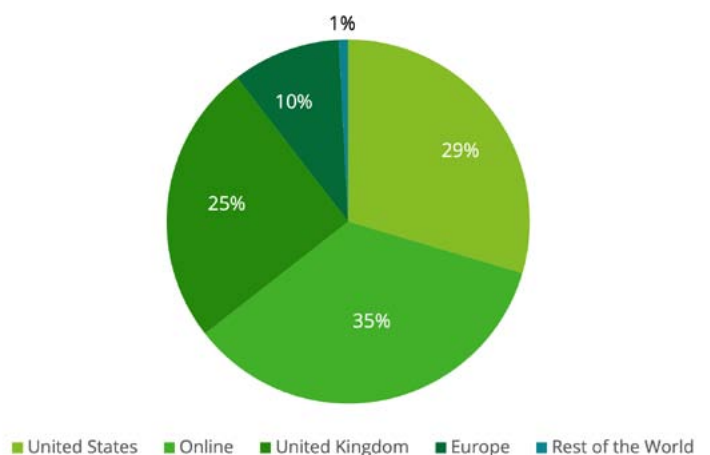
AMCI

Mid Cap Index

ASCI

Small Cap Index

Nr. of cars sold 3Q 2020



Dal mese di marzo 2020, soprattutto negli USA, **le case d'asta hanno bruscamente convertito i tradizionali appuntamenti in presenza in aste online**, dando inizio ad un fenomeno, guidato principalmente da Barret-Jackson, Mecum e Bring a Trailer, destinato a proseguire anche dopo la fine della pandemia. L'efficace virtualizzazione del processo di presentazione e vendita di un veicolo, standardizzando e dettagliando con foto, video e documenti le auto proposte, ha raggiunto un grado di affidabilità e precisione sufficiente a consentire l'acquisto di un mezzo dinamico come l'auto, anche da remoto.

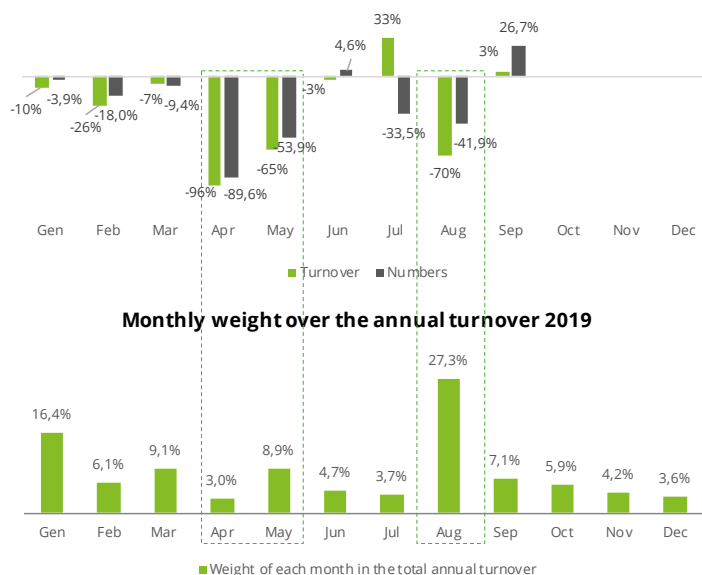
È possibile individuare **due principali tipologie di aste online**: la prima, quella proposta dalle case d'asta più tradizionali, quali RM, Bonhams o Artcurial, che pur virtualizzando l'incanto, hanno continuato a riunire le vetture in un sito, con i medesimi costi logistici, oggi non sostenibili a causa della diminuzione della domanda e della conseguente riduzione dei prezzi e delle commissioni; la seconda, quella delle **aste originariamente virtuali**, che hanno migliorato le strategie di vendita e sono riuscite ad attrarre maggiore attenzione da parte dei collezionisti. Ne è prova la acquisizione di BaT (Bring a Trailer), la più importante piattaforma di aste online fondata nel 2007 da Randy Nonnenberg and Gentry Underwood, da parte di Hearst Autos.

