



Clarissa Ricci

## **Breve storia dell'Ufficio Vendite della Biennale di Venezia 1895-1972. Origini, funzionamento e declino<sup>1</sup>**



### **Abstract**

L'Ufficio Vendite della Biennale di Venezia ha rappresentato in Italia un importante esempio di piattaforma commerciale per l'arte. Con lo scopo di metterne in luce il ruolo pionieristico, il paper ne scandaglia il funzionamento mettendo a fuoco gli anni del secondo dopoguerra, quando il dipartimento fu diretto in maniera continuativa dal mercante e gallerista Ettore Gian Ferrari.

Un Ufficio Vendite fu presente alla Biennale dal primo giorno di esistenza della Biennale stessa (1895) fino alla Riforma istituzionale del 1973, nonostante siano in molti a credere che sia stato chiuso all'indomani della protesta studentesca del '68. A fare da sfondo l'espansione del sistema galleristico e le problematiche istituzionali della Biennale post fascista.

Alcuni nuovi documenti rinvenuti presso l'Archivio Storico delle Arti Contemporanee della Biennale (ASAC) e presso l'Archivio Gian Ferrari (Museo del Novecento) mettono in luce non solo il ruolo avuto dal dipartimento ma anche dei cambiamenti sia nelle vendite che nei compratori nell'arco di vent'anni.

The Venice Biennale Sales Department represent an important example of commercial platform in Italy. Aiming to shed light on its role as a predecessor and pioneer, the paper offers an overview of how sales were managed, investigating the decades following WWII, when the Sales Department was directed by the dealer and gallerist owner Ettore Gian Ferrari.

The Sales Department was part of the Venice Biennale from the very first day (1895) until the institutional Reform of 1973; although many mistakenly believe that it was closed after student protests in 1968. In the background there is the growing gallery system and all of the issues related to the post-Fascist era of the Biennale.

New findings from the Biennale's Historical Archives of Contemporary Arts (ASAC) and from Gian Ferrari's Archive (Museo del Novecento) highlight not only the key role that the Venice Biennale Sales Department played, but also the changes in sales and buyers over this 20 year post-war time span.



---

<sup>1</sup> Il presente testo è stato parzialmente presentato alla conferenza *The Art Fair TIAMSA's first Conference*, tenutasi presso Sotheby's, Londra 13-15 Luglio 2017.

## Introduzione

Non ci sono dubbi circa il fatto che le fiere d'arte siano al centro del sistema del mercato dell'arte. Eppure analizzando la storia di queste manifestazioni si noterà quanto questo fenomeno sia recente; la prima in Europa è stata la fiera di Colonia [1967], seguita da Basilea [1969] e Parigi [1972], mentre in Italia il primato spetta a Bologna [1974]. In ciascuna di queste fiere le prime edizioni erano animate da un esiguo numero di gallerie ma nell'arco di poche edizioni le adesioni si decuplicarono. Nel caso della Germania e della Svizzera, la nascita delle fiere risponde ad una necessità specifica del sistema, che pur essendo sviluppato internazionalmente, soffriva di una dispersione territoriale dei propri agenti, gallerie e dealer (Herchenroder 1980); d'altronde le prime fiere nascono in città, che non rappresentano *hotspots* nel mercato internazionale dell'arte prima del 1990. La fiera quindi nasce per fornire una maggiore visibilità al mercato oltre che per offrire una piattaforma d'interscambio per poter sviluppare il proprio networking, aspetto che è alla base della struttura delle fiere d'arte (Morgner 2014).

Guardando al caso specifico italiano è importante sottolineare che una piattaforma internazionale per il mercato già esisteva prima della fine degli anni Sessanta ed era rappresentata dalla Biennale di Venezia con il suo Ufficio di Vendite. Una ricostruzione circa il funzionamento di questo dipartimento e un approfondimento intorno al declino di questo organismo, strategicamente centrale tanto alle attività espositive che commerciali del Paese, permetterà, come in un'analisi per carotaggio, di comprendere meglio la situazione del commercio artistico in Italia.

Questo testo, inoltre, si pone l'obiettivo di precisare una narrazione intorno al periodo di reggenza dell'Ufficio Vendite da parte di Ettore Gian Ferrari percepito come uniformemente positivo e di correggere la convinzione che l'Ufficio Vendite sia stato abolito insieme ai premi nel 1968 a seguito della contestazione.

Pur mancando studi approfonditi sull'Ufficio Vendite della Biennale<sup>2</sup>, presso l'Archivio Storico (ASAC) è stato possibile reperire alcuni documenti che ne hanno chiarito il funzionamento e lo sviluppo, mentre presso l'Archivio Gian Ferrari, conservato al Museo del Novecento di Milano, è stato possibile desumere alcuni aspetti dell'attività di Ettore Gian Ferrari.

---

<sup>2</sup> Un importante passo in avanti nella comprensione del funzionamento dell'Ufficio Vendite è stato compiuto in occasione del convegno ideato e coordinato da Marie Tavinor *The Venice Biennale and the Art Market, the Venice Biennale as an Art Market: Anatomy of a Complex Relationship* (IESA e Royal Holloway University of London) svoltosi a Londra 3-5 febbraio 2016. Al convegno è seguito un ulteriore confronto con la giornata-studio organizzata da Francesca Castellani *London at Venice. La Biennale e il mercato. La Biennale come mercato* (Università Cà Foscari, Venezia) il 11 maggio 2016.

## **L'Ufficio Vendite delle origini (1895-1926)**

L'Ufficio Vendite della Biennale di Venezia<sup>3</sup> non nasce nella forma di un dipartimento a sé. Come dimostrano i verbali del consiglio comunale del 1893, fin dalla sua fondazione nel 1895, l'aspetto commerciale ne è parte integrante (Bazzoni 1962) avendo il dichiarato scopo di

giovare al decoro dell'arte e di creare un mercato artistico dal quale la città potesse ricavare anche un non lieve vantaggio (Di Martino 1995).

La Biennale è infatti in linea con il sistema ottocentesco di produzione e circolazione delle opere che trova la sua radice nel sistema dei Salòn francesi. In tali mostre l'artista vedeva consacrato il proprio status al quale seguiva anche un riconoscimento economico tramite vendite e commissioni (Negri 2011). Il modello dei Salòn non è l'unico al quale la Biennale si ispira. Essa si struttura anche in seguito ad altre esperienze di cui mette a sintesi gli aspetti salienti. Si veda la forma dello statuto che si modella sull'esperienza della secessione monacense (Donaggio 1995) mentre per le aspirazioni all'internazionalità, che furono centrali fin dall'inizio negli scopi della Biennale, a farle da guida c'è la fortunata esperienza delle expo (Jones 2010). La Biennale e le Fiere d'arte condividono dunque nei fatti i loro antecedenti (White e White 1965).

Le esposizioni della Biennale, come ai Salòn, non si affidavano per le selezioni ai *dealer* ma a una commissione, spesso costituita da artisti, che vagliava le opere che sarebbero state esposte e contestualmente vendute. Questa modalità di vendita diretta da parte dell'istituzione è il nodo entro cui va ricostruito il funzionamento e lo sviluppo dell'Ufficio Vendite della Biennale.

