

2024

Report annuale sul mercato dell'arte

**Nel 2024, quanto è rilevante
l'autenticità nel mercato dell'arte?**



**Il valore delle vendite rimane
superiore ai livelli del 2019**

IL MERCATO DELL'ARTE GLOBALE

2,1 Overview

Dopo due anni di continua crescita, a seguito del drammatico crollo del 2020, le vendite nel mercato dell'arte hanno subito un rallentamento nel 2023, diminuendo di un 4% annuo, con una stima di 65 miliardi di dollari.

In un contesto di tassi d'interesse alti e instabilità politica, le vendite nella fascia alta di mercato sono state più ridotte, con una divergenza tra i maggiori mercati globali dell'arte. Persino i collezionisti più facoltosi (High-net-worth – HNW), colpiti in minor modo dal crescere del costo della vita, si sono dimostrati meno propensi all'acquisto di arte.

Tuttavia, nonostante la decrescita, il valore delle vendite rimane superiore ai livelli del 2019, prima della pandemia.

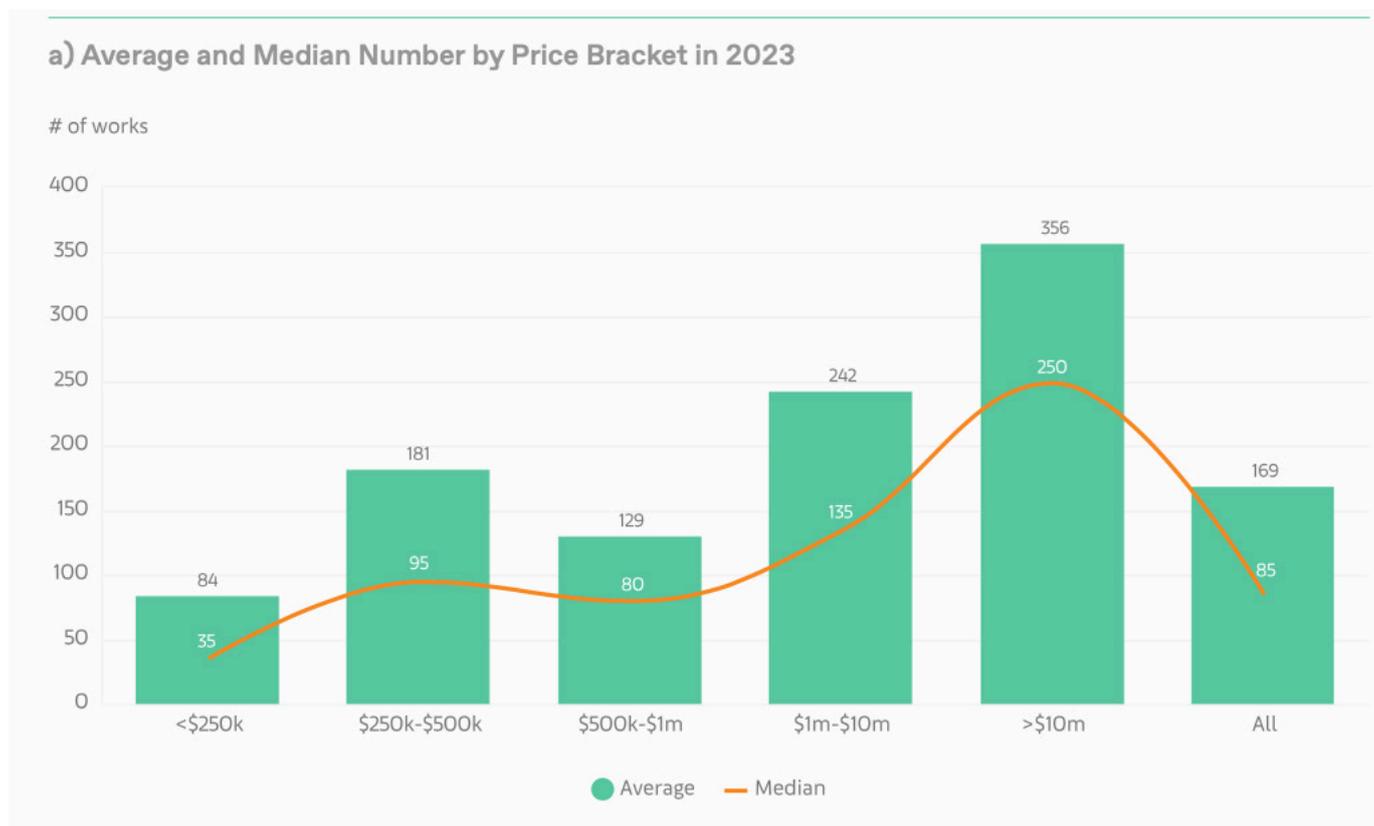
Sales in the Global Art Market 2009–2023



Nel 2023, sia le aste pubbliche che le vendite dei dealers sono calate, anche se le aste hanno subito un colpo d'arresto maggiore, con una decrescita del 7%, contro un 3% delle vendite attraverso dealers. **Combinando tutte le vendite delle case d'asta (sia pubbliche che private), il settore ha prodotto il 45% delle vendite per valore**, dato stabile rispetto al 2022, mentre i **dealers e le gallerie** (inclusi tutti i canali di vendita offline e online, sia nel mercato primario che in quello secondario), **hanno rappresentato il 55% del mercato.**

Le **vendite private** attraverso le case d'asta, seguendo un trend opposto, hanno visto una **crescita del 2%**. Questo è dovuto al fatto che spesso, nei periodi di incertezza economica e politica, vi è la tendenza a prediligere le vendite private, che garantiscono maggior sicurezza e riservatezza, anche se a fronte di guadagni tendenzialmente inferiori.

Nonostante una diminuzione nel valore totale, il **volume delle transazioni è aumentato nel 2023, raggiungendo i 39.4 milioni (4% in più rispetto al 2022)**, spinto dalle maggiori vendite nei segmenti più bassi di mercato, sia per le case d'asta che per i dealers.



2.2 Distribuzione geografica

I mercati italiano e spagnolo hanno visto una forte crescita, in contrasto con il trend globale.

Il mercato dell'arte ha mostrato performance divergenti a seconda dell'area geografica. Tuttavia, **i tre maggiori mercati dell'arte, USA, Cina e Regno Unito, hanno continuato a generare la maggioranza delle vendite per valore nel 2023**, nonostante una diminuzione del 3% del valore combinato che li ha portati a rappresentare insieme il **77%** del mercato globale.

Gli **Stati Uniti** hanno mantenuto la loro posizione come mercato leader a livello globale, contando per il **42% delle vendite per valore, seppur con un calo** del 3% di anno in anno, con un totale lievemente inferiore ai livelli del 2019.

Nonostante un calo del 10% a 27.2 miliardi di valore di vendita nel 2023, gli Stati Uniti rimangono l'hub principale per il commercio d'arte, con le opere di maggior valore portate a New York per la vendita.

La Cina, includendo Cina Continentale e Hong Kong, rappresenta il secondo maggior mercato mondiale, con una percentuale del 19%, facendo retrocedere il Regno Unito al terzo posto. A seguito della riapertura di gennaio 2023 dopo i severi lockdown legati alla pandemia da COVID-19 che hanno caratterizzato il Paese tra 2020 e 2022, **le vendite nel mercato cinese sono aumentate del 9%**, totalizzando 12.2 miliardi di dollari. Tuttavia, nel secondo semestre dell'anno le vendite sono rallentate, suggerendo come il fenomeno possa essere legato al forte entusiasmo per la rimozione delle restrizioni.

