

LA SHOAH  
**IL GIORNO  
DELLA MEMORIA  
PARLA A NOI**  
di MAURO BONAZZI  
e KATHARINA VOLCKMER  
foto di AVIGAIL UZI

SOCIETÀ  
**SIAMO SOLI  
MANUALE  
DI RESISTENZA**  
di DIMAGGIO, FASANO,  
R.FRANCO, LEONE,  
ROSASPINA, TAMARO

VITE D'ARTISTA  
**ORNELLA VANONI  
«CON GLI UOMINI  
HO VINTO IO»**  
di WALTER VELTRONI

**CORRIERE DELLA SERA**

22.01.2021

**Teresa Ciabatti**  
**«L'odio per il mio  
corpo è stato  
fondamentale.  
Bisogna imparare  
a vergognarsi»**

Teresa Ciabatti,  
48 anni, scrittrice  
e sceneggiatrice,  
torna in libreria  
con *Sembrava bellezza*  
per Mondadori

**Il potere dell'invidia**

di ILARIA GASPARI  
con un intervento di CARLO SINI



CARTA  
D'IDENTITÀ**CHI È**

Carlo Orsi, milanese classe 1954, nel 1986 ha rilevato la galleria fondata del padre Alessandro nel Quadrilatero della moda, in via Bagutta. Architetto e mercante d'arte, è stato da poco eletto presidente degli Amici di Brera Onlus, che dal 1926 valorizza e tutela Palazzo Brera e i Musei Civici milanesi

**CARRIERA**

Abbandona l'antiquariato generalista e si specializza in dipinti e sculture antichi, di preferenza italiani. Espone in galleria opere di Canova, Pontormo, Bronzino, Bernini, Vasari, Orazio Gentileschi

**A LONDRA**

Nel 2016 apre una galleria a Londra, rilevando il marchio inglese Trinity Fine Art e consolidando la propria posizione sul mercato internazionale con uno spazio nel cuore di Mayfair

**PROTAGONISTI**

di MICHELA PROIETTI



PIETRO PAOLINI/TERRAPROJECT/CONTRASTO

# LA SFIDA DELL'ARTE DA CANOVA AI SOCIAL

# CARLO ORSI

Carlo Orsi, 66 anni, antiquario milanese, punto di riferimento di importanti collezionisti italiani e internazionali. Nelle sue gallerie espone opere di Canova, Pontormo, Bronzino, Bernini, Vasari, Orazio Gentileschi. Molte di queste trovano posto nei maggiori musei del mondo

**Il mondo, nell'antiquariato,** è cambiato prima del 2020. «La pandemia ha rovesciato le regole anche nel nostro settore, ma il gusto e le case erano già state investite da tempo da uno tsunami: l'arte contemporanea e la capacità di spesa ridotta avevano anticipato i tempi», dice Carlo Orsi, mercante d'arte milanese, antiquario per discendenza ma soprattutto per passione. «Quando dissi a mio padre che volevo fare il suo mestiere mi disse che sbagliavo, lo riteneva un lavoro al capolinea. Oggi posso dire che rimane una delle professioni più entusiasmanti e con un futuro brillante davanti».

Classe 1954, una laurea in architettura e un passaporto di intuito e savoir fare che lo ha fatto viaggiare tra collezionisti italiani ed internazionali, Carlo Orsi dal suo osservatorio di via Bagutta, nel Quadrilatero milanese, ha assistito

re curatore di importanti cataloghi. «Da mio padre ho rubato il senso della professionalità e della qualità. Ma quando ho rilevato la galleria **ho abbandonato l'antiquariato generalista, specializzandomi su dipinti e sculture antichi, di preferenza italiani: ho scommesso sull'ultra specializzazione**». Pochi pezzi, spesso non in vendita, con un approccio alla materia che toglie l'accento dall'aspetto commerciale e dà sempre maggiore spazio alla ricerca. «Il mobile in senso stretto è stato quello che ha sofferto di più: ribalte e comò all'improvviso non interessavano più. Anche quadri, come le belle vedute di Venezia, perdevano valore se non erano di Canaletto: l'antiquariato doveva adattarsi a questo cambiamento e io ho scelto di puntare sulla ricerca e sulla qualità delle opere a discapito della quantità».

Insieme a importanti storici dell'arte, Carlo

**Antiquario per discendenza e passione, mercante d'arte internazionale, Orsi racconta com'è cambiato il modo di avvicinare i collezionisti: «Bisogna puntare su ricerca e qualità a scapito della quantità». La storia del busto di Margherita d'Orléans di Foggini, esposto a New York e «tornato a casa»**

al passaggio delle stagioni. «Alla fine degli anni Settanta vedevo arrivare camion carichi di mobili, trumeau e tavoli da pranzo: scaricavano la merce in galleria, quasi un deposito che si riempiva e si svuotava con la stessa rapidità».

