

MERCATO DELL'ARTE

Discipline delle Arti, della Musica e dello
Spettacolo (L-3)

Università di Teramo

Cecilia Paolini

Università di Teramo



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

Dipartimento di Scienze della Comunicazione



DIPARTIMENTO DI
SCIENZE DELLA
COMUNICAZIONE

*XIX LEZIONE – ATTORI DEL
MERCATO*

Quadrari: I quadrari erano i venditori specializzati nella vendita di quadri. Avevano una conoscenza approfondita del mercato e spesso collaboravano direttamente con artisti e collezionisti. Un esempio di quadrario citato è Belisario Amidei, il quale aveva un negozio in piazza Navona, noto per essere un luogo di grande attrazione turistica e culturale.

Rigattieri: I rigattieri erano venditori di oggetti usati, tra cui anche quadri. Essi non erano specializzati come i quadrari ma giocavano comunque un ruolo importante nel mercato dell'arte. La loro attività era spesso caratterizzata dalla vendita di opere di minor valore rispetto a quelle trattate dai quadrari.

Negozianti: I negozianti di quadri operavano attraverso negozi fisici, spesso situati in aree strategiche della città. Utilizzavano vari metodi per incrementare le vendite, tra cui la sottoscrizione, un sistema in cui i clienti pagavano anticipatamente per opere che avrebbero ricevuto in futuro. Questo metodo, diffuso in Olanda e in Inghilterra nel XVII secolo, si era consolidato in Italia nel XVIII secolo.



Belisario Amidei: Uno dei quadrari più noti era Belisario Amidei, che operava a piazza Navona. Amidei non solo vendeva quadri, ma era anche coinvolto in attività di restauro e valutazione delle opere d'arte. Il suo negozio attirava una clientela internazionale, compresi collezionisti e turisti, che trovavano in Amidei un esperto affidabile per i loro acquisti.

Altri Quadrari: Oltre ad Amidei, c'erano altri quadrari che operavano con diverse modalità. Alcuni avevano botteghe nei pressi di piazza di Spagna, un'area frequentata da viaggiatori stranieri. Essi spesso offrivano quadri di artisti locali, ma anche copie di opere celebri richieste dai visitatori come souvenir.



Giovanni Paolo Pannini, Galleria di vedute di Roma moderna, 1759, Parigi, Louvre

Attività Varie: I rigattieri, pur non essendo specializzati in quadri, commerciavano una vasta gamma di beni, compresi i dipinti. Operavano principalmente in mercati e fiere, dove era possibile trovare occasioni e pezzi di minor valore. Essi rappresentavano una parte importante del mercato per i collezionisti meno facoltosi o per coloro che cercavano pezzi da arredamento a prezzi accessibili.



Giovanni Paolo Pannini, Galleria di vedute di Roma antica, 1758, Parigi, Louvre

Sottoscrizione: Un esempio significativo dell'uso della sottoscrizione è fornito dai negozianti che offrivano serie di stampe o riproduzioni di opere famose. I clienti pagavano un anticipo e ricevevano le opere nel tempo, una pratica che facilitava l'accesso all'arte anche a chi non poteva permettersi grandi esborsi immediati.

ATTORI DEL MERCATO



Giovanni Battista Piranesi, Arco di Costantino

Alcuni artisti, oltre a produrre opere d'arte, si dedicavano anche alla loro vendita, divenendo così una sorta di mercanti d'arte.

Ruolo degli artisti mercanti: Gli artisti mercanti avevano il vantaggio di conoscere bene il valore delle opere d'arte e spesso vendevano i propri lavori direttamente ai collezionisti. Questo permetteva loro di ottenere un profitto maggiore rispetto alla vendita attraverso intermediari.

Esempi e strategie: Un esempio di artista mercante menzionato è Don Francesco Preziado, che oltre a essere un pittore accademico, si occupava della valutazione di disegni e stampe. Gli artisti mercanti spesso utilizzavano le loro competenze tecniche per restaurare e migliorare le opere prima di venderle, aumentando così il loro valore.



ATTORI DEL MERCATO

Don Francesco Preziado, pittore spagnolo: Preziado è un esempio emblematico di artista mercante. Oltre a essere un noto pittore e accademico, era coinvolto nella vendita di disegni e stampe. Egli utilizzava le sue competenze artistiche per valutare e migliorare le opere prima di venderle, garantendo così la qualità e l'autenticità dei pezzi.

Anton con
Maron,
Ritratto di
Francisco
Preciado
de la
Vega,
1749,
Roma,
Accademi
a di San
Luca



Gavin Hamilton: Altro esempio è Gavin Hamilton, un artista scozzese che si stabilì a Roma. Hamilton era non solo un pittore di successo, ma anche un mercante d'arte molto attivo. Egli organizzava spedizioni di opere d'arte verso la Gran Bretagna, rispondendo alla crescente domanda di dipinti italiani tra i collezionisti britannici. Hamilton fungeva da intermediario, facilitando le vendite e guadagnando una commissione sulle transazioni.

Archibal Skirving,
Ritratto di
Gavin
Hamilton,
1788,
collezione
privata



Restauro e Miglioramento: Molti artisti mercanti restauravano opere danneggiate o usurate, migliorandole prima della vendita. Questo processo aumentava il valore delle opere e permetteva agli artisti di vendere a prezzi più alti. Inoltre, alcuni artisti creavano copie di opere famose, rispondendo così alla domanda di riproduzioni da parte dei collezionisti.

