

Pace Verso Guide

Progettare la comunicazione
tra le gallerie d'arte e le nuove
generazioni nello scenario
degli NFT

Tesi di:
Giulia Baraldi
941877

Relatore:
Giulia
Sormani

Correlatore:
Simone
Dall'Angelo



POLITECNICO
MILANO 1863

A. A. 2021/2022
LM—Design della Comunicazione
Politecnico di Milano—Scuola del Design

A mia mamma.

INDICE

(8)	ABSTRACT	(53)	1.4 IL COLLEZIONISMO OGGI
(11)	0 INTRODUZIONE	(54)	1.4.1 Tendenze del mercato dell'arte a fine 2021
(15)	1 DOCUMENTAZIONE	(57)	1.4.2 Arte tradizionale versus crypto arte a fine 2021
(17)	1.1 IL CONCETTO DI COLLEZIONISMO E IL COLLEZIONISMO D'ARTE	(59)	1.4.3 I collezionisti di nuova generazione
(17)	1.1.1 Le due categorie di Collezionismo: generico e culturale	(67)	2 RICERCA E ANALISI
(18)	1.1.2 Breve storia del collezionismo di oggetti e opere d'arte	(68)	2.1 LIMITI E POSSIBILITÀ DELLO SCENARIO ATTUALE
(23)	1.2 IL COLLEZIONISMO DI ARTE TRADIZIONALE	(68)	2.1.1 Qualità della blockchain: democraticità e autenticità
(23)	1.2.1 Il collezionista di arte tradizionale	(68)	2.1.2 Rischi della blockchain: mancanza di un'autorità centrale
(25)	1.2.2 Intermediari, luoghi e modalità di acquisto nel sistema tradizionale	(70)	2.1.3 Selezione e quantità di NFT nelle piattaforme crypto
(28)	1.2.3 Il valore dell'opera nel mercato primario e secondario	(76)	2.1.4 I possibili ruoli e interventi della galleria nel contesto NFT
(31)	1.3 IL COLLEZIONISMO DI NFT E CRYPTO ARTE	(80)	2.2 ANALISI DI IBRIDI TRA COLLEZIONISMO TRADIZIONALE E CRYPTO: CASI STUDIO
(32)	1.3.1 Gli NFT e il certificato di autenticità	(80)	2.2.1 Metodo di analisi dei casi studio
(34)	1.3.2 La blockchain, il bitcoin e le loro proprietà	(83)	2.2.2 Descrizione e analisi dei casi studio
(36)	1.3.3 La nascita e lo sviluppo degli NFT	(101)	2.2.3 Posizionamento dei casi studio
(42)	1.3.4 La crypto arte e il diritto d'autore	(104)	2.2.4 Insights dai casi studio
(43)	1.3.5 Protagonisti del sistema NFT	(106)	2.3 INDAGINE SCENARIO TRAMITE QUESTIONARIO
(44)	1.3.6 Modalità di vendita e acquisto sui Marketplace online	(106)	2.3.1 Metodo di analisi tramite questionario
(46)	1.3.7 Nuove estetiche e comunità digitali	(109)	2.3.2 Campione di risposta questionario
(49)	1.3.8 Valore e investimento legato ad un NFT	(110)	2.3.3 Insights questionario: Abitudini e rapporto con l'arte
(51)	1.3.9 Modello economico basato sul mercato secondario senza intermediari	(118)	2.3.4 Identificazione target e bisogni
		(123)	3 PROGETTO
		(126)	3.1 DEFINIZIONE TARGET GROUP, CLUSTER E PERSONAS SCENARIO ATTUALE

(126)	3.1.1 Definizione target e cluster: la generazione zeta e i giovani millennials
(126)	3.1.2 Personas e scenario
(132)	3.2 CONCEPT
(132)	3.2.1 Scopo progettuale
(133)	3.2.2 Una guida semplificativa e pratica
(135)	3.3 SCELTE PROGETTUALI
(135)	3.3.1 Media mix
(137)	3.3.2 User journey
(160)	3.3.3 Modalità di comunicazione
(162)	3.3.4 Selezione della galleria per l'applicazione della guida
(164)	3.3.5 Struttura, sezioni e contenuti della guida
(178)	3.3.6 Identità visiva e tone of voice
(182)	3.3.7 Design system
(183)	3.3.8 Interfaccia e navigazione
(185)	4 CONCLUSIONI
(187)	4.1 NECESSITÀ DI UN MODELLO EDUCATIVO
(190)	4.2 POSSIBILI SVILUPPI FUTURI
(195)	5 GLOSSARIO
(203)	6 FONTI
(205)	6.1 BIBLIOGRAFIA
(207)	6.2 SITOGRAFIA
(213)	6.3 FIGURE
(219)	7 RINGRAZIAMENTI

ABSTRACT

La tesi intende indagare l'evoluzione del collezionismo nel mondo dell'arte, da quello tradizionale legato alle gallerie fisiche a quello digitale legato alla compravendita diretta di NFT (Non-Fungible Token), nei marketplace online.

I luoghi dell'arte propriamente detti, legati al mondo della galleria e della cultura museale, hanno da sempre tratti meno accessibili, rivolti a una nicchia ristretta in cui l'acquisto viene effettuato da chi ne possiede i mezzi e una cultura a riguardo.

