

UN'INDAGINE TRA GLI SPECIALISTI

C'è davvero un mercato e un collezionismo del design italiano? E com'è?

Abbiamo chiesto ad alcuni dei maggiori esperti del settore quale sia effettivamente la fortuna che il mercato e il collezionismo di design e di arti decorative del Novecento italiano riscuotono nel nostro Paese. Per quali motivi, quali sono gli autori più quotati, quali le differenze con l'estero, i punti forti e quelli deboli

Il mercato italiano si mostra sempre più sensibile nei confronti delle arti decorative del '900 e soprattutto del design. Quali sono, secondo voi, le motivazioni di questo aumento d'interesse?

«A mio parere esistono due principali ordini di motivazioni, ha risposto **Stefano Poli** (foto 1) della casa d'aste **Il Ponte** di Milano. La prima è commerciale: l'interesse per il design si è diffuso in Italia sulla scia dei successi di vendita registrati all'estero. Nell'ambito delle arti decorative del '900 e del design, il mercato italiano appare per così dire "ancillare" rispetto al mercato estero, specialmente francese, inglese e nordamericano. L'interesse, inoltre, si concentra su autori locali e raramente i cataloghi delle aste italiane e le principali gallerie del settore presentano nomi stranieri. L'altra motivazione è di natura culturale: si registra da circa un decennio una progressiva diffusione della conoscenza e dell'apprezzamento del "moderno", dal design all'arte contemporanea. Alcune recenti personali dedicate ad architetti e designer italiani o mostre sulle manifatture nazionali del '900 hanno offerto a un pubblico più vasto la possibilità di entrare in contatto con questo settore, ancora penalizzato dalla connotazione negativa del termine "arti minori" utilizzato in Italia per identificare le arti decorative. Esposizioni, fiere, pubblicazioni e aste ben costruite hanno contribuito a educare il pubblico con nozioni indispensabili per apprezzare le opere degli autori e delle manifatture italiane del XX secolo». Anche **Giacomo Abate** (foto 2) della casa d'aste torinese **Della Rocca** ritiene che «la pubblicazione di ottimi lavori monografici su manifatture, artisti e designer, l'attenzione dedicata dalle riviste di settore al design storico e soprattutto l'organizzazione di importanti mostre (si pensi ad esempio all'ottimo lavoro svolto dalla Triennale di Milano e dalla Fondazione Cini di Venezia) hanno contribuito a creare l'attuale interesse e a dettare nuove mode nell'arredamento e nel collezionismo. Non è insolito che i pezzi più importanti e rari seguano ormai logiche sempre più vicine a quelle del mercato dell'arte. Interessante è anche il nuovo modo di guardare agli anni '50 e '60: si è usciti dal cliché pop nel quale rientrava quel magma difficilmente definibile che prende il nome di modernariato e si è iniziato a ricercare le istanze progettuali più intellettuali e d'avanguardia di quell'epoca: vedi la rinnovata attenzione al lavoro di Gino Sarfatti, a quello di Ettore Sottsass e a quello dei BBPR». Opinione condivisa da **Piermaria Scagliola** (foto 3) della **Cambi**, operante tra Genova e Milano, che aggiunge: «Il mercato italiano non punta al supercollezionismo di pezzi esclusivi ma è più attento alle linee e allo stile: in questo senso è un mercato che sta riscoprendo il design e le arti decorative del '900, ma che non disdegna oggetti di produzione attuale con linee che richiamano quel periodo». Per **Gilberto Barocco** della **Wannenes**, anch'essa attiva a Genova, i fattori dell'aumento d'interesse sono molteplici: «La tendenza proposta da molti arredatori nazionali e internazionali in riviste di settore; la presenza costante nella comunicazione di massa



Una sala della mostra «W. Women in Italian Design», tenutasi alla nona edizione del Triennale Design Museum, da aprile 2016 a febbraio 2017

(Tv, cinema e pubblicità varie) di elementi di design italiano riconoscibile anche dal grande pubblico (dalla poltrona anonima, anni '50, alla Vespa); il moltiplicarsi, finalmente, di mostre con respiro internazionale inerenti ai designer italiani, ultima quella di Sottsass alla Triennale; il moltiplicarsi di gallerie e case d'asta che propongono il design italiano e che, quindi, non si limitano più ad andare dietro al mercato, ma diventano esse stesse fattrici di un nuovo mercato e di un nuovo gusto; infine, e davvero importante, gli studi e la comprensione di un linguaggio innovativo, e culturalmente rivoluzionario per l'epoca, che lega l'opera di tutti i più noti architetti italiani del XX secolo». Più sbrigativa la risposta di **Sergio Montefusco** (foto 6), della genovese **Boetto**: «Dal mio osservatorio mi pare di poter affermare che il mercato italiano (dal 30 al 40% del nostro fatturato) è costituito per la maggior parte da mercanti che rivendono prevalentemente all'estero. Ci sono alcuni acquirenti privati italiani, ma non noto un significativo aumento di interesse». Per **Paola Petiti**, della **Sant'Agostino** di Torino, invece «il mercato italiano è sempre più sensibile al design perché incontra il gusto di un pubblico più giovane, che si avvicina al mondo del collezionismo e delle vendite all'asta».

