

**PMS**

# Estudio de Mercado de Artes Visuales en Italia

2015

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Milán - ProChile

# Tabla de contenido

## **I. Resumen Ejecutivo**

1. Alcances del presente Estudio
2. Oportunidades en el mercado para el desarrollo del sector

## **II. Definiciones**

1. Definición del sector de las Artes Visuales

## **III. Descripción general del mercado importador**

1. Tamaño del mercado
2. Estabilidad económica, política e institucional del mercado

## **IV. Descripción sectorial del mercado importador**

1. Análisis económico de los productos artísticos
2. Comportamiento del mercado internacional
3. Comportamiento general del mercado
4. Estadísticas de producción y comercio del servicio
5. Los precios
6. Canales de comercialización
7. Marco legal y regulatorio del subsector
8. Tendencias comerciales del sector

## **V. Otros países y mercados interesantes**

## **VI. Presencia de Países Competidores**

## **VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores**

## **VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado**

## **IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado**

## **X. Fuentes de información**

# I. Resumen Ejecutivo

## 1. Alcances del presente Estudio.

El presente estudio intenta analizar el mercado artístico italiano con una atención particular sobre el sector de arte visual contemporáneo, donde se inscribe la actual oferta chilena.

En particular, se analiza su evolución y su peso en comparación con el mercado mundial del arte y considerando la situación económica italiana.

Se describe también la dimensión tributaria y las leyes principales relativas al arte.

Al final, se destacan las oportunidades y los obstáculos más relevantes para que la presencia del arte chileno crezca en este mercado.

Es muy importante recordar que hay poco estudios y estadísticas relativos a este mercado a nivel mundial y que hay aún menos datos disponibles sobre el mercado italiano y el chileno.

En general, las ventas de arte se hacen sobre todo en galerías, ferias y subastas.

Las informaciones sobre las transacciones, en particular en las galerías y en las ferias, se encuentran muy difícilmente porque muchas de las transacciones se hacen de manera informal para evitar las tasas impositivas y otros obstáculos normativos. Oportunidades en el mercado para el desarrollo de las artes visuales.

En Italia, el interés para el arte es notablemente mayor que en la mayoría de los países. La tradición artística italiana es una de las más importantes en el mundo y por eso el estudio de este sector es obligatorio para todos los estudiantes hasta el final de la escuela secundaria.

Esta situación incentiva la fuerte sensibilidad de los italianos para el arte: esto significa que en Italia hay un gran conocimiento y una mayor demanda para las obras artísticas, en particular para la pintura, como se puede constatar mirando al gran número de coleccionistas italianos de arte.

Además, el interés para el arte contemporáneo y la cultura latinoamericana está aumentando e Italia ya tiene una fuerte afinidad histórico-cultural con países de América del Sur como Argentina. No obstante, Chile todavía no es bien conocido y su arte menos.

El nivel de la tributación en Italia es uno de los más altos en el mundo y por ello la mayoría de las transacciones (en particular las de obras de los artistas más conocidos) se hacen en mercados como el de Londres y Nueva York.

Considerando la situación actual, en que Chile no es un socio comercial relevante para Italia en el sector artístico, la crisis económica mundial puede ser considerada como una oportunidad en la cual se buscan nuevos productos y nuevos intercambios. Chile, por ejemplo, debería aprovechar el clima favorable al arte típico de la sociedad italiana, proponer obras de artistas todavía no conocidos en este mercado y mejorar su imagen país para empezar a exportar su arte hacia Italia, además los artistas chilenos podrían venir a formarse en este país.

## II. Definiciones

### 1. Definición de Artes Visuales

Las artes visuales se suelen definir como todos los sectores artísticos que están relacionados con el sentido de la visión. En particular, esas incluyen no sólo los ramos más tradicionales como la pintura, la escultura, los grabados y las litografías sino también todos los más modernos y contemporáneos como la fotografía, el arte digital y las instalaciones. Sin embargo, esas no incluyen la danza, las representaciones teatrales ni el canto o la música.

Esto significa que la gran mayoría de los ramos artísticos, y por supuesto los más importantes, son incluidos en las artes visuales.

En general, la oferta chilena cuenta con obras artísticas del sector “post war” y contemporáneo, o sea producidas después de 1945.

## III. Descripción general del mercado importador

### 1. Tamaño del mercado

- **Población:** 59.96 millones de habitantes residentes (2014; fuente: Fondo Monetario Internacional)<sup>1</sup>
- **PIB:** 1.616 mil millones de Euros corrientes (2014, fuente: Fondo Monetario Internacional)
- **PIB per cápita:** 26.952,2 Euros corrientes (2014, fuente: Fondo Monetario Internacional)
- **PIB per cápita con paridad de poder adquisitivo:** 35.486,2 dólares internacionales corrientes (2014; fuente: Fondo Monetario Internacional)
- **Exportaciones de productos:** 386,9 mil millones de Euros corrientes (2014; fuente: Istat)
- **Exportaciones de servicios:** 87,7 mil millones de Euros corrientes (2014; fuente: Istat)
- **Importaciones de productos:** 337,5 mil millones de Euros corrientes (2014; fuente: Istat)
- **Importaciones de servicios:** 85.8 mil millones de Euros corrientes (2014; fuente: Istat)
- **Inflación:** 0.2% (2014; fuente: Istat)
- **Desempleo:** 12,4% y 41,5% de desempleo juvenil (mayo 2015; fuente: Istat)
- **Rating:** “BBB-” estable (S&Poor’s 2015)
- **Deuda Pública/PIB:** 132.1% (2014; fuente: Comisión Europea)
- **IVA:** 22% en 2015
- **Impuesto a la renta:** IRPEF. Imposición por escalones desde el 23%, para rentas menores de 15.000€, hasta el 43%, para la parte de renta mayor de 75.000€.

---

<sup>1</sup> Además, según el sitio del AIRE (Anagrafe dei cittadini Italiani Residenti all’Estero), 4.341.156 italianos eran residentes al extranjero en 2012.

## 2. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

El panorama general de la economía italiana, desde el comienzo de 2008 hasta el final de 2014, fue muy inestable.

Como se puede ver en la tabla siguiente, la variación del PIB en 2008 y especialmente en 2009 fue muy negativa. Después de un breve período de crecimiento en los dos años siguientes, la situación ha vuelto a ser crítica desde el 2012 hasta el 2014 cuando la reducción del PIB fue del 0.4%.

Sólo en el primer trimestre de 2015, la variación fue finalmente positiva y el aumento del PIB fue del 0,3% relativamente al trimestre anterior.

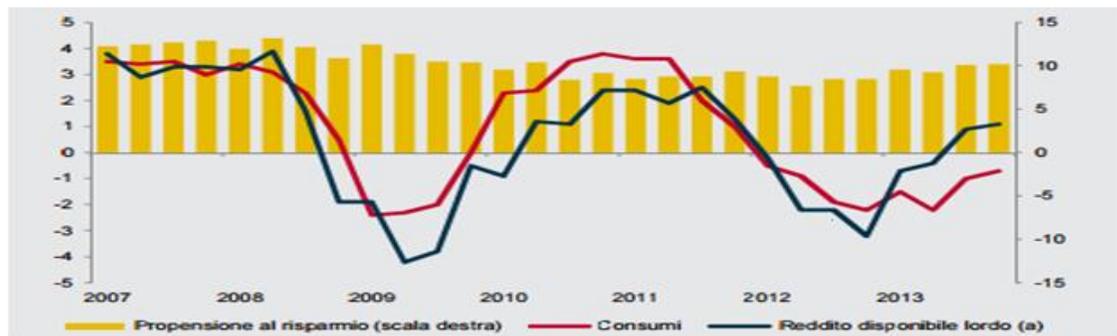
**Tabla 1. PIB a precios de mercado, importaciones de productos y servicios (Fob). Período 2009-2013 (valores concatenados, años de referencia 2005, variaciones porcentuales)**

AGGREGATI	2009	2010	2011	2012	2013
Prodotto interno lordo ai prezzi di mercato	-5,5	1,7	0,4	-2,4	-1,9
Importazioni di beni e servizi (Fob)	-13,4	12,6	0,8	-7,0	-2,8

Fonte: Istat, Conti economici nazionali

La inestabilidad económica, el alto nivel de desempleo y la tensión entre los diferentes partidos políticos no han permitido mantener la estabilidad política y institucional. Desde 2010 hasta 2014 el Gobierno cambió 4 veces.

**Tabla 2. Renta disponible bruta, consumo, propensión al ahorro para las familias. Período 2007-2013 (valores concatenados, años de referencia 2005; variaciones tendenciales y valores porcentuales)**

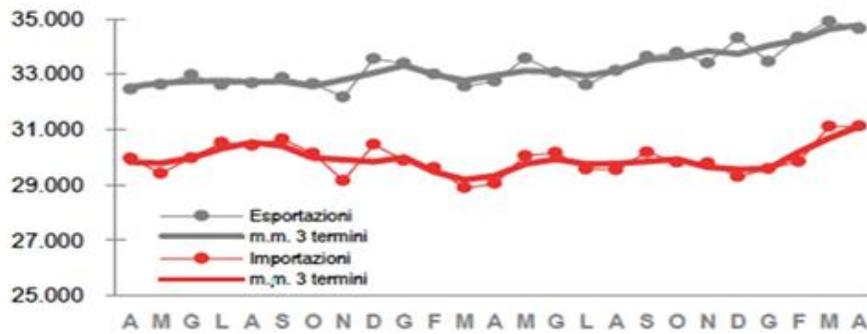


(a) Renta disponible bruta en términos reales, usando el deflactor del gasto para consumos finales de las familias.  
Fuente: Istat, conti economici nazionali.

Como se puede constatar comparando este gráfico con la primera tabla, la variación de las importaciones fue muy similar a la performance del consumo: en particular, en 2012 y 2013 la reducción fue del 7% y del 2,8% respectivamente.

A pesar de las previsiones, según el Istat, las exportaciones aumentaron pero las importaciones crecieron aún más, tanto con el área Euro como con los otros países aunque hay que esperar algunos meses más para ver un trend claro después de la devaluación del euro.

**Tabla 3. Exportaciones y importaciones en millones de euros. Abril 2013-Abril 2015, datos desestacionalizados.**



Fuente: Istat.

## IV. Descripción sectorial del mercado importador

### 1. Análisis económico de los productos artísticos

Antes de analizar la conducta general del mercado artístico, es importante considerar cuáles pueden ser los efectos de la situación económica sobre este mercado.

Las obras artísticas son productos particulares: claramente no son bienes de primera necesidad y generalmente tienen como target consumidores de clases acomodadas o altas.

Además, la demanda de obras artísticas tiene dos componentes: el gusto estético y la inversión. Muchos consumidores de estos productos, en particular en las clases más altas, no compran arte sólo por su interés en la obra sino también como una forma segura de inversión del dinero, una forma de inversión con tasas mucho menores que sobre otros patrimonios (como la casa) en muchos países y en Italia en particular.

Por tal motivo, se pueden considerar dos mercados distintos<sup>2</sup>, uno constituido por obras de artistas célebres en el mercado, con precio muy elevado que son principalmente de competencia de las subastas y que se venden a las clases más ricas. Otro de obras más accesibles para las clases medias y acomodadas que se encuentran principalmente en las galerías y ferias.

Claramente, la elasticidad al precio es mucho menor para la primera categoría que para la segunda porque por el consumidor del primer tipo, no sólo un alza de los precios no constituye un problema sino también un precio alto puede indicar que esta inversión sea interesante. Además, el precio de obras de artistas prestigiosos depende más del aprecio sobre el artista específico que de las situaciones macroeconómicas.

Una subida de los precios o una reducción del poder de compra, como en el caso de la crisis actual, podrían afectar sobre todo las ventas de obras con precios menores.