Le vendite delle opere avevano lo scopo di bilanciare i costi e quindi condividevano uno scopo assimilabile a quello del subappalto del bar-ristorante, o alle vendite dei cataloghi illustrati e delle fotografie (Castellani 2016).

Impropriamente nei primi anni della Biennale si potrà chiamare la sezione dedicata alle vendite "ufficio" in quanto, inizialmente, aveva dei tratti piuttosto artigianali, guidata dalle decisioni personali di chi lo gestiva, ossia il Segretario Generale Antonio Fradeletto.

Nelle edizioni del 1903 e del 1905 nell'organigramma dell'Esposizione stampato sui cataloghi compare, in qualità di "incaricato" dell'Ufficio Vendite, il nome di Vincenzo Tosi. Questa figura non è da considerarsi sostitutiva a Fradeletto, egli era

---

<sup>3</sup> La prima denominazione di quella che oggi chiamiamo *La Biennale di Venezia*, fu *Esposizione Internazionale d'Arte*. Per coerenza generale e per una consuetudine invalsa nel linguaggio corrente si è scelto qui di chiamarla sempre "la Biennale di Venezia".

in realtà un funzionario che seguiva principalmente le pratiche di amministrazione e smistamento delle opere vendute, probabilmente anche con il compito di essere sempre presente presso il banchetto dell'Ufficio durante l'esposizione. Come si evince dalle memorie di Bazzoni, non era infrequente che un acquirente approcciasse direttamente un funzionario amministrativo presso la zona dedicata all'Ufficio Vendite (Bazzoni 1962) che strategicamente e, per tutta la sua durata, era collocato nei pressi della rotonda del Padiglione centrale, vale a dire, presso l'entrata pedonale dei Giardini.

Il mercato in Italia in questo periodo storico è ancora nella sua infanzia (Lamberti 1982) ed è quindi necessario guardare agli sforzi di Fradeletto nel promuovere le vendite, alla luce di un interesse non solo economico. Dal 1895 al 1910 il Segretario Generale si spende moltissimo per accrescere l'importanza della Biennale facendo delle vendite uno strumento politico e di marketing. Egli instancabilmente scrive per convincere istituzioni (anche straniere), personaggi illustri, direttori di museo, collezionisti a comprare presso la Biennale (ASAC, serie "Attività 1894-1944" Scatole nere, b. 18). Fradeletto intuisce che l'affermazione dell'istituzione veneziana poteva essere tale se essa fosse divenuta un appuntamento irrinunciabile per informarsi, promuovere e acquistare opere. Egli persegue l'obiettivo di rendere la Biennale, il centro propulsore dell'arte italiana e perché possa essere tale ne fa un luogo di legittimazione culturale (Rabitti 1995).

Questo sforzo personale, sostenuto da capacità diplomatiche (Donaggio 1988), farà della Biennale una maglia importante nella catena della produzione e circolazione artistica delle opere in Italia favorendone la musealizzazione, grazie anche ai trattamenti di favore riservati alle istituzioni arrivando ad applicare sconti fino al 50% sul prezzo iniziale. Nei registri delle vendite sono numerosi i musei, in particolare quelli nascenti di arte contemporanea in Italia, a comprare presso la Biennale<sup>4</sup>. Fino alla seconda guerra mondiale le istituzioni pubbliche rappresentano la maggioranza degli acquirenti (Gian Ferrari 1995). Fra tutte il caso più esemplificativo fu certamente il legame con la Galleria d'Arte Moderna di Cà Pesaro per la quale la Biennale costituiva inizialmente non solo il primo bacino di approvvigionamento per la collezione, ma ricopriva anche funzioni di segreteria (Scotton 2002).

È interessante a questo proposito capire come avveniva l'alienazione delle opere. Nonostante la lunga vita dell'Ufficio Vendite, il funzionamento rimase il medesimo per tutta la sua durata. Il prezzo era stabilito generalmente insieme all'artista al momento dell'invito o dell'ammissione all'esposizione tramite una scheda

---

<sup>4</sup> Fra le varie istituzioni italiane si ricordano oltre la Galleria Nazionale d'Arte Moderna di Roma e alla Galleria d'Arte Moderna di Ca' Pesaro a Venezia, quelle nascenti di Napoli, Ferrara, Milano, Torino, Trento, Bologna.

di notifica<sup>5</sup> che riportava tutti i dettagli dell'opera esposta. La vendita avveniva durante il periodo dell'esposizione e conclusa dall'incaricato, che in mancanza di delegato poteva essere indifferentemente il Segretario o il Presidente - anche se nella pratica se ne occupava il Segretario Generale o un funzionario amministrativo se direttamente approcciato dall'acquirente. Conclusosi l'acquisto il cliente versava una somma variabile ma che corrispondeva generalmente a non meno della metà del prezzo dal momento che l'opera non poteva essere prelevata prima della fine della mostra. In un secondo momento l'amministrazione si occupava di completare le pratiche occupandosi del recupero crediti e della spedizione dell'opera al termine della manifestazione.

A partire dal 1912-1914 è Vittorio Pica ad occuparsi delle vendite, prima come Vice Segretario e poi, con la ripresa della manifestazione dopo la Prima Guerra Mondiale nel 1920 come Segretario Generale. In qualità di critico e storico dell'arte, egli intrattiene numerosi rapporti con i collezionisti, ma nonostante ciò si continua a vigilare che siano le istituzioni a comprare. Le strategie di legittimazione ma anche la mancanza in Italia di un collezionismo privato sviluppato (Poli 2011), resero le istituzioni protagoniste, anche se questa degli acquisti istituzionali è una storia tutta da indagare caratterizzata di ingenuità e arretratezze. Come ebbe a osservare Pallucchini:

È sintomatico che allora nessuno pensasse ad acquistare per le nostre Gallerie opere di Courbert, o di Renoir: si preferirono i Monticelli e gli Zuloaga (Pallucchini 1962).

### **La crisi dell'Ufficio Vendite e la necessità di una persona competente (1928-1942)**

Alla fine dell'esposizione del 1926 Vittorio Pica si dimette. Ne prende il posto Antonio Maraini che vi rimarrà per tutto il periodo successivo fino l'interruzione della seconda guerra mondiale. In questo arco temporale l'Esposizione delle origini, lascia il passo ad un Ente Autonomo (Regio Decreto Legge 13 gennaio 1930 n. 33)<sup>6</sup> che da un lato libera l'istituzione dal controllo e dagli attriti con l'amministrazione veneziana

---

<sup>5</sup> Le schede di notifica sono fondamentali per stabilire i prezzi di partenza. Usate in maniera discontinua nel primo periodo, dal secondo dopoguerra in poi diventano uno strumento imprescindibile per l'Ufficio Vendite che deve sottostare ai prezzi indicati da artisti e galleristi. Inoltre la scheda di notifica costituisce uno strumento da impugnare nel momento in cui sorgono dispute intorno al prezzo convenuto con l'acquirente.

<sup>6</sup> Il presente Decreto Regio si riferisce alla creazione dei due Enti Autonomi dello Stato: Biennale di Venezia e Quadriennale di Roma.

che si erano inaspriti alla fine degli anni '20, dall'altro la consegnano al controllo statale (De Sabbata 2006).