A Marco Arosio (foto 5), esperto del dipartimento delle arti decorative del Novecento per **Cambi**, abbiamo chiesto se, secondo lui, oggi il mercato è interessato anche alle arti decorative del Novecento e se l'interesse per questo settore non ha subito flessioni negli ultimi anni. «Le arti decorative del Novecento, ha risposto, coprono quasi un secolo rispetto al design, il cui interesse è concentrato in soli trent'anni dal dopoguerra. Per me è un po' difficile fare una comparazione: indubbiamente un bel mobile déco ha ancora un valore perché facilmente inseribile in un arredo moderno, mentre stentano ad avere mercato gli arredi liberty, che rinvivono solo ricreando l'atmosfera per cui sono nati. Manca purtroppo una nuova generazione di appassionati del Novecento che visivamente conosca quanto di meraviglioso è stato fatto con le arti decorative. Nei nostri musei è assente praticamente tutto il repertorio e nelle ultime mostre dedicate al

Liberty e al Déco solo pochi arredi erano presenti. C'è chi, come Bertolami Fine Arts a Roma, si è interessato a questo settore solo di recente. Quali sono state le motivazioni di questa scelta?

«Bertolami Fine Arts è da sempre un punto di riferimento per i collezionisti di pittura e scultura figurativa italiana, ha risposto **Giuseppe Bertolami** (foto 4), dai primi del Novecento alla seconda guerra mondiale. A incanalarsi verso le arti decorative è sicuramente stata la predilezione per quel periodo, un periodo in cui gli artisti, dando prova di grande versatilità, facilmente si occupavano anche di arti applicate. Abbiamo iniziato ritagliando all'interno delle aste di arte moderna e contemporanea una sezione dedicata alle arti decorative del Novecento in cui la ceramica italiana faceva la parte del leone. Poi sono arrivati pezzi maggiormente quotati e di rilievo mediatico. Quando ci siamo resi conto che l'interesse del pubblico per quel tipo di lotti era veramente alto (in alcune sessioni di vendita del 2016-2017 ceramiche e vetri hanno sfiorato la soglia del 100% del venduto) l'apertura di un dipartimento dedicato ci è parsa inevitabile».

Che aspettative avete, vista la forte concorrenza sul mercato italiano?
«Ha perfettamente ragione, risponde Bertolami, a sollevare la questione della concorrenza. È infatti di assoluta evidenza che l'apertura di un dipartimento di arti decorative del Novecento e design ci sta costringendo a operare in modo del tutto diverso: non più all'interno di una nicchia specializzata, la ceramica italiana del Novecento, ma ramificando il nostro interesse verso tanti altri settori di produzione in cui ci misuriamo con aziende di solida esperienza. Tutte queste aziende sono però dislocate nel Nord Italia, mentre a noi, che siamo romani, interesserebbe esplorare le potenzialità del mercato del Centro Sud. L'esperienza fatta finora ci ha inoltre insegnato che le firme importanti del design italiano hanno una caratura internazionale, arti applicate e design di qualità sono richiesti da tutto il mondo». **Quali sono, per vostra personale esperienza, gli artisti, i designer e le manifatture che attualmente sono più richiesti?**

Carlo Mollino, Gio Ponti, Piero Fornasetti, BBPR, Ettore Sottsass, Angelo Mangiarotti, Franco Albini, Ico Parisi, Piero Portaluppi, Ignazio Gardella, Luigi Caccia Dominioni, Paolo Buffa, Max Ingrand con Fontana Arte, Gino Sarfatti con Arteluce, Angelo Lelli con Arredoluce, Azucena, Venini, Barovier & Toso, Richard Ginori e Lenci, sono i nomi sui quali tutti concordano. In particolare, sottolinea **Gilberto Barocco**, «quei designer e quelle manifatture che già negli anni '50 avevano capito che il mercato e il messaggio culturale dei prodotti doveva essere di respiro internazionale e, di conseguenza, avevano cercato committenze e collaborazioni ovunque nel mondo». **Arosio** specifica: «I collezionisti della ceramica, che conoscono già gli autori e le manifatture, richiedono il meglio di Galileo Chini, Gio Ponti e Lenci. Alcuni artisti di certe zone geografiche hanno perso valore, come Nomi e Melandri di Faenza, MGA ad Albisola e la produzione romana degli anni '20, in realtà mai veramente decollata. Per il vetro di Murano sta aumentando, invece, il numero di appassionati che capiscono non solo la bellezza estetica degli oggetti prodotti in Laguna ma anche il loro potenziale di rivalutazione nel tempo. Le fabbriche e gli autori sono quelli che appaiono nei cataloghi delle ultime mostre: Cappellin, Venini, Carlo Scarpa, Barovier, Dino Martens, Archimede Seguso».