Le vendite nel **Regno Unito sono crollate dell'8% a 10.9 miliardi** di dollari. Il mercato inglese rappresenta un hub chiave a livello globale, ma a seguito delle restrizioni su import ed export lo share di mercato è calato all'17%, al di sotto del livello pre-pandemia.

La **Francia è rimasta stabile** in quarta posizione con un 7% di quota di mercato, totalizzando 4.6 miliardi di dollari e rimanendo appena sopra il livello del 2019.

Nel resto d'Europa (Regno Unito escluso) si è assistito a performance molto diversificate, con un **declino del mercato tedesco del 5%**, mentre invece i mercati italiano e spagnolo hanno visto una forte crescita, in contrasto con il trend globale.

Figure 1.3 Global Art Market Share by Value in 2023²

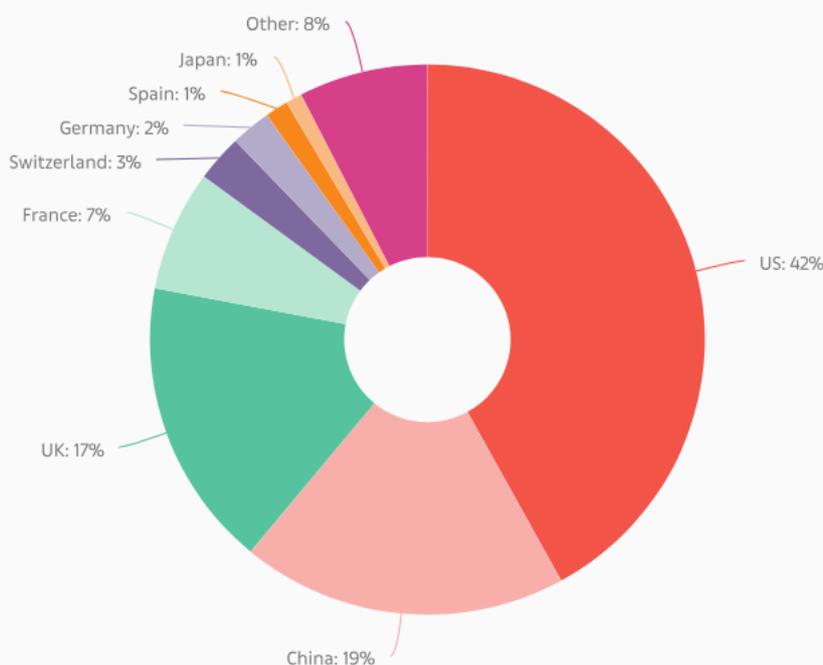
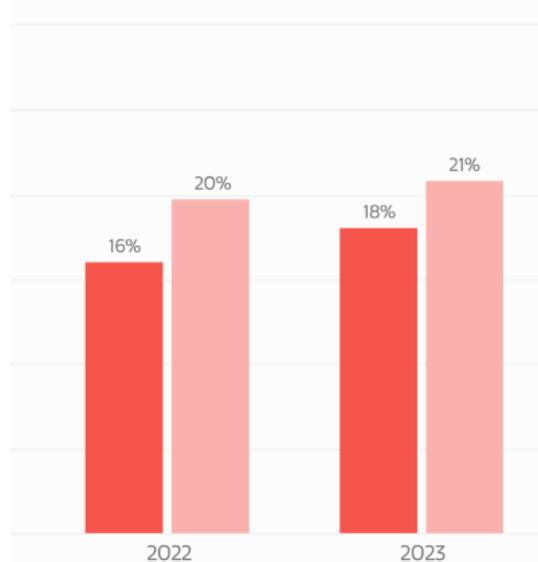
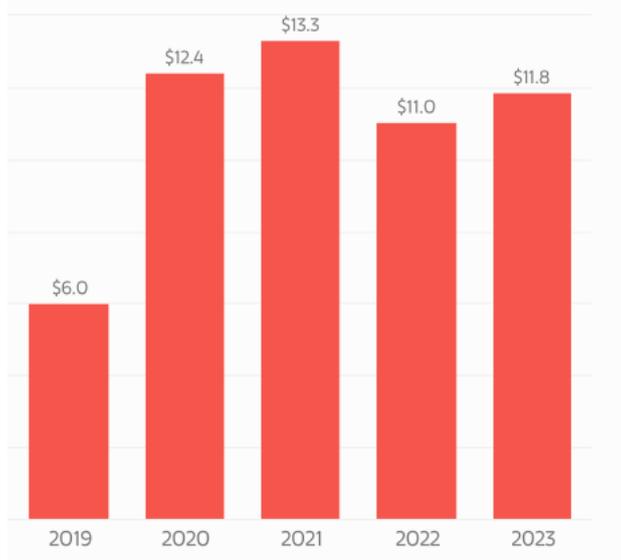
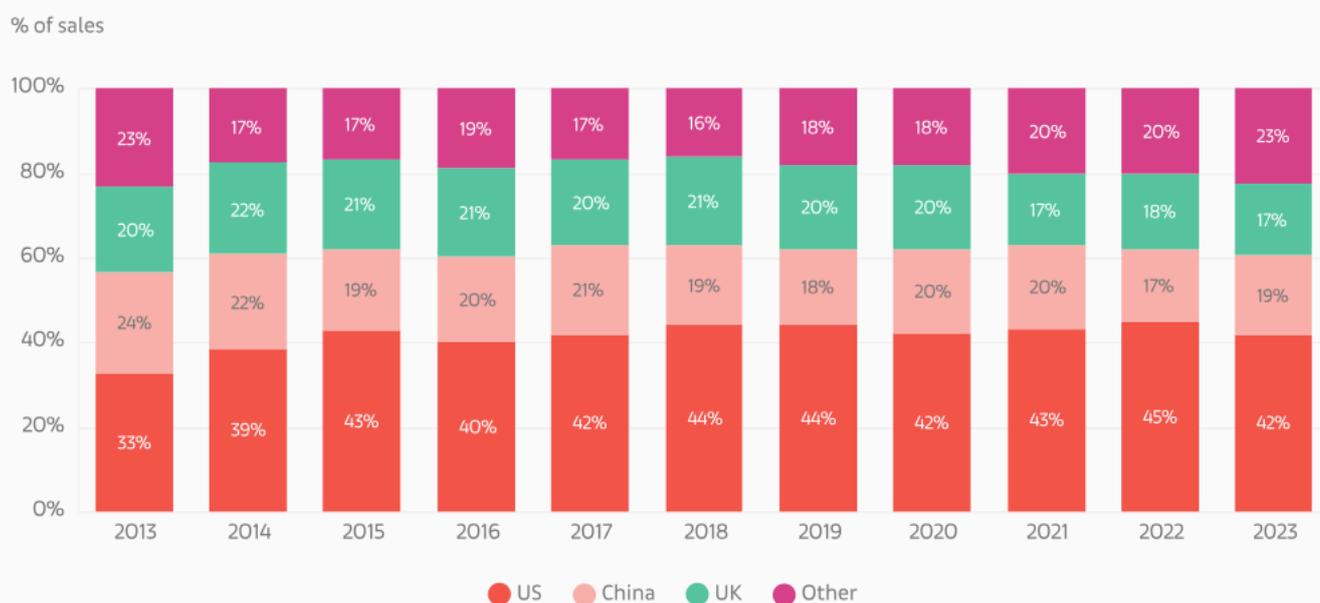


Figure 1.4 Global Art Market Share by Value of the US, UK, and China 2013–2023



2.3 Vendite Online

Le vendite online hanno continuato a crescere, raggiungendo una stima di 11.8 miliardi di dollari, un + 7% rispetto al 2022

Dopo il boom degli e-commerce durante la pandemia, **il mercato dell'arte sembra essersi assestato ad operare in doppia modalità, con le vendite online che continuano a detenere una grande percentuale**, nonostante mostre e fiere siano tornate in presenza a pieno regime.