Esto tiene tres efectos: una reducción de las transacciones, un cambio de obras adquiridas y una gran caída en las remuneraciones de los artistas no famosos.

<sup>2</sup> División sugerida por Marcella Bonfanti  
Estudio de Mercado Artes Visuales en Italia/2015

Por ejemplo, en consecuencia de la crisis del 2008, que redujo notablemente el poder de compra, las ventas de arte no sólo disminuyeron como valor total, sino también (y sobre todo) el precio medio cayó mucho porque los consumidores se dirigieron hacia obras más baratas, pero el precio ( mediano) bajó aún más.

Esto se debe al hecho que las ventas de las obras con valor mayor de 1 millón de euros no han caído tanto como las de las obras más baratas.

Por ello, las variaciones de precio pueden modificar más intensamente el comportamiento de los consumidores de obras con precios medios y bajos que tienen mayor elasticidad al precio.

Además, se ha desarrollado y funciona un fuerte mercado informal.

De hecho, el mayor precio de las obras importadas desde países lejanos, como Chile, que tienen un costo de transporte bastante alto en relación su precio y la devaluación del Euro consiguiente al “Quantitative Easing” (que aumenta el precios de los productos importados con moneda diferente del Euro), puede ser una desventaja para las obras chilenas, que generalmente se colocan entre las de valor medio y no entre las con precio mayor. Este efecto puede ser aún mayor considerando que en Italia el 50% de las obras vendidas cuesta menos de 1.583€.

Por otro lado, la salida desde la crisis en Italia y el consiguiente aumento del poder de compra de los consumidores podría ayudar a incrementar las importaciones de arte desde Chile.

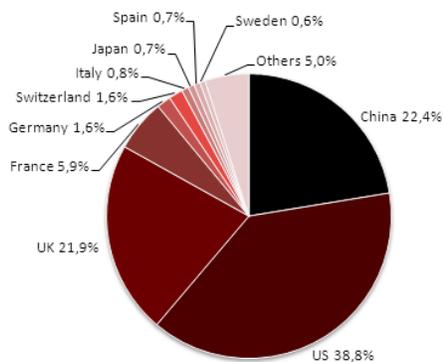
## 2. Comportamiento general del mercado internacional.

El mercado del arte internacional de obras de arte ha sufrido mucho por la reciente crisis económica pero, finalmente, entre 2013 y 2014 ha alcanzado su máximo histórico, sobrepasando el valor de las ventas en 2007, ultimo año de crecimiento antes de la crisis.

Según el Art Market Report 2015 del TEFAF (The European Fine Art Fair), este mercado ha crecido del 8% en 2013 y del 7% en 2014 cuando su valor fue de 51 mil millones de Euros, o sea su máximo histórico.

Por otro lado, el volumen de las transacciones en 2014, 39 millones, todavía parece ser mucho menor del nivel alcanzado en 2007 que fue de 50 millones de transacciones. Esto significa que en los últimos 7 años los precios han crecido mucho relativamente a 2007 para permitir un valor mayor con un volumen menor.

**Tabla 4. Cuotas del mercado artístico mundial por valor en 2014.**



Como se lee en el gráfico, en 2014 los mercados más importantes del mundo son en primer lugar los Estados Unidos (con una cuota de casi el 40% del valor), la China (con el 22,4%) y el Reino Unido (con casi el 23% del valor) y en segundo lugar la Francia (con el 5,9% del valor); todo el resto del mundo puede sólo contar con un 11% del valor de las ventas.

En general el 48% del valor del mercado mundial (24,6 mil millones de euros) es controlado por las casas de subastas y el 52% (26,4 mil millones de euro) por los comerciantes que venden principalmente en las galerías, en las ferias o privadamente. Comparando estos datos con el 2013 aparece que la cuota de las subastas ha crecido de un punto de porcentaje.

Analizando solamente el mercado de las subastas, este ha aumentado su valor del 9% respecto al 2013 y los precios han crecido del 12%.

En 2013, parecía que China había alcanzado el valor de las ventas de los Estados Unidos pero el mercado estadounidense ha vuelto a ser el más importante a partir de 2014.

El valor del mercado de los “dealers” o comerciantes creció en 2014 del 5% y el precio mediano ha caído del 13% mientras el medio subió del 12% respecto a 2013. Esto significa que el **número** de las transacciones de las obras más baratas han aumentado mucho pero el **precio** de las obras más caras tiene que haber crecido enormemente.

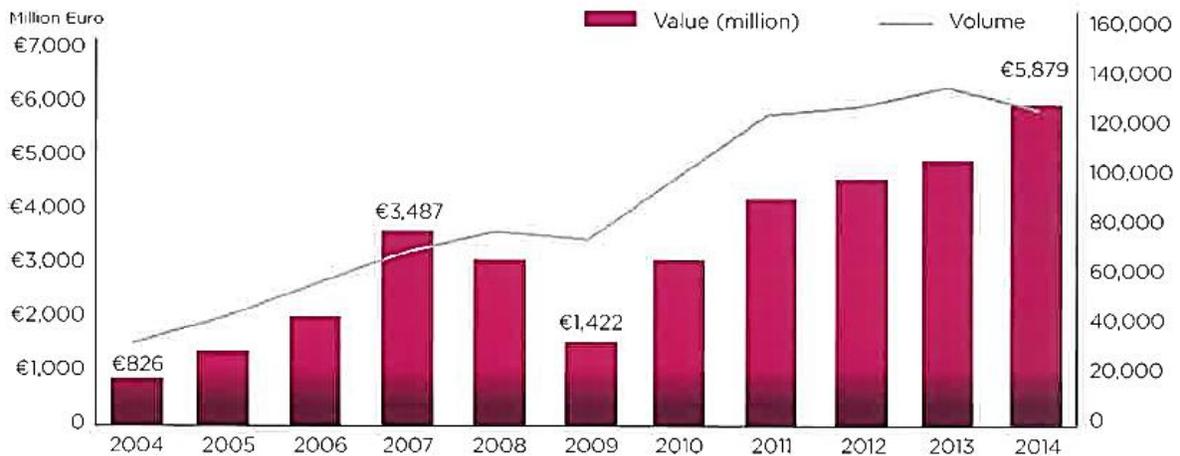
Estos datos consideran el mercado artístico en general, o sea las bellas artes (las artes visuales clásicas) junto con las artes decorativas (como las joyas, las antigüedades, algunos muebles particulares etc.).

En relación a las subastas de bellas artes, el estudio TEFAF 2015 afirma que los precios medios en 2013 todavía fueron el 16,3% más bajos que los de 2007 pero siguieron creciendo y en 2014 los precios fueron solamente el 6% más bajos que los de 2007.

De todas formas, es muy importante recordar que el 93% en 2013 y el 92% en 2014 de los lotes artísticos vendidos tenían un precio inferior a los \$50.000.

Según el estudio del TEFAF, el sector de arte “Post War and Contemporary” (de los artistas nacidos después de 1910) se está desarrollando muy rápidamente. Parece ser el único ramo de las bellas artes que ha seguido su expansión a pesar de la crisis económica (con la única disminución en 2008-2009). Desde 2009, el crecimiento del valor este sector entre las ventas de las casas de subastas fue del 300% logrando a llegar a su máximo valor histórico: 5,9 mil millones de euros. Por otro lado, el volumen de las transacciones no parece crecer tan rápidamente como el valor, lo que significa que los precios han crecido significativamente.

Tabla 5. El trend del sector artístico "Post War" y Contemporáneo en el periodo 2004-2014.



Fuente: Arts Economics (2015) with data from Artnet

De todas formas, como se puede ver en el gráfico construido por "Arts Economics", tanto el valor como el volumen de este sector han crecido mucho en los últimos 5 años.

Por eso, considerando el mercado de las bellas artes, en 2013 el periodo contemporáneo ha logrado a ser el más comercializado en las subastas del mundo, con un 44% del volumen de las ventas y el 46% del valor. El segundo sector, fue el moderno con sólo el 28% del volumen y el 29% del valor.

La porcentual del ramo contemporáneo ha crecido también en 2014 llegando hasta el 48% del valor. Ello significa que las oportunidades para los artistas chilenos, que generalmente se inscriben en este sector, son cada día más relevantes.

En particular, entre las diferentes artes visuales, las más desarrolladas son la pintura, la cual en 2013 representaba casi el 55% del mercado y el dibujo que representaba más del 33%.

El peso de la escultura, de las prensas y de la fotografía es mucho menor y contaba respectivamente con el 7.6%, el 2.2% y el 1.3% del mercado.

### 3. Comportamiento general del mercado italiano

Italia es uno de los países con el patrimonio artístico más importante en el mundo: el valor agregado por la cultura en Italia (turismo, museos etc.) es de 80 mil millones de euros, el 5,7% del economía nacional.

Sin embargo cuando se considera el mercado del arte global, la situación no es buena: el valor del mercado artístico en Italia en 2014 representó el 0,8% del valor mundial (eso significa poco más de 400 millones de euros), un valor increíblemente pequeño relacionado al gran patrimonio artístico italiano. Ello debido al hecho que el patrimonio italiano es principalmente constituido por obras no transportables como edificios artísticos, bibliotecas, grandes esculturas etc.

Además, Italia cuenta con obras antiguas que no pueden salir de Italia por leyes como la “*notifica*” que busca no dispersar el patrimonio cultural.

Por otro lado, en Italia se hace el 5% de todas las transacciones artísticas de las subastas del mundo y este valor es bastante similar si se considera las ventas en las galerías. Ello significa que el valor medio de las ventas en Italia es muy bajo en comparación a los otros países.

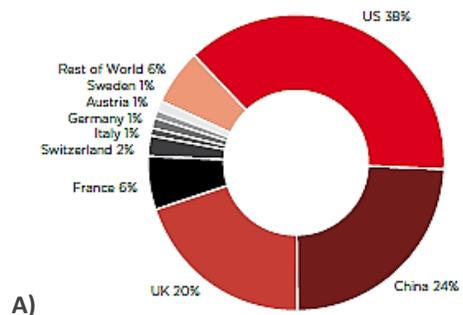
Desde el comienzo de la crisis económica, el mercado artístico italiano ha sufrido una reducción de valor, en particular en 2013. Según el periódico “*Il sole 24 ore*”, el valor había caído del 17%, un resultado increíblemente negativo, no debió sólo a una reducción de las transacciones sino, también y sobre todo, por una fuerte caída de los precios que en los años entre 2007 y 2015 se bajaron del 75%.

Finalmente, en 2014 el valor del mercado italiano ha vuelto a crecer significativamente.

Como siempre, los datos sobre este mercado son muy aproximados. Según el estudio TEFAF, mientras en 2014 el mercado mundial crecía del 7%, el mercado italiano creció aún más, con un aumento mayor del 10%.

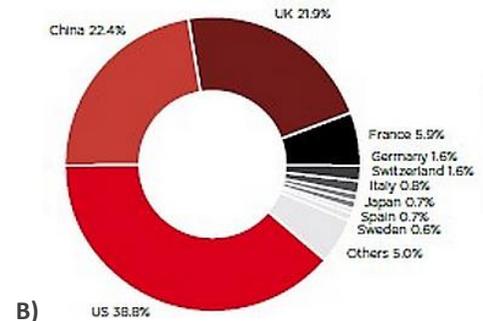
A pesar de eso, en los gráficos del estudio TEFAF no se encuentra un aumento del peso de Italia en el mercado mundial. De hecho, los valores del 2013 son aproximados a la unidad y el valor del mercado Italiano parece ser el 1% del valor mundial, mientras el valor de 2014, que fue aproximado al primer número decimal, tiene una cuota del 0,8% del valor mundial. En realidad el valor de 2013 es más verosímilmente un poco mayor del 0.75%. Por eso, el mercado italiano ha crecido más que el mundial y ha aumentado su cuota en el mercado.

