

# Class

IT 4,50 euro  
N. 392 - APRILE 2019  
www.class.it

Il primo magazine-device per vivere bene l'era digitale

Digital retail  
shopping card  
social commerce  
maggior domini virtuali  
action button di Instagram

L'e-commerce è cambiato e tu  
sai sfruttare l'intelligenza  
artificiale per il tuo  
**SHOPPING?**

*Più* LA GUIDA AI MIGLIORI ACQUISTI ONLINE



# E ADESS CHIAMIAMOLA INSTAGRART

Anche TEFAF, la più importante manifestazione di settore, si è aperta alla comunicazione via social. Perché **artisti**, collezionisti e **galleristi** hanno individuato in Instagram il miglior modo per scambiarsi informazioni rispettando, e accentuando, tutti i **valori estetici** di quadri e statue

*di Mariateresa Cerretelli*

**S**u Instagram si è presentata così: #TEFAF is the world's leading #artfair setting the standard for excellence in the #artmarket, since 1988. Maastricht | New York [www.tefaf.com](http://www.tefaf.com). Linguaggio tecnologico per descrivere in tre righe la fiera leader nel mondo, quell'appuntamento imperdibile che attrae collezionisti privati, curatori museali, studiosi, mecenati,

professionisti del mercato dell'arte e appassionati da tutto il globo.

TEFAF, acronimo di The European Fine Art Fair, nel settore delle arti, del design e dell'antiquariato da più di 30 anni, presenta ogni anno a marzo, a Maastricht, un arco di 7mila anni di storia dell'arte; a New York in primavera si concentra sull'arte moderna e contemporanea e in autunno sempre nella



**TEFAF** è l'acronimo di **The European Fine Art**, il più importante appuntamento d'arte dove la concentrazione di opere d'altissimo livello attrae ogni anno il gotha del collezionismo. Sopra, alcuni post dell'account Instagram ufficiale. [www.tefaf.com](http://www.tefaf.com)

## [Collezionismo]

Grande Mela si dedica alle arti decorative, dall'antichità fino al 1920. Uno scenario formidabile che abbraccia tutto l'universo artistico. La 32ª edizione di TEFAF Maastricht si è preparata a ricevere il gotha del collezionismo mondiale con il consueto e raffinatissimo sfarzo. Quest'anno, la manifestazione fieristica che, attraverso le gallerie internazionali, si è vantata di offrire opere rare e pregiate attestate da un vetting rigoroso operato da esperti di ogni settore, ha avviato una procedura di selezione più trasparente attirando 40 nuovi galleristi tra i 279 che animano l'evento. Tante le novità presentate come TEFAF Showcase, il ricco bacino di gallerie giovani che apre a sei nuovi espositori. A TEFAF ha fatto il suo ingresso l'arte virtuale nello stand di Daniel Crouch Rare Books con sedi a Londra e a New York. Attraverso il sistema Oculus Rift, i visitatori hanno potuto ammirare la prima mappa stampata ad Amsterdam, una xilografia del 1544 di Cornelis Anthonisz e la mappa monumentale da parete di Parigi di Michel-Etienne Turgot del 1739.

### TUTTO PIÙ SOCIAL

Con l'obiettivo centrato su una comunicazione che moltiplichi la sua già vastissima audience, la fiera si è organizzata su tutte le piattaforme dei social media. In primo piano Instagram, dove la facilità di gestione e il suo straordinario potere di divulgazione e condivisione in rete con gli hashtag e il pregio delle foto delle opere postate anche dai galleristi offrono un potente ritorno d'immagine. E si sono verificati anche casi di nuovi acquirenti collezionisti che si sono presentati alla manifestazione ai desk della reception esprimendo, cellulare alla mano, l'intenzione di acquistare opere postate su Instagram. L'interesse per Instagram è condiviso anche da molti galleristi italiani presenti a Maastricht. La conferma viene da Marco Voena,

**1 Carlo Orsi**  
Antichità. Sculture e dipinti antichi.  
[galleriaorsi.com](http://galleriaorsi.com)

**2 Robilant + Voena**  
Dagli Old Masters a Julian Schnabel. A Milano, Londra e St. Moritz.  
[robilantvoena.com](http://robilantvoena.com)

