

APERITIVO AL GUGGENHEIM

ANTICRISI Gallerie senza aiuti economici. Capolavori invenduti. Eppure mai come adesso il pubblico riempie i musei. Al punto che alcuni direttori hanno avuto un'idea: perché non usare le sale per l'happy hour? O lo yoga? **di Carlotta Mismetti Capua**

Se il mondo fosse chiaro l'arte non esisterebbe" scriveva Albert Camus.

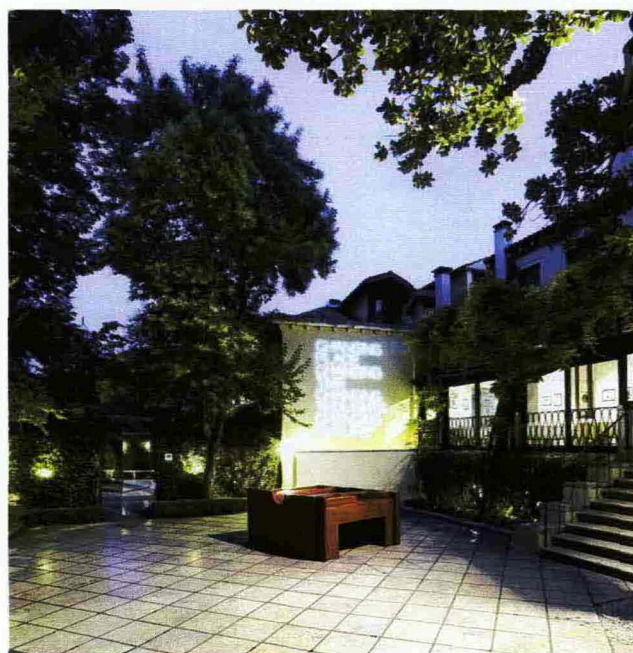
Il mondo oggi, senza dubbio, ci appare poco chiaro, a tratti allarmante, il futuro torbido. Forse per questo però l'arte ci torna necessaria. In Italia le visite ai musei sono aumentate del 31% nei primi tre mesi del 2009, con numeri mai visti agli Uffizi (+45%) e alla Reggia di Caserta (+70%). La crisi restringe le ambizioni economiche, e andare a vedere una mostra costa meno di un viaggio in Madagascar. Anche nel '29, ricordano gli storici, i cinema erano pieni (il bestseller della Grande Depressione fu *Via col vento*).

Sarkozy ha annunciato: "Che la cultura sia la nostra risposta alla crisi economica mondiale". Non dava i numeri, governava: la cultura in Europa muove due volte i capitali dell'industria dell'auto. Per cui invece del pacchetto-auto il presidente ha varato un pacchetto-arte: e dal 4 aprile insegnanti e studenti sotto i 25 anni entrano gratis nei musei pubblici. Lo stato ci ha messo anche dei soldi: 100 milioni di euro per tenere aperti i musei e promuovere la didattica. Ma in tutto il mondo le istituzioni museali stanno adottando strategie di sopravvivenza per attrarre nuovi pubblici: e tra questi i giovani, gli anziani, i cittadini di recente immigrazione. Si cerca di intercettare, in fase di deflazione economica, ogni biglietto, ogni cliente: perfino cambiando scopi d'uso. All'Hammer Museum di Los An-

geles ci provano con le passeggiate in bicicletta. Ann Philbin, la direttrice, spiega: «In una città come questa la gente cerca scuse per stare insieme, senza dover andare in ristoranti costosi. Con film e aperitivi cerchiamo di diventare un polo di aggregazione, non si vive più di arte e basta». Al Met di New York hanno scelto di tenere dei corsi di yoga il sabato. «Sono tempi difficili», dice il direttore Glenn Lowry, «vogliamo provare a premere tutti i bottoni possibili». Al MoMa hanno tappezzato la metropolitana di poster con le riproduzioni di 50 opere della sua collezione permanente, per ricordare ai newyorkesi che c'è qualcosa di bello da andare a vedere proprio nel posto in cui si abita.

COMPRARE, MA NON FARSI NOTARE

Nella sola NY, prima della bancarotta di Lehman Brothers a settembre, c'erano 15mila art advisor, e non stavano giocando a figurine: dal 2004 al 2008 le case d'asta di tutto il mondo hanno moltiplicato il loro fatturato da 6 milioni a 600 milioni di dollari al giorno. Nessun investimento ha mai



reso tanto, in poco tempo.

