

L'ARTE *come* VALORE DA PROTEGGERE

Dietro a una mostra, a un museo o a un collezionista, c'è tutto un mondo che lavora per la protezione e la tutela delle opere artistiche. Tra le voci da considerare c'è anche la copertura assicurativa, un ambito di nicchia che richiede specifiche competenze

di **FRANCESCA GIURATO**,
underwriting manager Art & Specie
di Axa XL in Italia

Non è solo bellezza, creatività, storia, segno di civiltà, evoluzione dello stile: l'arte è, fin dalle sue origini, un piacere per il collezionista privato e una forma di investimento nel tempo.

A fianco della proprietà pubblica di opere esposte nei musei, esiste una vasta rete di collezionisti privati, alcuni dei quali rendono visibile il proprio patrimonio di bellezza in gallerie visitabili dal pubblico, altri preferiscono mantenerlo riservato in casa, magazzini, caveau. Le collezioni d'arte sono in alcuni casi tesori patrimonio di famiglia, ereditati e accresciuti nel tempo; in altri sono frutto di una passione recente che ha guidato all'acquisto, in altri ancora sono soprattutto una consapevole scelta di investimento. Ac-

canto a questo mondo, e strettamente affine a esso, c'è quello del collezionismo di oggetti di pregio. In tutti i casi, si tratta di beni che hanno un valore e che vanno protetti e tutelati.

Ci sono poi altri aspetti, che toccano particolarità che si sono manifestate in modo specifico negli ultimi due anni.

Il mondo dell'arte emerge dalla pandemia legata al Covid-19 profondamente ridisegnato, mutato soprattutto nella dimensione della fruizione e del pubblico di riferimento, e caratterizzato da nuovi fenomeni e tendenze senz'altro interessanti da intercettare, anche dal punto di vista assicurativo.

Un settore che guarda al digitale

Tra le principali tendenze che contraddistinguono il mercato

dell'arte post-Covid, la trasformazione più evidente è legata alla rivoluzione digitale che necessariamente ha interessato la fruizione dell'arte. È stata, per così dire, abbattuta la "resistenza" del pubblico del settore rispetto a canali e strumenti digitali di accesso alle opere d'arte, riducendo la necessità di vedere di persona o maneggiare fisicamente le opere prima dell'acquisto. Il

mezzo digitale ha reso possibile moltiplicare esponenzialmente il numero di potenziali acquirenti. Inoltre, la distinzione tra fiere d'arte, gallerie e case d'asta si è fatta meno netta nel corso del 2021, portando il mercato primario e quello secondario a convergere su una scala maggiore rispetto al passato. Da ultimo, direi che è in aumento il collezionismo intercategoriale, che vede offrire l'arte contemporanea



© 3DSculptor - iStock

insieme alle automobili e al design.

Relativamente al mondo assicurativo che rappresento, trovo, infatti, che la definizione di oggetto d'arte spesso sia limitante rispetto a ciò che noi realmente siamo in grado di proteggere con una polizza specifica: opere d'arte sì, ma anche *collectible* in genere, come per esempio le auto d'epoca.

La protezione è su misura e creativa

La polizza *fine art* è un prodotto che richiede un'elevata specializzazione, considerando che si rivolge a settori, come il mondo dell'arte e del collezionismo, di nicchia ma esclusivi, caratterizzati dalla gestione di importanti valori e che richiedono la massima riservatezza.

Nonostante i cambiamenti di cui abbiamo appena parlato, le coperture assicurative *fine art* mantengono la loro natura tradizionale: garanzie offerte con testi molto ampi su base *all risks* con l'aggiunta del deprezzamento. Tuttavia, la peculiarità dei soggetti coinvolti e la natura variegata dei beni assicurati spesso obbligano noi assicuratori a trovare soluzioni non soltanto *su misura* ma anche, per così dire,

creative, come l'arte che trattiamo. Ci troviamo quindi spesso a ritagliare testi di polizza studiati e creati *ad hoc* sulla base delle esigenze del cliente. Tutto ciò è reso possibile da un team di professionisti con una profonda conoscenza tecnica di questo segmento di mercato.

Sul mercato italiano, **Axa XL** tratta il mondo dell'arte, con i suoi molteplici settori, nella sua totalità: dal collezionismo *corporate* e privato, alle mostre, ai musei pubblici e privati, senza tralasciare il segmento dei commercianti, galleristi e case d'asta.

Si torna a incontrare il pubblico

Fortunatamente la pandemia sembra preoccupare meno e questo ci permette di guardare con più serenità al futuro e di dedicarci alla relazione con i clienti. Stanno tornando con cautela gli eventi in presenza, le mostre e le esposizioni, con molti appuntamenti da non perdere.

Tra i tanti, mi fa particolarmente piacere citare due appuntamenti molto importanti nella *art community*, entrambi a giugno, ai quali noi di Axa XL siamo legati da anni. Mi riferisco



© Antonio Diaz - iStock

in primo luogo al **Tefaf** (www.tefaf.com), un evento ormai storico che si tiene a Maastricht, nei Paesi Bassi, e che è giunto quest'anno alla sua 35° edizione. Si tratta di un appuntamento imperdibile per i collezionisti di tutto il mondo, interessati principalmente all'arte antiquaria e moderna, all'archeologia, ma anche all'arte contemporanea e al design. Noi di Axa XL siamo *main sponsor* fin dal 2004 e siamo sempre felici di incontrare i nostri clienti nello stand che ci ospita. La peculiarità del Tefaf è legata alla presenza di un *vetting committee* di esperti e studiosi che vagliano tutto ciò che è in vendita, certificandone l'autenticità e la genuinità: la garanzia di un acquisto sicuro è imprescindibile per il collezionismo serio. Almeno una volta nella vita merita senz'altro una visita, perché si ha davvero la

sensazione di entrare in un vero e proprio tempio dell'arte.

Per gli amanti dell'arte contemporanea, invece, cito il secondo appuntamento, l'**Art Basel** (www.artbasel.com) che si svolge a Basilea: *the place to be* per lasciarsi sorprendere dalla creatività e dal colore. Sono esposte opere che vanno dalla pittura, alla scultura, alle installazioni di grandi dimensioni: si respira il fermento del collezionismo più sperimentale, accanto a opere ormai consacrate dalla critica. Axa XL ha scelto di essere presente a questi eventi per essere vicina ai suoi clienti, offrendo consigli e consulenza sulla protezione, la conservazione, il trasporto, l'*handling* e le modalità espositive delle opere. Vogliamo essere professionisti presenti e partecipi nella comunità artistica: con i collezionisti e per i collezionisti.