Il mondo NFT, invece, si pone come presupposto la democratizzazione dell'intero processo, dalla realizzazione all'acquisto. Questo nuovo contesto elimina quegli intermediari che dettano canoni estetici e definiscono il mercato. Inoltre, l'acquisto tramite criptovaluta identifica un ulteriore distacco dalle dinamiche tradizionali in campo artistico. In generale, il digitale ha trasformato il modo di comunicare, di fruire e di vendere l'arte creando una forma di collezionismo e di investimento più dinamica.

Da questi presupposti sono quindi sorti alcuni interrogativi riguardo al possibile ruolo delle gallerie nel contesto odierno:

☞ **Esiste un punto di incontro tra il collezionismo tradizionale e quello nato dal fenomeno digitale degli NFT?**

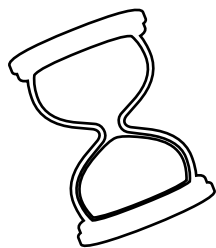
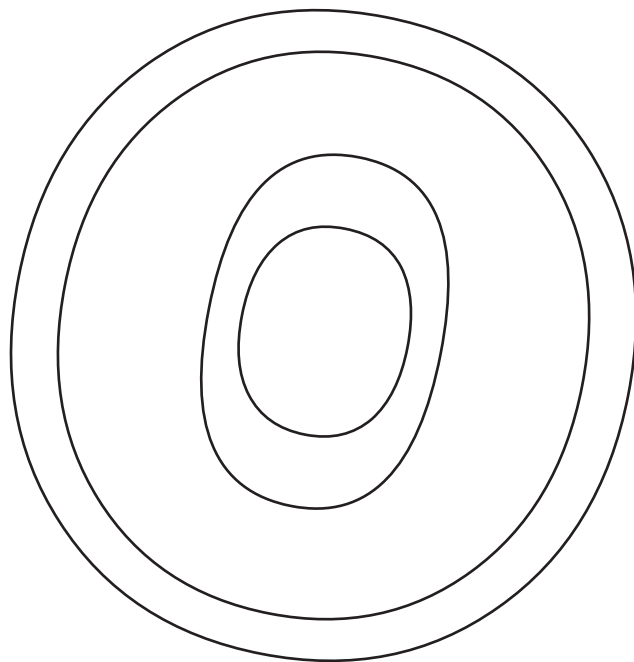
☞ **Quale ruolo può avere la galleria per i collezionisti di oggi in relazione al fenomeno degli NFT?**

La ricerca si pone, quindi, lo scopo di analizzare il fenomeno NFT in relazione al collezionismo tradizionale di galleria, individuando per quest'ultima opportunità e rischi. Attraverso un'analisi del contesto attuale e una raccolta dati delle abitudini e interessi degli appassionati d'arte, è stato individuato il bisogno di un'alfabetizzazione sullo scenario NFT.

Da qui lo scopo progettuale di educare le nuove generazioni di collezionisti tra cui i millennial e la generazione zeta, più propense e interessate, alla comprensione e all'acquisto di arte digitale. Una guida, offerta da una galleria tradizionale che vende NFT, li accompagna nel loro primo approccio con questo universo.

Il progetto si sviluppa attraverso una strategia digitale che prevede il coinvolgimento di un media mix caratterizzato da un linguaggio amichevole e pop, vicino al target di riferimento.

INTRODUZIONE



Il fenomeno degli NFT, acronimo per Non-Fungible Token, ovvero un oggetto digitale registrato su blockchain che può rappresentare varie tipologie di media, ha invaso la percezione pubblica, sia all'interno che all'esterno del mercato dell'arte, in particolare da quando *Everydays: The First 5000 Days* di Beeple, è stato acquistato dalla casa d'asta Christie's a New York per 69,3 milioni di dollari l'11 marzo 2021. Tuttavia gli NFT hanno radici molto più lontane rispetto alla data di questa vendita, infatti il primo vero esordio è avvenuto ufficialmente nel 2014, quando è stato coniato il primo NFT Quantum di Kevin McCoy.

Presto si è notato come questo strumento digitale fosse di estrema utilità soprattutto in quei settori che coinvolgevano il diritto d'autore in generale come l'arte, la musica ma anche i meme, i tweet e le gif e altri. I certificati NFT non sono nati applicati al mondo artistico, ma si sono avvicinati ad esso molto velocemente permettendo ad artisti digitali di vendere la propria arte rivoluzionando il concetto di arte in generale, ma generando soprattutto cambiamenti nel mercato dell'arte, grazie alle nuove possibilità date al collezionismo.

Per comprendere il collezionismo odierno la prima parte di documentazione (1) dell'elaborato introduce il concetto del collezionismo in generale ed esplora le due macro categorie del collezionismo di arte tradizionale, inteso come quello sviluppatosi dalla metà del Novecento basato sulla collezione di pezzi d'arte realizzati con materiali e supporti tangibili, e del collezionismo di crypto arte, ovvero quello nato nello

scenario digitale. Per queste due categorie è stato analizzato il sistema generale del mercato e in particolar modo per il secondo viene riportata brevemente lo sviluppo storico che ha portata alla nascita degli NFT, per capire le possibilità e il valore ad essi legato.