Dopo gli anni '30a seguito della crisi economica, le vendite subiscono una sensibile flessione senza riuscire per un intero decennio a rialzarsi (Gian Ferrari 1995). Le motivazioni per questa diminuzione, che coincidono con un primo sviluppo del sistema mercantile in Italia, potrebbero essere trovate da un lato nel fatto che la crisi economica lascia degli strascichi lunghi in Italia (Salvagnini 2000), e dall'altro che la politica artistica di selezione non risponde propriamente al gusto del tempo.

La mancanza di successo delle vendite già nel 1930, probabilmente convinse Maraini della necessità di incaricare qualcuno di competente in materia, tanto che nel 1932 affida il dipartimento a Luigi Scopinich. Il nome di quest'uomo, è rimasto sconosciuto per lungo tempo poiché non è riportato nei cataloghi,<sup>7</sup> ma appare esclusivamente nei contratti e nei documenti amministrativi (ASAC, serie "Attività 1894-1944, scatole nere, b.75-79). Egli non riuscì nell'intento di risollevare le vendite tanto che l'anno successivo non fu riconfermato (Sala 2015). I documenti rinvenuti ci permettono di ipotizzare che non ci siano altri tentativi di subappalto da parte della Biennale per tutto il decennio successivo. È solo negli anni '40 che si affaccia l'idea di affidare al giovane gallerista, Ettore Gian Ferrari, la direzione dell'Ufficio Vendite.

Le motivazioni di questo nuovo tentativo sembrano avere connotati diversi da quelli che spinsero Maraini nel '32 a incaricare Luigi Scopinich. I tempi erano mutati e rispetto a quando all'inizio degli anni '30 le gallerie, a Milano per esempio, si contavano sulle dita di una mano (Salvagnini 2000), già alla metà degli anni Trenta si assiste al declino di alcune come la Galleria Pesaro e alla nascita di molte altre. Fra queste quella di Ettore Gian Ferrari «nuovo astro nascente del commercio» (Salvagnini 2000). Il crescere del panorama commerciale era stato anche sostenuto dalle politiche nazionali coordinate da Giuseppe Bottai. A cavallo degli anni '40, infatti, egli attuò una politica di promozione dell'arte contemporanea istituendo ad esempio, attraverso il ministero dell'Educazione Nazionale, un premio sia per le migliori collezioni d'arte contemporanea sia per le gallerie maggiormente impegnate nella sua diffusione (Tomasella 2001).

In coincidenza con questo interesse per la promozione economica del mercato italiano va visto l'incarico a Ettore Gian Ferrari.

Egli è in quel momento un neo gallerista e giovane mercante reduce da una buona riuscita delle vendite nel 1941 alla *III Mostra nazionale del Sindacato fascista*

---

<sup>7</sup> Dal momento che neanche il nome di Gian Ferrari risulta nel catalogo del 1942 è possibile ipotizzare che sia una scelta dettata dall'intenzione di non concedere eccessiva autonomia ad una figura che di fatto doveva essere al servizio dell'Ente.

*artisti* (Campiglio, 2000). Egli comprende chiaramente l'opportunità che la Biennale offriva di allargare il proprio giro d'affari. Non a caso in una lettera del 1941 a Maraini lo chiama «l'ambito incarico». Dopo vari scambi con il segretario generale il 30 settembre 1941 (ADN/FGF, f. 124, 1941) Ettore Gian Ferrari si assicura la posizione a direttore dell'Ufficio Vendite. Nonostante si fosse in piena guerra mondiale, tanto che per ben due volte Gian Ferrari deve evitare la chiamata alle armi (Sala 2015), la sua prova è un successo e le vendite raddoppiano (ASAC, UF, reg 42).

### **L'Era Gian Ferrari (1950-1968)**

La Biennale riapre i battenti al pubblico nel 1948 con l'obiettivo di tagliare i ponti con il fascismo e con l'intenzione di promuovere il modernismo europeo (Jachec 2007). La neo Repubblica Italiana cerca il riscatto politico, non senza scontri (Misler 1973) ed è innervata dal rivitalizzarsi del clima culturale.

Il segretario della Biennale è Rodolfo Pallucchini,<sup>8</sup> storico dell'arte italiana che caratterizzerà le prime biennali del secondo dopoguerra con un aggiornamento artistico.

La prima esposizione del 1948, nonostante alcuni dissensi intorno alla mostra dell'Impressionismo (Bandera 1999) ebbe una risposta positiva. La volontà di tranciare totalmente con il passato aveva indotto a scegliere per la direzione dell'Ufficio Vendite una persona che non fosse implicata con la precedente gestione: il gallerista milanese Vittorio Emanuele Barbaroux (Sala 2015).<sup>9</sup>

Il risultato delle vendite però non fu positivo ed è forse grazie a questo dato che si riaprì una possibilità per Gian Ferrari di tornare alla Biennale. In una lettera riservata del 13 gennaio 1950 Bazzoni s'informava presso Gian Ferrari di una richiesta di collaborazione con la Biennale da parte dell'Associazione Nazionale fra le Gallerie d'Arte contemporanea,<sup>10</sup> alla quale Gian Ferrari, sapendo che Barbaroux non era stato riconfermato risponde:

non le nascondo che io verrei con molto entusiasmo. Lei mi conosce e mi ha visto al lavoro; può essere sicuro che riprendendo costì il mio posto, farei unicamente gli interessi della Biennale con diligenza e imparzialità. (ADN/FGF, f. 289, 1950)

---

<sup>8</sup> La prima scelta era ricaduta su Nino Barbantini, che declinò l'incarico (Pallucchini, 1962).

<sup>9</sup> Sala riporta uno stralcio di una lettera di Bazzoni che da le ragioni a Gian Ferrari di questa scelta: «Gli indirizzi dei nuovi organizzatori sono del tutto cambiati e in qualsiasi ramo essi desiderano avere piena libertà per quanto si riferiva al passato. Per quest'unica ragione anche nei suoi riguardi le cose sono mutate». (ADN/FGF, f. 289, 16 gennaio 1948, in Sala, 1995 p. 106).

<sup>10</sup> All'inizio del 1949 Gian Ferrai costituisce insieme a Vittorio Emanuele Barbaroux e Guido Le Noci, l'Associazione Nazionale fra le Gallerie d'Arte Contemporanea con sede in Milano presso via Clerici 8 (ossia la sede della Galleria Gian Ferrari). Il Primo consiglio direttivo dell'associazione (1949-1952) era formato dai tre fondatori e aveva per sindaci: Carlo Cardazzo, Brino Grossetti e Stefano Cerirola. (ADF/FGF, f. 92. 1949).

Segue un periodo di discussioni al consiglio direttivo e di incertezza fra vari nomi che vengono avanzati, fra i quali oltre a quelli di Barbaroux e Gian Ferrari compare anche quello del meno noto Giovanni Silva. Gian Ferrari coglie il momento propizio perorando la sua causa attraverso lettere indirizzate a Rodolfo Pallucchini, Mario Novello e a Romolo Bazzoni, non perdendo mai l'occasione di illustrare le sue doti e sminuire i suoi avversari (Sala 2015). Dopo un'animata contrattazione e dopo aver sottoposto le sue condizioni economiche e accettando quelle della Biennale - di risiedere a Venezia durante tutta la durata della mostra e di sostenere a proprie spese la corrispondenza con acquirenti ed artisti, dato che l'Ente avrebbe fornito unicamente gli stampati per fissati e corrispondenza –all'inizio di maggio 1950 egli è incaricato della direzione dell'Ufficio Vendite (ADN/FGF, f. 289, 1950).