Tabla 6. A) Cuotas del valor del mercado artístico mundial en 2013



Fuente A: Arts Economics (2014)

B) Cuotas del valor del mercado artístico mundial en 2014



Fuente B: Art Economics (2015)

**Distribución geográfica.**

Así como el mercado artístico mundial se concentra sólo en algunos países o en algunas ciudades (como Londres o Nueva York), el mercado italiano también es concentrado en algunas regiones y ciudades.

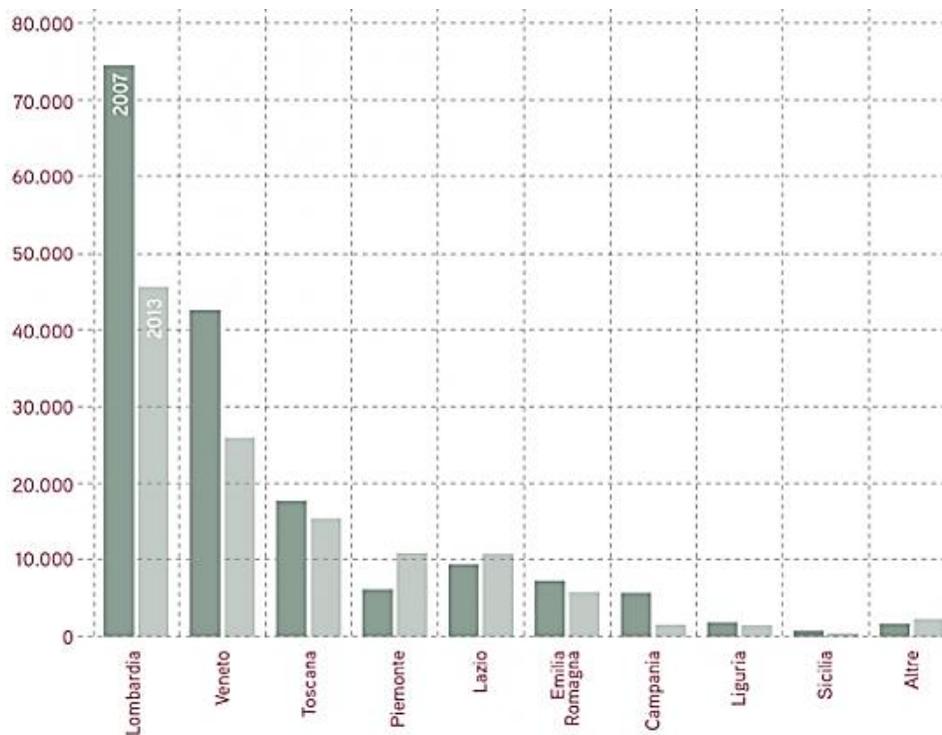
Como se puede ver en el gráfico, a pesar de que la facturación ha caído mucho en los últimos cinco años, Lombardía, Véneto y Toscana se confirman las tres regiones más importantes para este mercado.

En particular, el mercado lombardo es el más desarrollado con el 37% del valor de las ventas en Italia entre 2007 y 2013. Esta región tiene también el 32% de todas las galerías nacionales.

Los mercados véneto y toscano son muy importantes también y representan respectivamente el 22% y el 12% del valor de las ventas en el periodo 2007-2013 con un 10% y 8% de las galerías nacionales.

De todas formas, si en Lombardía y Véneto el mercado del 2013 se ha reducido del 30% respecto al 2007, en Piamonte ha crecido del 40% y ahora Piamonte es la cuarta región más importante.

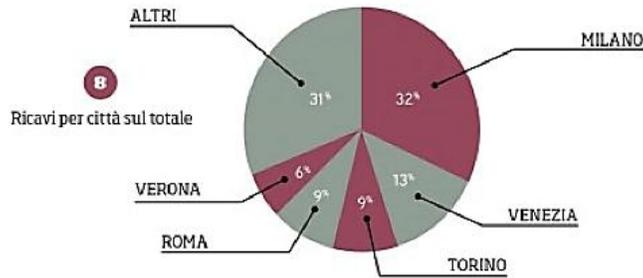
Tabla 7. Renta del mercado artístico por región, comparación 2007 y 2013 (en millares de Euros)



Fuente: Atribune, "Gallerie d'arte in Italia. Dati, tendenze, scenari"

La distribución tiene una desigualdad aún mayor si se mira a las ciudades. De hecho, el 32% de todo el facturado nacional del periodo 2007-2013 se concentra en Milán. Además, hay un 13% en Venecia, un 9% tanto en Roma como en Turín y un 6% en Verona. Esto significa que el 70% del mercado está concentrado sólo en cinco ciudades.

Tabla 8. Renta del mercado artístico por ciudad



Fuente: Atribune, "Gallerie d'arte in Italia. Dati, tendenze, scenari"

### Arte contemporáneo

Al analizar el mercado más interesante para la oferta chilena, el de arte "Post War" y contemporáneo, que se refiere al periodo posterior a 1945, se puede descubrir una situación muy interesante.

Tabla 9. Participación en el mercado mundial por valor y volumen y precios medios y medianos en 2013-Arte "Post War" y Contemporáneo

Country	Value	Volume	Average Price	Median Price
US	44.1%	21.3%	€ 71,692	€ 2,912
China	26.3%	19.4%	€ 46,919	€ 8,714
UK	14.7%	6.7%	€ 76,523	€ 5,969
France	4.6%	9.8%	€ 16,071	€ 2,469
Italy	1.1%	7.3%	€ 5,388	€ 984
Germany	1.1%	5.6%	€ 6,937	€ 1,764
Taiwan	0.6%	0.5%	€ 48,257	€ 9,727
Japan	0.6%	2.9%	€ 7,115	€ 2,252
Sweden	0.5%	1.7%	€ 10,521	€ 2,813
Rest of World	6.3%	24.9%	€ 8,793	€ 3,602
<b>World</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>€ 34,643</b>	<b>€ 3,838</b>

© Arts Economics (2014) with data from Artnet

La porción italiana del valor y del volumen mundial en 2013 fue el quinto más importante con el 1,1% del valor total y el cuarto más importante con el 7,3% de las transacciones mundiales. La diferencia entre la cuota italiana del valor mundial y la cuota italiana del volumen mundial es muy relevante. Si el mercado italiano es marginal relativamente al valor, el número de las transacciones es muy alto y en particular este valor es aún más alto que el de Reino Unido, que es uno de los líderes mundiales y el líder europeo del mercado artístico.

Sólo en 2014, el Reino Unido ha logrado a sobrepasar Italia en el volumen también tanto por el aumento de sus transacciones como por una leve disminución de las transacciones en Italia. Por otro lado, la disminución del volumen en Italia fue compensada por un importante aumento tanto del precio medio, que fue €8.444 en 2014, como del precio mediano que fue €1.472 en 2014.

A pesar de la subida de los precios del último año, este desequilibrio entre valor y volumen sólo se puede explicar con el hecho que el precio medio de las obras vendidas es mucho más bajo que en la mayoría de los otros países del mundo (véase la ficha).

De todas formas, según Marilena Pirelli (periodista de “Il Sole 24 Ore”), no sólo en el mercado mundial, sino también en el mercado italiano, el arte “Post War” y contemporáneo en 2013 ha representado el sector con el volumen más importante, llegando el 46% de las transacciones totales.

## 4. Estadísticas de producción y comercio del servicio

### **Producción italiana**

Italia es uno de los países con la mayor tradición de producción artística en el mundo. Como en el pasado, los artistas italianos (o extranjeros residentes en Italia) son todavía entre los más apreciados en el ramo contemporáneo.

Por ejemplo, Lucio Fontana fue al vigésimo quinto lugar entre los artistas como valor total de las obras vendidas en 2014 por Sotheby's y al vigésimo segundo considerando sólo los contemporáneos.

Además hay muchos otros italianos que se colocan entre los primeros 150 lugares de los artistas más vendidos por Sotheby's en 2014. Los más importantes son Piero Manzoni, Alighiero Boetti, Alberto Burri, Enrico Castellani, Michelangelo Pistoletto, Rudolf Stingel y Domenico Gnoli.

A pesar de eso, la oferta italiana tiene algunos problemas. En primer lugar la mayoría de los artistas contemporáneos más importantes pertenecen a la segunda mitad del siglo XX mientras la producción actual no es bien desarrollada y a pesar del gran número de artistas vivientes no hay muchos que sean notables.

En segundo lugar la mayoría de las obras contemporáneas italianas más importantes son vendidas al extranjero y muchos artistas italianos empezaron a trabajar en los Estados Unidos o en Londres.

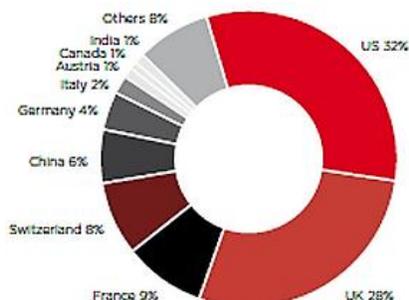
Este proceso se debe principalmente a las ventajas fiscales de vender al extranjero.

De todas formas es muy difícil evaluar el número efectivo de productores locales de artes visuales porque por un lado no es siempre fácil definir cuáles productos se califican como artísticos, por otro lado muchos artistas no son profesionales o hacen otros trabajos también.

### **Exportaciones y importaciones**

La apertura del mercado artístico italiano al exterior es bastante similar a la situación general de este mercado: tanto las importaciones como las exportaciones italianas representan una cuota marginal del mercado mundial.

Tabla 10. Cuotas por país del valor de las exportaciones mundiales de arte y antigüedades



Fuente: Arts Economics (2015) with data from the United Nations.

A pesar de eso, en los últimos dos años las exportaciones italianas han crecido y como se lee en el gráfico, el valor exportado por Italia representa el 2% del valor mundial. Eso podría considerarse positivo si comparado a la participación italiana al valor mundial del mercado artístico que es del 0,8%. Sin embargo, en general, esto no es un resultado muy bueno si se considera el potencial italiano de las exportaciones en este sector y eso puede ser causado da la fuerte protección que las leyes italianas dan al patrimonio artístico nacional para evitar que salga del País.

De hecho exportar obras italianas al extranjero no es tan simple. Para que una obra pueda salir de Italia se necesita un certificado de aprobación de la Oficina para las Exportaciones de la Academia de Brera en Milán. Este proceso es aún más complejo para las obras arqueológicas.

De todas formas, la situación es claramente peor considerando las importaciones: según TEFAF las importaciones de arte en 2013 han caído del 53% y Italia, que representaba el 1% del las importaciones mundiales en 2012, representó poco más del 0,5% el año siguiente.

Como ya considerado, a pesar del bajo valor representado por Italia en el intercambio artístico mundial, es importante recordar que los porcentajes del comercio con el extranjero son similares a los de la representación general del mercado italiano a nivel mundial. Eso significa que en general la apertura italiana al comercio de arte con el extranjero es bastante equilibrada con los resultados de otros países aunque tenga una propensión claramente mayor hacia las exportaciones y menor hacia las importaciones, que permite a Italia tener una balanza comercial muy positiva en este mercado (véase el gráfico siguiente).

