

**MD** POSSO AIUTARTI?

**SOLDI E LAVORO**

**COSÌ NON  
SI ROVINANO**

Sebbene le stampe moderne siano stabili e garantiscano una buona conservazione, se hai una casa molto luminosa valuta se è il caso di metterla tua foto in una cornice con il vetro museale: oltre a essere antiriflesso, protegge dai raggi Uva. Attenzione anche a scegliere la parete: evita quelle dove passano i tubi dell'acqua calda: rischi che i colori della stampa cambino nel tempo a causa della variazione termica.

Un'immagine di Gianni Berengo Gardin scattata in Gran Bretagna (1977, cm 30x40). In vendita da Contrasto Galleria di Milano, è valutata 3.000 euro. Si tratta di una stampa ai sali d'argento, timbrata e datata dall'artista sul retro. Il prezzo è relativamente basso perché non è una stampa "vintage" cioè realizzata entro 12 mesi dallo scatto. In questo caso il suo valore si aggirerebbe tra i 5 e 9.000 euro a seconda del formato e delle condizioni.



## Investi in fotografia

**Vuoi portarti a casa l'immagine di un maestro dell'obiettivo? I prezzi non sono proibitivi e il mercato è in crescita. Per evitare fregature, segui questi consigli**

di Alice Capiaghi

**S**e scattare foto con il cellulare fa ormai parte della nostra vita quotidiana, acquistare un'immagine di un maestro dell'obiettivo in una galleria d'arte o in un'asta è una cosa che fanno ancora in pochi nel nostro Paese. All'estero invece, stando ai dati forniti dalla società di analisi ArtTactic, nel 2017 le vendite all'asta sono aumentate del 54% rispetto al 2016. «Proprio perché da noi il mercato è ancora all'inizio si possono trovare

opere di qualità a prezzi accessibili» dice Davide Battaglia, responsabile del dipartimento di fotografia della casa d'aste Finarte (finarte.it). In altre parole, a differenza della pittura e della scultura, quello della fotografia è un mercato per quasi tutte le tasche. «Con un budget di mille euro, per esempio, si possono portare a casa opere di artisti affermati come Nino Migliori, Ugo Mulas o Maurizio Galimberti» racconta l'esperto. «Investendo invece tra i 5 e i 6.000 euro,

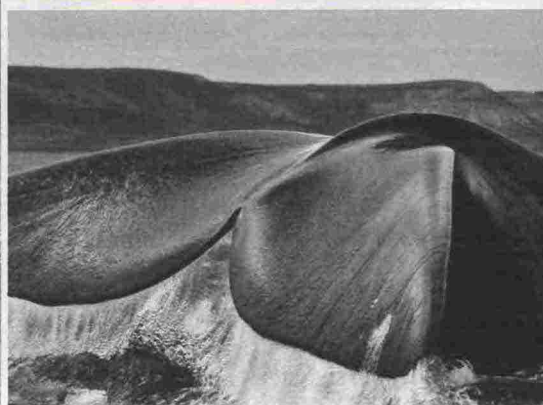
**3 EVENTI PER  
COLLEZIONISTI**

- 1. Mia Photo Fair** (Milano, 9-12 marzo, [miafair.it](http://miafair.it)). Espongono circa 90 gallerie di tutto il mondo.
- 2. Fotografia europea** (Reggio Emilia, 20 aprile-17 giugno, [fotografiaeuropea.it](http://fotografiaeuropea.it)). *Rivoluzioni* è il titolo di questa edizione del festival che propone mostre e incontri con collezionisti.
- 3. Paris Photo** (novembre, [parisphoto.com](http://parisphoto.com)). È la mostra-mercato più importante. Al Grand Palais espongono 180 gallerie, in tutta la città mostre e convegni.





Un paesaggio urbano realizzato a Los Angeles (1979, cm 21x30) da Franco Fontana, fotografo modenese che è stato avvicinato spesso alla pittura astratta americana per l'esaltazione delle forme geometriche. È una stampa vintage battuta all'asta nel novembre 2017 da Finarte per 3.000 euro.



