

Startup da collezione

Dalla Blockchain per autenticare le opere alle Digital art works, al marketplace dedicato alle eccellenze meno note del design italiano. Nuovi player si affacciano in un mercato che, servizi compresi, vale 90 miliardi di dollari

di Giacomo Nicoletta Maschietti

La rivoluzione digitale ha già modificato lo stile di vita e gradualmente cambierà anche il mondo dell'arte. Sarà un cambiamento importante perché si tratta di soluzioni che forniscono la possibilità di archiviazione in cloud dei dati, la condivisione di contenuti su web, la creazione di un ampio e facilmente accessibile mercato on line. Globalmente si tratta di un settore che vale circa **67 miliardi di dollari l'anno**, oltre a ulteriori 20 miliardi di servizi, e che muove beni worldwide coinvolgendo alcune decine di migliaia di persone impiegate al lavoro in gallerie, fiere, biennali, musei, fondazioni. Visto il giro d'affari, dunque, c'è spazio per nuovi player, a patto che le innovazioni siano compatibili e funzionali col settore.

L'avvento del web ha stravolto innanzitutto il mondo delle aste, dove il **bidding on line** (la possibilità di fare offerte per un lotto anche da remoto,

dall'altra parte del mondo) è diventato parte integrante delle vendite. E poi ancora i cataloghi digitali, i video per presentare opere in asta o alle fiere, gli e-commerce. Il più diffuso e conosciuto, **Artsy.com**, è ormai una realtà consolidata in tutto il mondo. Sulla piattaforma è possibile acquistare o vendere opere, e costituisce un'enorme vetrina che per pubblico ha tutto il mondo.

Eppure in molti sono convinti che le opere vadano (giustamente) ancora fruite innanzitutto de visu. Toccate, analizzate, discusse e visionate da vicino. Non fosse così nessuno andrebbe più alle mostre ma si potrebbe guardare tutto solamente su web.

Quindi, in concreto, come la tecnologia digitale può **interagire** e **supportare** il mondo dell'arte, tipicamente caratterizzato da una forte componente di passione, emozioni e irrazionalità?

Di seguito l'opinione delle aziende più interessanti del panorama italiano, da quelle di servizio a quelle di prodotto,



Andrea Concas,
fondatore
di Art Rights

che hanno deciso di investire nell'arte attraverso le tecnologie digitali.

BLOCKCHAIN PER AUTENTICARE LE OPERE

La Blockchain, letteralmente catena di blocchi, è un database condiviso e immutabile. Il suo contenuto una volta scritto non è più modificabile né eliminabile grazie all'uso di tecniche crittografiche. Questa tecnologia, applicata al mercato dell'arte, potrebbe consentire agli artisti di **autenticare le proprie opere** facendo valere il diritto d'autore e riducendo il rischio di



Sopra, lo stand di Axa Art, soluzione tech per il risk assessment, allo scorso Tefaf di Maastricht. A destra Art Basel, l'appuntamento più importante per l'arte mondiale, visitata ogni anno da più di 100mila persone

una video installazione.

Ideata dall'esperto d'arte **Andrea Concas**, la piattaforma consentirà al singolo utente, in totale privacy, di creare un certificato digitale con tutte le informazioni relative alle caratteristiche tecniche dell'opera d'arte (valore, autentiche, condition report, pubblicazioni) offrendo così un vero e proprio passaporto dell'opera d'arte.

DA AXA ART, UN'APP PER RIDURRE IL RISCHIO

La valutazione del rischio oggi si può fare con un'applicazione per cellulare. La **Risk Pilot App** è uno strumento sviluppato da un team di ingegneri di Axa Matrix in collaborazione con Axa Art. Si tratta di una soluzione tech per il risk assessment, strutturata in modo da analizzare i dati del cliente attraverso database e algoritmi di valutazione specifici. In sintesi, la valutazione del rischio avviene attraverso l'analisi di due variabili, **vulnerabilità** e **severità**, in base alla compilazione di un questionario ad hoc che consente di attribuire un rating di rischio.

Il risultato, fruibile attraverso la App, è un **modello avanzato di report** a disposizione del cliente e dell'interme-



diario con la mappatura macro e micro delle vulnerabilità e con indicazione di interventi concreti per la riduzione del rischio.

Uno strumento che non solo fotografa la situazione attuale, ma suggerisce anche come intervenire per ridurre il rating di rischio nelle specifiche aree analizzate.

