

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Alta Formazione Artistica e Musicale



ACCADEMIA DI BELLE ARTI "FIDIA"
STEFANACONI – VIBO VALENTIA

Economia e Mercato dell'arte (ABLE70)

Docente: Ermenegildo Frioni

I contenuti scientifico-disciplinari riguardano gli aspetti giuridici ed economici che caratterizzano la gestione del patrimonio culturale e il mercato dell'arte. Riguardano inoltre il quadro normativo e gestionale delle imprese che operano nel settore dell'arte e della valorizzazione del patrimonio culturale, viste nelle loro relazioni con le istituzioni e gli enti di tutela.

Obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire allo studente degli elementi basilari per affrontare gli aspetti economici più significativi connessi ai beni artistico-culturali, all'arte figurativa, allo spettacolo dal vivo, all'arte riproducibile e ai possibili interventi attuabili a livello pubblico e privato.

Aspetti introduttivi: L'economia dell'arte nell'analisi economica. L'economia dei beni artistico-culturali e le altre scienze. Il ciclo del prodotto turistico e del prodotto artistico. Le fasi cicliche della corrente artistica. Tendenza artistica, movimento artistico, scuola artistica. Un richiamo alla filiera artistica.

Preferenze, scelte e decisioni: Il significato dell'utilità. La tipologia dell'utilità. Il massimo edonistico individuale. Dalla utilità cardinale all'utilità ordinale. L'ottimo del consumatore. Variazioni di prezzo e di reddito. La costruzione della domanda totale. I vari effetti sulla domanda. Il coefficiente di elasticità puntuale della domanda. La costruzione dell'offerta totale. Il concetto di equilibrio.

Tipologia dei beni e principali attori: Scansione dei vari tipi di beni. Esternalità, free rider e spillover effect. Arte e mercato. Gli "attori" del comparto artistico-culturale. Criteri di valutazione. La querelle sull'investimento in arte.

Il mercato dell'arte riproducibile: Distinguo tra l'arte dal vivo e l'arte riproducibile. Il mercato cinematografico. Il mercato televisivo. Il mercato del libro. Il mercato del disco. Il mercato della fotografia.

Strategie e strumenti d'intervento pubblico e privato: Cenni sulle misure di conservazione e di valorizzazione. Le politiche d'intervento pubblico. Vecchio e nuovo mecenatismo. Donazioni e sponsorizzazioni nell'arte e nella cultura. Arte e pubblicità. Eventi e problematiche ambientali

Testi adottati

Nardi Spiller C., Incontro con l'economia dell'arte, Torino, G.Giappichelli, 2005.

Nardi Spiller C. e Savi P., La dimensione economica e territoriale dell'attività umana, Verona, QuiEdit, 2010.

Candela G. e Scorcu A., *Economia delle arti*, Bologna, Zanichelli, 2004.

Santagata W., *La fabbrica della cultura. Ritrovare la creatività per aiutare lo sviluppo del Paese*, Bologna, Il Mulino, 2007.

Appunti presi a lezione.

Testi di riferimento

Alberro A., *Arte concettuale e strategie pubblicitarie*, Milano, Johan & Levi, 2011.

Bauman Y. e Klein G., *L'economia a fumetti. La microeconomia*, Milano, Il Sole 24 Ore, Pirola, 2010.

Giordano S., *Disimparare l'arte. Manuale di antididattica*, Bologna, Il Mulino, 2012.

Heinich N., *La sociologia dell'arte*, Bologna, Il Mulino, 2004.

Poli F., *Il sistema dell'arte contemporanea*, Bari, Laterza, 2008.

Vettese A., *L'arte contemporanea Tra mercato e nuovi linguaggi*, Bologna, Il Mulino, 2012

Metodi didattici: Lezioni frontali, lucidi, fotocopie e tesine L'esame consiste in due parti. La prima parte verte su argomenti svolti a lezione e individuabili prevalentemente sul testo adottato e comunque fruibili dagli appunti presi a lezione. La seconda parte concerne una discussione su un tema, anche di precipua scelta dello studente, pur sempre preventivamente concordato con la docente.