Il capitolo si conclude con i trend del mercato dell'arte a fine 2021 e le caratteristiche del collezionisti di nuova generazione al fine di individuare un target di riferimento per la successiva analisi dei bisogni del collezionismo nello scenario attuale.

Nella sezione successiva di ricerca e analisi (2) l'elaborato indaga come gli NFT abbiano inciso sulla modalità di vendere arte e influenzato il sistema artistico tradizionale, creando nuove tipologie di istituzioni artistiche, piattaforme di vendita e servizi. Sono state quindi selezionate alcune realtà di esempio, analizzate come casi studio, per comprendere l'offerta sul mercato attuale e individuare le opportunità e una possibile area di interesse in cui la galleria tradizionale può ancora avere un ruolo.

In seguito sono stati presi in esame le abitudini e i bisogni degli appassionati d'arte in questo scenario attraverso un questionario di cui vengono riportati gli insights quantitativi e qualitativi per la successiva definizione del target di interesse e dei suoi bisogni.

Il macro bisogno individuato, emerso dall'analisi tramite questionario, insieme con l'analisi dei casi studio e dei trend dei collezionisti di nuova generazione, è la necessità, da parte della generazione zeta e dei giovani millennial (si considera la fascia d'età che va dai 18 anni ai 35) interessati al mondo NFT, di avere maggiori informazioni riguardo agli NFT e alle modalità di acquisto.

Sono quindi state individuati quattro

scenari di possibile utenza al fine di definire gli scopi progettuali.

Ne deriva la possibilità da parte delle gallerie di avvicinare tale pubblico attraverso un'informazione e un'educazione di base che possa così facilitare l'acquisto.

Il progetto (3) quindi si presenta come una guida interattiva erogata dalla Galleria esistente Pace Verso (piattaforma di vendita NFT della galleria d'arte londinese Pace Gallery) per i giovani collezionisti e i digital enthusiast interessati ad avvicinarsi al mondo NFT ma ancora poco informati a riguardo. La guida intende quindi accompagnarli alla comprensione della natura di questi, del loro valore, della curatela effettuata nella loro selezione e delle modalità di acquisto tramite crypto wallet. Il progetto comunica a un audience giovane tramite un linguaggio informale richiamando il mondo della messaggistica.

In conclusione (4) gli NFT rappresentano una grande rivoluzione che affascina molti, pur rimanendo per alcuni una risorsa artistica di difficile comprensione o di poco interesse, infatti una parte cospicua di risposte al questionario ha affermato di non essere interessato ad acquistare NFT (motivazione principale la loro natura digitale e intangibile). Risulta invece fondamentale per gli interessati, che non hanno ancora avuto modo di avvicinarsi per mancanza di informazioni, fornire le giuste basi per facilitare questo contatto attraverso un'educazione a questa trasformazione tecnologica e una comprensione delle sue possibilità.

DOCUMENTAZIONE

1.1 IL CONCETTO DI COLLEZIONISMO E IL COLLEZIONISMO D'ARTE

- 1.1.1 Le due categorie di Collezionismo:
generico e culturale
- 1.1.2 Breve storia del collezionismo
di oggetti e opere d'arte

1.2 IL COLLEZIONISMO DI ARTE TRADIZIONALE

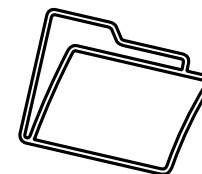
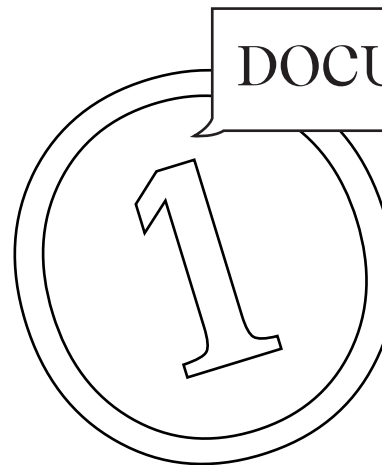
- 1.2.1 Il collezionista di arte tradizionale
- 1.2.2 Intermediari, luoghi e modalità di
acquisto nel sistema tradizionale
- 1.2.3 Il valore dell'opera nel mercato
primario e secondario

1.3 IL COLLEZIONISMO DI NFT E CRYPTO ARTE

- 1.3.1 Gli NFT e il certificato di autenticità
- 1.3.2 La blockchain, il bitcoin e le loro
proprietà
- 1.3.3 La nascita e lo sviluppo degli NFT
- 1.3.4 La crypto arte e il diritto d'autore
- 1.3.5 Protagonisti del sistema NFT
- 1.3.6 Modalità di vendita e acquisto
sui Marketplace online
- 1.3.7 Nuove estetiche e comunità digitali
- 1.3.8 Valore e investimento legato
ad un NFT
- 1.3.9 Modello economico basato sul
mercato secondario senza intermediari

1.4 IL COLLEZIONISMO OGGI

- 1.4.1 Tendenze del mercato dell'arte
a fine 2021
- 1.4.2 Arte tradizionale versus Crypto
Arte a fine 2021
- 1.4.3 I collezionisti di nuova generazione



1.1 Il concetto di collezionismo e il collezionismo d'arte

Collezionismo

[col-le-zio-nì-smo] s.m.