Tabla 11. Importaciones y exportaciones mundiales de arte y antigüedades en 2013

Reporter	Imports	% Change on 2012	Exports	% Change on 2012	Net Exports
Austria	€ 169,0	31%	€ 260,7	165%	€ 91,7
Belgium and Luxembourg	€ 158,9	27%	€ 110,4	-28%	-€ 48,5
France	€ 503,7	6%	€ 1.716,3	19%	€ 1.212,6
Germany	€ 642,8	11%	€ 742,2	-18%	€ 99,4
Italy	€ 104,0	-53%	€ 459,5	47%	€ 355,5
Netherlands	€ 266,9	101%	€ 87,8	26%	-€ 179,0
Denmark	€ 60,2	81%	€ 37,4	-15%	-€ 22,8
Spain	€ 39,6	-24%	€ 104,7	23%	€ 65,1
Sweden	€ 24,0	-2%	€ 35,8	4%	€ 11,8

UK	€ 4.675,0	-23%	€ 5.604,2	-4%	€ 929,2
Other EU	€ 91,6	13%	€ 67,1	-17%	-€ 24,4
<b>EU</b>	<b>€ 6.735,8</b>	<b>-15%</b>	<b>€ 9.226,3</b>	<b>2%</b>	<b>€ 2.490,5</b>
Switzerland	€ 1.845,9	36%	€ 1.494,3	23%	-€ 351,6
Norway	€ 58,5	-4%	€ 71,7	-42%	€ 13,2
US	€ 7.357,0	21%	€ 6.240,4	8%	-€ 1.116,6
Australia	€ 121,9	15%	€ 76,0	6%	-€ 45,9
Canada	€ 189,0	1%	€ 234,2	47%	€ 45,2
China	€ 1.827,0	76%	€ 1.270,3	62%	-556,6
Singapore	€ 207,5	41%	€ 176,2	49%	-€ 31,3
Japan	€ 231,2	24%	€ 215,5	62%	-€ 15,7
Korea	€ 117,1	-9%	€ 140,9	47%	€ 23,9
Qatar	€ 75,1	7%	€ 52,6	24%	-€ 22,4
Brazil	€ 42,3	41%	€ 99,1	174%	€ 56,8
India	€ 40,6	120%	€ 228,1	20%	€ 187,5
Russia	€ 14,9	455%	€ 3,8	-69%	-€ 11,1
<b>WORLD</b>	<b>€ 19.317,3</b>	<b>10%</b>	<b>€ 19.812,1</b>	<b>10%</b>	<b>€ 494,7</b>

©Arts Economics (2015) with data from the United Nations and Eurostat

### Importaciones desde Latinoamérica y Chile

Analizando las importaciones desde Chile en detalle, se puede ver cómo este valor es muy bajo e inestable.

Según el ISTAT, instituto italiano de estadística, el valor de las importaciones italianas desde Chile fue el que se puede observar en la tabla 12 A), que representa las importaciones italianas de arte y objetos antiguos o de colección.

Tabla 12.

**A) Intercambio comercial en valor por área y país del producto: SH2 97 [Objetos de arte, colección y antiguos] Enero-Diciembre 2014**

(Valores en Euros)

PAÍS	IMP2012	IMP2013	IMP2014
[MUNDO]	226.522.40	96.931.26	92.370.78
[Unión europea 28]	4	1	2
[América central y meridional]	35.918.851	0	1
	944.419	1.007.038	595.812
<b>Chile</b>	<b>0</b>	<b>57.917</b>	<b>30.921</b>

**B) Intercambio comercial en valor por área y país del producto: SH4 9705 [Colecciones de zoología, de botánica, de mineralogía, de anatomía o de interés histórico, arqueológico, paleontológico, etnográfico o numismático] Enero-Diciembre 2014**

PAÍS	IMP2012	IMP2013	IMP2014
[MUNDO]	6.973.88	8.768.62	6.416.92
[Unión europea 28]	6	2	1
[América central y meridional]	4.450.73	3.536.47	2.542.68
	8	1	0
	10.452	65.157	35.138
<b>Chile</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>26.421</b>

Fuente: Istat, elaborada por ProChile Italia

Como aparece con claridad, el valor del comercio con Chile es muy bajo y la situación es aún peor si se considera que en la tabla 12 A) es incluido el valor de las importaciones no sólo de objetos artísticos sino también más generalmente “de colección,” que como se puede ver en la tabla 12 B) representó una cuota importante del valor de las importaciones desde Chile de 2014. Además, Italia no importó fotografías e incisiones chilenas, otras categorías de artes visuales que no están incluidas en la tabla 12 A), entre 2012 y 2014.

En realidad casi el 92% de las importaciones artísticas italianas viene desde Europa y Estados Unidos y otra parte relevante viene desde China. En general, menos del 1% de las importaciones italianas proceden desde países latinoamericanos. A pesar de ello, el valor de las importaciones artísticas desde América central y meridional fue más que un millón de euros en 2013 y más que 560.000 euros en 2014.

Eso significa que el arte latinoamericano ya tiene un mercado (aunque pequeño) en Italia.

Sin embargo, la situación de las importaciones desde Chile es mucho peor. Los datos nos dicen que sólo en algunos años algunas obras chilenas llegaron a Italia y esto significa que no hay un mercado estructurado y que la venta de arte chileno en Italia parece casual.

Una explicación interesante de estos números puede ser que la mayoría de las obras chilenas llegadas a Italia fueron vendidas en mercados más importantes, como el de Londres, a compradores italianos que prefirieron adquirirlas en un país con tasas menores o, por otro lado, fueron vendidas por artistas chilenos que se trasladaron a Italia para trabajar con mayor facilidad.

## 5. Los Precios

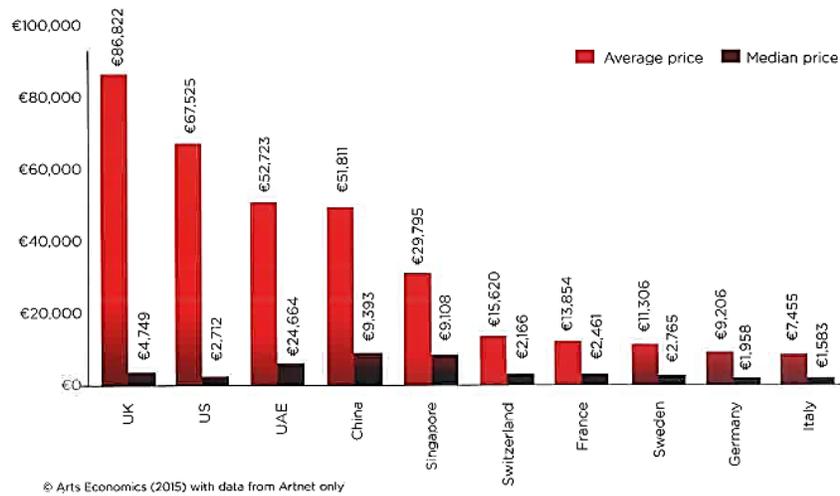
Tabla 13. Precios medios de ventas en subastas de bellas artes por País. Periodo 2007-2014.

Country	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Austria	€ 11,455	€ 9,578	€ 9,204	€ 12,903	€ 9,847	€ 11,224	€ 12,812	€ 12,620
France	€ 17,337	€ 11,806	€ 18,534	€ 13,037	€ 13,808	€ 14,440	€ 14,158	€ 13,854
Germany	€ 9,757	€ 7,262	€ 6,834	€ 7,144	€ 8,217	€ 8,486	€ 8,628	€ 9,206
Italy	€ 23,247	€ 14,295	€ 12,923	€ 8,652	€ 6,417	€ 5,938	€ 5,973	€ 7,455
Netherlands	€ 13,732	€ 12,730	€ 12,281	€ 13,577	€ 10,629	€ 12,983	€ 13,993	€ 16,003
Sweden	€ 8,777	€ 10,558	€ 6,934	€ 8,897	€ 9,974	€ 11,673	€ 12,085	€ 11,306
UK	€ 72,403	€ 72,860	€ 37,579	€ 54,842	€ 56,863	€ 66,001	€ 68,332	€ 86,822
<b>EU</b>	<b>€ 29,962</b>	<b>€ 25,995</b>	<b>€ 16,695</b>	<b>€ 18,852</b>	<b>€ 19,041</b>	<b>€ 21,262</b>	<b>€ 19,878</b>	<b>€ 24,081</b>
Singapore	€ 31,901	€ 21,975	€ 18,371	€ 20,572	€ 21,295	€ 25,298	€ 36,055	€ 29,795
Japan	€ 25,352	€ 12,730	€ 9,817	€ 12,255	€ 6,711	€ 7,900	€ 7,629	€ 9,043
Switzerland	€ 17,966	€ 18,278	€ 10,419	€ 16,323	€ 20,367	€ 19,950	€ 17,990	€ 15,620
China <sup>6</sup>	€ 16,434	€ 17,902	€ 17,150	€ 29,972	€ 38,899	€ 29,917	€ 28,644	€ 27,935
UAE	€ 52,375	€ 65,509	€ 27,416	€ 50,497	€ 26,009	€ 23,756	€ 37,638	€ 52,723
US	€ 62,362	€ 48,337	€ 27,115	€ 42,855	€ 36,057	€ 48,410	€ 54,236	€ 67,525
<b>TOTAL</b>	<b>€ 39,086</b>	<b>€ 31,372</b>	<b>€ 20,640</b>	<b>€ 30,773</b>	<b>€ 32,445</b>	<b>€ 31,576</b>	<b>€ 32,723</b>	<b>€ 36,753</b>

Fuente: ©Arts Economics (2015) with data from Artnet and AMMA

Después de muchos años de fuerte baja, finalmente, en 2014, los precios medios de las transacciones de los subastadores subió en 2014 del 24,8% en comparación a 2013. No obstante, el precio medio de 2014 en Italia fue de 7.455€, muy bajo si relacionado al valor medio inglés de 86.822€.

Tabla 14. Precios medios y medianos en las subastas de bellas artes en 2014



Fuente: Arts Economics (2015) with data from Artnet

Tabla 15. Ventas en las subastas mayores y menores de €50.000 en 2014

Country	Lots		Total Sales	
	Lots greater than €50,000	Lots less than €50,000	Value greater than €50,000	Value less than €50,000
Austria	4.3%	95.7%	51.9%	48.1%
Belgium	1.0%	99.0%	25.3%	74.7%
France	4.2%	95.8%	62.8%	37.2%
Germany	2.7%	97.3%	52.1%	47.9%
Ireland	0.7%	99.3%	21.1%	78.9%
Italy	2.5%	97.5%	50.8%	49.2%
Netherlands	7.1%	92.9%	56.8%	43.2%
Spain	1.1%	98.9%	27.7%	72.3%
Sweden	2.7%	97.3%	54.0%	46.0%
UK	13.7%	86.3%	92.1%	7.9%
Rest of EU	1.5%	98.5%	34.3%	65.7%
<b>EU</b>	<b>4.9%</b>	<b>95.1%</b>	<b>79.8%</b>	<b>20.2%</b>
China	17.1%	82.9%	81.9%	18.1%
Japan	3.4%	96.6%	47.3%	52.7%
Singapore	15.0%	85.0%	67.6%	32.4%
Taiwan	9.3%	90.7%	74.1%	25.9%
UAE	29.9%	70.1%	76.2%	23.8%
Norway	2.7%	97.3%	32.1%	67.9%
Switzerland	4.4%	95.6%	71.0%	29.0%
US	8.2%	91.8%	92.1%	7.9%
Rest of World	4.7%	95.3%	58.7%	41.3%
<b>World</b>	<b>7.9%</b>	<b>92.1%</b>	<b>84.0%</b>	<b>16.0%</b>

Fuente: Arts Economics (2015) with data from Artnet

Como los gráficos demuestran, no sólo el 97,5% de los lotes de bellas artes vendidos en las subastas italianas tienen un precio menor de 50.000€ sino también se puede destacar que el 50% de las transacciones ocurren a precios menores de 1.583 €, un valor mediano entre los más bajos en el mundo.

