



**SPECIALE LA STAMPA**  
 LUNEDÌ 17 NOVEMBRE 2014

## Arte in portafoglio, i fondi ad hoc si trovano in banca



I vantaggi dell'arte in portafoglio? Nel nostro Paese sono ancora sottovalutati. Nell'asset allocation dei super ricchi italiani l'arte e le collezioni rappresentano circa il 9% del patrimonio netto, il dato risale al 2012. Tuttavia cresce la richiesta di servizi finanziari legati all'arte e i professionisti del Wealth Management sviluppano nuovi servizi di pianificazione di portafogli in arte ma anche prestiti con sottostante oggetti d'arte oppure fondi d'investimento specializzati in arte. L'attenzione a questo tipo di comparto è maggiore all'estero però. Nel frattempo il mercato dell'arte ha continuato a crescere: nei primi sei mesi del 2014 Christie's e Sotheby's hanno battuto in asta 5,98 miliardi di dollari, l'88% dell'aggiudicato di tutto il 2013. Qual è invece il ruolo che hanno le banche nel mondo dell'arte e nella promozione culturale? Il tema è stato al centro di un convegno "Arte & Denaro" promosso dall'Associazione Insieme per Ubi che si è svolto settimana scorsa a Milano. «Le banche italiane guardano al patrimonio artistico, non tanto in

termini di business, ma facendo riferimento alla responsabilità etica e sociale che storicamente le caratterizza» ha spiegato Philippe Daverio, ricordando che «le collezioni d'arte di proprietà degli istituti di credito non vengono mai iscritte a bilancio: la loro costituzione non assolve quindi a logiche di tesaurizzazione ma piuttosto al ruolo ed alla responsabilità sociale che caratterizza tali istituzioni». La richiesta di servizi legati all'arte è in crescita anche per quel che riguarda la valutazione e la valorizzazione dei beni già posseduti. «La nostra clientela ha a disposizione un team dedicato nell'ufficio di Parigi, Conseil Investissement Art - dice Manuela La Gamba, Responsabile pianificazione patrimoniale Bnl-Bnp Paribas Private Banking -. Si tratta di professionisti internazionali che parlano perfettamente anche in italiano e che aiutano la clientela nella scelta e nella valutazione dei beni, sia in fase di acquisto, sia nel momento della vendita». Un valore aggiunto che aiuta la valorizzazione patrimoniale della famiglia o dell'impresa.