1. Interesse, propensione per la ricerca e la raccolta di oggetti di valore storico, culturale, o semplicemente curiosi; pratica di tale ricerca e raccolta.

(Corriere della Sera, Dizionario Italiano)

1.1.1 Le due categorie di Collezionismo: generico e culturale

Quando si parla di collezionismo si possono distinguere due tipologie principali. Il primo, generico, include tutti quegli oggetti che non possono essere classificati come beni propriamente artistici come francobolli, monete, certi tipi di reperti archeologici o fossili, pietre preziose. Sono oggetti che traggono il loro valore dai contenuti storici, oppure da caratteristiche di ufficialità considerate interessanti, oppure da un semplice costume che si è affermato nella formazione della nostra civiltà (Rota, 1991). Il secondo tipo è invece qualificato dal valore culturale ed economico dell'oggetto, come i gioielli, i libri rari e le opere d'arte (Poli, 2009).

“Ciò che caratterizza quello d'arte come la forma più alta e sofisticata di collezionismo è la quantità e la qualità di significati intrinseci alla raccolta di oggetti, che si configura dunque come un patrimonio culturale oltre che economico³” (Poli , 2009)



■ Figura 1:
Esempi di collezionismo culturale. Rispettivamente dall'alto al basso:
Collection Typologie, *The Wine Bottle and the Corck*, Vitra Design Museum;
Fotogramma del film *Chair Times* presentato al Milano Design Film Festival
2019.



■ Figura 2:
Esempi di collezionismo d'arte. Rispettivamente dall'alto al basso:
Mostra *Iconoclasts* alla Saatchi Gallery di Londra, 2016; Il progetto di Palazzo
Monti *Transatlantico* al Centro Culturale Mana Contemporary, Jersey City ph John
Berens, 2020.

1.1.2 Breve storia del collezionismo di oggetti e opere d'arte

La pratica del collezionismo di oggetti e opere d'arte è un'attività che risale all'antichità greco-romana e si riferisce all'abitudine, da parte di privati, singoli o famiglie, di raccogliere opere d'arte avente un valore storico-culturale ed estetico. Si tratta di un fenomeno fortemente connesso al mercato dell'arte e del mecenatismo inteso come sostegno e patrocinio di attività artistiche e culturali. Essendo soggetto all'evoluzione sociale e culturale del tempo il collezionismo ha subito nel corso dei secoli mutamenti e sviluppi legati a ciascuna epoca.

In un primo momento il collezionismo era prevalentemente connesso a necessità religiose come i corredi funebri nelle tombe egizie o le sculture all'interno dei templi greci per poi passare ad assumere finalità politiche, come dimostrazione del potere di un individuo o di uno stato. Per questo diventa necessario un luogo per l'esposizione delle raccolte in modo che possano essere fruite da un pubblico che possa apprezzarne anche le qualità artistiche.

In epoca romana comincia ad introdursi la figura del privato che esibisce statue all'interno dei propri giardini e abitazioni per meri fini estetici, privandole della funzione religiosa.

Nel Basso Medioevo si ritorna invece a una connessione tra l'opera e il suo significato spirituale. Le chiese diventano infatti i principali luoghi di raccolta dei beni artistici nelle quali l'esposizione degli oggetti ha finalità di culto e devozione.

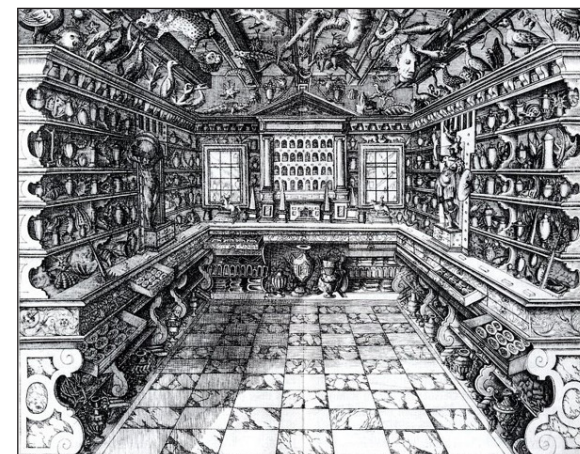
Il collezionismo modernamente inteso nasce ed inizia a svilupparsi nel corso del Quattrocento in pieno periodo Rinascimentale, quando le famiglie ricche e nobili cominciano a collezionare oggetti d'arte esclusivamen-

te per le loro qualità estetiche e li espongono all'interno di luoghi appositamente destinati a tale scopo.

La volontà di mostrare il proprio potere, attraverso manufatti preziosi o i servizi di artisti prestigiosi fa sì che nel Cinquecento si diffondano le gallerie e le quadrerie, aperte ad un pubblico sempre più ampio, ma sempre costituito dalla nobiltà. Per questo motivo l'esposizione delle opere d'arte non è più solo per la soddisfazione estetica del proprietario ma an-



■ Figura 3:
La collezione di Leopold Wilhelm nella sua galleria di Bruxelles, dipinto di David Teniers, 1650.