La XXV Biennale (1950) si iscrive sul solco dell'edizione precedente continuando mostre retrospettive sulle avanguardie europee e tentando un aggiornamento. In generale, per quanto riguarda la partecipazione italiana, c'era stato un certo equilibrio tra le partecipazioni di realisti e figurativi (Calvesi 1995). Dal punto di vista numerico esponevano in totale 3342 opere circa<sup>11</sup> e i visitatori pur essendo in leggero calo non influenzarono negativamente le vendite che toccarono circa L. 60.000.000 (ASAC, UV, reg 45) per un totale di venduto pari a circa il 22,5% delle opere esposte. Un risultato ragguardevole se si considera la media dell'8-12% circa degli anni precedenti la seconda guerra mondiale.

Con questa prova Gian Ferrari confermava pertanto la sua abilità di mediatore che con il suo temperamento sempre bendisposto conquistava il rispetto di chi incontrava. Egli è stato, infatti, descritto come un uomo che amava l'arte, la difendeva e cercava di essere il più imparziale possibile, di apparire veramente il venditore che rappresentava tutti (Testori 1986; Rota 1995).

Questa descrizione è corroborata dall'analisi della corrispondenza di Gian Ferrari dalla quale si evince come si prodigasse a cercare compratori per tutte le tipologie di opere esposte. In particolare è da notare che egli intrattiene rapporti direttamente con gli artisti che a lui si raccomandano per le vendite (Sala 2015). L'entusiasmo di alcuni artisti a seguito di una buona compravendita evidentemente li predispone positivamente a rapporti con lui anche al di fuori dell'Ufficio Vendite come si evince dalla testimonianza di Aldo Salvadori in una lettera di ringraziamento

---

<sup>11</sup> I numeri riportati nei registri sono, in alcuni casi, diversi rispetto a quelli comunicati o trovati in altri documenti. Pertanto è necessario mantenere una contenuta approssimazione sulle cifre.

«appena sarò pronto, mi deciderò a fare la mia prima personale nella tua galleria» (ADN/FGF, f. 289, 1950).

Come spesso accade nella storia della Biennale quello che avviene in un'edizione non necessariamente viene riproposto all'edizione successiva, e ogni volta sembra quasi si debba ricominciare da capo. Di questo tipo fu certamente la storia della relazione di Gian Ferrari con la Biennale che ad ogni edizione e ad ogni cambio di guida si trovava a dover rinsaldare la propria posizione.

L'anno che più gli fu istruttivo in questo senso fu il testa a testa con il gallerista Carlo Cardazzo. Alla fine dell'edizione del 1950, intuendo che la sua posizione cominciava ad essere particolarmente ambita, tanto più che erano sotto gli occhi di tutti i successi e i vantaggi legati a questa posizione (Il Gazzettino di Venezia, 16 ottobre 1950), egli fornisce una memoria del suo lavoro come misura preventiva (ASAC, AV, ESP, b. 77).

Visto l'interesse per la carica, però, la Biennale decide di indire per la XXVI edizione una regolare gara che lo vide competere contro Cardazzo, Le Noci, Cairoli, Silva. Per vincere la licitazione Gian Ferrari si vide costretto a fare una proposta di percentuale molto contenuta, sfruttando una soffiata avuta da Bazzoni (ASAC, AMM reg 6).

Pur avendo vinto la gara ed essendo le vendite del 1952 andate abbastanza bene, Gian Ferrari era in difficoltà. Per vincere la licitazione del '52 aveva abbassato la percentuale allo 0,5%, lamentandosi ora di non riuscire a coprire le spese al vivo, esternando inoltre il timore che non gli sia garantito il posto.

Questa volta il compito dell'Ufficio Vendite si è presentato particolarmente difficile non solo a causa dei prezzi segnati dagli artisti, sensibilmente aumentati rispetto alle quotazioni correnti, ma anche e soprattutto per lo scarso materiale a disposizione. Infatti, circa il 65% delle opere esposte apparteneva a collezioni pubbliche o private (ASAC, AV, ESP, b. 77).

A queste note egli allega i risultati delle vendite dal 1928 in modo da fornire un confronto con il suo operato, oltre che documenti attestanti l'altrui stima, come la lettera di ringraziamento di Pallucchini alla chiusura della manifestazione e a stralci delle lettere di ringraziamento inviategli dagli artisti.

Fornire le memorie del proprio lavoro al termine della mostra è la modalità con cui Gian Ferrari, al termine di ciascuna edizione, mostra il proprio impegno e perora la sua candidatura alla direzione dell'Ufficio Vendite per la successiva edizione. Inoltre, in particolare per la prima metà degli anni '50 in cui gli accordi con l'Ente non sono chiari, egli si trova spesso a mettere in luce l'improprio guadagno a fronte dei

suoi successi. A gennaio del 1953 gli viene corrisposto un premio oltre che la riconferma per la XXVII edizione (ASAC, AV, ESP, 1953).

Nonostante i buoni risultati, i rapporti con la Biennale non sembrano migliorare, e l'edizione successiva risultò piuttosto faticosa per Gian Ferrari.<sup>12</sup> Nonostante avesse avuto conferma nel '53 del suo incarico, la concorrenza con Carlo Cardazzo, che si aggiudica la gestione del Padiglione del libro (ASAC, AV, ESP, 1953), è sempre acerrima.<sup>13</sup> A pesare soprattutto l'andamento delle vendite che avevano subito una leggera flessione negativa e che si facevano tanto più brucianti, perché a settembre del 1954 non era stata ancora chiarita la sua posizione economica. (ASAC, AV, ESP, 17 settembre 1954). Egli non avanza le proprie condizioni, ma non manca di far notare la disparità di trattamento fra lui e il suo predecessore Barbaroux, al quale erano stati concessi molti privilegi fra cui l'alloggio (ASAC, AV, ESP, b. 77).

L'era Pallucchini stava volgendo al termine. Il 1956 fu pertanto l'ultima Biennale ideata dal critico, con il quale, è doveroso sottolineare, Gian Ferrari ebbe sempre un buon rapporto. Le missive, pur lamentando la continua necessità di chiarezza sulle percentuali, sono animate da un tono di cordiale e reciproca stima.

Con un nuovo contratto a scalare delle percentuali (ASAC, AV, ESP, b. 77), Gian Ferrari conseguì nella XXVIII edizione un ottimo risultato, che gli valse anche una lettera personale del neo presidente Com.te Massimo Alesi, il quale riferendosi alla relazione del consiglio d'amministrazione sulle attività dell'Ente nel 1956, nell'esprimergli il suo più vivo compiacimento per l'attività svolta, rivela un'importante cambiamento:

prima della guerra il 70% delle vendite si riferiva ad acquisti fatti da Enti Pubblici, da Gallerie, da Ministeri, dai Comuni e dalle varie Federazioni – mentre ora la situazione è del tutto mutata, essendo accertato che gli acquisti degli Enti Pubblici incidono soltanto per circa il 30% - tanto più ha trovato motivo di compiacermi dell'apporto da Lei dato al successo della Biennale. Non va poi dimenticato che fra le opere esposte, non meno di tre quarti non erano in vendita (ASAC, AV, ESP, b. 77, 11 febbraio 1957).