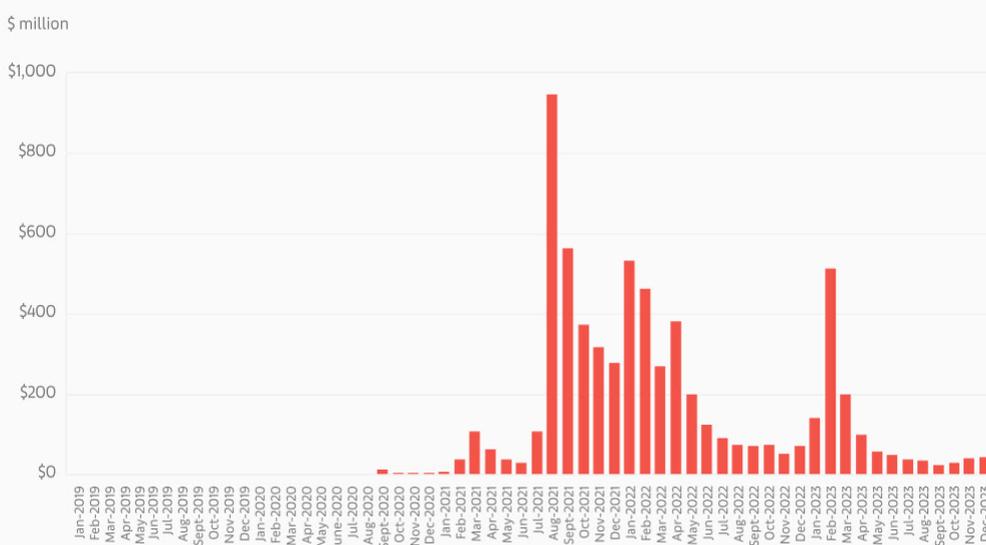
Le vendite online hanno continuato a crescere nonostante il trend negativo del mercato, raggiungendo una stima di 11.8 miliardi di dollari, un + 7% rispetto al 2022 e quasi il doppio se confrontate al 2019, rappresentando ora il 18% del turnover totale di mercato, in pari con il settore del retail generico.

Tuttavia, le opere d'arte valutate fino a 50.000\$, hanno giocato un ruolo significativo nell'ecosistema delle aste online, contribuendo al 58% del valore complessivo generato. È notevole osservare che **oltre l'85% di questo valore è stato prodotto da opere con un prezzo inferiore ai 250.000\$, sottolineando l'accessibilità e la vasta portata del mercato artistico online.**

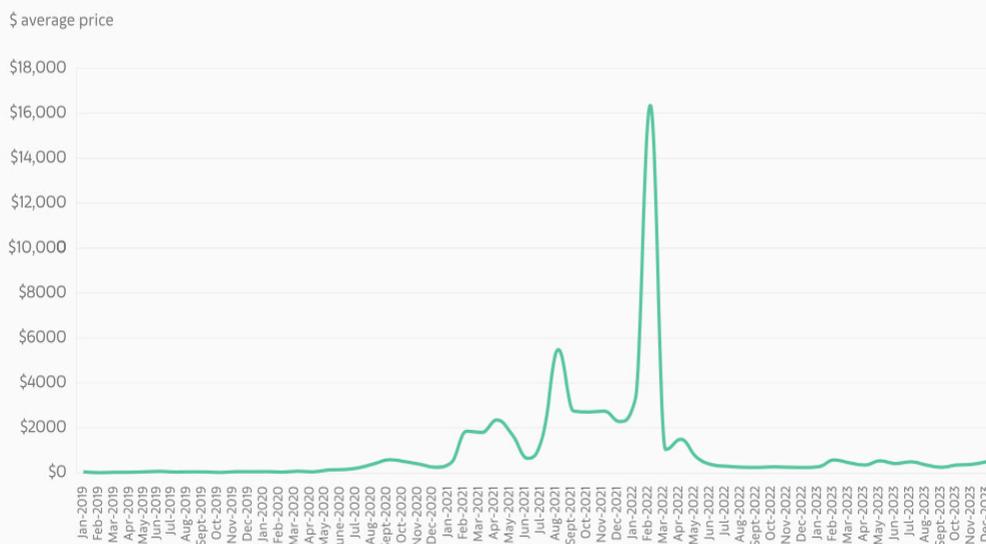
Sondaggi condotti sui collezionisti hanno dimostrato, difatti, che il prezzo rimane un fattore differenziale nella necessità di visionare di persona un'opera prima dell'acquisto, anche se vi sono sempre più acquirenti che dichiarano di sentirsi sempre più a loro agio nell'acquisto totalmente online. **Una maggioranza del 65% dei collezionisti che acquistano tramite dealer hanno dichiarato di farlo tramite sito web senza visionare preventivamente l'opera,** e le transazioni online hanno rappresentato un terzo della spesa attraverso gallerie e dealer nel 2023, con un 39% rappresentato dalla generazione Z. **I canali online, inoltre, sono stati identificati come la prima fonte di acquisizione di nuovi clienti,** sia da casa d'asta di alta gamma che dalle realtà più piccole.

Figure 1.9 Sales of Art-Related NFTs 2019–2023

a) Value of Sales



b) Average Prices



2.4 NFT

Il fenomeno speculativo legato agli NFT sta diminuendo in favore di un uso più consapevole della tecnologia blockchain.

Lo sviluppo del mercato degli NFT legati all'arte è stato uno dei maggiori trend per il 2021, creando dei nuovi mercati primari e secondari molto attivi e slegati da quello tradizionale.

Tuttavia, **dopo il picco di 2.9 miliardi di dollari raggiunto nel 2021, il mercato, caratterizzato da forte speculazione, ha subito un drastico freno**, totalizzando solo 1.2 miliardi di dollari nel 2023, un 51% in meno rispetto all'anno precedente, anche se comunque più di 69 volte maggiore della dimensione del mercato del 2020 (20\$ milioni). Anche il mercato dei collectibles, che rappresenta la categoria maggiore di NFT venduti, ha subito un declino nelle vendite nel 2023, totalizzando 6.3 miliardi di dollari, un 64% in meno rispetto al 2022.

Nonostante ciò, c'è stata una considerevole attività nel mercato, con alcuni progetti interessanti che hanno trainato le vendite ad inizio anno, tra cui Checks di Jack Butcher, che da solo ha generato 350 milioni di dollari.

