



Il valore dell'EX... di Francesco Cascino*

L'esperienza è transitiva? Il paradosso di Milano dove le mille luci del design non illuminano la sfera dell'arte

Si legge duecentocinquantaquattro milioni e ottocentosettantaquattromila dollari, si scrive 254.874.000,00 USD. È il risultato totale realizzato in una sola sessione, quella serale, dell'asta di arte contemporanea di **Sotheby's** a New York del 15 Maggio 2007. Qualche giorno prima, su **Il Sole 24 Ore**, **Philippe Daverio** denunciava, per l'ennesima volta, la fine delle bolle speculative del mercato internazionale dell'arte contemporanea. Secondo l'articolista dell'importante giornale, che è anche uno strumento di analisi, le manovre occulte che reggono il gioco dei poteri forti, penalizzano la vera arte e, in special modo, l'arte italiana. A questa visione si associano **Vittorio Sgarbi** e altri critici italiani famosi in Italia, operanti solo in Italia, efficaci solo per chi ancora crede che al mondo esista solo l'Italia, per i quali il Made in Italy artistico è sottovalutato e nessuno dei grandi musei internazionali ha la caratura per capirlo.

Il richiamo alla prudenza di questi operatori del Contemporaneo, intanto, ferma alcuni investitori italiani dal partecipare a quella e ad altre aste dai risultati storici. Perché va detto che siamo in un momento epocale, mai si erano viste simili performance, neanche in finanza pura. Per chi vuole capire meglio, per chi vive nella generazione delle informazioni non manipolabili, basta guardare i trend dell'arte contemporanea sulla rete, basta guardare i risultati sui rispettivi siti delle tre case d'asta principali: **Sotheby's**, **Christie's** e **Phillips de Pury & Company**. Non siamo nella sfera delle opinioni, siamo in quella delle certezze e dei dati ufficiali.

In molti casi questi eclatanti risultati erano stati previsti anche in Italia da quei pochissimi *art consultant* specializzati nella con-

sulenza ai collezionisti internazionali. Molte delle banche italiane, nel frattempo, seguendo l'esempio di **Deutsche Bank**, hanno aperto uffici di *art advisory* per seguire le evoluzioni del mercato dell'arte (da **Banca Intesa** a **PariBas** a **Unicredito** fino a moltissime altre medie strutture), ma hanno scelto di farsi seguire solo da critici d'arte e per di più italiani che, per skill professionale, non hanno la vocazione, le informazioni e la competenza per coniugare qualità dell'opera, momento dell'acquisto e quantità dell'investimento. Le stesse banche si sono ritrovate a non aver comprato la maggior parte degli artisti che, nel frattempo, sono diventati troppo costosi. Salvo **Deutsche Bank**, che si confronta quotidianamente con diversi esperti ed ha una centrale di Advisory in Germania da più di vent'anni.

Io credo sia inutile negare che in un mercato etico e ben gestito, si possano provare le emozioni della scoperta, la gioia del profitto generato su meccanismi virtuosi che creino, a loro volta, dinamiche di partecipazione per i più bravi, per i più attenti, per i meno ingenui, per quelli che credono all'esperienza, alla tangibilità dei risultati e non alla caducità degli slogan facili e, in molti casi, utili solo ad occultare gravi e pesanti errori di valutazione.

Se potessimo fare un parallelismo tra organizzazione, esperienza, professionalità, visione, puntualità e strategia che derivano dall'esperienza, questo è l'esempio che ci viene dal **Salone del Mobile** (e dal connesso **Fuori Salone**) di Milano che apre i battenti a migliaia di persone provenienti da tutto il mondo, le quali invadono Milano per affari, ma al contempo portano le loro culture in città e hanno occasione di conoscere la città stessa, la quale da molti anni apre il suo freddo cuore sempre e solo in quei giorni di grande magia.

Chi ha girato per Milano anche solo per 48 ore durante il famoso **Salone** sa che è come essere in gita ai tempi del liceo...

Ogni location meneghina è occupata da marchi di design internazionali noti e meno noti, avanguardie e accademie occupano la città in ogni ordine di posto e ad ogni ora del giorno c'è un opening, un cocktail, un evento di apertura e accoglienza; i negozi di design e arredamento di qualità diventano gallerie d'arte contemporanea ma anche *aperitif bar*, regalando una distesa sconfinata di *intelligent places* ai milanesi e ai loro innumerevoli ospiti internazionali.

Il **Salone del Mobile** è stato inventato da un cavaliere del lavoro, tanti anni fa, nella Milano dei risultati e della cultura visiva, nella Milano di **Giò Ponti** e di **Bruno Munari**, che oggi discute per anni delle opportunità di costruire tre grattacieli, mentre Shanghai, nello stesso tempo occupata dalla discussione, ne vede crescere 150.

Ma il **Salone** resiste e ancora oggi genera economia, turismo, visibilità, cifra di qualità cittadina. Sono le regole dell'imprenditoria; il design, come l'arte e l'architettura, è una disciplina, non un hobby come lo viviamo noi in Italia e come lo vive la classe dirigente del Paese, impegnata più a mettere in riga la squadra che ad usare squadra e riga per ricostruire un disegno di eccellenza intorno alle risorse della creatività. L'esperienza del **Salone** viene messa in discussione ogni anno a partire dai dati dell'anno precedente, per cui le organizzazioni che ruotano intorno all'evento esaminano errori e valori, non ripetono i primi, esaltano i secondi con aggiunta di spazi e brand che alzino la qualità dell'evento globale. Si chiama "aggiornamento continuo" e l'abbiamo inventato noi in Italia, solo che populismo e ignoranza ci hanno costretto ad esportarlo, perché ogni invenzione necessita di gestione continua nel tempo.

Il risultato è tangibile, le grandi aziende fanno affari d'oro ma non solo per la gioia dei loro consigli d'amministrazione: chi ne fruisce è la città intera, dai suoi commercianti a tutti gli operatori economici, perché una città internazionale impegnata sui temi della cultura visiva di qualità è considerata, a torto o a ragione, una città interessante a tutti i livelli. Soprattutto, però, chi paga, in questo caso le aziende di design, viene ripagato, ed è questo il vero motore delle cose.

D'altronde chi di noi ripeterebbe una cattiva esperienza...?

**Contemporary Art Consultant*, www.francescocascino.com

Nell'immagine la celebre poltrona di Gufram, "Bocca", uno dei pezzi a cavallo tra icona, arte e design, esposti nella mostra "POP DESIGN. Fuori luogo, fuori scala, fuori schema" al Filatoio di Caraglio (CN), dal 10 maggio al 14 settembre 2008. Una "rivisitazione" della fase ironica del design italiano ideata e curata da Luisa Bocchietto, inserita nel calendario di Torino 2008 World Design Capital