---

<sup>12</sup> Da notare che le preoccupazioni di ordine economico di Gian Ferrari sono anche alimentate dalla sua situazione personale. Egli, infatti, riceve lo sfratto dalla storica sede in Via Clerici 8, dalla quale è costretto a sgomberare all'inizio del 1955. Egli non riaprirà l'attività espositiva che nel 1959.

<sup>13</sup> Gian Ferrari scrive ripetutamente per chiedere che fosse stata fatta una licitazione anche per la gestione del padiglione del libro. Egli si appella alla vicenda che lo aveva visto concorrere nel 1952 con gli altri galleristi (ASAC, AV, ESP, b. 77).

Il fatto che gli acquisti degli Enti pubblici incidessero meno di un tempo sulle vendite doveva essere un fatto che preoccupava Pallucchini. Come dimostra ad esempio la lettera del 1955 scritta a De Angelis, Pallucchini interpella direttamente i vari responsabili delle istituzioni solite approvvigionarsi di opere presso la Biennale chiedendo di garantire lo stanziamento per gli acquisti presso l'Ente (ASAV, AV, b.40, 30 luglio 1955). Forse proprio in virtù di questa graduale diminuzione delle istituzioni continua la pratica invalsa di vendere ad un prezzo ridotto le opere ai musei pertanto Gian Ferrari, rispetto alle proteste di Emilio Vedova, spiega a Palma Bucarelli: «D'altronde, Lei sa che a tutti gli artisti abbiamo dimezzato la loro richiesta» (ASAV, AV, b.40, 30 luglio 1956).

I documenti dell'Archivio Gian Ferrari, intrecciati con i documenti dell'ASAC permettono di capire il modo di procedere del Direttore dell'Ufficio Vendite con maggiore chiarezza. Gian Ferrari si prendeva la libertà di consigliare un artista piuttosto che un altro in base ai gusti e alle personalità degli acquirenti che accompagnava durante la visita. I prezzi non erano da lui stabiliti ma in alcuni casi, quando i rapporti diretti con gli artisti lo permettevano, cercava di raggiungere un accordo. Non sono rari i casi in cui Gian Ferrari scrive per chiedere l'adeguamento di un prezzo o la sua trattabilità. Le difficoltà certo non mancavano dato che lo strumento attraverso il quale veniva sancito un prezzo era la scheda di notifica, un documento essenziale, oltre che vincolante, per il lavoro dell'Ufficio Vendite.

L'ultima edizione di Pallucchini si concluse con diverse polemiche che in maniera più o meno insistente ricorrono per tutto il ventennio 1950-1960. Da una lato si rimprovera alla Biennale l'incapacità di dare voce al panorama internazionale e quindi di essere aggiornata e dall'altra di essere troppo legata alla realtà della politica interna (Di Martino 1995). Sarà, in effetti, questa situazione a innescare la crisi della Biennale (Jachec 2007) che, all'indomani della XXVIII edizione, generò come primo contraccolpo un convegno di studio, indetto dal Comune di Venezia, intorno alla necessità di cambiamento per la Biennale (Budillon Puma 1995). È evidente che l'ultima riforma del 1938 è inadeguata e che la mostra, sotto i colpi della crescente concorrenza - nel 1951 nasce la *Biennale di San Paolo* e nel 1955 la prima *documenta* di Kassel - necessita di una svolta artistica ed istituzionale.

Con una nuova gestione, che vede alle arti visive fino al 1968 Gian Alberto Dell'Acqua, Gian Ferrari deve farsi di nuovo strada cercando la fiducia della dirigenza, con l'insidia di una concorrenza sempre più agguerrita e numerosa.

Dal dopoguerra, ma in particolare a cavallo degli anni '50 - '60, fino alla sua chiusura, ogni anno la Biennale riceveva lettere da parte di galleristi, mercanti o

associazioni di categoria che cercavano di accaparrarsi quell'«ambito incarico» di Direttore dell'Ufficio Vendite.<sup>14</sup>

Nel 1958 Gian Ferrari si vede recapitare una lettera in cui il segretario generale Gian Alberto Dall'Acqua scrive:

sono pervenute, da parte di altri aspiranti a quell'Ufficio, spontanee offerte così vantaggiose per la Biennale, sotto l'aspetto economico, da non potermi esimere dal tenerne conto in stima di una decisione definitiva (ASAC, AV, ESP, b 77, 16 aprile 1958).

Nonostante la concorrenza, Gian Ferrari la spunta ancora ottenendo un discreto successo di vendite in un'edizione, quale fu quella del 1958 che tentava un rinnovamento invitando molti giovani artisti, sia italiani sia stranieri, apparendo come la più coerente fra quelle del dopoguerra dal punto di vista tematico nell'intento di indagare i temi del modernismo a livello internazionale (Jachec 2007). Premesse di aggiornamento importanti che permetteranno alla Biennale di promuovere l'Informale: nel '62 consacrando attraverso Fautrier, Hartung, Vedova e Consagra, e nel 1968 con una retrospettiva *Linee di ricerca: dall'informale alle nuove strutture* (Donaggio 1988).

In termini di vendita, anche l'edizione del 1960 fu una Biennale estremamente positiva. Peraltro per Gian Ferrari questo è un momento personalmente molto positivo. Mentre anno dopo anno, Gian Ferrari riesce a mantenere la sua posizione presso l'Ufficio Vendite, la sua attività andava verso il consolidamento. Il neo gallerista del 1942, lascia il posto negli anni '60 ad una figura di un mercante navigato. Dopo la chiusura per sfratto della storica sede della galleria di Via Clerici egli riapre nel 1959 in Via del Gesù con una florida attività espositiva che timidamente apre anche all'astrazione pur essendo egli più vocato al figurativismo del Novecento Italiano, ad una posizione per così dire «di centro» (Salvagnini 2000) con una passione nel riscoprire artisti poco noti (Rota 1995).

Il suo gusto personale sembra non interferisse con l'imparzialità necessaria al suo incarico. Come ricorda Gian Alberto Dall'Acqua egli doveva:

necessariamente spogliarsi dei suoi gusti personali e dei suoi interessi privati, non importava se la mondana signora gli richiedeva il pittore più in voga confondendo Caffè con Buffet [...] spiegava per "riempirmi di soddisfazione mi basta convincere

---

<sup>14</sup> Fra le varie autocandidature, raccomandazioni o segnalazioni relative all'incarico alle vendite si annovera a titolo di esempio, quella di Pompeo Borra, dirigente dell'Art Club in favore del Enzo Pagani, proprietario della Galleria del "Grattacielo" di Legnano (ASAC, AV, ESP, b. 7, 1954).

uno scettico a saper guardare, un avaro ad acquistare, un indifferente ad appassionarsi all'arte del nostro tempo (Dall'Acqua 1995).

Nonostante questo inizio del decennio economicamente favorevole, le vendite di Gian Ferrari negli anni '60 subiscono flessioni. Come su un piano inclinato ogni anno le vendite sono sempre inferiori per toccare il punto più basso di tutta la manifestazione nel 1968.