COME SALVARE IL PATRIMONIO ARTISTICO CON IL DIGITALE

Save the artistic heritage ha recentemente diffuso un progetto per salvare i musei italiani attraverso i Daw (Di- ►►



Italo Carli,
direttore generale
di Axa Art

duplicazioni e falsi, contribuendo a tutelare anche investitori e collezionisti, oltre ad accrescere il livello di fiducia dei potenziali acquirenti.

In questo contesto è in fase di lancio **Art Rights**, la prima piattaforma a valenza legale, che supporta la gestione e la certificazione delle opere d'arte a tutela di artisti, collezionisti e professionisti del mondo dell'arte.

La qualità comprovata delle opere è un punto cruciale per la loro valorizzazione: la tecnologia Blockchain può essere di fondamentale aiuto per certificare il **pedigree** di un dipinto, una scultura,



A sinistra, la versione digitale di *Canestra di frutta* del Caravaggio, in esposizione fino a luglio alla Pinacoteca Ambrosiana di Milano. Sotto, Jef Koons con la sua scultura Rabbit, recentemente battuta all'asta per 91,1 milioni di dollari, record per un artista vivente



Luca Renzi,
direttore generale
di Save The Artistic
Heritage



Bernabò Visconti,
fondatore
di Artshell



Roberto Ferrari,
fondatore di
DesignItaly.com

gital art works). Si tratta di serie limitate di copie, in formato 1:1, dei più grandi capolavori della storia dell'arte, certificate e non riproducibili. Copie digitali autentiche dai musei che ne custodiscono l'originale, la cui vendita va per il 50%, al netto dei costi, a sostenere economicamente il museo proprietario dell'opera. Un sistema di business innovativo per rendere i musei indipendenti. L'altissimo contenuto tecnologico, reso possibile dal brevetto depositato dell'azienda Cinello, rende i Daw assolutamente non riproducibili e ne garantisce l'unicità. Inoltre queste riproduzioni digitali offrono ai musei italiani e internazionali la straordinaria possibilità di allestire vere e proprie mostre, oggi impossibili, laddove non si può spostare l'originale. Hanno già aderito all'iniziativa le Gallerie degli Uffizi di Firenze, il Complesso Monumentale della Pilotta di Parma, la Pinacoteca di Brera, la Veneranda Biblioteca Ambrosiana a Milano e molti altri. Attualmente il Daw della *Canestra di*

frutta del **Caravaggio** è in esposizione alla Pinacoteca Ambrosiana di Milano in sostituzione dell'originale in prestito a un altro museo.

MEGLIO L'ARCHIVIO IN CLOUD E SU MISURA

È noto che, uno dei maggiori problemi di musei, fondazioni ma anche semplici collezioni private, sia la corretta archiviazione delle opere. Disporre di una catalogazione digitale aggiornata e dinamica è un'esigenza non più rimandabile. Per risolvere questa esigenza del mercato **Bernabò Visconti** ha creato Artshell. Si tratta di un software innovativo per la gestione completa e integrata delle opere di una collezione.

Il software è al servizio di gallerie, collezioni, fondazioni e musei. La piattaforma è in grado di gestire una collezione già digitalizzata oppure può occuparsi anche della catalogazione attraverso un team di conciergerie. Anche il problema dello spazio in questo caso è risolto per-

ché Artshell non ha bisogno di essere installato e dispone di un cloud illimitato.

ANCHE IL DESIGN DI RICERCA È ON LINE

Il mondo del design si è affacciato già da molti anni al digitale con grandi piattaforme che aiutano le aziende a diffondere e vendere i propri prodotti. **DesignItaly.com**, un marketplace digitale per la valorizzazione delle piccole marche, ha fatto un passo in più. Ideato da **Roberto Ferrari**, ex direttore generale di CheBanca! ed esperto di fintech si presenta come modello di piattaforma aggregatrice per far emergere eccellenze poco conosciute nell'ambito di un settore nel quale l'Italia è molto forte. Su DesignItaly.com ci sono pezzi di arredamento e dell'home decor, ma anche accessori, pelletteria e gioielleria: tutti accomunati dall'italian touch. La piattaforma si occupa di tutte le fasi di vendita, dalla gestione del catalogo e degli ordini alla logistica e ai pagamenti. P