Volumi ed andamento del mercato

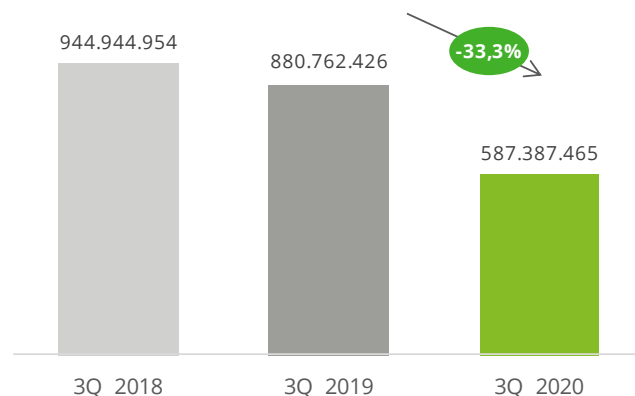
Lo shock della **pandemia ha avuto un forte impatto sul mercato delle auto da collezione**, che nei primi 9 mesi del 2020 ha registrato un fatturato complessivo di €587,0 Mln, in calo del -33,3% rispetto agli €880,0 Mln dello stesso periodo del 2019. Si è ridotto del -25,7% anche il numero di auto vendute nello stesso periodo, passato da 9.212 nel 2019 a 6.840.

Mentre il primo trimestre è assimilabile a quello del 2019, in Q2 e Q3 vi è stata una vera e propria sospensione delle vendite ad eccezione di quelle concluse online. In particolare, il segmento Top Lot mostra la maggiore riduzione sia del fatturato (-48%) che del numero di auto vendute (-39%). Il Mid Cap è il segmento più resistente delle tre fasce, pur perdendo quasi un quarto dei suoi valori. Il segmento Small Cap diminuisce del -23% delle auto vendute e del -31% del fatturato.

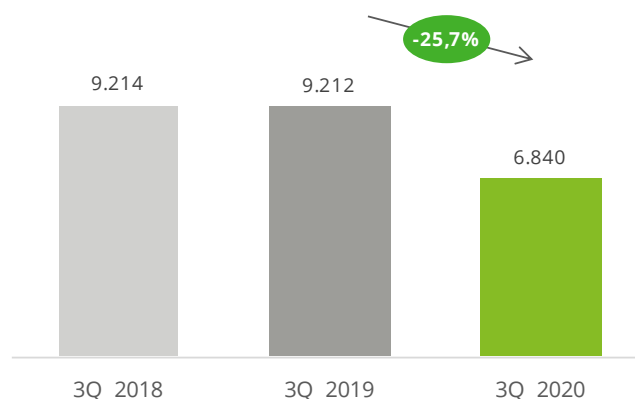
YoY variations of monthly turnover (Jan.-Sep. 2020)



Turnover 3Q 2020 vs 3Q 2019 (M€)



Number of cars sold 3Q 2020 vs 3Q 2019 (M€)

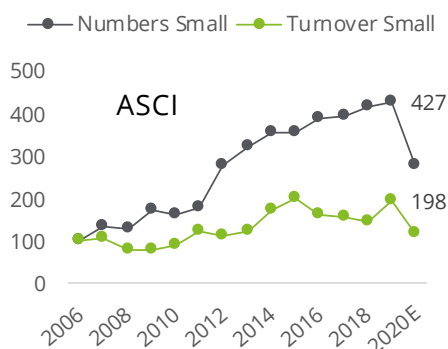


Nel mese di giugno vi è stata una ripresa delle vendite tradizionali, ma con una evidente sofferenza nel mese di agosto, quello più importante dell'anno, con soli 69 M€ in luogo dei 233 M€ del 2019. Per contenere le perdite dovute ai costi fissi, è stato rialzato il valore minimo dei lotti, ma le case hanno anche constatato che i Top Lot, in virtuale non si vendono ancora.

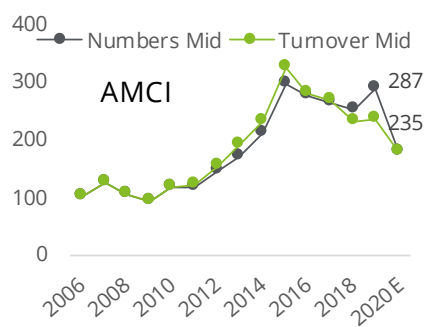
L'analisi dell'andamento dei lotti invenduti dimostra che quelli fino a 30.000€ diventano definitivamente oggetto delle pure aste online, i Top Lot tornano all'intermediazione dei broker, mentre i lotti tra i €50.000 ed i €300.000 rappresentano, pur con una lieve diminuzione dei prezzi il range di valore, di gradimento dei collezionisti che hanno dovuto adattarsi ad acquistare senza poter vedere o provare l'auto.