Contemporaneamente l'arte esposta in Biennale subiva i doverosi mutamenti e la sua *vita* istituzionale diventava sempre più turbolenta. Mentre i movimenti internazionali più in voga, come l'arte astratta, nelle sue diverse forme, e la Pop Art, erano sempre più presenti, gli artisti italiani iniziavano a contestare un ordinamento da troppo tempo immutato. Inoltre lo sviluppo del sistema mercantile in Italia cominciava ad creare una reale concorrenza da parte delle gallerie, innescando di conseguenza situazioni di attrito con la Biennale.

La XXXII edizione della Biennale può essere facilmente presa come un anno simbolo per riassumere gli aspetti di un decennio intero. La Biennale del '64 passa alla storia per essere la Biennale che assicura l'affermazione della Pop Art in Italia e in Europa. Scatenò reazioni contrastanti, attraverso il Gran Premio insignito a Robert Rauschenberg. Un Premio che da un lato voleva mettere a tacere le polemiche di non essere al passo con i tempi, come aveva invece messo in luce la *Mostra dei Gran Premi* svoltasi a Cà Pesaro nel 1962, dall'altro rappresentava un tentativo di andare oltre le polemiche pro/contro l'astrazione legate all'Informale (Budillon Puma 1995).

Seppure questo premio coincise con uno sforzo di aggiornamento da parte della Biennale, facendosi promotrice di un'arte nuova, l'evento mise in luce anche quanto si fosse evoluto il mercato e il sistema dell'arte. Del Gran Premio a Rauschenberg in molti sottolinearono la strapotenza del mercato americano incarnato in questa occasione dagli intraprendenti galleristi Leo Castelli e Ileana Sonnabend, che fuori dai Giardini presso San Gregorio (l'ex consolato USA) allestirono una mostra collaterale degli artisti pop (Di Martino 1995). La vicenda quindi mette in luce come le gallerie stessero cominciando ad essere sempre più presenti e a interferire, attraverso il loro sostegno economico alle esposizioni, con la Biennale.

Se questa "intromissione" però fu in questo caso macroscopica, altre forme andavano delineandosi in maniera più sottile. Si veda ad esempio l'imbarazzo creatosi fra Gian Ferrari e la direttrice della Galleria Nazionale di Roma, Palma Bucarelli che nel 1964, contrariamente a quanto aveva sempre fatto, gesti

direttamente le vendite, spendendo meno della cifra precedentemente comunicata di L. 10.000 (ASAC, AM, reg. 15).

Osservando i documenti d'uso interno alla Biennale, si noterà quanto la situazione del sistema artistico italiano stesse cambiando. Ad esempio comincia a venir meno il rapporto diretto con l'artista. L'arte va verso una professionalizzazione e progressivamente diventa anche un bene finanziario.<sup>15</sup>

Inoltre i risultati delle vendite non sono particolarmente lusinghieri e tutto l'Ente soffre la crisi economica innescatasi nel '63<sup>16</sup> tanto che Gian Ferrari si trova costretto a chiedere al responsabile dell'amministrazione di corrispondergli almeno il minimo spettantegli (ASAC, AV, b. 62, 1964).

Dal 1958 in poi le proteste intorno alla necessità di aggiornamento dell'Ente non cessarono ed esplosero, sull'onda del maggio francese e dell'occupazione dell'Accademia di Belle Arti a Venezia capeggiata da Emilio Vedova, nella storica protesta a Piazza San Marco il 18 giugno 1968. Stigmatizzata nel celebre gesto di Gastone Novelli che decise di girare le sue tele e di scrivere sul retro «La Biennale è Fascista», la protesta alla Biennale del 1968 innescò critiche e reazioni su ogni fronte.

In questo clima Gian Ferrari si trovava nella situazione di cercare di assicurare compratori circa la bontà dell'investimento ma anche gli artisti, in particolare gli italiani, circa la sicurezza nelle sale. I giorni dell'inaugurazione furono caratterizzati da una massiccia presenza delle forze dell'ordine per garantire l'ordine pubblico e da un'impressione di incompiutezza dal momento che molte mostre erano chiuse anche se sembra che le porte venissero aperte al passaggio della commissione giudicatrice per l'assegnazione dei premi (Di Stefano 2010).

Le vendite in un primo momento furono disastrose, complice anche il fatto che i Gran Premi vennero assegnati solo a ottobre, per poi recuperare verso la fine dell'edizione.

Furono proprio le difficoltà di questa XXXIV Biennale a convincere Gian Ferrari ad abbandonare il suo ruolo di Direttore dell'Ufficio Vendite. D'altronde le proteste avevano innescato il processo di Riforma e nel mirino dei contestatori c'erano i luoghi preposti alla mercificazione: i Premi e l'Ufficio Vendite (Martini 2011).

---

<sup>15</sup> Non a caso già a partire dagli anni '50 sono presenti moltissimi gruppi bancari fra gli acquirenti presso l'Ufficio Vendite. A titolo di esempio citiamo alcuni fra quelli che comprarono presso la Biennale nel 1955 Banco Ambrosiano, Banco Nazionale del Lavoro, Banco popolare di Padova, Banco di Sicilia, Banco di Napoli, Cassa di Risparmio di Venezia (ASAC, UV, Atti, b. 25).

<sup>16</sup> A novembre gli liquidano L. 2.000.000 ma la situazione economica non brilla dal momento che alcuni carteggi nello stesso mese, si rileva che non ci siano fondi neanche per pagare le spedizioni (ASAC, AV, b.62, 25 novembre 1964).

Dalle memorie di Gian Ferrari è possibile rilevare come egli analizzasse le mutate dinamiche del commercio artistico intorno ad una manifestazione dalle proporzioni internazionali come la Biennale, dove i collezionisti all'amore per «l'arte avevano sostituito quella per la speculazione» (Sala 2015) e dove gli artisti arrivavano con il proprio rappresentante commerciale (gallerista o storico dell'arte o puro economista che fosse), chiuso alle negoziazioni ed in difesa di un mero commercio che in realtà andava, secondo la visione di Gian Ferrari contro loro stessi (ADN/FGF, f. 546).

A sostegno di questa analisi è possibile citare ad esempio le lettere che Fabio Sargentini scrive alla Biennale facendo le veci di Pino Pascali chiedendo di cambiare la collocazione dell'opera (ASAC, AMM, reg 34). Quest'ultimo esempio mostra come la vendita diretta da parte della Biennale non sia più garantita.

La presenza delle gallerie inoltre è visibile anche semplicemente dalla pubblicità presente nel catalogo. Per tutti gli anni '50 la presenza delle gallerie nelle pagine pubblicitarie è assente o sporadica. Nel 1960 già sono presenti 8 pagine che poi salgono a circa 18 negli anni '62-'66 per avere un picco nel 1968 dove toccano quota 39.

In un'intervista all'inizio della Biennale del 1968 Gian Ferrari rivela:

Ora però si diverte sempre meno perché i pittori a Venezia sono rappresentati dai mercanti, che vogliono agganciare il cliente direttamente, per tenerselo, eludendo la sua mediazione. Così questa sarà forse la sua ultima corvée (*Incontri, Gian Ferrari, L'Espresso*, giugno 1968).