Para evaluar correctamente los datos anuales en Euros que están en las tablas, puede ser interesante señalar que la relación Euro/ Dólar no tuvo variaciones significativas entre los años 2007-2014 en los años considerados.

Considerando los artistas todavía no célebres, el precio de una obra normalmente depende por dos factores: su dimensión y su "*Coefficiente di mercato*" o sea un puntaje que cada artista tiene y que define el precio de su obra relacionado a su internacionalidad, al número de exposiciones o a la presencia de su obra en algunos museos importantes.

El artista y el galerista, evaluando las opiniones de la crítica y de los compradores, definen este coeficiente para cada artista considerando la notoriedad y el tipo de arte practicada. Normalmente, cuando obras del artista han sido exhibidas en importantes galerías, museos o sobre todo en la Biennale de Venecia, este puntaje sube mucho así que el artista se hace más interesante para los galeristas y el precio de su obra aumenta. En los años desde el comienzo de la crisis el "*Coefficiente di mercato*" se ha bajado mucho para incentivar las ventas.

El precio se calcula multiplicando el coeficiente por la suma del ancho y del largo de la obra en metros y multiplicando el resultado por 1000.

Además, por las obras de artistas menores hay que destacar que la gran mayoría del precio pagado por los consumidores es ganado por las galerías. Cuando esas no compran la obra desde el artista y la exponen solamente esperando que alguien la compre, el 50% del valor de la venta va a la galería, por otro lado si la galería compra la obra, el 70-80% del precio será de competencia del galerista.

Desde el comienzo de la crisis económica, en todo el mundo los precios siguieron bajando y sólo en los últimos dos años, volvieron a los niveles pre-crisis. Sin embargo, en Italia los precios son aún menores de lo que eran en 2007.

## 6. Canales de comercialización

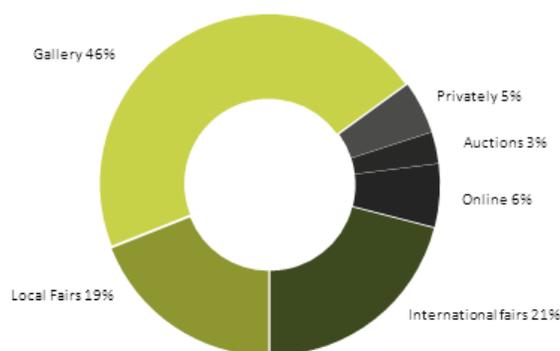
En Italia, es muy difícil analizar los canales de comercialización de los productos artísticos y por eso no se encuentran estudios exhaustivos sobre este tema. Para comprender cuál es generalmente la importancia de los diferentes intermediarios se puede considerar la situación del mercado mundial.

Como ya se ha dicho, el mercado mundial se divide entre subastadores, que tienen el 48% del mercado y "dealers" o comerciantes que tienen el 52%

En este último sector, como se puede ver en el gráfico, las galerías son sin dudas los canales de comercialización más importantes tanto considerando el valor como el número de transacciones.

De todas formas, las ferias son muy importantes también mientras las ventas online, las ventas privadas y las subastas hechas por comerciantes representan un porcentaje notablemente inferior.

Tabla 16. Cuota de las ventas de los “Dealers” por Canal de Distribución



Fuente: Arts Economics (2015)

No es fácil entender cuáles canales de comercialización son más importantes en Italia, pero algunas fuentes reportan que las más importantes son las galerías las que, junto con las ventas en las ferias, al final de 2013, contaban con más del 70% del mercado, según Nomisma.

La restante parte es administrada por los subastadores como Sotheby's en Milán y Christie's en Roma.

Las ventas directas por los artistas y sobre todo las ventas online no están bien desarrolladas en Italia.

Estos resultados parecen ser confirmados por el número de trabajadores en cada sector. A pesar de que el número de trabajadores no puede reflejar exactamente las ventas, se supone que sólo una facturación mayor puede sostener la presencia de un mayor número de trabajadores. Por eso aunque no sea el dato exacto, por la falta de informaciones aptas, se puede verlo como una aproximación.

Tabla 17. Estima del número de Business y trabajadores en el mercado de arte y antigüedades (2013).

Country	No. Of Businesses			No. Employed		
	AUCTION	DEALER	TOTAL	AUCTION	DEALER	TOTAL
Austria	45	1,060	1,105	1,170	7,420	8,590
Belgium	90	2,505	2,595	2,340	17,535	19,875
Denmark	100	1,680	1,780	2,600	11,760	14,360
France	370	7,050	7,420	9,620	42,300	51,920
Germany	240	4,250	4,490	6,240	25,500	31,740
Ireland	55	650	705	1,430	4,550	5,980
Italy	170	6,100	6,270	4,420	42,700	47,120
Netherlands	145	3,500	3,645	3,770	24,500	28,270
Spain	125	2,950	3,075	3,250	20,650	23,900
Sweden	190	1,250	1,440	4,940	8,750	13,690
UK	1,005	6,850	7,855	30,328	47,950	78,278
<b>EU Total</b>	<b>2,915</b>	<b>46,290</b>	<b>49,205</b>	<b>79,728</b>	<b>324,030</b>	<b>403,758</b>
Switzerland	65	1,500	1,565	1,690	10,500	12,190
US	4,080	68,500	72,580	107,678	479,500	587,178
China	460	36,500	36,960	8,930	292,000	300,930
Japan	30	10,850	10,880	780	75,950	76,730
Singapore	20	600	620	520	4,200	4,720
Australia	250	4,100	4,350	6,500	28,700	35,200
Rest of World	5,865	126,500	132,365	152,490	885,500	1,037,990
<b>Global Total</b>	<b>13,685</b>	<b>294,840</b>	<b>308,525</b>	<b>358,316</b>	<b>2,100,380</b>	<b>2,458,696</b>

Fuente: Arts Economics (2015)

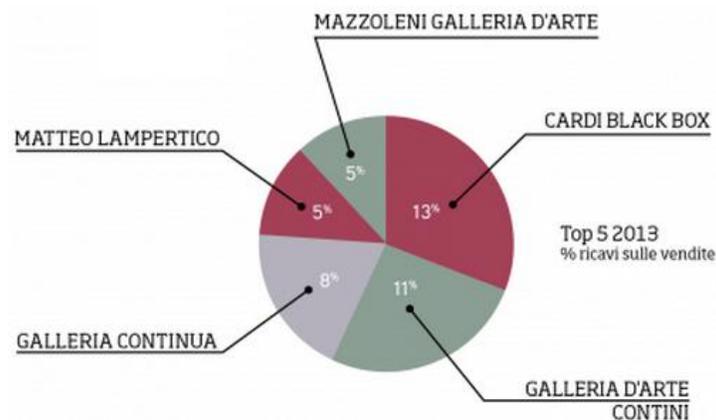
En particular, debe hacerse notar que en Italia el número de casas de subastas representa un 2,7% del “Total de Businesses” mientras en el mundo esta porcentual es un 4,5% del total. Además, el número de trabajadores italianos en las casas de subastas es el 9,3% de los trabajadores totales mientras en la restante parte del mundo este porcentaje sube al 14,6% . Por eso se puede suponer que el mercado “Dealers” compuesto principalmente por galerías y ferias tiene una cuota mayor en Italia que en el promedio de los otros países confirmando el dato de Numisma.

### Las Galerías

El número de galerías artísticas en Italia es muy grande y sólo en Milán hay casi 150 galerías (fuente: estudio 2009). Muchas de esas son en realidad muy pequeñas y se relacionan principalmente con artistas locales.

En particular, a pesar del gran número de galerías, el mercado está muy concentrado y las galerías más importantes son: Cardi Black Box con el 13% del mercado, Galleria d’Arte Contini con el 11% y Galleria Continua con el 8%.

**Tabla 18. Las 5 galerías italianas más importantes y su cuota de mercado**



Fuente: Artribune, “Gallerie d’arte in Italia. Dati, tendenze, scenari”

La participación en el año 2013 de las cinco galerías más importantes por facturado, en el mercado de las galerías italianas, denota que éstas controlan el 42% de dicho mercado.

En el anexo 1, está una lista de algunas importantes galerías que se ocupan de arte contemporáneo y que se consideran interesadas al arte latinoamericana y a artistas “nuevos” en el mercado italiano. Muchas de esas tienen “sucursales” en otras ciudades también.

Además, por supuesto, hay muchas otras galerías de arte contemporáneo. Es muy difícil encontrar un listado completo de éstas, pero muchas de las más importantes se encuentran asociadas a la “Associazione Nazionale Gallerie D’Arte Moderna e Contemporanea”. En su sitio web (<http://www.angamc.com/>), y en particular en la pagina <http://www.angamc.com/gallerie-associate> se podrá encontrar más que 150 galerías asociadas.

## **Las ferias**

Muchos artistas, y sobre todo, muchas galerías participan con sus obras en las diferentes ferias organizadas en algunas ciudades italianas en diferentes periodos.

En las ferias, cada una de las galerías que participan tiene su stand expositivo donde presenta y intenta vender sus obras.

Como ya se ha dicho, los galeristas en el mundo ganan alrededor del 40% de sus rentas en las ferias. De todas formas, el sector de las ferias tiene una importancia mayor de lo que aparece. Según muchos galeristas entrevistados por TEFAF, no sólo en las ferias se pueden conseguir casi la mitad de todas las ventas del año sino también muchas otras obras son vendidas por las galerías en los días siguientes la feria como consecuencia de la exhibición en las ferias.

Las más importantes en Italia están listadas en el ANEXO 2.

En realidad, hay que considerar que las ferias italianas son mucho más pequeñas y menos visitadas que algunas otras importantes ferias europeas.

Además, es necesario comprender que los coleccionistas, los italianos en particular, suelen viajar al extranjero (principalmente en países vecinos) para buscar obras de su interés o para comprarlas con una tasación menor.

Por tal motivo, es importante considerar las ferias internacionales que se realizan fuera de las fronteras nacionales porque muchas transacciones con consumidores italianos y galeristas también ocurren al extranjero.

Las más visitadas están en el ANEXO 3.

## **Las casas de subastas**

Generalmente, las galerías tienen relaciones bastante duraderas con algunos artistas y para un “nuevo artista” puede ser bastante difícil empezar una relación con esas.

Por otro lado, las casas de subastas tienen que relacionarse con diferentes obras y objetos cada día. A pesar de que muchos subastadores quieren trabajar sólo con artistas que empiezan a ser conocidos, esta puede ser una buena ocasión por artistas conocidos en Chile y nuevos en el mercado italiano.

En particular, el propietario de la obra tiene que presentar su obra al subastador el cual tiene que evaluarla y proponerla a los compradores. Si no será vendida el propietario puede intentar otra vez o retomar su obra.

De todas formas, el subastador ganará una cuota de la venta o un precio para cubrir los costos.

Las dos casas de subastas más importantes para el arte contemporáneo en Italia (así como en el resto del mundo) son sin duda Christie's en Roma y Sotheby's en Milán, Roma y Turín.

No obstante, hay muchas otros subastadores italianos que venden arte contemporáneo también la más importante y famosa en Italia fue Finarte que quebró en 2012 y que ha reabierto en 2015.

Además algunas de las más importantes se han asociado en la “Associazione Nazionale Case D'Asta”.

En el ANEXO 4 hay una lista de las galerías asociadas.

Para encontrar un listado de la mayoría de los subastadores italianos, sus direcciones y su números telefónicos, véase el link: <http://www.guidarte.it/case-dasta-italiane/>.

### **Exposiciones y Museos**

Otras instituciones muy importantes para el sector artístico son los museos y las exposiciones. A diferencia de las otras, sus objetivo no es la venta de obras sino más bien la exhibición al público de las obras mas importantes y la definición de las últimas tendencias artísticas.