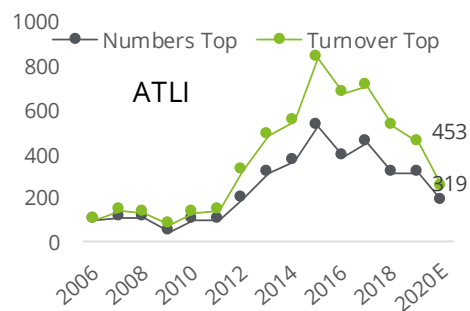
Small Cap Index Numbers vs Turnover (2006=100)



Mid Cap Index Numbers vs Turnover (2006=100)



Top Lot Index Numbers vs Turnover (2006=100)

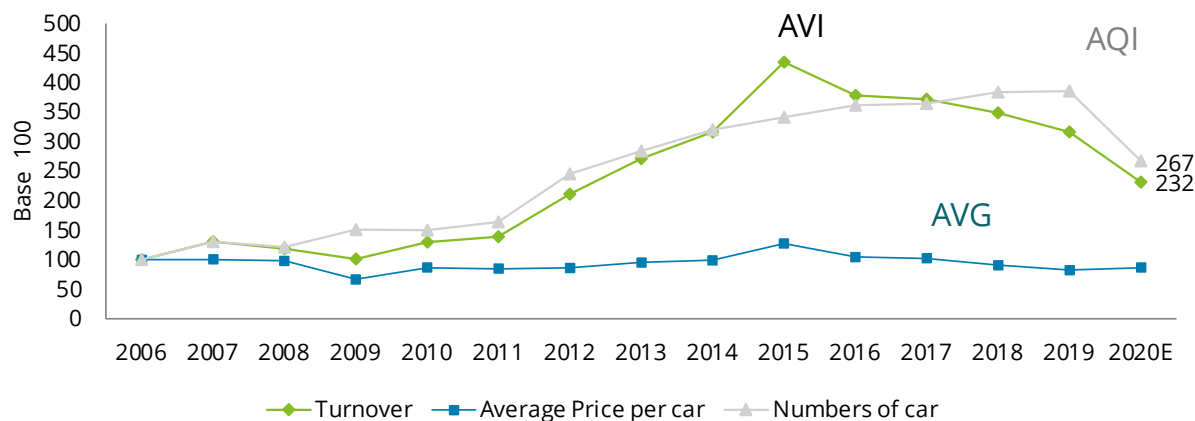


Indici del Mercato 2006 - 2020

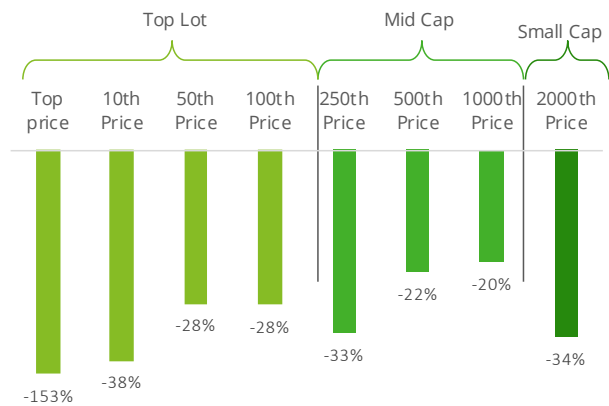
Il mercato degli ultimi anni ha continuato ad assestarsi, dal picco del 2015 culminato con l'asta Milleruote proprio a Milano, che ha visto le quotazioni, che erano salite maggiormente, ritornare ai valori del 2012.

Tale andamento si evince chiaramente dagli indici Ademy, dove AVI Ademy Volume Index, relativo a turnover totale ritornerà a 232 punti per la fine 2020, ed AQI Ademy Quantity Index, relativo al numero di auto vendute, si assesterà sui 267 punti. I grafici relativi alla classifica del range di prezzo confermano lo sviluppo degli indici.