Realizzata da Sebastião Salgado nel 2004, questa immagine fa parte del progetto *Genesis* che ha portato il fotografo in giro per il mondo per 8 anni alla ricerca degli ultimi luoghi incontaminati. Come tutte le sue fotografie non è numerata, ma è firmata sul retro. Costa 8.500 euro ed è in vendita da Contrasto Galleria.

**L'ASTA DA NON PERDERE**

In Italia una delle poche case d'asta che si occupano di fotografia è Finarte: su [finarte.it](http://finarte.it) trovi i cataloghi, che contengono anche opere stimate poche centinaia di euro. Il prossimo appuntamento è in programma il 30 maggio. Puoi partecipare registrandoti al sito, facendo un'offerta scritta oppure telefonando. A tuo carico sono sia le commissioni di vendita, che si aggirano attorno al 25% del prezzo, sia, per importi oltre i 3.000 euro, il 4% di "diritto di seguito".

ti puoi aggiudicare in asta un'opera di Luigi Ghirri, l'autore italiano più quotato anche sul mercato estero, di Mario Giacomelli, famoso per la serie dei "pretini", oppure un paesaggio di Franco Fontana o ancora le città di Gabriele Basilico». Ecco quello che devi sapere se vuoi comprare un'immagine d'autore.

**Informati sull'artista** Come scegliere l'opera? «Il mio consiglio è seguire il tuo istinto, comprare quello che ti piace, soprattutto se hai un budget contenuto e cerchi una bella immagine che terrai in casa. Se sei alla ricerca di un buon investimento e hai a disposizione una somma maggiore, raccogli informazioni prima di concludere l'acquisto: verifica il curriculum dell'artista, visita le sue mostre e monitora le sue quotazioni» suggerisce Marco Poggiali dell'omonima galleria con sede a Milano, Firenze e Pietrasanta ([galleriapoggiali.com](http://galleriapoggiali.com)), che rappresenta anche Luigi Ghirri.

**Cerca la firma** «Le stampe delle foto non sono pezzi unici, per questo i prezzi

sono anche dieci volte più bassi rispetto ai quadri e alle sculture» sottolinea Alessia Paladini, direttore di Contrasto Galleria a Milano ([contrastogalleria.com](http://contrastogalleria.com)). In generale vale la regola per cui più copie ci sono sul mercato, minore è il loro valore. Prima di comprare una foto devi sempre verificare che sia numerata e autenticata. «Spesso la firma è sul retro o sul margine nascosto dal passpartout» spiega la gallerista. «In alcuni casi l'autenticità è garantita da un timbro o da un adesivo oppure da un certificato rilasciato dall'artista o dalla fondazione che si occupa del suo lavoro».

**Controlla la tiratura** Di solito la trovi a margine della fotografia, identificata dalla formula x/y, dove la "x" è il numero progressivo della tiratura, e la "y" il numero di copie che sono in circolazione. Ci sono però alcuni maestri, per esempio il brasiliano Sebastião Salgado, che preferiscono realizzare "open edition", cioè stampe non numerate. «Se è la prima volta che acquisti uno scatto d'autore, ti conviene puntare sulle immagini nu-

merate: in questo modo sei sicuro che non saranno stampate ulteriori copie e che il prezzo resterà stabile nel tempo» suggerisce Battaglia.

**Preferisci il "vintage"** Anche data e tecnica di stampa fanno oscillare il prezzo. «Le immagini "vintage", cioè stampate entro un anno da quando sono state scattate, valgono di più di quelle successive, chiamate "moderne"» spiega l'esperto di Finarte. «Così come quelle ai sali d'argento su carta baritata (supporto che garantisce la qualità nel tempo ndr) hanno quotazioni più alte rispetto a quelle prodotte con altre tecniche».

**Rivendi alla galleria** Hai deciso di monetizzare l'immagine d'autore? Rivolgiti alla galleria dove l'hai acquistata. Se non è passato troppo tempo e l'hai conservata bene, recupererai almeno la cifra spesa. Puoi anche proporla su siti specializzati come [artprice.com](http://artprice.com), oppure metterla all'asta. In questo caso dovrai alla casa d'aste circa il 10% del prezzo.