Dal momento che i nostri principali designer sono molto apprezzati anche all'estero, dove in passato hanno raggiunto prezzi superiori che non in Italia, ritenete che questa discrepanza persista ancora oggi oppure no? E se sì, per quali motivazioni?
«La discrepanza persiste in generale, ed è notevole nella media dei risultati. Tuttavia, recentemente, alcuni dei record di vendita per opere di autori italiani sono stati registrati proprio in Italia», precisa **Stefano Poli**, cui fa eco **Scagliola**: «Sicuramente il divario si sta colmando, anche perché i collezionisti hanno imparato a venire a cercare gli oggetti di pregio direttamente in Italia: Cambi, ad esempio, detiene

il record del mondo per le vendite di oggetti di Gio Ponti. «Soprattutto quando si tratta di arredi rari o progettati su committenza privata, conferma **Giacomo Abate**, si possono annoverare esiti eccezionali anche in Italia. Il 13 aprile 2017 alla Della Rocca un tavolino di Borsani con piano in vetro decorato da Lucio Fontana, aggiudicato a quasi 150mila euro, ha superato tutte le precedenti aggiudicazioni di tavolini simili; una lampada "Mitragliera" di Franco Albini, venduta a quasi 60mila euro, ha polverizzato le aggiudicazioni estere precedenti e successive». «È necessario però, afferma **Baracco**, fare alcuni distinguo fondamentali: i pezzi di design molto rari e oggetto di vero collezionismo non riscontrano differenze di prezzo, anzi! Spesso i risultati italiani sono superiori a quelli esteri, mentre i pezzi di design con funzione eminentemente decorativa ottengono risultati maggiori all'estero, dove il bacino di utenza è assolutamente superiore a quello italiano». **Sergio Montefusco** individua la causa del divario «nella nostra carenza di cultura, per cui escono dalle nostre case oggetti di grande qualità che vengono liquidati a prezzi bassissimi, molto favorevoli per il mercato internazionale. Ed è così che dall'estero ci saccheggiano».

I maggiori acquirenti di oggetti di design sono italiani o stranieri? Mercanti o collezionisti?

«I maggiori acquirenti sono stranieri. Gli italiani, sia mercanti che collezionisti, partecipano numerosi alle vendite, ma il loro potere d'acquisto è inferiore rispetto ai concorrenti stranieri» è opinione comune degli esperti intervistati. «I maggiori clienti, specifica **Gilberto Baracco**, sono sostanzialmente appartenenti a tre categorie: arredatori internazionali molto noti, importanti gallerie e collezionisti italiani ed esteri. Negli ultimi anni una parte importante del mercato è costituita da note gallerie italiane che propongono con convinzione il design italiano più bello nelle grandi mostre internazionali, come Art Basel, Tefaf NY, Tefaf Maastricht, PadLondon, PadParis, diventando esse stesse veicolo del gusto e della cultura dello Stile Italiano nel mondo». Sia **Montefusco** che **Scagliola** aggiungono che: «La maggior parte dei mercanti italiani, però, compra ancora sperando di rivendere all'estero». «A parte il vetro di Murano, che ha appassionati in tutto il mondo, risponde **Marco Arosio**, le arti decorative hanno un mercato solo italiano se non per rari pezzi, come le ceramiche di Gio Ponti, che piacciono anche all'estero perché affini a un gusto internazionale».

Esistono, in Italia, importanti collezioni private di arti decorative del Novecento e di design italiano?

«Esistono importanti collezioni soprattutto di arti decorative, afferma **Stefano Poli**, mentre sono più rare quelle che contano numerosi pezzi di design storico. In Italia si sconta l'assenza di grandi musei e istituzioni dedicate alle arti decorative e al design storico: persino le collezioni permanenti di alcuni noti musei sono costituite da riedizioni di pezzi iconici e solo in parte dagli originali d'epoca». «Certo che esistono», conferma **Piermaria Scagliola**, «e i nomi appaiono di tanto in tanto in occasione di alienazioni all'asta di selezioni composte. La maggior parte però lavora con un profilo molto basso e senza clamore». «Anche se non è incentivato, il collezionismo in Italia fortunatamente resiste, dichiara **Arosio**, per opera di un ristretto numero di persone inamorate di ciò che è raro e bello, senza porre confini ai loro acquisti. Vi sono poi tanti appassionati che si specializzano in un solo settore, spesso rappresentativo della storia di un territorio: le Lenci a Torino, per esempio».