■ Figura 4:
Wunderkammer di Francesco Calzolari in un'incisione seicentesca di G. Viscardi. Archivio del Museo Civico di Storia Naturale di Verona.

che del pubblico che ne fruisce accedendo alla collezione.

Nello stesso periodo nell'Europa del nord si cominciano ad affermare le Wunderkammer, le "Camere delle Meraviglie" ovvero raccolte di oggetti di qualsiasi tipo in grado di suscitare stupore come esemplari rari o bizzarri di storia naturale.

Nei secoli successivi il collezionismo di oggetti assume una dimensione sempre più pubblica e vengono a formarsi sedi simili alla concezione attuale di museo, con giorni e orari di apertura, quindi accessibili dai cittadini per educarsi alle tradizioni artistiche della propria cultura (De Benedictis, 1998).

Il collezionismo è diventato così un'attività ampiamente diffusa che ha raggiunto un pubblico molto più ampio rispetto alle origini, con diversi gradi di specializzazione grazie all'offerta varia ed eterogenea. Il mercato dell'arte è ormai in grado di soddisfare qualsiasi richiesta da parte degli acquirenti, assumendo tratti più democratici di un tempo, ma rimanendo strettamente legata a delle regole dettate dagli intermediari quali mercanti d'arte, gallerie e collezionisti affermati.

1.2 Il collezionismo di arte tradizionale

Per comprendere a fondo come funziona nella pratica il collezionismo in ambito artistico è necessario inserirlo all'interno del sistema dell'arte, ovvero nell'insieme delle inter-relazioni esistenti tra l'artista, creatore delle opere, ed altre figure di riferimento, quali critici, curatori, galleristi e mercanti, istituzioni, media e collezionisti. Si fa quindi riferimento al modo in cui circola l'opera d'arte in sé. Infatti questa non avrebbe senso di esistere senza un contesto in cui le viene dato un valore, riconosciuto e motivo di acquisto da colui che è denominato collezionista.

Il collezionismo attuale è quindi una risultante dell'evoluzione dal collezionismo di tipo tradizionale, legato alle strutture fisiche delle gallerie, a quello più recente di natura digitale e decentralizzata, legato alla compravendita di cryptoarte in forma di NFT. Si tratta di una transizione evolutiva, che va di pari passo con le trasformazioni sociali e tecnologiche e con i nuovi mezzi di cui si dispone per creare arte e comunicare.

Risulta quindi utile analizzare queste due tipologie di collezionismo per identificare quali sono le modalità in entrambi i sistemi e capire così il collezionismo di oggi.

1.2.1 Il collezionista di arte tradizionale

I collezionisti d'arte veri e propri nascono a partire dagli inizi del '900, quando imprenditori, ricchi borghesi, finanziari e donne dell'alta società, coprendo inizialmente il ruolo di mecenati, iniziano a creare delle collezioni di

opere artistiche, diventate poi oggetto anche di donazioni a musei, gallerie e fondazioni.

In questo modo amplificano la propria immagine e sostengono il patrimonio culturale di una città o di una nazione, senza intenzioni di tipo speculativo o di puro investimento.

“E’ il caso, al livello più alto, di grandi magnati americani come Andrew Mellon (che contribuì alla costruzione della National Gallery di Washington, donando anche la sua collezione); come i Rockefeller, finanziatori del Metropolitan (i Cloister sono stati costruiti a loro spese) e di una loro fondazione, oltre ad essere tra i fondatori del Museum of Modern Art; come l’eccentrico industriale di Philadelphia Albert Barnea, che raccoglie, nel 1925, tutta la sua collezione nella fondazione omonima di Merion il cui scopo è di “promuovere l’educazione e l’apprezzamento delle belle arti [...]” (Poli, 2009)

Infatti, ciò che accomuna questi grandi collezionisti della vecchia generazione è la volontà di possesso con un fine culturale, “caratterizzato certamente da ambizioni personali, ma non da interessi direttamente economici” (Poli, 2009).

I collezionisti e il loro comportamento nel mercato dell’arte possono essere distinti in due categorie:

1) i collezionisti puri, per cui domina il lato irrazionale e affettivo mirato al dividendo estetico ovvero alla valenza artistico-culturale delle opere nonché al gusto e al coinvolgimento personale del proprietario o aspirante; vi possono essere anche altre ragioni non monetarie legate a spinte filantropiche, come il supporto a nuovi artisti emergenti e la costituzione di una collezione per conservare un patrimonio culturale, o conferirle il giusto valore (Aleonelli, 2015).

2) gli investitori/speculatori per cui l’attività si svolge soprattutto sulla base di criteri razionali culturali e/o economici. Gli investitori/speculatori vedono il collezionismo come un mezzo per acquisire prestigio sociale, come una fonte di possibili guadagni o come strumento per contribuire allo sviluppo della cultura artistica. Tuttavia, anche in questi collezionisti non può mancare una componente irrazionale emotiva (Poli, 2009).