**3 Massimo De Carlo**  
A Milano, Londra e Hong Kong. Punta sui giovani.  
[massimodecarlo.com](http://massimodecarlo.com)

**4 Galerie Karsten Greve**  
L'arte del dopoguerra.  
[galerie-karstengreve.com](http://galerie-karstengreve.com)



**1 Carlo Orsi**



**2 Robilant + Voena**



**3 Massimo De Carlo**



**Non solo  
l'arte  
moderna  
va sui social**

alla guida con Edmond di Robilant, della galleria Robilant+Voena: «È un metodo di comunicazione straordinario, certo maggiormente vicino all'arte contemporanea, sia per la presenza attiva su questa piattaforma degli stessi artisti, sia per l'effetto testimonial che i personaggi più noti possono esercitare. Bisognerebbe iniziare ad analizzarne e sfruttarne le potenzialità anche per l'arte antica e per i suoi collezionisti. Per esempio, l'effetto di immediato collegamento nome-immagine che gli hashtag favoriscono è uno dei punti forti di questo social network



## I collezionisti si orientano negli acquisti anche con Instagram

pre al corrente il pubblico sul lavoro della galleria e degli artisti che rappresentiamo». Per Walter Padovani, profondo esperto e appassionato di oggetti preziosi, dal Seicento all'epoca neoclassica, «Instagram tra i social è la piattaforma più nota a livello mondiale e, se ben gestita, dà un'ampia visibilità. Non penso che sia uno strumento utile ai fini della vendita diretta di un'opera d'arte; ma visto che il messaggio comunicativo è veicolato attraverso le immagini, lo considero piuttosto un mezzo valido per far conoscere meglio al pubblico eterogeneo il profilo della mia galleria e soprattutto mostrarne la sua vitalità».

### NON DIMENTICARE LE RELAZIONI

Michele Casamonti, il fondatore delle gallerie internazionali Tornabuoni Arte, pone l'accento sui limiti della tecnologia: «Questi portali offrono una visibilità che prima era impossibile da ottenere. Per noi si tratta ovviamente di un'opportunità, un'apertura al mondo che fino ad alcuni anni fa non esisteva. Ma al contempo è una sfida: queste nuove tecnologie sono difficili da implementare a pieno in un mondo che si basa principalmente su rapporti sviluppati con attenzione nel corso di molti anni. E poi, l'opera d'arte



4 Karsten Greve



5 Ben Brown



6 Walter Padovani



7 Tornabuoni

che potrebbe funzionare benissimo per le opere d'arte di qualsiasi epoca». Questo il parere di Massimo De Carlo, il gallerista del contemporaneo con sedi a Milano, Londra e Hong Kong: «Per le gallerie d'arte è uno strumento fondamentale che consente la circolazione delle informazioni a livello internazionale. Ci stiamo rendendo conto che attraverso Instagram oggi si riesce a raggiungere una quota di pubblico sempre più grande. Le immagini che possiamo proporre sia informazioni generali sulle mostre nelle nostre quattro sedi ma anche immagini di lavori di nostri artisti, in modo da tenere sem-

5 **Ben Brown Fine Arts.** Arte e fotografia contemporanea. [benbrownfinearts.com](http://benbrownfinearts.com)

6 **Walter Padovani.** Specializzato in collezionismo dal Seicento al neoclassico. [walterpadovani.it](http://walterpadovani.it)

7 **Tornabuoni Arte.** Sette sedi in Italia e all'estero. [tornabuoniarte.it](http://tornabuoniarte.it)

te è un bene che ha ancora bisogno di essere visto dal vero per essere apprezzato e compreso, e ciò pone un limite insormontabile per queste tecnologie, che non si potranno mai sostituire al rapporto diretto tra mercante e collezionista». Per il gallerista Carlo Orsi che porta a TEFAF *Putti Alati*, una preziosa tavola inedita di Bernardino Luini, «contiamo su Instagram per espandere la nostra base di utenti, utilizzando il mezzo al pari di altri canali pubblicitari. Possiamo dire che ci stiamo muovendo per integrare Instagram in un piano di comunicazione che fino a pochi anni fa comprendeva solo media tradizionali, ma che oggi non può prescindere dai social».