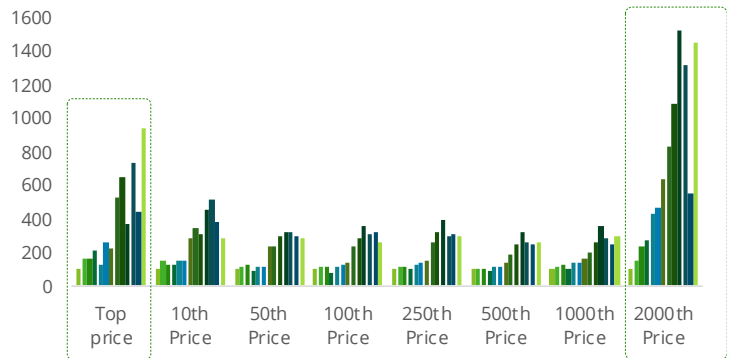
ADEMY Classic Car Index ACCI - Volume (AVI) & Quantitv (AOI)



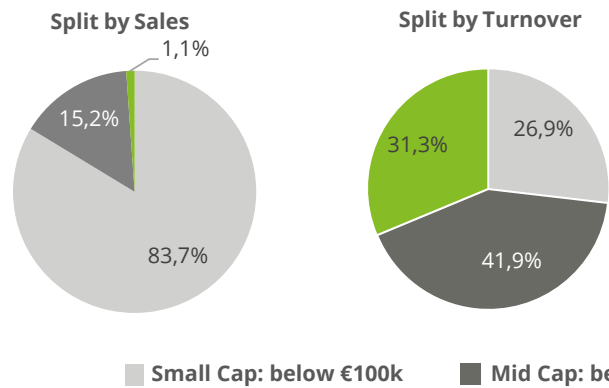
Var (%) between Price Ranges – 1H 2020 vs 1H 2019



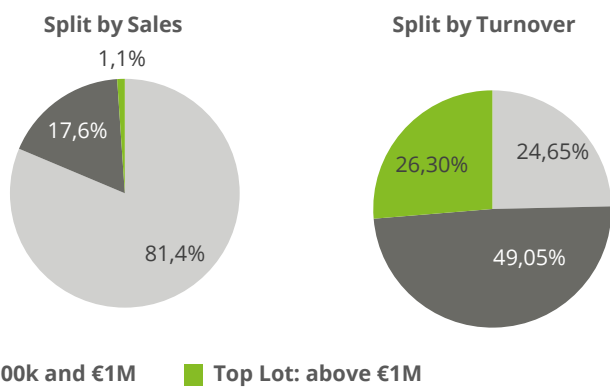
Trend of Price Indexes 2006-2019 2006=100



Cars Sold by Price Segment 2019



Cars Sold by Price Segment 3Q2020

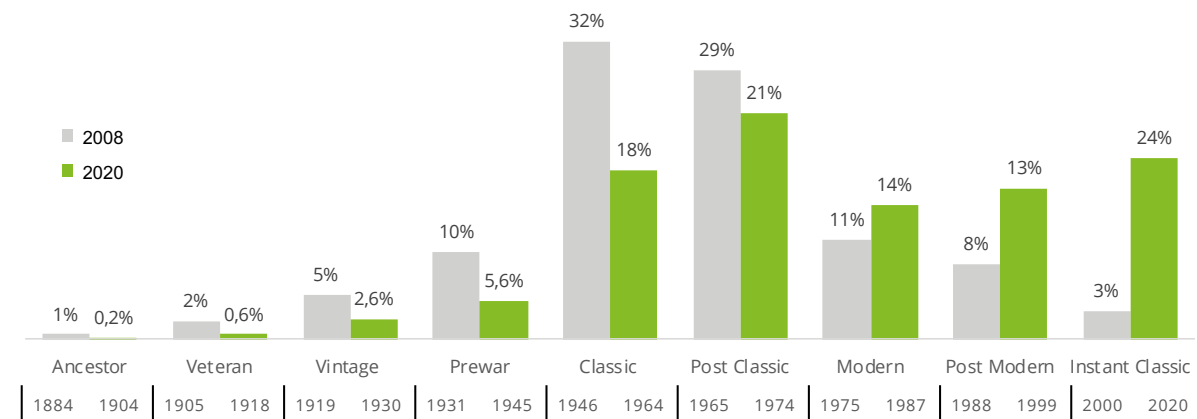


Segmentazione per anno di costruzione

Come più volte sottolineato, la scelta delle auto per periodo di costruzione è guidata dall'età media dei collezionisti che le acquistano. E poiché la fascia di età media degli acquirenti è tra i 40 ed i 55 anni, e la passione per una determinata marca o modello si forma tra gli 8 ed i 12 anni di età, il periodo di costruzione corrispondente alla fasce dei compratori che si affacciano al mercato va dal 1973 al 1992.

Tale fenomeno spiega lo spostamento delle vendite da tradizionale segmento delle Classic e Post Classic preferito dei collezionisti più anziani verso quelli delle Modern e Post Modern, a i quali si aggiunge il fenomeno delle Instant Classic che è più orizzontale rispetto alle fasce di età.