Tra i findings di Art & Finance Report 2014, della società di consulenza e revisione Deloitte Luxembourg e ArtTactic, il 76% dei compratori di arte sostiene di averlo fatto con logiche e strategie di investimento, rispetto al 53% del 2012. Infatti, l’aspetto monetario che deriva dall’acquisto di opere d’arte è legato non solo a una logica di capital gain ottenuto dalla rivendita futura del bene, ma anche dalla scommessa sull’apprezzamento del suo valore oltre che alla riserva di esso. L’investimento per quanto riguarda l’arte tradizionale è legato anche alla caratteristica della tangibilità, in quanto al contrario di altri strumenti finanziari astratti difficilmente dominabili e complessi, la sua concretezza lo rende un bene più sicuro e percepibile (Aleonelli, 2015) .

1.2.2 Intermediari, luoghi e modalità di acquisto nel sistema tradizionale

Art Dealer

Nel sistema dell’arte tradizionale sono diverse le relazioni e le interazioni che si vengono a creare. I principali protagonisti con cui il collezionista o investitore entra in contatto sono i mercanti d’arte e i galleristi ovvero gli ‘art dealer’ o intermediari. I dealer sono identificati da quella persona o compagnia che in modo autonomo e indipendente vende e com-

pra opere d'arte. Il mercante rappresenta il punto di contatto tra collezionisti, istituzioni, critici e gli artisti. La presenza di questi intermediari uniti agli altri ruoli presenti nel mercato ne determinano le ambiguità, la mancanza di trasparenza e l'accessibilità al largo pubblico e definiscono anche i gusti, le tendenze e il valore dei pezzi d'arte.

Rispetto al passato, le strategie di valorizzazione e promozione dei nuovi artisti sono più rapide e non prevedono una progressiva qualificazione e storicizzazione, il che andrebbe a discapito del profitto immediato: i tempi sono ormai brevissimi, basati su investimenti cospicui, sull'organizzazione di numerose mostre in gallerie e musei, sulla promozione con logiche di marketing (Vettese, 1991). Il tutto finalizzato alla creazione di un brand per accelerare l'interesse collezionistico e gli aspetti speculativi. È quindi fondamentale collocare le opere di questi artisti non solo nei musei più importanti, ma anche nelle collezioni di fondazioni private che contano davvero, come la Satchi collection (Londra), De Menil (New York), Peter Ludwig (Aquisgrana), Pinault (Parigi e Venezia), Dakis Joannou (Atene).

Una galleria per avere successo deve avere un'immagine dinamica e di grande prestigio, un forte potere economico, un ruolo riconosciuto nel sistema dell'arte internazionale, dovuto non solo alle alleanze con altri mercanti, ma anche alla stretta collaborazione con critici e direttori di musei e alla fiducia dei principali collezionisti. In questo sistema sono poche le gallerie che contano davvero, cioè le gallerie leader, che determinano le tendenze dominanti nel mercato dell'arte contemporanea. La strategia economica è quella del controllo di tipo monopolistico o oligopolistico della produzione di artisti affermati o emer-

genti, che si traduce in una rigida salvaguardia dei prezzi, sempre più alti, fin dall'inizio.

La diffusione del mercato più ampio e allargato avviene attraverso le filiali aperte a livello mondiale, ma anche attraverso una coalizione con gallerie partner, ognuna delle quali opera in un determinato mercato, nei diversi Paesi. Ogni galleria funziona, più o meno ufficialmente, come agente commerciale, con sconti nell'acquisto di opere dalla galleria leader.

Fiere

La mobilità dell'opera d'arte, resa possibile sia dai mezzi di trasporto che dai movimenti economici, unita alla crescita dei mercanti d'arte, alla comunicazione mediatica e a un pubblico sempre più vasto, ha favorito l'emergere di nuovi modelli espositivi come la fiera d'arte. Le fiere d'arte sono fondamentali per l'incontro delle diverse realtà che compongono il sistema artistico quindi mercanti, galleristi, artisti e collezionisti. Tuttavia rappresentano una spesa importante per le gallerie, motivo per cui solo quelle stabili economicamente riescono a parteciparvi.

Tra le fiere d'arte più storiche vi è quella di Basilea, Art Basel, ma ad oggi sono numerose le fiere rilevanti nel mondo dell'arte quali Art Dubai, Mi art Milano, Frieze Seoul, FIAC (Foire Internationale d'Art Contemporain) Parigi e Art Basel Miami.

Mostre

Allo stesso modo assumono grande importanza nel mondo dell'arte contemporanea le mostre e le esibizioni tenute dalle istituzioni artistiche per celebrazioni o retrospettive di artisti storici o per il lancio di nuove opere di artisti conosciuti o emergenti. Le mostre rappresentano un motivo di richiamo per il mondo del collezionismo d'arte in quanto mette in contatto diretto l'artista con il compratore

grazie ai dealer citati prima. Rispetto alle fiere d'arte hanno una dimensione più intima e ridotta che permette un confronto più diretto e personale e quindi un acquisto dettato maggiormente da coinvolgimento estetico.

1.2.3 Il valore dell'opera nel mercato primario e secondario

Il valore associato a un'opera nel mercato dell'arte cambia quando si fa una distinzione tra mercato primario (1) e secondario (2), in quanto nel tempo un artefatto può assumere più valore legato fattori dipendenti alla fama dell'artista e al suo impatto socio-culturale.

