IL SOLE 24 ORE
27 AOUT 2016
SILVIA ANNA BARRILA

Il Sole 24 ORE

Il mercato della scultura monumentale

Gli eredi di Mitterrand realizzano un parco museale e commerciale

Silvia Anna Barrilà

Aun'ora da Nizza, in una foresta della Provenza, il gallerista parigino Jean-Gabriel Mitterrand, nipote dell'ex-presidente francese, da 30 anni specializzato in sculture monumentali, e suo figlio Edward, un art advisor con base a Ginevra, hanno creato «Domaine de Muy», un parco sculture di artisti contemporanei internazionali in cui l'arte s'inserisce nella natura senza prendere il sopravvento e il visitatore viene condotto attraverso un percorso, realizzato insieme all'ex-curatore della sezione Unlimited di Art Basel Simon Lamunière, che di volta si fa giocoso, minimale e poi riflessione sull'architettura e sulla relazione tra uomo, spazio e natura.

Il progetto, in parte già svelato l'anno scorso e ora inaugurato nella sua versione completa di 38 sculture distribuite su 10 ettari di artisti come Yayoi Kusama, Subodh Gupta, Atelier van Lieshout e Roman Signer, è a metà tra l'istituzionale e il commerciale, aperto su appuntamento a visitatori e collezionisti. L'investimento per realizzarlo è stato tra i 3 e i 5 milioni di euro. Ma come si vendono opere di tali dimensioni? «I modelli sono vari – spiega Jean-Gabriel Mitterrand. – Alcune opere sono state commissionate apposta per il parco agli artisti e poi comprate da noi o da un collezionista interessato a valorizzarle lasciandole in mostra qui, per poi rivenderle in futuro ad un prezzo superiore. Altre sono state solo prodotte da noi, per cui, se verranno vendute, i guadagni si divideranno con l'artista o anche con un'altra galleria (è il caso delle opere di Claudia Comte e Sol Lewitt). Qui, infatti, anche altre gallerie e collezionisti possono mostrare e vendere le loro opere, nel qual caso noi riceviamo una percentuale. La scultura di Gianni Motti, per esempio, è di Perrotin». I prezzi per le grandi sculture da esterni possono andare da 30.000 euro al milione e oltre, ma in media le cifre si aggirano tra 250.000 e 300.000 euro.

Certamente la Costa Azzurra non manca di potenziali clienti. Non lontano ci sono anche la fondazione dello scultore francese Bernar Venet, con opere sue e dalla sua collezione di Judd, Stella e Lewitt; lo Château La Coste, un'azienda vinicola con opere di artisti e architetti come Louise Bourgeois e Tadao Ando; la residenza del gallerista Patrick Seguin e la fondazione del collezionista Edouard Carmignac alle Isole Porquerolles.

Ma com'è nato il mercato per la scultura monumentale? Sebbene non si possa parlare di un vero e proprio mercato, come spiega Jean-Gabriel Mitterrand, la diffusione della scultura monumentale è iniziata grazie negli anni '70 e '80. Da un lato le aziende e le banche l'hanno usata per comunicare al largo pubblico un'immagine innovativa di sé: la prima è stata Chase Manhattan con gli alberi di Dubuffet nel 1969. Poi i centri commerciali e le città hanno capito che era un modo per creare luoghi di aggregazione: pensiamo ad Hannover con le tre sculture di Niki de Saint Phalle del 1974. Sono venuti poi i parchi-sculture promossi dai musei – per esempio l'Hirshhorn di Washington – e dai privati: i due modelli sono stati la Fattoria di Celle di Giuliano Gori vicino Pistoia nel 1982 e la fondazione Insel Hombroich del collezionista tedesco Karl-Heinrich Müller vicino Neuss nel 1987. La creazione della sezione Art Unlimited di Art Basel, nel 2000, è stata una tappa fondamentale. Oggi abbiamo esempi di grande successo come il Cloud Gate di Anish Kapoor a Chicago, mentre a New York gli immobiliaristi usano la scultura monumentale per rendere più attraenti le residenze di lusso. Sempre più numerosi i parchi privati: si pensi al parco-sculture dell'artista Tony Cragg in Germania o a collezionisti come David Walsh in Tanzania, Raymond Nasher a Dallas, Bernardo Paz in Brasile, Christian Ringnes in Norvegia, Steve e Nancy Oliver a San Francisco. «Con l'arte si può fare business direttamente, vendendola, ma anche indirettamente, comunicando attraverso di essa. Per le aziende diventa un modo per affermare il proprio brand, per i privati il proprio status».

FOTO CREDIT DAVID ATLAN 2015, COURTESY DOMAINE DU MUY/VID ATLAN 2015

«Air-Port-City/Cloud Cities 4 Modules Metal», 2010 di Tomás Saraceno dietro Jean-Gabriel e Edward Mitterrand all'interno del parco Domaine de Muy

© RIPRODUZIONE RISERVATA