Secondo gli esperti del settore, questo rappresenta un forte segnale di come il comportamento puramente speculativo che ha dominato questo segmento di mercato stia scemando, lasciando spazio ad utilizzi più consapevoli degli NFT e della tecnologia della blockchain.

Il boom degli NFT nel 2021 seguito poi dalla bolla speculativa, ha portato ad una successiva adozione della blockchain nel settore dell'arte, che continua ad avere una crescente diffusione. **Questo ha favorito pratiche come la tokenizzazione e i registri in blockchain, indicando un cambiamento significativo nelle dinamiche del mercato artistico verso una maggiore trasparenza e sicurezza delle transazioni.**

Inoltre, **stanno emergendo diversi progetti basati sulla tecnologia blockchain per creare un archivio digitale e immutabile.** Queste pratiche sono fondamentali per dare credenzialità agli emergenti e certificare la provenienza delle opere. Tuttavia, a causa degli alti costi e dell'alta complessità tecnologica, sono pratiche di ancora difficile utilizzo. **Al momento, non c'è ancora una modalità di adozione sistematica e di facilità di utilizzo che unisca gli aspetti di certificazione, vendita e registro.** Questo **rappresenta una sfida significativa per il settore**, che cerca di sviluppare soluzioni innovative per integrare in modo efficiente la tecnologia blockchain nel mercato dell'arte.

Dealers

**I dealers di fascia
medio-bassa hanno visto il maggior
aumento nelle vendite +12%**

3.1 Overview

Dopo due anni di crescita e recupero, nel 2023 le vendite nel settore dei dealers e delle gallerie hanno subito un rallentamento, con un calo stimato al 3% del valore delle vendite aggregate rispetto all'anno passato, assestandosi a 36.1 miliardi di dollari.

Successivamente alla crisi del 2020, la fascia più alta del mercato ha trainato le vendite svolgendo un ruolo cruciale per la ripresa. Tuttavia, nel 2023 questo trend si è invertito in modo significativo, con i grandi dealers (con un turnover maggiore di 10\$ milioni), a subire il peggior declino nel valore aggregato di vendita (-7%). Di contro, **i dealers di fascia medio-bassa (turnover tra i 250.000\$ e 500.000\$), hanno visto il maggior aumento nelle vendite (+12%)**, indicando la tendenza per i compratori ad essere più cauti nello spendere alte somme durante i periodi di incertezza.

Tuttavia, **quasi la metà (49%) dei dealers ha dichiarato che le proprie vendite sono state più alte nel 2023 rispetto al 2019 prima della pandemia, con una visione ottimistica del mercato dell'arte per i prossimi anni, in particolare per le fasce più alte del mercato.**

3.2 Artisti rappresentati

Sempre più opportunità agli artisti emergenti

Negli ultimi cinque anni, ci sono segnali che i dealers si siano consolidati attorno ad un numero ristretto di artisti in modo da ottimizzare tempo e risorse finanziarie.

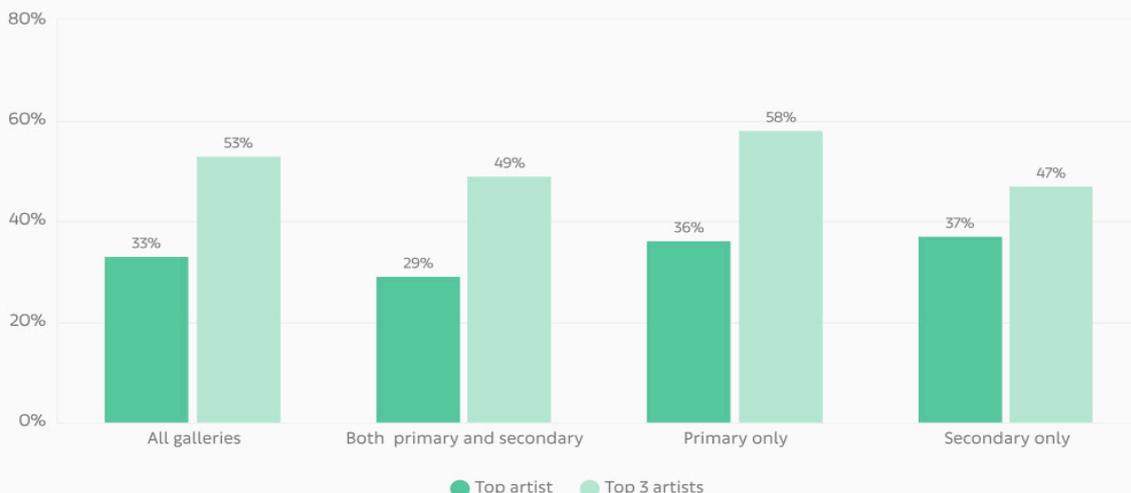
Nel 2023 però, questo trend ha subito un cambiamento, e il numero medio di artisti rappresentati è passato dai 19 dello scorso anno ai 23 attuali. Questo indica una **maggior attitudine da parte di molte gallerie a diversificare i propri programmi per generare vendite e attrarre una platea più ampia di collezionisti**, offrendo inoltre opportunità agli artisti emergenti, in modo tale da fronteggiare al meglio il periodo di incertezza.

Ciononostante, vi è comunque evidenza di una maggior concentrazione di vendite attorno ai cosiddetti "top artists", con **i dealers che dichiarano che un terzo delle vendite nel 2023 sia stato del loro artista più performante**, dato in crescita del 2% rispetto all'anno precedente.

Figure 2.19 Sales Share of Top-Selling Artists Represented by Dealers

a) In 2023

% of sales

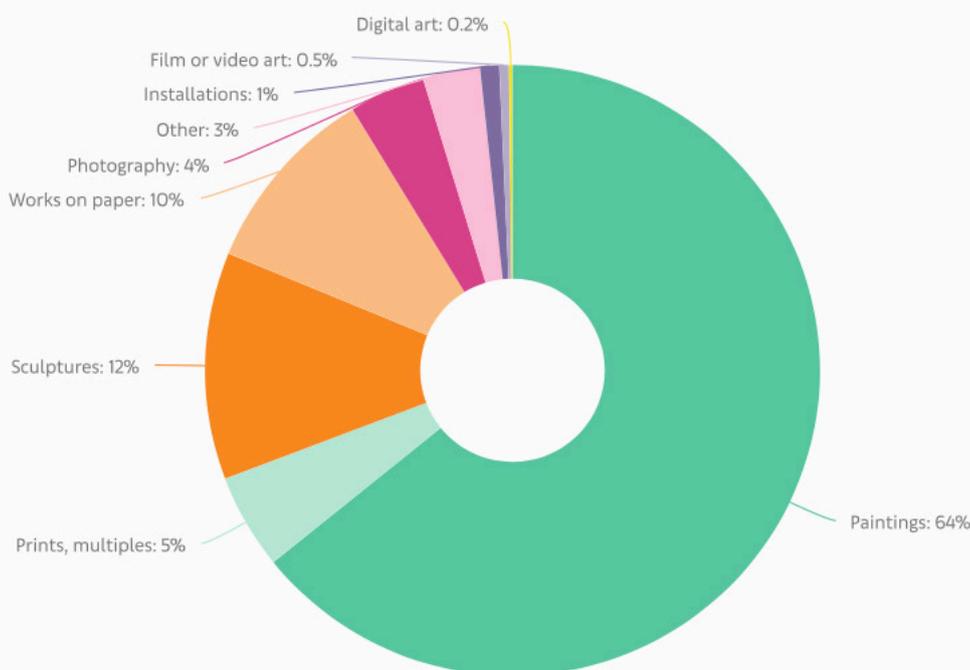


3.3 Medium

I dipinti rimangono la categoria più scelta dagli acquirenti, con un 64% del valore di mercato.