Risulta quindi utile esaminare di cosa si occupano questi due mercati uguali di contenuto, ma temporalmente diversi:

(1) Il mercato primario: si riferisce alla prima vendita di un'opera d'arte, sia attraverso una galleria che direttamente dallo studio dell'artista. Il mercato primario dell'arte si riferisce alle opere di artisti ancora in vita e segna il momento in cui il prezzo di un'opera viene fissato per la prima volta.

Il prezzo si basa sul background espositivo dell'artista, sulle eventuali vendite, sul livello di carriera e sulle dimensioni dell'opera. Maggiore è la domanda per un artista, più alto sarà il prezzo che l'opera potrà raggiungere sul mercato primario.

(2) Il mercato secondario: una volta acquistata sul mercato primario, l'opera d'arte entra nel mercato secondario. Il mercato secondario si riferisce di fatto alle opere d'arte che sono state vendute almeno una volta in precedenza. In poche

¹Le personalità più affermate e gli investimenti più sicuri del sistema dell'arte.

parole, il mercato secondario si occupa della rivendita, in genere di opere di artisti che godono di reputazione. Infatti, la maggior parte delle opere d'arte vendute attraverso le case d'asta fa parte del mercato secondario e si tratta di opere di artisti 'blue chip'¹.

I prezzi delle opere d'arte sul mercato secondario sono determinati da fattori quali lo stato di conservazione, la provenienza e l'importanza dell'opera nella carriera dell'artista. Se un artista è collegato a una galleria di alto livello o è rappresentato in una collezione pubblica o privata influente, ciò può determinare un impatto positivo sul prezzo.

I motivi che spingono un collezionista a vendere un'opera d'arte della sua collezione possono essere diversi: per inserire un nuovo pezzo nella propria casa, rimuovendo un'opera un tempo amata ma che non si vuole più, o per motivi finanziari se la richiesta di un artista e quindi il valore del pezzo posseduto sono aumentati considerevolmente (ArtLand, 2017).

Per quanto riguarda l'artista nel mercato d'arte tradizionale invece è molto più complesso avere la possibilità di esercitare diritti anche sulle vendite future della propria opera. Il vero e proprio introito si ottiene dalla prima vendita. Infatti,

“a volte un artista può negoziare un contratto privato per un'opera specifica in modo da maturare i diritti d'autore anche sulle vendite future. Ma non è sempre così. Negli altri casi l'artista non ha alcun beneficio dalle vendite successive alla prima. Il mercato dell'arte, tradizionalmente opaco, ha complicato il monitoraggio delle vendite delle opere sul mercato secondario nel corso degli anni” (Priftis in Montinari, 2021)

sostiene Ann Priftis, art advisor e mana-

ger per la Krause Collection, collezione privata di arte contemporanea (Montinari, 2021).

Come si vedrà di seguito tale problematica di diritti d'autore viene in parte risolta da quelle che sono le caratteristiche tecniche degli NFT a livello di smart contract, applicate alla Crypto Arte.

1.3 Il Collezionismo di NFT e Crypto Arte

Il capitolo precedente ha voluto mostrare il contesto del collezionismo tradizionale, costituito da dinamiche di mercato dettate da anni e caratterizzate dalla presenza di più o meno intermediari. Come detto questo ne garantisce un bacino di utenza fortemente fidelizzato, ma allo stesso tempo ne perpetua la sua natura maggiormente elitaria, che ruota intorno a categorie di persone consolidate nel quale inserirsi è più complicato.

Di seguito si intende ripercorrere invece il sistema di collezionismo nato a partire dallo sviluppo tecnologico legato alla registrazione di contratti intelligenti sulla blockchain ovvero quelli che saranno definiti come NFT.

Gli NFT infatti hanno trasformato il modo di concepire l'arte e di commercializzarla, o meglio hanno creato nuove possibilità sia per gli artisti di stampo digitale, che possono vendere la propria arte in modo sicuro, sia per i collezionisti, che possono acquistare direttamente risorse artistiche senza passare da intermediari.

Inoltre gli NFT introducono la scarsità nei beni digitali, dando ai creatori la possibilità di vendere, e ai collezionisti di possedere, opere replicabili in quantità limitate, ma non riproducibili da terzi perchè registrate digitalmente e associate all'artista. Grazie agli NFT vi è quindi un maggiore controllo delle proprietà dei beni digitali e, in questo caso specifico, delle opere d'arte create digitalmente.

Risulta utile quindi contestualizzare gli NFT nel contesto in cui sono nati per com-

prendere i vari elementi per cui differisce dal collezionismo tradizionale.

1.3.1 Gli NFT e il certificato di autenticità

Il termine NFT è un acronimo che sta per ‘Non-Fungible Token’.

Si rende quindi necessario definire il ‘token’ ovvero un insieme di informazioni digitali all’interno di una blockchain che conferiscono un diritto a un determinato soggetto. Per tokenizzazione si intende la conversione dei diritti di un bene in un token digitale registrato su una blockchain, la più popolare e comune è quella di Ethereum, la quale utilizza lo standard ERC20 che fissa le regole per i token fungibili e gli standard standard come ERC-721 e ERC-1155 per quelli non fungibili.

Secondo la definizione di Larousse il termine “fungibile” si riferisce a cose che si consumano attraverso l’uso e che possono essere sostituite da cose della stessa natura, qualità e quantità per esempio, prodotti alimentari e la valuta perché può essere scambiata con altre valute, beni o pagare servizi (Larousse Dictionnaires, ‘Fongible’).