La presencia en estas instituciones puede ser muy importante para dar publicidad o promover un artista, una tipología de arte o un área geográfica particular.

La exposición más importante en Italia y probablemente en el mundo es **la Bienal de Venecia** que se realiza cada dos años y se compone de diferentes sectores como arte, arquitectura, teatro, danza y música.

En los últimos años, la organización ha consistido en la elección de un tema, hecha por el director, y en la división de las obras por lugar de origen.

Junto con un área de “exposición internacional”, donde se exponen obras de todo el mundo, algunos países tienen su pabellón en los jardines de la Bienal, otros, como Chile, tienen su espacio expositivo en el “Arsenale”. Cada país tiene un administrador y un curador que decide como montar la exposición de las obras nacionales. Al final hay un premio, el “Leone D’Oro”, para el mejor artista internacional y uno a la mejor participación nacional. En la última edición (2014) Chile ganó el “Leone D’Argento” para el segundo lugar en el sector arquitectura.

En la página web [www.labiennale.org](http://www.labiennale.org) se pueden encontrar otras informaciones sobre la Bienal.

Los museos de arte contemporáneo más importantes en Italia son probablemente el **MAXXI** y el **MACRO** en Roma el **PAC** en Milano y el **Mart** en Rovereto.

Estos museos exponen jóvenes artistas de arte contemporáneo italianos y internacionales junto con artistas prestigiosos, siguiendo o creando las últimas tendencias en el mundo del arte.

Otros museos o fundaciones de arte contemporánea en Milán que pueden ser interesantes para Chile son el **Mudec**, un nuevo museo que se ocupa de arte multicultural, y el **HangarBicocca**, una fundación que expone obras de arte contemporáneo internacional.

## **7. Marco legal y regulatorio del subsector**

### **IVA**

La situación tributaria es uno de los mayores problemas en Italia. La principal tasa sobre los productos finales como el arte es la IVA que es muy alta en este país. Generalmente, por los productos que no se consideran “de primera necesidad” (como el pan, que tiene IVA del 4%), esta tasa desde el octubre de 2013 ha subido al 22% del valor del producto (antes era el 21%) y tiene que ser pagada por los consumidores finales.

Sólo en dos casos la IVA sobre una obra de arte es reducida: cuando el producto es de importación o cuando el artista lo vende directamente. En estos dos casos la porcentual del IVA es del 10%.

Esto significa que por la cuota de competencia del intermediario (galeristas o subastador) hay una IVA del 22% y por la cuota del artista hay una IVA del 10%.

Para resolver esta discrepancia, sobre los bienes artísticos vendidos directamente por el autor o el importador al intermediario se aplica el régimen de la “tasación al margen”.

Para evitar un o doble pago y por la falta de posibilidades de deducciones, la galería tiene que pagar el 22% sólo sobre el valor añadido en la última venta.

Esto significa que el IVA es del 10% sobre el valor añadido por el artista, más el 22% sobre el valor añadido por el intermediario: por esta razón, el IVA total pagado por el consumidor final debería ser un valor comprendido entre el 10% y el 22% y considerando que entre el 50% y el 80% del precio de una obra es generalmente de competencia de las galerías, el IVA total puede llegar hasta casi el 20% del valor.

Por eso, la imposición final por el consumidor es menos alta que la sobre otros productos, sobre todo cuando el artista o el importador vende directamente al consumidor o cuando el valor añadido por los intermediarios es bastante pequeño.

Por otro lado, a pesar de que la estructura de la imposición final (reducida para ventas directas e importaciones) es muy similar en los otros países de la Unión Europea, tanto el IVA como el IVA reducido es casi siempre más alto en Italia que al extranjero y esto produce una importante desincentivación a las compras en Italia.

En general, en la Unión Europea se aplican dos principios fiscales diferentes para el IVA: el del **país de destino** por el cual se paga el IVA sólo en el país en que el producto final se consume y no se paga ningún IVA para los productos exportados y el principio del **país de origen**<sup>3</sup>.

En la ficha siguiente se explica la aplicación de los diferentes sistemas del IVA.

Exportador	Nacionalidad exportador	Importador	Nacionalidad importador	Regimen aplicado	Explicación	Excepciones
Artista o galerista	De la Unión Europea	Consumidor o empresa	Extracomunitario	Principio del país de destino	Se paga el IVA de competencia del país donde el consumidor final compra el producto	
Artista o galerista	De la Unión Europea	Empresa	De otro país de la Unión Europea	Regimen transitorio: Principio del país de destino	Se paga el IVA de competencia del país donde el consumidor final compra el producto	
Artista o galerista	De la Unión Europea	Consumidor final	De otro país de la Unión Europea	Regimen transitorio: Principio del país de origen	Se paga el IVA de competencia del país donde el valor fue añadido	Ventas a distancia, personas jurídicas exentas del impuesto, medios de transporte nuevos.

<sup>3</sup> En el sitio [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuid=FTU\\_5.11.4.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuid=FTU_5.11.4.html) del Parlamento de la UE se encuentra la siguiente definición: “ [...]se aplica el principio del país de origen a todas las ventas a consumidores finales, es decir, una vez que se ha pagado el IVA por determinadas mercancías en un país, se pueden hacer circular por la Unión sin más controles ni impuestos. [...] Hay, no obstante, tres «régimenes especiales» a los que no se aplica este principio, en particular las ventas a distancia, las personas jurídicas exentas del impuesto y los medios de transporte nuevos.”

### **Tasas para las colecciones.**

Si el régimen del IVA es más alto que en muchos otros países, en Italia el coleccionismo parece ser tutelado.

Los impuestos patrimoniales no se pagan sobre los productos artísticos a pesar del valor que tienen.

Además, las tasas por la sucesión y al donación son entre las más bajas en Europa: el 4% con una franquicia de un millón de euros por cada cónyuge, del 6% con franquicia de 100.000 por hermanos, sin franquicia por otros parientes y del 8% sin franquicia por los demás. Otros países llegan al 40% del valor.

Recientemente, el gobierno ha añadido los objetos artísticos en el cálculo para el “Redditometro”: los negociantes de arte tienen que comunicar al fisco todas las ventas de arte para que esto controle la posición fiscal del comprador así que no ocurra que personas con salarios muy bajos adquieran obras muy caras.

### **Aduanas.**

Como se encuentra en el sitio de la Unión Aduanera de la Comisión Europea, Italia ni la UE tiene algún tipo de aranceles para las importaciones de los productos de las artes visuales hacia todos los países del mundo.

No obstante, hay muchas restricciones sobre el traslado de las obras de gran valor.

### **Droit de suite.**

En Italia, así como en muchos otros países y en particular en todos los países de la Unión Europea, los artistas (o su herederos por 70 años después de la muerte del artista) que han creado una obra de arte visual, tienen un derecho (no transferible) a una porcentual del valor de la obra cuando esta es vendida o comprada por profesionales del mercado del arte (galeristas, subastadores etc.).

En particular esta porcentual es el 4% por la parte del valor de la obra hasta los 50.000€, el 3% hasta los 200.000€, el 1% hasta los 350.000€, 0,5% hasta los 500.000€ y el 0,25% por la parte superior, hasta un máximo de 12.500€.

Este derecho no existe por las ventas menores de los 3000€ (sin tasas) o menores de los 10.000€ cuando la obra fue adquirida por el intermediario directamente del autor menos de 3 años antes.

Todos los autores italianos, de la unión Europea, y además de algunos otros países del mundo, que refrendaron acuerdos con la UE tienen este derecho si la venta está en Italia. En particular, como se encuentra en el sitio web [www.adagp.fr/en/indicative-list-countries-whose-legislation-provides-resale-right](http://www.adagp.fr/en/indicative-list-countries-whose-legislation-provides-resale-right) de la *Société des Auteurs dans les arts Graphiques et Plastiques*, los autores chilenos lo tienen también.

Por supuesto, el “Droit de Suite” es internacional pero la tributación sobre la renta recibida por el artista es diferente por cada país.

### **La “notifica”.**

El sistema de la “notifica”, instituido en la ley 1089 del 1939 y mantenido con el nuevo código de los bienes culturales, consiste en el bloque de todas las obras artísticas que tienen más que 50 años y que son producidas por autores muertos.

Cuando la obra tiene notifica y el propietario quiere venderla al extranjero, el Estado italiano puede decidir de substituirse al adquirente en la compra de la obra.

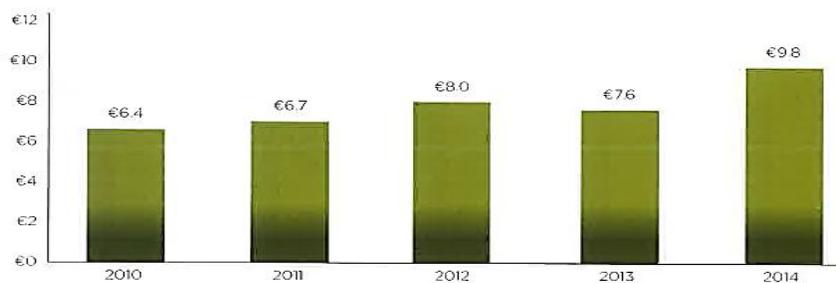
El efecto negativo de esta ley es una general inseguridad de las compras desde el extranjero que causa una reducción del valor de la obra.

## 8. Tendencias comerciales del sector

En primer lugar, como la caída del número de transacciones y sobre todo la caída de los precios fue debido a la fuerte crisis económica de la economía italiana e internacional, la recuperación económica que ha empezado en 2014/2015 está causando un aumento de las ventas y sobre todo un aumento de los precios que ya han subido de un 25% en comparación a 2013. Para volver a los niveles del 2007, los precios tendrían que subir más del 300% y por eso se cree que seguirán aumentando aunque sea difícil prever si será posible volver a los niveles de 2007.

Además, en los últimos años, las casas de subastas han aumentado su cuota de mercado en comparación a los comerciantes que sufren una situación de bajo crecimiento en las ventas en galerías y sólo logran a aumentar sus ventas en las ferias. Las ferias en particular parecen un canal en continua expansión y tanto en Italia como en el resto del mundo muchas nuevas ferias han surgido

**Tabla 19. Ventas mundiales estimadas de las ferias artísticas. Periodo 2010-2014. (Mil millones €)**



Fuente: Arts Economics (2015)

Para concluir, puede ser interesante considerar el crecimiento de las ventas online que ya cuentan con una facturación mundial de 3,3 mil millones de euros en constante crecimiento. Este sector, todavía muy débil en Italia, está empezando a crecer y podría ser un canal interesante en los próximos años.

En segundo lugar, el trend más significativo es el constante aumento del arte contemporáneo que ya ha logrado ser el sector más importante, tanto en el mundo como en Italia, donde según Marilena Pirelli de "Il Sole 24 Ore" ya cuenta con un 46% del mercado. La carencia de obras en el mercado del arte más antiguo significa que probablemente el ramo contemporáneo seguirá creciendo.

## v. Otros países y mercados interesantes

Seguramente, los países y en particular las ciudades que son más importantes para el mercado de arte internacional son en particular Nueva York, Londres, Pekín y Hong Kong.

En dichas ciudades las casas de subastas como Sotheby's y Christie's venden la mayoría de las obras de los artistas más importantes y conocidos. En estas instituciones, sólo los artistas chilenos más reconocidos mundialmente pueden ser vendidos.

Por otro lado, estas ciudades tienen también muchas otras importantes galerías, pero, a pesar de que éstas tienen obras de todo el mundo, los precios son generalmente muy altos y las obras vendidas por estas galerías tienen que ser de artistas bastante bien conocidos internacionalmente.