Ora il mercato è contratto, ma non polverizzato. Incassi complessivi delle case d'aste globali Sotheby's e Christie's: quest'anno 107 milioni di euro, lo scorso anno 360 milioni. Si compra, ma con giudizio: e senza dare troppo nell'occhio. «Spendere tanto ora non sta bene», confessa un art buyer italiano che compra per alcune stiliste di moda italiane. E l'asta della collezione di Yves Saint Laurent qualche settimana fa lo ha dimostrato:

Foto di M. Tama/Getty. Courtesy Collezione Peggy Guggenheim, Venezia.
Foto Andrea Sartì. Courtesy Lia Rumma

733 pezzi venduti in tre giorni per 262 milioni di dollari, come se la recessione non esistesse; e un Piet Mondrian se ne è andato via come un foulard. All'Art Basel Miami di dicembre, nata per servire il mercato dei milionari sudamericani, colombiani soprattutto, si vedevano signore in shorts e sneakers andare in giro dicendo "compro quello, prendo anche l'altro". Affari da 50mila dollari aperti e chiusi in 15 minuti, un tempo inferiore a quello che le stesse hanno impiegato a scegliersi le sneakers.

COLLEZIONISTI D'ITALIA, NON BUTTATEVI GIÙ

«Non tutti lo sanno ma i collezionisti italiani sono i terzi al mondo», racconta Roberto Casiraghi, ora direttore di The

Road to Contemporary Art, alla sua seconda edizione a Roma. «Non dobbiamo dimenticare che la nostra storia del collezionismo è nata nel Quattrocento», spiega Casiraghi. «Ma se i collezionisti sono forti le fiere italiane sono deboli: colpa anche della burocrazia italiana, incomprensibile. S'impone ai grandi galleristi stranieri di anticipare l'iva sulle opere che portano qui, gli verrà restituita anni dopo. Inoltre gli italiani, si sa, sono esterofili, e comprare a Londra fa più chic che comprare a Torino. Anche da noi la deflazione c'è ma tocca solo i medi e piccoli buyer: quei collezionisti di fascia media che compravano tre opere l'anno da 20mila euro l'una. Ora magari ne comprano una da 4mila. I grandi collezionisti, quelli che comprano otto cose

temporanea sono irritate e non le vedremo per un po'. Ma gli "Old Masters" sono parte di un'altra estetica, rassicuranti da comprare».

STOP ALLE SHOPPING BAG

Anche i musei tirano fuori l'argenteria dai loro magazzini. E riducono i costi cercando di aumentare l'appeal. Perfino alla Galleria Borghese, dove uno scrigno del Cinquecento a settembre apre una mostra in collaborazione con la Tate di Londra: Caravaggio e Bacon, 15 opere dell'uno e 15 dell'altro. Operazione di grande impatto che costa poco, e garantisce il 40% dei visitatori in più. A soffrire di più la crisi sono i musei americani, sostenuti tutti da soldi privati. Il Metropolitan di

New York, fondato da un gruppo di mecenati alla fine del 1870, ha tagliato il 10% dei dipendenti e chiuso il bilancio dello scorso anno con 800 milioni di dollari in meno. Ma è questo il punto: il Met vive di defiscalizzazione e merchandising, lo Stato non dà nulla, la città di NY paga l'8% delle spese vive. Il resto sono shopping bag, donazioni e cataloghi. Inoltre il 35% dei visitatori del Met sono stranieri, e la crisi del turismo in città è annunciata come un tornado: il che ha significato pure 15

art shop chiusi in un colpo solo.

LA FINE DEL VETRINISMO DI LUSO

Il critico del *New York magazine*, Jerry Saltz, ha sintetizzato in un'immagine apocalittica e poetica insieme quel che sta accadendo: "L'alta marea dei soldi abbandona il mondo dell'arte e le barche affondano". Saltz, più che pessimista è realista: "A parte il fatto che 100 gallerie qui stanno chiudendo e che il fenomeno Damien Hirst verrà ridimensionato, non sappiamo cosa potrà accadere, e questa è la cosa migliore che poteva succederci", dice soddisfatto. Forse anche l'abbraccio mortale tra arte e moda potrebbe sciogliersi, e quello che Goffredo Parise chiamava il "vetrinismo di lusso" sarà spazzato via dalla crisi e dal buon senso.



Da sinistra. I lunedì di maggio al Peggy Guggenheim di Venezia, l'HappySpritz@Guggenheim: dalle 18.30 alle 21, il biglietto a 7 euro dà diritto a 2 cocktail e alla visita della collezione e delle mostre. In metropolitana, manifesti-merchandising del Moma, a New York. Sotto, Anselm Kiefer alle Terme di Diocleziano.

l'anno da 50mila euro in su non hanno smesso, anzi "When the market is down, buy", gli dicono gli advisor. In inglese, sempre.

MEGLIO 1 CEZANNE OGGI CHE 1 CUBANO DOMANI

Nelle fiere dell'arte 2008 le gallerie hanno tirato fuori l'argenteria dalla cassaforte. Perfino ad Art Basel si vedevano più Burri che giovani cubani, più anni Sessanta che Duemila. L'arrembaggio al capolavoro sicuro si è ripetuto ovunque, con grande vantaggio anche del portafoglio: alla fiera antiquaria di Maastricht una Madonna con bambino di Andrea del Sarto, 1513, se ne è andata via per 8 milioni di euro, un prezzo da outlet. Il buyer veterano USA Richard Feigen commenta questo ritorno al capolavoro: «Un sacco di persone dell'arte con-