In un contesto di mercato caratterizzato da un alto grado di incertezza e di avversione al rischio, le vendite hanno continuato ad essere ancorate ai medium tradizionali, come dipinti su tela, sculture e opere su carta, che hanno totalizzato l'86% delle vendite per valore dei dealers, un aumento del 4% rispetto al 2022.

Figure 2.11 Fine Art Dealers' Share of the Value of Sales by Medium in 2023

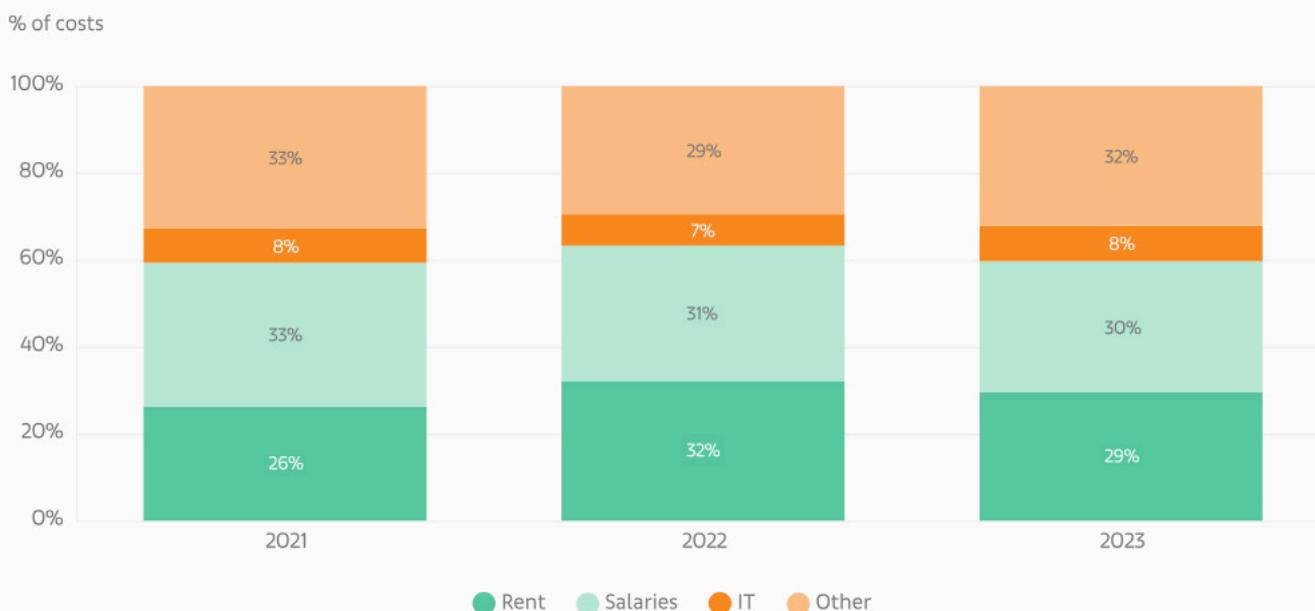


©Arts Economics (2024)

3.4 Costi e margini di profitto

L'implementazione interna di protocolli IT, software e strumenti digitali costituisce una percentuale significativa dei costi per i dealers

Figure 2.21 Breakdown of Dealer Operating Costs 2021–2023



©Arts Economics (2024)

Il problema dell'aumento dei costi è stata la sfida chiave evidenziata dai dealers per gli scorsi due anni, con l'inflazione che continua ad alzare le spese operative, inclusi affitti e stipendi. Molte realtà hanno segnalato un declino dei profitti, con il 40% che dichiara di esser stato meno profittevole rispetto al 2023.

È importante notare come una percentuale significativa di costi per i dealers (8%) sia dovuta all'implementazione interna di protocolli IT, software e strumenti digitali, resa necessaria a seguito della pandemia ma che rimane una priorità anche tutt'oggi.

Un ulteriore problema nel settore dei dealers, in particolare in tempi di costi crescenti, è il lento ciclo di inventario a cui molte realtà sono soggette. Difatti, il ritmo delle vendite può rivelarsi considerevolmente più lento rispetto ad altri settori retail, ponendo i dealer sotto crescente pressione, in quanto i costi spesso emergono con molto anticipo rispetto alla vendita finale dell'opera. Questo rende le operazioni di finanziamento difficili, soprattutto nei periodi in cui le vendite sono fisiologicamente più basse.

3.5 Canali di Vendita

Le vendite tramite canali digitali hanno visto una forte crescita nel 2023, totalizzando un 23% del valore totale.

Le transazioni effettuate di persona attraverso i canali dei dealers o delle gallerie hanno rappresentato la quota maggiore di vendite per valore nel 2023 (44%), leggermente inferiore al 47% di 2021 e 2022.

Le vendite alle fiere in particolare hanno subito un ribasso, diminuendo dal 35% del 2022 al 29%, rialzandosi rispetto al 2021 ma non riuscendo a raggiungere i livelli pre-pandemia, quando contavano per il 42% delle vendite.

A controbilanciare il minor guadagno tramite fiera, negli ultimi anni si è assistito ad una forte crescita delle vendite online anche per dealers e gallerie, cresciute inizialmente dal 12% del 2019 al 30% del 2020, dato che poi si è rimoderato con l'apertura entusiasta degli eventi dal vivo (solo 16% nel 2022).

Tuttavia, ad indicare la tendenza che porta il mondo dell'arte ad una nuova modalità ibrida, online e offline, le vendite tramite canali digitali hanno totalizzato un 23% del valore totale nel 2023.

Un sondaggio nel settore ha rivelato difatti come, mentre alcuni dealers sono tornati totalmente operativi in presenza, molti altri abbiano preferito mantenere le loro strategie digitali, avendo fatto investimenti e miglioramenti significativi che hanno generato ritorni positivi.

Le **vendite online** possono essere suddivise in **tre principali categorie** di transazione:

- Vendite online tramite canale del dealer, che includono transazioni effettuate tramite sito web, social media, OVRs*, o email, senza la possibilità per l'acquirente di visionare l'opera dal vivo (20% nel 2023);

- Vendite in fiere d'arte online, effettuate o originate da una fiera OVR o altre fiere online, senza poter vedere l'opera di persona; (0.2%)

- Vendite tramite canali di terze parti, dove la transazione viene effettuata interamente o parzialmente tramite un ente terzo "3P", sia esso un'azienda o una piattaforma (stabile al 3%).

Le vendite online sono aumentate in tutte le fasce di prezzo, con i dealers nei segmenti medio-alto ed alto a trainare il rialzo. I dealers con un turnover maggiore di 10\$ milioni hanno segnato la minor percentuale di vendite online (22%), risultato comunque significativo rispetto al 11% del 2022 o al 9% del 2019.