Según la crítica italiana de arte Angela Vettese, España, a pesar de su importancia limitada en el escenario mundial, puede ser un mercado muy interesante para el arte chileno en Europa: la presencia del mismo idioma y todos los contactos históricos y culturales entre Chile y España pueden ayudar mucho la difusión, la comprensión y el interés para el arte latinoamericano y chileno en particular en este mercado.

Por la misma razón, otros países de América del sur y sobre todo el gran mercado de los Estados Unidos (donde la comunidad latinoamericana es cada día más importante) pueden ser muy interesantes para los artistas chilenos.

## VI. Presencia de Países Competidores

### 1. Principales países proveedores externos.

En la tabla 20, se pueden ver todas las importaciones italianas de productos artísticos y de colección desde algunos de los principales exportadores. Considerando que las importaciones de objetos de colección es sólo un 10% del total, y que se distribuyen entre los diferentes países de manera similar al los demás productos de la ficha, se puede considerar la tabla como un imagen verdadera de las relaciones comerciales italiana en el sector artístico.

Como se puede apreciar, a pesar de las importantes variaciones desde el 2012, los Estados Unidos se han mantenido establemente en la primera posición antes de Suiza, Reino Unido y Francia. No obstante, si se consideran las importaciones desde Europa en su conjunto, ésta supera a Estados Unidos.

En general, las obras que provienen desde Europa y Estados Unidos representan casi el 92% de las importaciones y si se consideran las exportaciones desde China también (incluido Hong Kong), el porcentaje sobrepasa el 95%.

Otros países interesantes por el mercado italiano son Japón, Sudáfrica y algunos países latinoamericanos como México, Brasil, Colombia (que ha reducido mucho su exportaciones pero siempre representó un partner importante para Italia) y Costa Rica.

Tabla 20.

Intercambio comercial en valor por area y país del producto: SH2 97 [Objetos de arte, colección y antiguos] Enero-Diciembre 2014, (Valores en Euro)

PAESI	IMP2012	IMP2013	IMP2014	EXP2012	EXP2013	EXP2014
[MONDO]	226.522.404	96.931.261	92.370.782	316.841.583	426.125.487	448.846.724
[EUROPA]	51.686.570	46.709.068	50.547.633	214.120.414	270.105.219	286.859.184
Stati Uniti	165.368.956	42.047.808	34.410.913	74.288.898	115.717.259	119.631.989
Svizzera	15.208.164	10.331.811	16.073.043	164.184.936	210.270.299	234.152.510
Regno Unito	12.701.243	14.086.465	13.455.514	9.018.376	12.926.509	19.465.008
Francia	8.930.409	7.967.929	8.504.840	13.291.765	24.664.512	13.216.821
Germania	6.713.695	4.112.876	4.170.647	6.136.680	6.278.915	3.985.127
Cina	3.359.323	2.373.080	2.767.735	1.831.650	3.885.185	4.437.075
Paesi Bassi	965.603	520.885	1.722.395	1.357.426	1.554.598	747.257
Irlanda	60.161	16.129	1.687.139	182.513	76.375	128.507
Belgio	2.061.835	1.659.389	1.326.373	1.315.683	2.172.492	3.865.281
Austria	1.267.252	1.067.893	925.336	851.493	830.991	1.037.723
Spagna	1.853.123	1.348.197	898.355	2.085.675	659.460	743.025
Giappone	729.463	586.936	651.510	1.441.475	5.013.315	1.308.897
Sud Africa	862.593	1.504.601	602.491	201.192	555.250	411.974
Hong Kong	360.078	862.508	550.055	5.201.976	5.028.362	11.289.313
Messico	448.817	70.571	183.021	761.770	496.157	2.559.294
Brasile	96.850	282.631	165.270	414.523	633.640	675.477
Costa Rica	1.868	0	133.382	313.294	154.228	166.475
<b>Chile</b>	<b>0</b>	<b>57.917</b>	<b>30.921</b>	<b>27.940</b>	<b>19.050</b>	<b>68.366</b>
Venezuela	6.336	7.773	16.312	225.480	119.416	64.391
Argentina	96.745	51.730	14.514	36.000	110.000	87.292
Uruguay	95.016	25.441	13.516	22.880	115.506	43.862
Colombia	136.871	400.983	8.398	28.880	123.344	72.248

Fuente: Elaboración ProChile Milán con datos Istat

## 2. Segmentos y estrategias de penetración más usadas por los competidores.

En primer lugar, analizando los mayores exportadores, parece claro como Italia tenga una relación preferencial con los países más similares en términos territoriales y culturales, como los países europeos y los Estados Unidos. A dichos países, se agrega China, que gracias a su fuerza económica y a su mercado de arte notablemente desarrollado, ha podido mantener una presencia constante con sus obras entre las importaciones italianas.

Por supuesto, no es fácil que Chile pueda competir con estos países que ya tienen relaciones consolidadas.

Los otros países que tienen un peso relevante entre las importaciones artísticas italianas son Japón y Sudáfrica. Mirando a las obras que vienen desde esos países no es difícil ver como su éxito se ha debido también a la presencia de un arte típico. Además, Sudáfrica ha podido ser el país africano con mayores exportaciones artísticas hacia Italia gracias al conocimiento de su arte, promovido por algunas ferias internacionales, como FNB Joburg Art Fair y las exposiciones más importantes del continente.

Por otro lado, las importaciones artísticas desde Latinoamérica no tienen un peso relevante y ningún país singularmente ha podido sobrepasar los 200.000 € de exportaciones hacia Italia en 2014.

De hecho, en Sudamérica las ferias artísticas internacionales han empezado a desarrollarse sólo recientemente y todavía no son tan importantes (en términos de galerías y visitantes /participantes) como las europeas y estadounidenses.

De todas formas, algunos países como México, Brasil y Colombia han exportado en los últimos 3 años mediamente más de 100.000€ cada año, principalmente gracias al mayor conocimiento en Italia de estos países y de su arte.

En efecto, dichos países tienen muchos círculos artísticos y las ferias más importantes han empezado a operar desde el comienzo de los años 2000 permitiéndoles incrementar su notoriedad en el escenario artístico mundial.

Por otro lado, Ch.ACO, la feria chilena más importante, es nacida sólo en 2009 es todavía bastante pequeña con 30 galerías que participan y sólo en los últimos años el número de visitantes ha empezado a ser relevante.

## VII. Obstáculos a enfrentar por los emprendedores y artistas del sector

El obstáculo más importante que los artistas chilenos enfrentan en Italia es la falta de conocimiento en el mercado. Por esta razón, es muy difícil que las galerías locales compren y expongan una obra importada desde Chile, hecha por un artista desconocido en Italia. Por tal motivo, la importación italiana de obras chilenas sigue siendo muy baja o inexistente.

Otro importante problema es la inestable situación económica italiana: la crisis ha reducido el poder de compra de los consumidores y las obras de arte son consideradas como “productos no fundamentales” y están entre los primeros que las familias italianas dejan que consumir. Considerando también el alto nivel de tasación, se puede entender porque el mercado artístico italiano es tan pequeño.

Por otro lado, quien compra arte para invertir, elige obras de artistas bien conocidos, mientras la oferta chilena es principalmente compuesta por artistas jóvenes y desconocidos en Italia.

Además, los precios medios de las obras adquiridas por los consumidores en Italia son muy bajos. Esto significa que el precio del transporte intercontinental, que es bastante alto cuando se envían sólo pocas obras con un bajo valor, puede ser una componente relevante del precio final y en particular puede ser una desventaja muy importante en comparación con otros artistas menores italianos o europeos.

Otro obstáculo importante por los artistas más jóvenes y desconocidos es la presencia de un puntaje o “*Coefficiente del mercato*” por cada artista no prestigioso. Como ya se ha dicho, este puntaje sube cuando obras de un artista han sido exhibidas en importantes museos. Al mismo tiempo, sólo obras de los artistas más célebres pueden ser exhibidas en las instituciones más importantes y esto significa que puede ser muy difícil para un artista desconocido aumentar su puntaje y vender obras o por lo menos venderlas a un buen precio.

Esta situación es aún peor si se considera que en el caso de artistas menores hasta el 80% del precio de una obra puede ser añadido por el galerista.

## VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

La mayoría de los personajes del mundo del arte entrevistados concuerdan sobre el hecho que el arte chileno es bastante desconocido en el mercado italiano e internacional y que sería necesario efectuar una importante operación promocional. Esta operación tiene que pasar por los museos y las exposiciones italianas más importantes pero tendría que empezar en Chile donde el sector artístico tiene que ser incentivado con una participación más activa en eventos internacionales.

Tanto los artistas como los críticos afirman que la principal ventaja del mercado italiano es la presencia de muchos coleccionistas y además el hecho que la mayoría de las familias, aunque no sean coleccionistas, adornan sus casas con obras artísticas que, de todas formas, habitualmente tienen un valor bastante bajo.

Por otro lado, no sólo la demanda de obras es bastante alta sino también hay una enorme cantidad de artistas que ofrecen su arte.

El problema más grande para el mercado italiano es la presencia de tasas elevadas y de leyes, como la *"notifica"* que hacen las transacciones muy difíciles, en particular las internacionales.

Algunos artistas chilenos que viven en Milán afirmaron que, a pesar de la ausencia de aranceles, las operaciones comerciales de importación-exportación de obras de arte en Italia son muy difíciles con muchos problemas en las aduanas, especialmente las inspecciones que pueden durar mucho tiempo y que a menudo no permiten a la obra de pasar la aduana.

Por estos inconvenientes, la mejor solución para un artista que quiere vender en Italia es instalarse en el mercado.

## IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

Como resultado de conversaciones con artistas, críticos, galeristas y economistas se pueden sugerir dos principales estrategias:

La primera tiene que ser elegida en relación a la situación actual del arte chileno que no es conocido y publicitado en el extranjero, con pocas obras de artistas chilenos expuestas en los museos italianos más importantes, con una demanda local que se ha reducido notoriamente y que prefiere artistas italianos y con exportaciones de arte chileno hacia Italia cercanas a cero.

En este contexto, tanto críticos importantes como algunos artistas chilenos que viven en Italia, afirman que la única manera para que artistas jóvenes, o todavía no conocidos, puedan vender su obras en Italia, es empezar una

iniciativa privada e instalarse por un periodo en Italia y en particular en ciudades que tienen un importante mercado artístico como Venecia y especialmente Milán.

De esta manera, el artista puede promover más intensamente sus obras y reducir los costos de transporte. En particular, se pueden construir relaciones estables con el mundo artístico local y sobre todo con las galerías. Cuando estas relaciones se consolidan y el artista empieza a encontrar el interés de los compradores, generalmente esta notoriedad persiste por mucho tiempo.

Instituciones como los consulados chilenos, las embajadas u otros edificios relacionados con Chile podrían colaborar en promover artistas chilenos para organizar exposiciones en sus sedes.

Por otro lado, hay que empezar con una iniciativa pública: si Chile pudiera aumentar su fama internacional en el campo artístico, como otros países latino-americanos ya lo han hecho (México, Argentina y Brasil, en particular), su arte también podría acceder y desarrollarse en Italia.

Esto significa que para incrementar el conocimiento del arte chileno a nivel internacional es necesario reforzar la acción cultural e institucional.

Se sugiere que las instituciones chilenas públicas y privadas del sector de artes visuales promuevan y organicen exposiciones internacionales junto con apoyar las ferias más importantes que se hacen en Chile. Invitando a dichos eventos a personajes importantes del mundo artístico italiano e internacional, el conocimiento del arte chileno podría aumentar y galeristas o museos italianos podrían interesarse en el arte chileno.

En segundo lugar, desarrollar un plan de promoción en Italia que busque posicionar al sector artístico chileno en revistas de arte, organizándose exposiciones e intentando contactar los principales museos italianos de arte contemporáneo.