Classic Car market segmentation by period



Le prime dieci 2010 -2020

Non tutte le auto più recenti hanno beneficiato dello stesso aumento di prezzo: le Instant Classic (costruite dopo il 2000) con il 10,38% delle vetture offerte ha generato un fatturato pari al 15,36% del mercato. Al contrario, le Modern (1975-1999), con il doppio delle vetture offerte (20,73%) hanno generato il 16,71% del fatturato, valore paragonabile a quello delle Instant Classic. Tuttavia questi dati possono anche essere interpretati diversamente: le hypercar lanciate negli ultimi anni (Bugatti Chiron, Ferrari LaFerrari), progettate per essere collezionate e proposte a prezzi

medi molto alti, costituiscono un mercato a sé, ma si rivolgono ai collezionisti più giovani che le collezionano assieme alle Classiche. È quindi evidente che una percentuale crescente della domanda è generalmente orientata verso auto più recenti, convenzionalmente chiamate Youngtimers, e la gamma più alta sono quelle contemporanee che rientrano nella definizione di Instant Classic. Il cambiamento nella scelta del periodo riguarda tuttavia i segmenti Small e Mid Cap, piuttosto che quello dei Top Lot, come evidenziato dalle dieci auto vendute più costose, che nel 2020 riconfermano la logica culturale e storica nelle scelte di collezionisti e investitori di altissimo livello.

Top 10 LOTS by price: 2008 vs 2020

Rank	Make & Model	Description	Year	Chassis	Price in €
1	Ferrari 250 GT California	Short Wheel Base	1961	2377GT	7.040.000
2	Bugatti 57 SC Atalante	Low Chassis S with Factory Supercharger	1937	57511	5.372.690
3	Ferrari 250 LM	Austrian GP winner	1964	5845	4.510.000
4	Jaguar E-2A	Prototype Ex-Dan Gurney/Walt Hansgen, Sir Jack Brabham, Bruce McLaren	1960	E2A	3.329.815
5	Talbot-Lago T150 CSS	Ex-Pagnibon, restoration Project	1939	90120	3.255.924
6	Mc Laren F1	Never raced – delivery miles	1997	65	3.162.500
7	Ferrari 250 GT SWB	Steel car exported in US	1961	3087GT	3.059.449
8	Ferrari 250 LM	Ex-Oddone/ Taramazzo Targa Florio, 1000Km Monza	1965	6173	2.818.550
9	Jaguar D Type	The first factory production D-Type	1955	XKD509	2.767.682
10	Ferrari 250 Tour de France	Berlinetta Scaglietti alloy,	1959	1385GT	2.750.000

Rank	Make & Model	Description	Year	Chassis	Price in €
1	Bugatti 59 Sports	The Ultimate Bugatti Grand Prix. Campaigned as a Works Grand Prix Car During the 1934-1935	1934	57248	10.448.000
2	Bugatti 57S Atalante	Original Chassis, Bodywork, Engine, and Period-Installed Supercharger	1937	57502	8.719.050
3	Bugatti 55 Supersport	Originally delivered to Rothshild	1932	55220	6.021.541
4	Bugatti 55 Supersport	1932 Ex-Le Comte Guy Bouriat/Louis Chiron at Le Mans 24 hours	1931	55221	4.600.000
5	Bugatti 35C GP	Works Entry in the 1928 Targa Florio	1961	4871	4.328.000
6	Ferrari 550 GT1	Prodrive -2004 FIA GT Championship	2001	108418	3.730.000
7	Lamborghini Miura P400 SV speciale	Ultimate Development, 1 of 150	1971	4878	3.559.000
8	Aston Martin DB3S	1957 Australian Land Speed Record - 1 of 20	1955	102	3.312.000
9	SHELBY GT350R	Prototype - Ken Miles	1965	SFM5R002	3.256.530
10	Ford Mustang	driven by Steve McQueen in the 1968 in Bullit movie	1968		3.163.430