Il 65% dei collezionisti, inoltre, ha dichiarato di aver acquistato online almeno una volta tramite il sito web della galleria o tramite OVR, mentre il 30% ha acquistato attraverso piattaforme di terze parti o via Instagram. In particolare, l'online è tra i canali più utilizzati dai compratori di Taiwan, Brasile e Germania, così come dai collezionisti più giovani, con la Generazione Z che tende a favorire l'acquisto online a quello in presenza.

I dealer hanno utilizzato sempre di più i canali digitali come punto di vendita sia per i clienti abituali i quali per convenienza o altre ragioni, hanno preferito l'acquisto digitale, sia per acquisire nuovi collezionisti. Le gallerie hanno riportato come una significativa parte degli acquisti online provenisse da nuovi acquirenti che non avevano mai visitato la galleria o incontrato il dealer di persona.

La metà dei dealers (48%) che hanno risposto ai sondaggi crede che le proprie vendite online aumenteranno nel 2024

*Gli OVR (Over the Reality) sono strumenti digitali che permettono un'esperienza di realtà aumentata e virtuale

3.6 Sfide per il futuro

Allargare la base geografica in termini di nuovi acquirenti è la priorità per i dealer guardando al futuro.

Secondo i sondaggi, la più grande sfida percepita dai dealers riguardo al proprio business per il 2023 in avanti è la prevalente volatilità del contesto politico ed economico, con i possibili effetti che essa può avere sulla domanda. Riuscire a mantenere i rapporti con i propri collezionisti è stata la sfida elencata al secondo posto, priorità emersa anche tra il 2020 e il 2022. È importante notare come la continuità nei rapporti sia considerata chiave dai dealers nel breve termine, ma perda importanza nel lungo termine, quando la priorità diviene invece quella di allargare la base geografica in termini di nuovi acquirenti. I crescenti costi per viaggi e per la partecipazione alle fiere si classificano invece al terzo posto nelle sfide che i dealers dovranno affrontare nel 2023-2024.

Aste

**I dealers di fascia
medio-bassa hanno visto il maggior
aumento nelle vendite +12%**

CASE D'ASTA

4.1 Overview

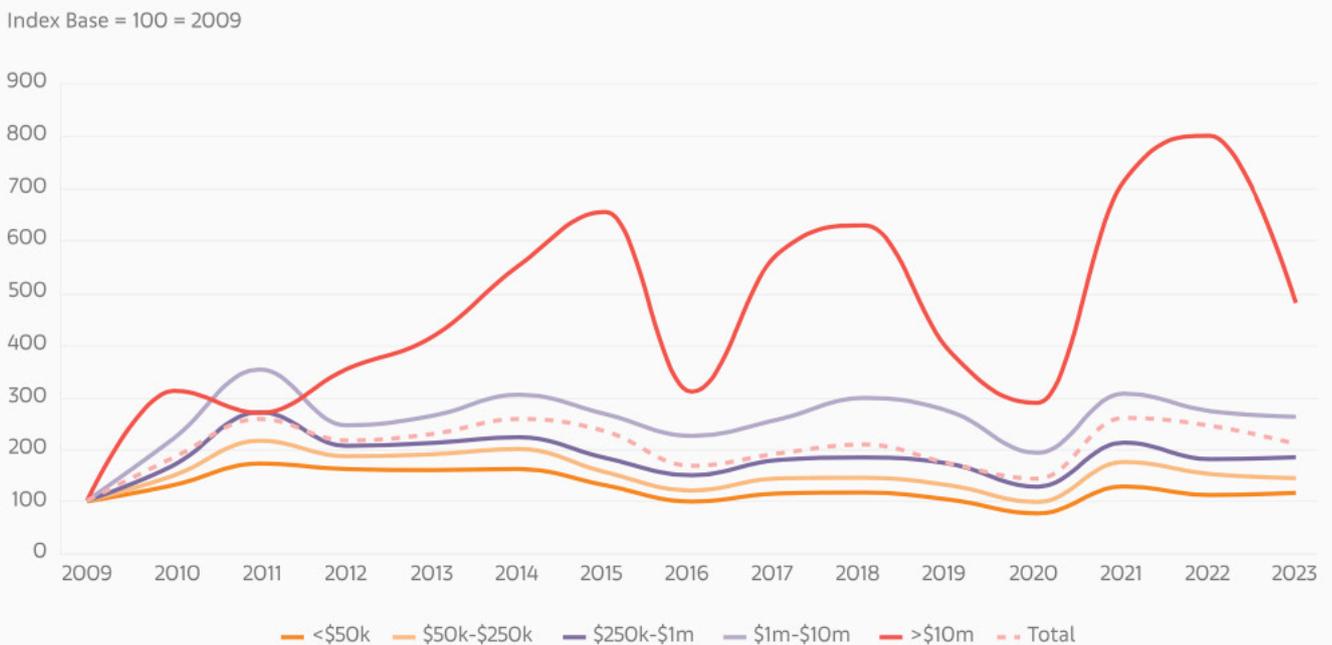
Nel 2023 le case d'asta di fascia medio-bassa hanno visto il maggior aumento delle vendite nel settore

Dopo una serie di vendite eccezionali che hanno battuto ogni record a fine 2022, tra cui 6 opere battute per più di 100 milioni di dollari, nel 2023 le vendite pubbliche delle case d'asta hanno subito un ribasso del 7%, totalizzando 25.1\$ miliardi. Questo crollo è dovuto principalmente alla brusca frenata delle vendite nel segmento di prezzo superiore ai 10\$ milioni (-40%), che ha causato un netto declino in valore, nonostante le fasce medio-basse siano invece aumentate.

Le vendite private tramite casa d'asta hanno visto una crescita del 2%, per una stima di 3.9 miliardi di dollari. Sommando sia le vendite pubbliche che quelle private, il mercato per le case d'asta è diminuito del 5% rispetto all'anno precedente, assestandosi a 28.9\$ miliardi, rimanendo comunque più alto rispetto ai livelli pre-pandemici del 2019.

Tuttavia, nonostante il calo nel 2023, il segmento di prezzo superiore a 10\$ milioni permane quello con la crescita maggiore nel tempo, aumentando del 380% dal 2009 ad oggi. Tenendo conto dell'inflazione, si tratta di un valore due volte e mezzo più alto rispetto a quello iniziale.

Figure 3.9 Growth of Sales by Value in Auction Price Segments 2009–2023



4.2 Distribuzione geografica

L'Italia guadagna share di mercato raggiungendo l'1% delle vendite totali

Stati Uniti, Cina e Regno Unito si sono riconfermati i maggiori mercati nel mondo per le case d'asta, con una quota complessiva del 74% delle vendite per volume nel 2023, leggermente in declino (-3%) rispetto al 2022.

Gli Stati Uniti, seppur abbiano perso una significativa quota di mercato rispetto all'anno precedente, si affermano come il mercato leader a livello globale: 8 dei 10 lotti più costosi sono stati battuti a New York, inclusi 5 dei 6 venduti per cifre maggiori di 50\$ milioni. È interessante notare inoltre come l'Italia abbia guadagnato share di mercato, raggiungendo l'1% delle vendite totali nel 2023, ai pari con Austria, Spagna e Giappone.

4.3 Medium

La maggior parte degli acquisti ha riguardato opere contemporanee e del dopoguerra

L'arte contemporanea e del dopoguerra hanno continuato a generare la maggior parte delle vendite per le case d'asta nel 2023, contando per il 53% del valore globale, e per il 55% del volume. Le vendite aggregate nel settore hanno raggiunto 6.5 miliardi di dollari, con un ribasso del 16% rispetto al 2022. Nel 2023 la maggior parte degli acquisti ha riguardato opere del dopoguerra, seguendo un trend che vede l'arte contemporanea in declino da due anni consecutivi.