Connessioni Internazionali: Gli artisti mercanti sfruttavano le loro reti di contatti internazionali per esportare opere d'arte. Ad esempio, James Byres, un altro artista scozzese, operava come cicerone per i visitatori stranieri e facilitava l'acquisto e la spedizione di opere d'arte verso l'estero.

Hugh
Douglas
Hamilton,
Ritratto di
James
Byres, 1782
ca.,
Aberdeen,
Art Gallery



**STRATEGIE DEGLI ARTISTI
MERCANTI**

Gli artisti mercanti erano individui che combinavano la pratica artistica con l'attività commerciale. Essi non si limitavano a vendere le proprie opere, ma spesso commercializzavano anche opere di altri artisti. Questo ruolo era cruciale per lo sviluppo del mercato artistico a Roma nel XVIII secolo.

Funzioni e Attività

Gli artisti mercanti svolgevano diverse funzioni:

Produzione e Vendita: Realizzavano opere su commissione e vendevano sia le proprie creazioni sia quelle di altri artisti.

Restauro: Spesso erano coinvolti nel restauro di opere antiche, un'attività che aumentava il valore delle opere e la loro commerciabilità.

Intermediazione: Agivano come intermediari tra i collezionisti e il mercato, facilitando la circolazione delle opere.

Opere e Attività: Panini era rinomato per le sue vedute architettoniche di Roma, che catturavano l'interesse di visitatori e collezionisti stranieri. Le sue opere, spesso caratterizzate da rappresentazioni di monumenti antichi e rovine, erano molto richieste. Panini vendeva le sue creazioni direttamente ai visitatori del Grand Tour, un fenomeno che portava giovani aristocratici europei a Roma per completare la loro educazione culturale.

Collaborazioni e Reti: Panini collaborava con altri artisti e mercanti per ampliare il proprio mercato. Ad esempio, si associava a mercanti locali per vendere non solo i propri quadri ma anche quelli di colleghi artisti. Questo approccio gli permetteva di diversificare l'offerta e aumentare le vendite.

ARTISTI MERCANTI



Giovanni Paolo Pannini, Veduta di Roma innevata, 1730, collezione privata

Ritratti e Committenze: Pompeo Batoni era celebre per i suoi ritratti, in particolare quelli di nobili e figure di spicco europee. I suoi ritratti erano considerati un simbolo di status tra l'aristocrazia. La sua abilità di catturare la personalità e il prestigio dei soggetti lo rendeva molto popolare.

Clientela Internazionale: Batoni aveva una clientela internazionale, grazie anche al Grand Tour. Molti aristocratici britannici commissionavano ritratti durante il loro soggiorno a Roma. Batoni, come Panini, sfruttava le reti di contatti per vendere le proprie opere e quelle di altri artisti.

Pompeo Batoni,
Ritratto del
principe Abbondio
Rezzonico, 1766,
Roma, Gallerie
nazionali di arte
antica



Gli artisti mercanti non solo producevano arte, ma contribuivano anche a modellare il mercato attraverso vari meccanismi:

Restauro e Conservazione: Molti artisti mercanti si dedicavano al restauro di opere d'arte antiche. Questo non solo migliorava l'estetica delle opere, ma ne aumentava anche il valore commerciale. L'abilità di restaurare dipinti danneggiati rendeva queste opere più appetibili per i collezionisti.

Creazione di Copie: Gli artisti mercanti producevano copie di opere famose per soddisfare la domanda crescente. Questo permetteva a chi non poteva permettersi gli originali di acquistare comunque opere di alta qualità. Le copie erano spesso vendute a prezzi inferiori, ma comunque contribuivano alla diffusione dello stile e del prestigio degli artisti originali.

Vendite e Aste: Gli artisti mercanti organizzavano vendite private e partecipavano a aste pubbliche. Questi eventi erano cruciali per stabilire i prezzi di mercato e per attirare l'interesse di potenziali acquirenti. Le aste, in particolare, erano momenti chiave in cui le opere d'arte potevano raggiungere valori molto elevati grazie alla competizione tra i compratori.



Vendita Diretta e Commercio Internazionale: Molti artisti mercanti vendevano direttamente le loro opere a collezionisti stranieri. Ad esempio, James Byres, un cicerone e mercante scozzese, facilitava l'acquisto e la spedizione di opere d'arte verso la Gran Bretagna. Byres, come Hamilton, era ben collegato con i collezionisti britannici e utilizzava queste connessioni per vendere opere italiane all'estero.

Influenza Culturale: Gli artisti mercanti influenzavano i gusti e le tendenze artistiche. Promuovendo certi stili e artisti, contribuivano a definire le preferenze estetiche del periodo. Questo era particolarmente evidente nel caso dei ritratti di Batoni, che stabilivano nuovi standard per il ritratto aristocratico.



Joshua Reynolds, Ritratto di Lady Munster, 1782, Londra, Kenwood house



Antoon van Dyck, Sir Georges Villiers e Lady Katherine Manners, in Venere e Adone, 1620-'21, John Paul Getty Museum, Malibu