Otra experiencia interesante es la de las “residencias” artísticas<sup>4</sup> o de los círculos culturales.

Cabe recordar que países europeos como el Reino Unido, Bélgica, Holanda, Alemania y también Estados Unidos y Canadá, han seguido el ejemplo del Prix de Rome francés. Por más de tres siglos, los artistas franceses más prometedores recibían una beca, el Prix de Rome, para permanecer algunos años en la Academie Francese en Villa Medici en Roma.

Instituciones, que se han desarrollado en ciudades como Florencia o Venecia, permiten hospedar muchos jóvenes artistas internacionales en Italia en un lugar o “residencia” acrecentando no sólo la notoriedad del artista sino también del arte de su país. Además, la presencia estable de un círculo cultural chileno en la residencia podría ayudar a crear relaciones duraderas con importantes galerías italianas.

---

<sup>4</sup> Sugerido por Paola Nicolin.

## X. Contactos relevantes

Angela Vettese, crítica de arte y profesora universitaria en las universidades Bocconi y IUAV: [vettese@iuav.it](mailto:vettese@iuav.it)

Paola Nicolin, profesora en la Universidad Bocconi: [paolanicolin@gmail.com](mailto:paolanicolin@gmail.com)

Nicola Maggi, crítico de arte y periodista: [info@collezionedatiffany.com](mailto:info@collezionedatiffany.com)

Marcella Bonfanti: Artista de origen chileno que vive en Milán: [pintoracl@yahoo.it](mailto:pintoracl@yahoo.it)

## XI. Fuentes de información (*Links*).

TEFAF Art Market Report 2014, Clare McAndrew.

TEFAF Art Market Report 2015, Clare McAndrew.

THE ART MARKET PRICE 2014, artprice.com.

Nicola Maggi, "Italia: mercato dell'arte in ripresa" Collezione da Tiffany, 19 marzo 2015.

Nicola Maggi, "La Notifica: se la burocrazia "strangola" il mercato", Collezione da Tiffany, 13 noviembre 2012.

Martina Gambillara, "Gallerie d'arte in Italia. Dati, tendenze, scenari", Artribune, 1 julio 2015.

Emiliano Rossi, "Le tasse nel mondo", Il Giornale dell'Arte.com, número 342, mayo 2014.

Silvia Anna Barrilà, "Il mercato dell'arte continua a crescere." Il Sole 24 ORE.

Michela Moro, "Mercato dell'arte: Mondo +8%, Italia -17%", Il Giornale dell'Arte.com, edición online, 14 aprile 2014.

Emiliano Rossi, "Le tasse nel mondo", Il Giornale dell'Arte.com número 342, maggio 2014.

"Il mercato arte antica perde peso, notevoli le performance del comparto contemporaneo", 23 gennaio 2014, Nomisma.

"Arte, come viene tassata nel mondo", Il sole 24 ore.

Io sono Cultura, "L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi", RAPPORTO 2014.

"Valore e autenticità dei quadri- Come si calcola il prezzo, coefficienti quotazioni", STILEarte.it, 27 junio 2015.

[www.adagp.fr/en](http://www.adagp.fr/en): Société des Auteurs dans les art Arts Graphiques et Plastiques.

[www.istat.it/it/](http://www.istat.it/it/): ISTAT.

[file:///C:/Documents%20and%20Settings/segreteria3/Documenti/Downloads/Commercio%20estero%20e%20attivit%C3%A0%20internazionali%20-%2029-lug-2015%20-%20Testo%20del%20volume%20\(1\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/segreteria3/Documenti/Downloads/Commercio%20estero%20e%20attivit%C3%A0%20internazionali%20-%2029-lug-2015%20-%20Testo%20del%20volume%20(1).pdf): Datos ISTAT sobre el comercio internacional.

<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/01/weodata/weoselgr.aspx>: Estadísticas del Fondo Monetario Internacional.

[www.anca-aste.it](http://www.anca-aste.it): “Associazione Nazionale Case d’aste”.

<https://www.siae.it/it> : “Società Italiana Autori Ed Editori”.

[http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/taric\\_consultation.jsp?Lang=it](http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=it): Unión Aduanera de la Comisión Europea.

[http://ec.europa.eu/economy\\_finance/ameco/user/serie/ResultSerie.cfm](http://ec.europa.eu/economy_finance/ameco/user/serie/ResultSerie.cfm): Comisión Europea, “Economic and Financial Affairs”

## XII. Anexos

### ANEXO 1

#### Galerías interesadas en arte latinoamericano y en las que exponen artistas jóvenes.

##### ❖ Brescia

- Kanalidarte  
(Via Alberto Mario 55, Tel. +39 030 5311196, [afraanali@gmail.com](mailto:afraanali@gmail.com))
- Galleria Massimo Minini  
(Via Luigi Apollonio 68, Tel. +39 030 383034, [info@galleriaminini.it](mailto:info@galleriaminini.it))

##### ❖ Milán

- Galleria Raffaella Cortese,  
(Via Alessandro Stradella 7, Tel. +39 02 204 3555, [info@galleriaraffaellacortese.com](mailto:info@galleriaraffaellacortese.com))
- Monica De Cardenas  
(Via Francesco Viganó 4, Tel. +39 02 2901 0068, [info@monicadecardenas.com](mailto:info@monicadecardenas.com))
- Barbara Frigerio Contemporary Art  
(Via dell'orso 12, Tel. +39 02 3659 3924, [info@barbarافرigeriogallery.it](mailto:info@barbarافرigeriogallery.it))
- Edizioni Galleria Paola Colombari  
( Via Pietro Maroncelli, Tel. +39 348 2635 056, [info@edizionigalleriacolombari.com](mailto:info@edizionigalleriacolombari.com) )

- Montrasio Arte-Harlem room ( Via di Porta Tenaglia 1, Tel. +39 02 878448 [hr@harlemroom.it](mailto:hr@harlemroom.it) )
- Galleria Lia Rumma  
(Via Stilicone 19, Tel.+39.02.29000101, [info@liarumma.it](mailto:info@liarumma.it) )
- Jerome Zodo Gallery  
(Via Lambro 7, Tel. + 39 0220241935, [info@jerome-zodo.com](mailto:info@jerome-zodo.com) )

#### ❖ Prato

- Galleria Open Art  
(Viale della Repubblica 24, Tel. +39 0574 538003, [galleria@openart.it](mailto:galleria@openart.it) )

#### ❖ Roma

- Galleria Lorcan O'Neill  
(Vicolo Dei Catinari 3, Tel. +39 06 6889 2980, [mail@lorcaneill.com](mailto:mail@lorcaneill.com))

#### ❖ San Gimignano

- Galleria Continua  
(Via del Castello 11, Tel. +39 0577 943134, [info@galleriacontinua.com](mailto:info@galleriacontinua.com))

#### ❖ Turín

- Galleria Franco Noero ( Via Mottalciata 10/B, Tel. +39 011 882208, [info@franconoero.com](mailto:info@franconoero.com))

#### ❖ Verona

- Boxart Gallery  
(via dei Mutilati 7/a, Tel. +39 045 8000176, [info@boxartgallery.com](mailto:info@boxartgallery.com))
- Studio La Città  
(Lungadige Galtarossa 21, Tel. +39 045 597549, [info@studiolacitta.it](mailto:info@studiolacitta.it))
- Artericambi  
(Via XX Settembre 67, Cell: +39 335 1330087, [info@artericambi.com](mailto:info@artericambi.com))

## ANEXO 2

### Ferias italianas relevantes sugeridas

**MIA Fair -Milán, abril- [www.miafair.it](http://www.miafair.it)**

Es una feria de arte contemporánea relativamente nueva (empezó en 2011). Es la más importante en Italia en el ámbito de la fotografía y de las imágenes en movimiento.

**ArtVerona -Verona, octubre- [www.artverona.it](http://www.artverona.it)**

Una feria de arte moderna y contemporánea que se está haciendo cada año más importante y en la cual ya participa la mayoría de las galerías italianas más importantes.

**Arte Fiera - Bologna, enero- [www.artefiera.bolognafiere.it](http://www.artefiera.bolognafiere.it)**

Esta es una de las ferias de arte moderno y contemporáneo más importantes en Italia y en el mundo. En este evento participan más de 150 galeristas elegidos entre las más prestigiosas galerías nacionales y internacionales. En Arte Fiera se encuentran tanto obras de artistas prestigiosos en el mercado mundial como nuevas propuestas de las tendencias artísticas más recientes.

**MiArt - Milán, abril- [www.miart.it](http://www.miart.it)**

MiArt, la Feria Internacional de Arte Moderno y Contemporáneo de Milán. Es un lugar de encuentro muy importante para los 150 galeristas italianos y extranjeros seleccionados. Esta feria, junto con obras de artistas ya conocidos, pone una particular atención a las novedades y a la evolución del escenario artístico contemporáneo.

**KunStart - Bolzano, mayo - [www.kunstart.it](http://www.kunstart.it)**

Una feria que se coloca en un contexto "provincial" y que da mucha atención a los artistas locales. Además, KunStart promueve artistas jóvenes o países que se pueden considerar como emergentes en el escenario artístico, intentando seguir la evolución del mercado internacional del arte. Más que 80 galerías desde 10 países y 25 galerías locales van a participar cada año.

**ArtePadova - Padua, noviembre- [www.artepadova.org](http://www.artepadova.org)**

Importante feria en la cual las 160 galerías elegidas exponen obras de arte contemporánea de nuevos artistas y sobre todo de artistas conocidos.

**ARTissima - (Turín, noviembre - [www.artissima.it](http://www.artissima.it)**

Feria internacional de arte contemporáneo entre las más importantes en Italia con más de 50.000 visitantes y una selección de las 180 celebres galerías. Junto con las galerías siempre participan, fundaciones, museos, revistas y se organizan conversaciones y encuentros temáticos.

### Otras ferias italianas de menor importancia son:

**BAF Bergamo Arte Fiera -Bérgamo, noviembre: [www.bergamoartefiera.com](http://www.bergamoartefiera.com)**

**Napoli Arte Fiera -Nápoles, final de mayo: <http://www.napoliartefiera.it/>**

**Arte Cremona -Cremona, marzo: [www.artecremona.it](http://www.artecremona.it)**

## **ANEXO 3**

### **Ferias relevantes en Europa.**

**Art Basel** (Basilea, junio): [www.artbasel.com](http://www.artbasel.com)

**Art Cologne** (Colonia, abril): [www.artcologne.com](http://www.artcologne.com)

**FIAC Paris** (París, octubre): [www.fiac.com](http://www.fiac.com)

**ARCO Madrid** (Madrid, febrero-marzo): [http://www.ifema.es/arcomadrid\\_01/](http://www.ifema.es/arcomadrid_01/)

**Art Brussels** (Bruselas, abril): <http://www.artbrussels.com>

**London Art Fair** (Londres, enero): <http://www.londonartfair.co.uk>

**TEFAF** (Maastricht, marzo): <http://www.tefaf.com/>

**Frieze London** (Londres, octubre): <http://friezelondon.com/>

## **ANEXO 4**

**Galerías asociadas a la “Associazione Nazionale Case d’Aste”** [www.anca-aste.it](http://www.anca-aste.it) ):

**Blindarte;**

**Cambi Casa D’Aste;**

**Capitolium Art;**

**Farsettiarte;**

**Fidesarte;**

**Galleria Pace;**

**International Art Sale;**

**Maison Bibelot Casa D’Aste;**

**Meeting Art Casa D’Aste;**

**Pandolfini Casa D’Aste;**

**Poleschi Casa D’Aste;**

**Porro & C. Art Consulting;**

**Sant’Agostino;**

**Studio D’Arte Martini;**

**Von Morenberg Casa D’Aste**