Nel 2023, circa 36.000 opere vendute sono state create negli ultimi 20 anni, rappresentando il 30% del settore del contemporaneo e dopoguerra per valore, un netto rialzo rispetto al 25% pre-pandemia.

Figure 3.2 Global Public Auction Sales by Value and Region in 2023

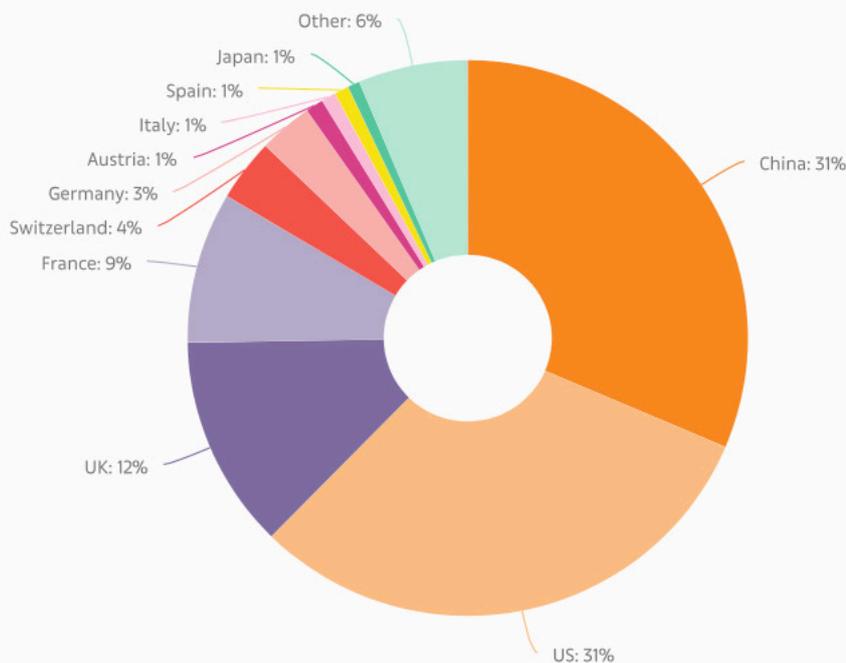
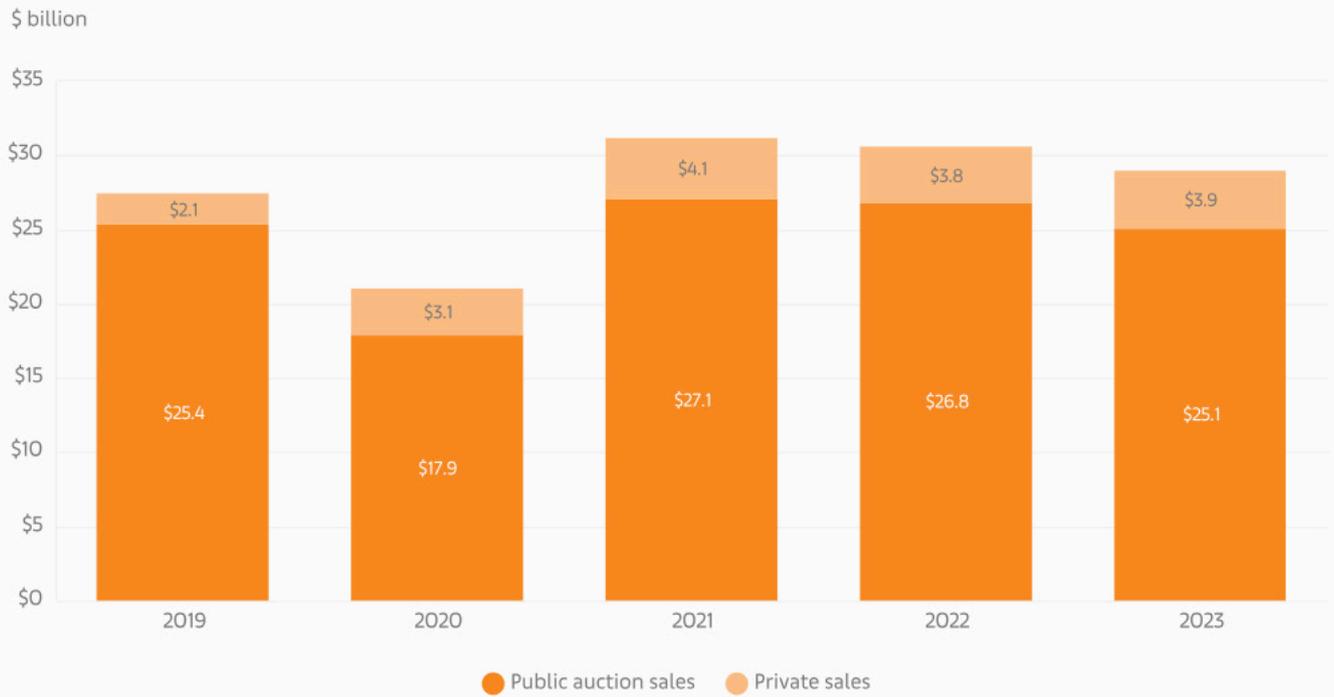
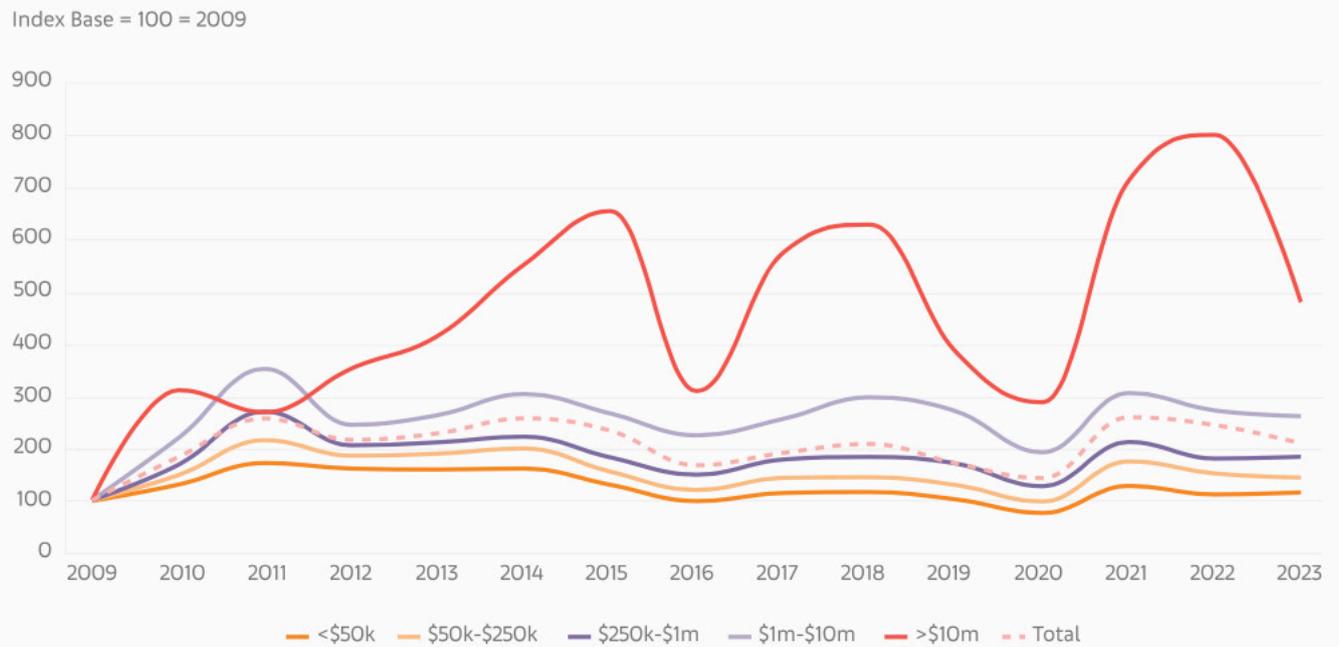