**D M** POSSO AIUTARTI? . SOLDI E LAVORO



Come si diventa imprenditrici  
**PUNTATA 2**

# 4 regole per un business plan vincente

**Giulia, la lettrice che ha vinto il talent del Salone Franchising Milano, è alla seconda tappa del percorso che la porterà ad aprire il suo negozio. Gli esperti la aiutano a trasformare il sogno in un progetto concreto**

di Alessia Cogliati - [Instagram](#) [Twitter](#) @alessia.cogliati

**U**n locale di panini di pesce gourmet: è con questa idea che la nostra lettrice Giulia Del Frate ha vinto il talent del Salone del Franchising aggiudicandosi la possibilità di lavorare con esperti del settore per aprire il suo B-Fish. Nelle scorse settimane la neo imprenditrice ha incontrato i professionisti (grafici, consulenti e coach) che la aiuteranno nel percorso. Il primo passo per lei e per tutte le persone che hanno un'attività in mente? Scrivere un business plan efficace. Ecco come.

**1- SI CALA IL SOGNO NELLA REALTÀ** Una buona idea è indispensabile ma non garantisce il successo. «Il business plan è l'anima razionale del sogno» dice Antonio Fossati, esperto di franchising e sviluppo d'impresa. «Sintetizza i contenuti e le caratteristiche di un progetto, ipotizza conti economici

e propensione al franchising. Fa capire se l'idea è sostenibile. Giulia avrà un nostro pool di esperti ad aiutarla ma tutte le aspiranti imprenditrici possono trovare un aiuto affidandosi a un consulente finanziario, a un commercialista, alle associazioni di settore o alla Camera di Commercio».

**2- SI STUDIA LA CONCORRENZA** In Italia esistono centri a sostegno delle nuove imprese, ma è anche indispensabile sapere che cosa esiste sul mercato. «All'imprenditore che vuole aprire una caffetteria consiglio di andare in un bar della sua zona verso sera, raccogliere qualche scontrino e scoprire quanti ne batte l'esercizio in un giorno» continua l'esperto. «Poi, per farsi un'idea del fatturato, bisogna raccogliere informazioni sui costi legati all'affitto, al numero di dipendenti, ai fornitori».

**3- SI FANNO PARLARE I NUMERI** Il passo successivo è dedicarsi ai conti: valutare i metri quadri necessari, pensare alla retribuzione dei dipendenti, decidere dove aprire l'attività (centro o periferia?). «Ogni voce deve essere abbinata a un costo, compreso quello a cui si pensa di vendere (nel food in genere si moltiplica la spesa della materia prima per 3, nella moda per 2)» aggiunge Fossati. «A questo punto si passa a valutare gli investimenti necessari per gli arredi, il brevetto, la registrazione del marchio, gli affitti anticipati. E alla fine si ha un'idea della fattibilità o meno dell'impresa».

**4- SI SEGUE L'ISTINTO** È nella fase finale che, a sorpresa, entrano in campo le emozioni. «Un nuovo progetto è come un figlio: ogni imprenditore deve seguirlo con costanza e passione» conclude Fossati. «Inutile aprire un negozio lontano da casa e dalla famiglia, meglio mettersi in condizione di lavorare con serenità. Per far funzionare l'attività bisogna dare il 100 per cento di sé e diventare imprenditori di se stessi». Proprio come ora deve fare Giulia. Seguila con noi nella sua avventura.

“Io e gli esperti del Salone del franchising seduti a un tavolo per parlare del mio locale di panini di pesce: che emozione! Il primo incontro è andato benissimo. Ho scoperto che l'investimento è in linea con quanto mi aspettavo, ho valutato il business plan e i loghi che mi hanno proposto. Ora devo prendere tante decisioni. E inizio a immaginare il mio negozio: 100 metri quadri in centro a Udine, 30 posti a sedere, 4 dipendenti tra cucina e sala e un ambiente moderno con una grafica che ricordi il mare. In queste settimane ho studiato delle nuove ricette che voglio far provare agli esperti al prossimo incontro. Non vedo l'ora di aprire il mio B-Fish”

