

Sommario

Introduzione	1
di <i>Gianfranco Negri-Clementi</i>	
1. L'opera d'arte è un bene d'investimento? Riflessioni correlate all'attuale struttura del mercato	3
di <i>Guido Guerzoni</i>	
1.1. Premessa	3
1.2. Il comfort della fonte canonica	8
1.3. La mania delle aste	12
1.4. L'attuale struttura del mercato dell'arte	15
1.5. L'assenza dei costi di transazione, un vizio contemporaneo	20
1.6. Conclusioni	23
2. High Net Worth Individuals: mercato e collezionismo di opere d'arte	25
di <i>Alessia Zorloni e Anna Zuliani</i>	
2.1. Introduzione	25
2.2. I beni artistici come oggetti da collezione	28
2.3. High Net Worth Individuals e collezionismo	29
2.3.1. Il collezionista d'arte	29
2.3.2. Piccoli e medi collezionisti	30
2.3.3. I grandi collezionisti	30
2.3.4. Motivazioni d'acquisto	31
2.4. Sviluppo e diffusione dei musei fondati da High Net Worth Individuals	32
2.4.1. La diffusione dei musei privati nel contesto internazionale	32
2.4.2. La diffusione dei musei privati in Italia	34
2.4.3. Assetto istituzionale e struttura di governance	35

2.4.4. Le collezioni permanenti	38
2.4.5. L'architettura dei musei	40
2.4.6. Assetto finanziario e strategia di sostenibilità	43
2.4.7. Programmi educativi e servizi culturali	45
2.4.8. Networking e cooperazioni	47
2.5. Conclusioni	48
3. La collezione di opere d'arte di Deutsche Bank	53
di <i>Deutsche Bank Italia</i>	
3.1. Deutsche Bank Collection	53
3.1.1. La filosofia ArtWorks	53
3.1.2. Collaborazioni e progetti	54
3.2. La collezione in Italia	54
3.3. Prospettive per il futuro	55
4. La gestione delle collezioni d'arte nelle imprese e nelle università	57
di <i>Marilena Pirrelli</i>	
4.1. Il rapporto tra le imprese e l'arte	57
4.1.1. Le origini	59
4.1.2. Il caso JPMorgan Chase	60
4.1.3. La mappa italiana	61
4.1.4. Le ragioni di un dialogo	62
4.1.5. Corporate identity: la rilevanza delle corporate art collection	63
4.1.6. Come nasce una corporate art collection	64
4.1.7. Valorizzazione della corporate art collection	64
4.1.8. Gestione economica e decision maker	65
4.1.9. I valori economici in gioco	66
4.1.10. I settori più dinamici	68
4.2. Viaggio nelle collezioni universitarie	72

4.2.1. La scena internazionale e quella italiana	73
4.2.2. Missione e gestione	74
4.2.3. I servizi offerti dalle università	75
4.2.4. Le best practice	76
4.3. Conclusioni	76
5. Il MuVir: il primo museo virtuale delle banche operanti in Italia	79
<i>di Carlo Capoccioni e Giovanni Porcari</i>	
5.1. Banche, cultura e arte. Dal passato al futuro	79
5.2. Il valore della copia digitale	80
5.3. Tempi e metodi di digitalizzazione	82
5.4. L'ambiente del museo	83
6. Le mostre d'arte	87
<i>di Ludovica Vigevano</i>	
6.1. Le mostre dalle origini ai giorni nostri	87
6.2. Organizzazione e produzione di una mostra d'arte. Dall'ideazione di un progetto alla sua realizzazione	92
6.2.1. La fase iniziale: ideazione di un progetto. Criteri e valutazioni	93
6.2.2. Studio di fattibilità e stesura del budget previsionale	95
6.2.3. Incarichi e contratti	95
6.2.4. Il catalogo della mostra	96
6.2.5. Prestiti, trasporti, assicurazioni	97
6.2.6. Il progetto di allestimento e la sua realizzazione	99
6.2.7. Accrochage	100
6.2.8. Servizi integrativi: gestione del personale, audioguide, visite guidate, biglietteria	100
6.2.9. Conferenza stampa e inaugurazione	101
6.2.10. Dopo l'inaugurazione	101

6.2.11. Comunicazione e promozione	101
6.3. Le mostre come strumento di valorizzazione. Alcuni esempi e considerazioni	102
7. L'art advisory nel private banking di Allianz Bank	107
di <i>Giacomo Campora</i>	
7.1. Il collezionismo globale	108
7.2. I servizi offerti dal settore finanziario	109
7.3. L'art advisory di Allianz Bank	109
8. L'art advisory nel private banking	113
di <i>Pietro Ripa</i>	
8.1. I modelli di servizio nel private banking: evoluzione storica e nuove opportunità	113
8.2. Le nuove competenze del private relationship manager	115
8.3. L'art advisory bancario per proteggere, trasferire e valorizzare la collezione	117
9. Family Office e patrimonio artistico: tra diversificazione, protezione e continuità	121
di <i>Fadrique de Vargas Machuca e Patrizia Misciattelli delle Ripe</i>	
9.1. Introduzione	121
9.2. I Family Office e le strutture legali dedicate all'arte	121
9.3. La protezione del patrimonio artistico	123
9.4. Gli strumenti di trasferimento di opere d'arte nel passaggio generazionale	125
9.5. Il ruolo delle nuove generazioni nella collezione di famiglia	127
10. Valori e valutazioni di opere d'arte	129
di <i>Roeland Kollewijn</i>	
10.1. Premessa	129