Figure 3.1 Global Auction Sales 2019–2023



©Arts Economics (2024) with data from auction houses, Artory, Artron, and other sources

Figure 3.9 Growth of Sales by Value in Auction Price Segments 2009–2023



©Arts Economics (2024) with data from Artory

An abstract painting with a dense, textured composition. The color palette is dominated by various shades of blue, from deep indigo and navy to bright cyan and turquoise. Interspersed are vibrant lime green and yellow-green tones, along with some darker, almost black or dark purple areas. The brushwork is very expressive and visible, with thick, impasto strokes that create a sense of depth and movement. A prominent feature is a large, irregular white shape in the lower right quadrant, which appears to be a highlight or a point of contrast. The overall effect is one of intense energy and complex visual relationships.

CONCLUSIONI

Seppur il 2023 abbia visto una leggera decrescita aggregata del mercato dell'arte, ci sono segnali ottimisti che suggeriscono come la situazione si stia riassetando a seguito della crisi causata dalla pandemia.

Guardando al 2024, solo un 16% dei dealers crede che le vendite diminuiranno ancora, con il restante 84% fermamente convinto della ripresa o stabilità del mercato.

La questione della sicurezza su provenienza e autenticità delle opere è emerso come argomento chiave sia per dealers che per collezionisti, tanto da essere riconosciuto da quest'ultimi come primo problema nel settore.

Vi è una sempre più crescente richiesta di garanzie che proteggano gli acquirenti da falsi, contraffazioni e furti, ma al momento non esistono protocolli condivisi che salvaguardino acquirenti ed artisti.

La fase cruciale per i collezionisti risiede nell'approfondimento delle informazioni sull'artista prima di intraprendere l'acquisto.

Perciò, la disponibilità online di tali dati offre una facilità d'accesso senza precedenti, rendendo imperativo per gli artisti consolidare la propria presenza digitale.

L'istituzione di una presenza online completa e informativa diventa pertanto un elemento indispensabile, in quanto contribuisce in modo significativo alla trasparenza e alla disponibilità delle informazioni rilevanti, facilitando così il processo decisionale dei potenziali acquirenti.

In particolare, la tecnologia blockchain rappresenta l'ultima evoluzione dei registri online, permettendo di tracciare ogni operazione su un registro condiviso impossibile da contraffare, garantendo sicurezza, trasparenza e certificabilità.

In questo contesto 7Art si propone come realtà innovativa, pensata per rispondere alle necessità di artisti, collezionisti e gallerie in un ambiente ancora dominato da incertezza ed instabilità.

Come emerso dal report le spese per l'implementazione di protocolli IT efficienti e sistemi digitali interni in grado di soddisfare gli alti standard di settore impattano sempre più sul budget di dealers e gallerie.

La vendita attraverso i canali digitali richiede inoltre un focus stretto sul cliente. Il tempo dedicato alla costruzione della tua piattaforma tecnologica o alla manutenzione dei sistemi ti rende meno centrato sul cliente. Ottenere risultati in un mondo iper-digitalizzato richiede una base tecnologica che ti permetta di concentrarti solo su ciò che conta: creare un'esperienza unificata coinvolgente ovunque si trovi il tuo cliente.

Assicurati che la tecnologia alla base della tua attività includa:

- Informazioni e inventario sincronizzati sulle opere d'arte (registrati in blockchain)
- Gateway di pagamento multi-canale (incluse cryptovalute)
- Ottimizzazione per multi-dispositivi (la maggior parte degli acquirenti acquista da dispositivi mobili)
- Sistemi che consentano la multiproprietà e la tokenizzazione
- Implementare sistemi che possano aumentare il valore delle opere d'arte

In aggiunta, le richieste di pagamento in criptovaluta sono sempre più frequenti da parte dei collezionisti, basti pensare che i possessori di criptovalute sono arrivati ad essere circa **580 milioni** a fine 2023, con una crescita del 34% rispetto all'anno precedente.

Assicurati che la tecnologia alla base della tua attività includa:

- Informazioni e inventario sincronizzati sulle opere d'arte (registrati in blockchain)
- Gateway di pagamento multi-canale (incluse criptovalute)
- Ottimizzazione per multi-dispositivi (la maggior parte degli acquirenti acquista da dispositivi mobili)
- Sistemi che consentano la multiproprietà e la tokenizzazione
- Implementare sistemi che possano aumentare il valore delle opere d'arte

Con 7art potrai offrire ai tuoi clienti:

- Autenticità e protezione delle opere: gli artisti possono autenticare e proteggere le proprie opere, mentre i collezionisti godono della certezza dell'autenticità del loro acquisto.

- **Trasparenza** e prezzi equi: Con SevenArt, i prezzi delle opere sono accessibili a tutti e le transazioni anche in valuta fiat sono tracciate con la blockchain in modo sicuro. La blockchain assicura un ambiente equo e affidabile, in cui artisti e collezionisti possono operare con fiducia, prendere decisioni informate e avere una chiara visione del valore di mercato delle opere.

- **Tracciabilità**: Seven art garantisce la tracciabilità delle opere sia fisiche che digitali. Tutte le informazioni relative all'opera sono infatti inserite in uno smart contract che viene registrato su blockchain, rendendolo così impossibile da contraffare.

- **Vantaggi fiscali**: no tax su plusvalenze e rivalutazioni e dematerializzazione del bene tassabile per acquisti effettuati tramite criptovalute.

- **Diverse opzioni di pagamento**: attraverso il portale è possibile effettuare transazioni sia in valuta fiat che nelle maggiori criptovalute.

- **Un meeting point per i principali player del mercato**: 7art è un luogo in cui artisti, gallerie e collezionisti si incontrano

- **Un servizio di influencer marketing efficace**: su richiesta potrai garantire maggiore visibilità alle tue opere e far raggiungere ai tuoi artisti una nuova audience grazie a content creators appositamente selezionati

Il tutto senza la necessità di sostenere grandi costi per la creazione di protocolli digitali interni alla tua azienda.

In una nicchia di mercato in forte crescita, ci poniamo come changemaker, offrendo un servizio che garantisca sicurezza, affidabilità e trasparenza grazie alla tecnologia blockchain.

CREDITI

"The Art Market 2024" by Art Basel and Ubs

"The Art Market 2023" by Art Basel and Ubs

"The Survey of Global Collecting 2023" by Art Basel and Ubs

Artseconomics.com