Gli anni Ottanta, quelli in cui Orsi ha deciso di fare l'antiquario, sono coincisi con i suoi primi viaggi in America, per «vedere cosa c'era al di là del triangolo via Bagutta, via Sant'Andrea e via Spiga, il mondo di mio padre Alessandro».

Negli anni 90 il mercato è cambiato, modificato profondamente anche dall'evoluzione del gusto che si è progressivamente polarizzato sull'arte contemporanea. «È più comprensibile e riconoscibile, non solo perché eseguita da persone viventi, ma anche per la sua accessibilità online: con Artnet è possibile conoscere il prezzo di un Fontana negli ultimi dieci anni e scoprirne l'effettivo valore».

Continuare a commerciare arte antica è stata una sfida, accettata cambiando qualche regola, come quella di svolgere un lavoro più culturale che di compravendita e cominciando a diventa-

Orsi si è dedicato alla produzione di cataloghi, senza trascurare quella caccia all'oro che porta a imbattersi nel pezzo della vita: **la sua prima grande scoperta è stata una tavola di dubbia attribuzione, acquistata fidandosi del proprio istinto e che vent'anni più tardi è stata riconosciuta come un'opera perduta del pittore manierista Rosso Fiorentino.**

«L'opera sensazionale si trova perché magari hai delle buone relazioni che ti agevolano: se non avessi avuto un rapporto di stima e di fiducia con la famiglia Corsini, forse il busto del Bernini non lo avrei mai scoperto. Poi ovviamente c'è l'istinto: con Alvar González-Palacios convenivamo sul fatto che il gusto non si può acquisire, studiare e tantomeno comprare. Questo talento non definibile mi ha fatto trovare cose importantissime e dimenticate, come il busto di Margherita d'Orléans di G. B. Foggini, importante scultore alla corte dei Medici, che faceva parte di una serie: sette erano nei musei e solo quello faceva parte di una collezione privata. **Dopo averlo esposto a New York ho ricevuto la tele-**



A sinistra, una delle stanze del palazzo settecentesco che ospita la Galleria di Carlo Orsi a Milano, in via Bagutta. La Galleria è stata fondata nel 1952. A destra, la Galleria aperta da Orsi nel 2016 nel cuore di Mayfair, a Londra

«Al primo posto, in questo mestiere, c'è l'istinto: con Alvar González-Palacios convenivamo sul fatto che il gusto non si può acquisire, studiare e tantomeno comprare. Le piattaforme social in questo ultimo anno ci hanno dato la possibilità di esistere oltre le mostre, non solo postando pezzi da vendere, ma condividendo suggestioni e storie»

**fonata di uno storico dell'arte fiorentino che si complimentava per il "ritorno a casa" del pezzo disperso».**

Insieme occorre anche una giusta dose di distacco che consente di separarsi dai pezzi ritrovati. «Mio padre voleva tenersi tutto, io esaurisco la voglia di possesso con il ritrovamento, poi sono felice che qualcun altro ne diventi proprietario acquistandolo. Mi compiaccio quando vado al Metropolitan di New York e vedo che c'è esposto il pittore spagnolo del '500 da me ritrovato».

Il periodo del Covid ha certamente calmato le acque di un mercato già poco effervescente, ma questo ha fornito lo stimolo per trovare nuovi canali di comunicazione e di vendita. «Con la chiusura lo scorso marzo della mostra di Maastricht sapevo che il business sarebbe entrato in *standby* per almeno un anno, ma le piattaforme social ci hanno dato la possibilità di esistere oltre alle mostre». Oltre alla nascita della piattaforma Italics, il primo network di gallerie italiane di cui fanno parte anche Gagosian, Massimo Minini e Massimo De Carlo, il mondo dell'arte ha valoriz-

zato al massimo la propria presenza sui social, a partire da Instagram. «Non solo mettendo cose da vendere, ma condividendo suggestioni e storie: grazie ad Instagram abbiamo venduto un busto in Francia e **quando abbiamo postato un dipinto di Botticelli dalla galleria di Mayfair, a Londra (rilevata nel 2016, ndr), ci ha chiamati un importante cliente americano chiedendo di poterlo vedere di persona».**

Storie che raccontano di come ci sia ancora brace sotto la cenere e come il pezzo di antiquariato sia considerato un investimento. Il cliente tipo va dai 40 ai 90 anni, ha una provenienza geografica variegata, che va dall'Europa agli Stati Uniti fino alla Cina. «L'Italia continua ad essere un mercato molto interessante: il milanese è ad esempio un cliente preparato che decide velocemente, ma siamo in generale un Paese colto, dove per anni ci sono state fiere d'antiquariato. Se consiglieri il mio lavoro a un giovane? Certo, perché non avrà mai flessioni, purché ci sia di mezzo la passione».

©RIPRODUZIONE RISERVATA