## **Conclusioni**

La contestazione studentesca che sconvolse i giorni dell'inaugurazione della Biennale del 1968 era numericamente di piccola entità (Di Stefano 2010) ma ebbe molta risonanza e soprattutto ebbe il merito di innescare una trasformazione dell'Ente di cui si discuteva da un decennio. Pertanto temi quali la necessità di rivedere i metodi di selezione, di ristrutturare gli edifici, di ripensarne la struttura amministrativa e dirigenziale furono messi a tema nell'ottobre dello stesso anno in un Convegno sulla Biennale (ASAC, AV, ESP, b. 154) che seguì la chiusura della mostra (Martini 2011).

Non potendo in breve tempo apportare una modifica istituzionale venne comunque deciso di non interrompere le attività espositive. In mano ad una

commissione la Biennale cercò di proporre per il 1970 una manifestazione fortemente caratterizzata dalla ricerca e dalla sperimentazione (Martini 2015).

A seguito delle riunioni del dicembre 1969 con i paesi partecipanti e gli esperti, vennero comunicate alla stampa oltre che i progetti<sup>17</sup> anche le decisioni circa i temi scottanti dei premi e delle vendite.

Se i premi furono aboliti con l'intento «di superare un elemento di carattere competitivo e commerciale» restituendo «in tal modo all'Esposizione un carattere di ricerca», l'Ufficio Vendite venne invece mantenuto.

Al punto 5 del documento, variando il nome da "Ufficio Vendite" in "Servizio Vendite," ne vengono illustrate le ragioni:

Poiché esiste una situazione ben nota del mercato artistico, la quale tende a comprendere le esposizioni internazionale d'arte, ed ad avvalersi di esser per la più proficua quotazione dei valori degli artisti, il servizio vendite della Biennale è creato per stabilire per quanto possibile, una "zona franca", nella quale il rapporto fra l'artista e il pubblico sia diretto, con l'esclusione di qualsiasi intermediazione. Il servizio Vendite della Biennale è lo strumento più adatto, essendo organizzato da un Ente Pubblico, per favorire l'interessamento e l'acquisto di opere esposte da parte di istituzioni pubbliche, quali Musei, Scuole, Ministeri, etc., cui competono grandi responsabilità per l'educazione artistica moderna del pubblico e soprattutto dei giovani (ASAC, AMM, reg. 34, documento riservato, 1970)

Contrariamente a quanto normalmente ritenuto, con questo documento si chiarisce la volontà di proseguire le vendite ma cambiandone lo scopo. Se l'Ufficio Vendite nasceva, infatti, nel 1895 come parte integrante della struttura e come sostegno economico alla manifestazione, nel 1969 si propone come un servizio agli artisti per poterli proteggere da un mercato galleristico fagocitante e favorendo le acquisizioni da parte dei musei.

Sebbene uno studio circa "l'interferenza" delle gallerie nelle vendite sia ancora *in fieri*, è possibile tratteggiare almeno due modalità attraverso cui questo avveniva sia durante che dopo l'esposizione.

Come dimostrano le schede di notifica, a partire dagli anni '60 sempre più frequentemente le opere sono di proprietà delle gallerie che magari hanno

---

<sup>17</sup> Le riunioni avvenute tra il 10-11 dicembre a cui avevano partecipato commissari e rappresentanti di 17 paesi, e 13-14 dicembre, alle quali hanno preso parte alcuni degli esperti della Biennale (Argan, Berger, Mahlov) riportano alla stampa alcune specificazioni e dettagli organizzativi della XXXV Biennale del 1970: l'indirizzo fortemente sperimentale della mostra, la presenza di commissioni speciali internazionali, il progetto degli "Ateliers" e degli stages e seminari.

un'esclusiva con un certo artista o che ne hanno prodotto l'opera. Sovente in questi casi l'opera non veniva messa in vendita. Questa pratica danneggiava le vendite della Biennale in due modi: da un lato diminuendo le entrate perché le opere in vendita erano sempre meno e dall'altro intaccandone l'autorità quando queste venivano vendute direttamente dalle gallerie alla fine dell'esposizione, quando l'opera poteva dirsi rivalutata, o addirittura durante l'esposizione in forma privata. L'accrescimento di opere non in vendita era aumentato anche a causa della tipologia di mostre, come quelle retrospettive realizzate tramite prestiti museali, che dal 1948 in poi si moltiplicano.

Questa situazione doveva essere particolarmente affannosa tanto da sentire l'esigenza di regolamentarla nel punto 5.3.:

per garantire il raggiungimento delle finalità [di vendita] di cui sopra, è indispensabile che almeno il 50% delle opere esposte nei padiglioni nazionali sia posto in vendita attraverso il Servizio Vendite dell'Esposizione (ASAC, AMM, reg. 34, documento riservato, 1970).

Nel 1970 andato via Gian Ferrari, l'Ufficio Vendite fu affidato ad un'altra gallerista milanese, Zita Vismara che ottenne però un risultato disastroso, cosa che può essere parzialmente giustificata, oltre che per lo scenario appena tratteggiato, anche per la presenza di numerosi progetti work-in-progress.

Migliore sarà invece la sua prova nell'edizione successiva del 1972 in cui le vendite ottengono un ottimo risultato. Di fatto però l'Ufficio Vendite non rispondeva più alla realtà commerciale dell'arte: il sistema dell'arte era cambiato. All'inizio della sua storia la Biennale segue il sistema ottocentesco di produzione e circolazione delle opere. Durante il Novecento questo sistema viene intaccato (Mainardi 1998) e le mostre degli indipendenti e delle avanguardie conquistano spazi di autonomia sia produttiva che espositiva. Le più interessanti mostre sperimentali avvenivano probabilmente proprio nelle gallerie che, insieme alle istituzioni culturali, diventano la *driving force* del sistema artistico (Altshuler 1994). Nel dopoguerra si afferma definitivamente un sistema che prevede che siano le gallerie a sostenere economicamente gli artisti.

La Biennale aveva cessato di essere una piattaforma diretta di scambio commerciale. Le si chiedeva di rinnovarsi, di trovare una nuova identità che non senza fatica cercò di trovare attraverso la Riforma del 1973 (Martini 2011).

Nel processo di trasformazione, chiamata a ridefinire il suo legame con il mondo mercantile (Ripa di Meana, 1974 in ASAC, AV, ESP, b. 210) la Biennale sceglie di chiudere l'Ufficio Vendite.

### **L'autrice**

Clarissa Ricci è ricercatore presso l'Università IUAV di Venezia presso il quale intraprende uno studio intorno alle Fiere d'Arte in Italia. Clarissa ha completato il dottorato in "Teoria e Storia della Arti" presso la Scuola di Studi Avanzati in Venezia (SSAV) con una tesi sul display alla Biennale di Venezia (1993-2003). I suoi interessi spaziano dalla storia e metodologia dello studio delle esposizioni, con una particolare attenzione verso la Biennale di Venezia, al mercato dell'arte e alle sue implicazioni storiografiche. Ha curato un volume sulla Biennale *Starting from Venice. Studies on the Biennale* (Et.Al, Milan 2011) e co-curato con Cristina Baldacci *Quando è scultura* (Et.Al, Milan 2010). Ha inoltre scritto numerosi saggi, l'ultimo su Isamu Noguchi (in *Abstraction matters. Contemporary sculptors in Their Own Words*, Cambridge Scholar Publishing, 2018). Ha recentemente pubblicato alcune voci per i dizionari *Grove Art Dictionary* (Oxford University Press, 2018), and the *Art Market Dictionary* (De Gruyter, 2018). Inoltre è Editor della rivista accademica *On Biennials*.

e-mail: clarissaricci@yahoo.it

### **Riferimenti bibliografici**

Altshuler, B 1994, *The Avant Garde in Exhibition. New Art in the 20th Century*, Harry N. Abrams, New York.