Oltre ai vetri di Murano del Novecento, la cui forte ascesa ha provocato il preoccupante aumento di falsi in circolazione, ci sono altri settori, nell'ambito del design e delle arti decorative del Novecento, soggetti a falsificazioni?

Come ci si può tutelare da questo pericolo, dannoso sia per il collezionismo che per la trasparenza del mercato di settore?

«Potenzialmente qualunque autore, opera o manifattura in grado di raggiungere quotazioni rilevanti è a rischio di falsificazione, dichiara **Stefano Poli**. Mi è capitato, infatti, di riscontrare pezzi falsi sia nell'ambito delle arti decorative, sia del design: dai vetri muranesi alle lampade degli anni Cinquanta e Sessanta, dalle preziose ceramiche di Gio Ponti ai mobili di Bugatti. Occorre in primo luogo approfondire gli studi, ampliare le fonti di riferimento, al fine di verificare la provenienza del bene. Qualora non fosse possibile reperire quest'ultima dai documenti, è fondamentale condurre un'approfondita e dettagliata analisi delle caratteristiche fisiche: forma, misure, dettagli costruttivi, materiali e lavorazione». «Purtroppo, conferma **Baracco**, come in tutti i settori merceologici, quando un prodotto raggiunge risultati economici "interessanti" assistiamo alla comparsa sul mercato di riproduzioni. Peraltro le stesse case produttrici tendono a riproporre modelli di arredi e apparati illuminanti storici ma solitamente, in questi casi, sono ben visibili le differenze rispetto agli originali». «Senza girarci attorno, stigmatizza **Scagliola**,

«è sicuramente anche nel design un problema di falsi, cui si può ovviare grazie alla consulenza delle case d'asta o delle gallerie di respiro internazionale che devono rendere conto pubblicamente delle proprie vendite: la reputazione è fondamentale, quindi gli esperti sono i primi interessati a non proporre nulla che non sia sicuramente originale». Aggiunge **Paola Pettini**: «Noi, al fine di tutelare i nostri clienti, ci rivolgiamo agli archivi e alle fondazioni che possono accertare l'autenticità dell'oggetto». «Noi come casa d'aste, le fa eco **Giacomo Abate**, cerchiamo di prevenire il fenomeno alla fonte. Più volte mi è capitato di richiamare un cliente (alcuni in buona fede, altri no) per comunicargli che il suo arredo non era di nostro interesse, dopo averlo visto dal vivo. Le tipologie più falsificate sono sicuramente le lampade e le poltrone. Alcuni modelli di Fontana Arte hanno perso molto valore proprio a causa dei falsi apparsi sul mercato. Anche alcune famose sedute di Ponti e altri suoi arredi sono stati oggetto di falsificazioni. Entrambi i casi sembrano essere stati, in parte, arginati grazie agli operatori più seri del settore. In ogni caso il fenomeno della falsificazione, se nell'immediato destabilizza il mercato, può in un secondo tempo, paradossalmente, rafforzarlo: l'identificazione dei difetti che caratterizzano ogni oggetto falso non può che rendere più attenti ed esperti gli operatori, che dispongono di maggiori elementi per individuarli. In ogni caso è fondamentale richiedere le autentiche alle fondazioni già esistenti. La Casa d'Aste Della Rocca gestisce direttamente i rapporti tra i suoi clienti e i vari archivi; siamo i primi a insistere con i venditori sull'importanza di richiedere l'autenticazione ufficiale laddove esiste un archivio preposto a tale compito». «Sono appena stato chiamato a Roma, dichiara **Marco Arosio**, dalla Guardia di Finanza per un clamoroso tentativo di affidare a una casa d'aste una collezione intera di vetri fasulli. Purtroppo la legislazione è ambigua ed è arduo farsi valere come esperti. Le fabbriche ancora operanti non hanno memoria del passato e gli eredi di alcuni autori dimostrano un atteggiamento ambiguo: d'altra parte, anche in epoca remota a Murano viveva l'arte di copiarsi e la stessa Venini cercò, senza successo, di tutelare i suoi modelli e l'invenzione di nuove tecniche. Per i nuovi collezionisti, l'unico modo è affidarsi agli esperti del settore e non rischiare di fare acquisti avventati sui mercatini, pensando di fare un buon affare». «Il mercato è gravemente turbato da questo fenomeno e nessuno si fida più di noi italiani, taglia corto **Sergio Montefusco**. Per non aggravare la situazione bisognerebbe parlarne il meno possibile e perseguire ferocemente i colpevoli. Invece succede il contrario».

□ **Carla Cerutti**



Stefano Poli



Giacomo Abate



Piermaria Scagliola



Giuseppe Bertolami



Marco Arosio



Sergio Montefusco