1934 Bugatti Type 59 Sports



1932 Bugatti 55 Supersport Roadster



1928 Bugatti 35 C

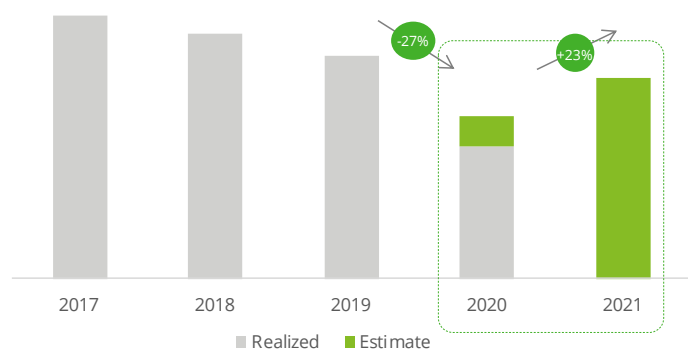
Aspettative per il 2021

Se negli ultimi dieci anni il quadro complessivo indicava un costante aumento della domanda per qualsiasi auto costruita dal 1975 in poi, relegando i modelli costruiti prima del 1974 ad una costante diminuzione, occorre domandarsi come mai le 5 auto più costose vendute nel 2020 sono delle anteguerra.

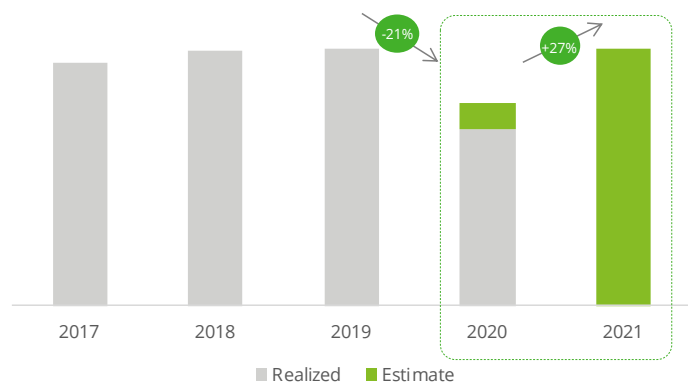
Le auto da collezione sono un bene la cui motivazione di acquisto è bilanciata tra la passione e l'investimento, con uno spostamento della proporzione maggiore in funzione del valore dell'auto. È prevedibile che anche i primi due trimestri del 2021 renderanno difficile l'organizzazione di eventi sociali premianti la passione dei collezionisti. Gli organizzatori, che dipendono a loro volta dagli sponsor, che in cascata seguono l'andamento dell'economia, stanno rinviando ogni azione alla fine del 2021 se non al 2022.

La socialità sportiva e culturale degli eventi è la linfa vitale del mercato delle Classic Car. Ma i collezionisti guidati dalla necessità di investire probabilmente approfitteranno della flessione dei prezzi per allargare la loro collezione sulla fascia media (Mid Cap) a maggiore potenziale di rivalutazione. Ma anche gli appassionati avranno più tempo disponibile per fare i loro acquisti (Small Cap) online, perché l'acquisto è visto emozionalmente come un gesto di libertà ed una promessa di ritornare al più presto all'aria aperta.

Estimated trend of Turnover (€ Millions)



Estimated trend of Numbers of Cars Sold



FOCUS

ADEMY

ADEMY, acronimo di Automotive Data Evaluation Market Yield, è una società con sede a Londra che integra un network di esperti del mercato delle Auto Classiche in Europa ed in USA.



Il mercato delle Classic Cars, che include anche le Instant Classic, è complesso ed è un fenomeno globale che da molti anni costituisce un importante segmento negli assets alternativi.

Con oltre 40 anni di competenze specifiche e grazie ad una rete globale di specialisti ed esperti di marche e modelli, unitamente ad un Data Base proprietario in cloud di 150.000 transazioni d'asta in costante aggiornamento da oltre 15 anni, e con dettaglio fino al numero di telaio.

ADEMY è il partner ideale per chi intende: investire o disinvestire in questo mercato, conoscerne le dinamiche economiche in tempo reale, avere certezza di originalità e di valore di una collezione, gestirne la successione, o più semplicemente certificarla digitalmente in Block Chain.



Liu Bolin, Supermarket Pyongyang, 2018.
Courtesy: Galleria Gaburro Boxart.

Deloitte.

Private

La presente pubblicazione contiene informazioni di carattere generale, Deloitte Touche Tohmatsu Limited, le sue member firm e le entità a esse correlate (il "Network Deloitte") non intendono fornire attraverso questa pubblicazione consulenza o servizi professionali. Prima di prendere decisioni o adottare iniziative che possano incidere sui risultati aziendali, si consiglia di rivolgersi a un consulente per un parere professionale qualificato. Nessuna delle entità del network Deloitte è da ritenersi responsabile per eventuali perdite subite da chiunque utilizzi o faccia affidamento su questa pubblicazione.

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.