Bandera, MC 1999, *Le prime Biennali del dopoguerra. Il carteggio Longhi-Pallucchini 1948-1956*, Edizioni Charta, Milano.

Bazzoni, R 1962, *Sessant'anni alla Biennale di Venezia*, Lombroso Edizioni, Venezia.

Budillon Puma, P 1995, *La Biennale di Venezia dalla guerra alla crisi, 1948-1968* Palomar

Calvesi, M 1995, 'Le Biennali dell'Avanguardia in Venezia' in AAVV, *Venezia e la Biennale. I percorsi del gusto*, Fabbri Editori, Milano.

Castellani, F 2016, *1895-1897: Market Practices and Strategies of the Venice Biennale during its First Editions*, (presentazione in corso di pubblicazione) in "The Venice Biennale and the Art Market, the Venice Biennale as an Art Market: Anatomy of a Complex Relationship, IESA, Londra.

Dall'Acqua, G 1995, 'Testimonianza', in Rota, *La Galleria Gian Ferrari 1936-1996*, Editore Charta, Milano.

De Sabbata, M 2006, *Tra diplomazia e arte: le Biennali di Antonio Maraini (1928-1942)* Forum Edizioni, Udine.

Di Martino, E 1995, *La Biennale di Venezia: 1895-1995: cento anni di arte e cultura*, Bruno Mondadori Editore, Milano.

Di Stefano, C 2010, 'The 1968 Biennale. Boycotting the exhibition: An account of three extraordinary days' in Ricci, C (ed) *Starting from Venice, Studies on the Biennale*, Et. Al edizioni, Milano.

- Donaggio, A 1988, 'La Biennale di Venezia, un secolo di Storia' *Art e Dossier*, n. 26, Giunti.
- Flores, M 2014, La crisi del 1973, Novecento.org, n.2, DOI: 10.12977/nov30
- Gian Ferrari, C 1995, 'Le Vendite alla Biennale dal 1920 al I 1950. Appunti per una storia del gusto attraverso l'analisi del mercato' in AAVV, *Venezia e la Biennale. I percorsi del gusto*, Fabbri Editori, Milano.
- Herchenroder, C 1980, *Il mercato dell'arte*, Bompiani, Milano.
- Jachec, N 2007, *Politics and painting at the Venice Biennale 1948-1964, Italy and the Idea of Europe*, Manchester University Press, Manchester.
- Jones, C 2010, 'Biennial culture: a longer history', in Ricci, C (ed) *Starting from Venice, Studies on the Biennale*, Et. Al edizioni, Milano.
- Lamberti, MM 1982, '1870-1915: I mutamenti del mercato e le ricerche degli artisti', *Storia dell'arte Italiana. Vol 7. Il Novecento*, Einaudi, Torino.
- Mainardi, P 1993, *The End of the Salon. Art and State in the Early Third Republic*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Martini, V 2011, *La Biennale di Venezia 1968-1978: la rivoluzione incompiuta*, tesi di dottorato, Università di Ca' Foscari, Venezia.
- Martini, V 2015, 1970, '1970: A biennale in Search of Itself', *The Exhibitionist Journal of Exhibition Making*, n. 11, July 2015.
- Mehring, C 2008, 'Emerging Markets: On the Birth of the Contemporary Art Fair' *Artforum*, 46 (8), pp. 332-9, 390.
- Misler, N 1973, *La via italiana al realismo. La politica culturale del PCI dal 1944 al 1956*, Mazzotta, Milano.
- Morgner, C 2014, The Evolution of the Art Fair, *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, Vol. 39, No. 3, (149), Special Issue: 'Terrorism, Gender, and History, State of Research, Concepts, Case Studies', pp. 318-336. Available from: <http://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/39315>
- Negri, A 2011, *L'arte in mostra. Una storia delle esposizioni*, Bruno Mondadori editore, Milano.
- Pallucchini, R 1962, 'Significato e valore della "Biennale" nella vita artistica veneziana e italiana', *Venezia nell'Unità d'Italia* (Atti del convegno), Sansoni, Firenze.
- Poli, F 2011, *Il sistema dell'arte contemporanea, produzione artistica, mercato, musei*, Editori Laterza, Roma.
- Porro, C 1980, 'Il mercato dell'arte in Italia, in Herchenroder, C, *Il mercato dell'arte*, Bompiani, Milano.
- Rabitti, C 1995, 'Gli eventi e gli uomini: breve storia di un'istituzione', AAVV, *Venezia e la Biennale. I percorsi del gusto*, Fabbri Editori, Milano.

Ripa di Meana, C 1974, *Piano quadriennale di massima delle attività e delle manifestazioni (1974-1977)*, La Biennale di Venezia, Venezia.

Rosci, M 1986, 'Le grandi mostre di confronto nel secondo dopoguerra', Dragone P, Negri A, Rosci M (eds) *Il XX Secolo. Storia della pittura dal IV al XX secolo*, vol X, De Agostini, Novara,

Rota, T 1995, *La Galleria Gian Ferrari 1936-1996*, Editore Charta, Milano.

Sala, F 2015, *Un mercante per la Biennale: Ettore Gian Ferrari (1942-1968)*, Università degli Studi di Milano, tesi di laurea.

Salvagnini, S 2000, *Il Sistema delle Arti in Italia 1919-1943*, Minerva Edizioni, Bologna.

Scotton, F 2002, *Ca' Pesaro. Galleria Internazionale d'Arte Moderna*, Marsilio, Venezia.

Stringa, N 2014, 'Venezia '900: il secolo delle mostre xxe siècle : la Venise des expositions 20th century Venice: a century of exhibitions', *Laboratoire Italien*, 15/2014 Venise, p. 167-178 available from: <https://laboratoireitalien.revues.org/846>

Tomasella, G 2001, *Biennali di guerra. Arte e propoaganda negli anni del conflitto (1939-1944)*, Il Poligrafo, Padova.

Vettese, A 1993, *Investire in Arte: Produzione, promozione e mercato dell'arte contemporanea*, Il Sole 24 Ore- libri, Milano.

White, H & White CA1965, *Canvases and Careers: Institutional Change in the French Painting World*, The University of Chicago Press, Chicago.

## Fonti Primarie

Archivio Del Novecento, Fondo Gian Ferrari lista dei faldoni (ADN/FGF)

ASAC, Archivio Storico de La Biennale di Venezia,  
Fondo Storico "Attività 1894-1944" Scatole nere;  
Arti Visive Esposizioni (AV, ESP);  
Arti Visive – serie precedente -(AV);  
Amministratozione (AM);  
Ufficio Vendite (UF)