10.2. Criteri valutativi. La produzione	130
10.3. Tecniche valutative	133
10.3.1. La valutazione d'asta	136
10.3.2. La valutazione assicurativa	137
10.3.3. Stime a scopi ereditari	140
10.3.4. Arte come pegno o corollario per un prestito	141
10.3.5. Valutazioni a scopo di bilancio	143
10.3.6. La perizia giudiziaria	143
10.4. La valutazione di opere d'arte uniche e senza mercato. Il problema di affreschi, archivi e arredo architettonico	145
10.5. International Valuation Standards	149
10.6. Oltre il fair value: il futuro delle valutazioni d'arte	150
11. Opere d'arte: passione o investimento?	153
di <i>Clarice Pecori Giraldi</i>	
12. L'opera d'arte come asset class e generazione di risorse finanziarie	157
di <i>Antonella Negri-Clementi e Elisa Schiavolini</i>	
12.1. Arte tra passione e finanza	157
12.2. Il valore dell'arte	158
12.3. L'arte come generazione di risorse finanziarie	161
13. Trust di opere d'arte e altri veicoli di protezione del patrimonio artistico di famiglia	167
di <i>Annapaola Negri-Clementi e Filippo Maria Federici</i>	
13.1. Definizione di trust	167
13.2. I soggetti del trust	169
13.2.1. Settlor	169
13.2.2. Trustee	171

13.2.3. Beneficiario/i	174
13.2.4. Protector	175
13.3. L'atto istitutivo e l'atto dispositivo di trust	177
13.4. La durata, il termine finale e la revocabilità del trust	178
13.5. Pubblicità e trascrizione del trust	179
13.6. Perdita di controllo sui beni da parte del disponente	180
13.7. La legge regolatrice	180
13.8. Trust interno e breve panoramica degli aspetti tributari	182
13.9. Il trust quale veicolo di protezione del patrimonio artistico di famiglia	183
13.10. Altri strumenti e veicoli di protezione del patrimonio artistico di famiglia	184
13.10.1. Il mandato fiduciario	185
13.10.2. La fondazione	186
13.10.3. Il fondo patrimoniale	187
13.10.4. L'atto di destinazione	187
13.10.5. Il patto di famiglia	188
13.11. Fattispecie concrete	190
13.11.1. Trust per la gestione di immobile di interesse storico artistico	191
13.11.2. Trust per trasmissione (generazionale) di una collezione di opere d'arte	192
13.11.3. Trust per la devoluzione dei beni a fondazioni, enti pubblici o ecclesiastici	193
13.12. Considerazioni conclusive	194
14. La fiscalità delle opere d'arte	195
di <i>Federico Lazzati</i>	
14.1. Premessa	195
14.2. L'acquisto dell'opera d'arte	195

14.2.1. IVA	195
14.2.2. Imposte sui redditi	196
14.3. Il possesso e la conservazione dell'opera d'arte da parte del collezionista	196
14.4. La cessione dell'opera d'arte a terzi	197
14.5. Donazione e successione	198
14.6. Diritto di seguito	198
14.7. Art bonus	199
15. La protezione delle opere d'arte in ambito assicurativo	201
<i>di Simone Strummiello</i>	
15.1. Assicurare le opere d'arte	201
15.2. Le polizze	203
15.2.1. La polizza All Risks	203
15.3. La situazione italiana	206
15.4. Conclusioni	207
16. I contratti di assicurazione delle opere d'arte	211
<i>di Marco Fausto Giuliani</i>	
16.1. Premessa	211
16.2. Le polizze assicurative del secolo scorso	212
16.3. La polizza ai nostri giorni	214
16.4. Cosa resta a carico dell'assicurato	216
16.5. Trattati fondamentali della polizza	217
16.6. L'offerta di Allianz	218
16.7. In caso di sinistro: il tema della valutazione dell'opera	220
16.8. Conclusioni	221

17. Fonti informative e istituzioni accreditate: situazione attuale.	
Nuove proposte operative. Utopia o possibile realtà?	223
di <i>Gianfranco Negri-Clementi ed Elena Passarella</i>	
17.1. Da prodotto artistico ad asset	223
17.2. Il mercato dell'arte	224
17.3. Il ruolo del fisco in Usa, Europa, Giappone	225
17.4. I collezionisti di oggi e gli artisti contemporanei	225
17.5. La valutazione	226
Biografie degli Autori	231
Indice dei nomi	255