“Something that is fungible means that it’s identical to another item and can be swapped or exchanged for that item without either participant in the swap losing any value” (Kane in Cortez, 2021)

sostiene Ian Kane, co-fondatore della piattaforma FinTech basata su blockchain Unbanked (Cortez, 2021).

Le opere d’arte e gli oggetti da collezione, che siano fisiche o digitali, invece sono spesso considerati non fungibili a causa delle loro proprietà uniche: esiste solo un originale la cui proprietà distintiva non può essere facilmente

valutata o scambiata con qualcosa di simile.

Quindi un NFT è un token “non fungibile” ovvero non intercambiabile, che rappresenta un oggetto digitale unico con caratteristiche che gli sono proprie: non può essere scambiato o sostituito da un altro token equivalente, perché possiede una specifica individualità.

Gli NFT in poche parole sono semplicemente un mezzo tecnologico che permette a qualsiasi oggetto digitale di essere memorizzato, registrato e venduto virtualmente su una blockchain. In una certa misura gli NFT possono essere paragonati ai file del computer, nel senso che il loro tipo e utilizzo può essere estremamente vario.

■ Figura 5:
Tipologia ed
esempi di beni
digitali e fisici,
fungibili e non
fungibili.



Infatti un NFT infatti può assumere diverse forme² (Cass, 2022):

- ◇ Collectible items / Pezzi da collezione
- ◇ Trading cards / Carte collezionabili
- ◇ Artwork / Opere d’arte
- ◇ Event tickets / Biglietti per eventi
- ◇ Music and media / Musica e media
- ◇ Gaming / Giochi
- ◇ Big Sports Moments / Grandi momenti sportivi
- ◇ Virtual Fashion / Moda Virtuale

² Si è deciso di riportare l’elenco sia in inglese che in italiano in quanto le denominazioni compaiono comunemente in inglese.

- ◊ Real-world assets / Oggetti del mondo reale
- ◊ Memes / Meme
- ◊ Domain names / Nomi di domini

L’NFT ha la peculiarità intrinseca di tenere traccia oltre del creatore originario anche di tutte le transazioni che avvengono, in modo da poter offrire un servizio tramite il quale risalire al valore di vendita e conoscere i rispettivi acquirenti e intermediari, in totale trasparenza e immediatezza. In conclusione, la valenza di questo meccanismo è racchiusa dalla possibilità di fornire sia una prova di autenticità che di proprietà della risorsa digitale considerata.

In virtù della loro capacità di essere utilizzati e applicati in modo flessibile, gli NFT possono essere associati a diversi tipi di risorse. Una delle principali applicazioni sviluppatesi poco dopo la loro nascita nel 2014 è però quella legata alle opere d’arte digitale come immagini, GIF, collezioni, musica e video.

Queste premesse sono fondamentali per comprendere il tipo di impatto e la valenza artistica che queste risorse possono racchiudere. Infatti, il riconoscimento dell’autenticità di queste opere avviene tramite una certificazione con sistema blockchain, creando in questo modo valore sia commerciale che artistico.

1.3.2 Blockchain, bitcoin e le loro proprietà

Il termine Bitcoin nasce nell’ottobre del 2008 da un anonimo o un collettivo dallo pseudonimo di Satoshi Nakamoto.

La parola ‘bitcoin’ in realtà può assumere due diversi significati: con la lettera minuscola indica la ormai nota valuta virtuale o criptovaluta, mentre con la lettera maiuscola si intende il protocollo programmato per l’utilizzo della stessa.

Il Bitcoin non è altro che un protocollo ‘peer-to-peer’ che genera una rete tra pari, che permette ad ogni nodo che la compone di transitare valore liberamente e in forma pseudo anonima ad altri nodi della rete. Senza entrare nel dettaglio del funzionamento, le transazioni avvengono tramite firme digitali concatenate tra di loro da cui deriva il termine ‘blockchain’ o “catena di blocchi”. Ogni transazione contiene ingressi, che provengono dagli indirizzi da cui vengono inviati i bitcoin, e uscite, ovvero gli indirizzi a cui vengono inviati. Il bitcoin è quindi una valuta paritaria (il trasferimento avviene tra persone collegate tra loro), decentralizzata (il trasferimento avviene senza il passaggio con un soggetto terzo) e digitale, la cui implementazione si basa sui principi della crittografia per convalidare le transazioni e la generazione di una rappresentazione digitale di valore. Con il termine crittografia si indica lo sviluppo di metodi per la conversione dei dati da un formato leggibile ad un formato codificato (una serie di cifre e lettere) che non può essere altrimenti letto o elaborato (Bossio, 2021).

Possiede inoltre una serie di caratteristiche che la rendono innovativa rispetto alle valute tradizionali e che risolvono molti problemi non ancora superati dalla moneta tradizionale e per questo vantaggiosa:

↳ Decentralizzazione: nessuna autorità può controllare o gestire i flussi e il valore dei bitcoin;

↳ Sicurezza: nessuno può prelevare i fondi senza l’autorizzazione del proprietario delle chiavi crittografiche private connesse ad un wallet;

👉 **Trasparenza:** ogni transazione rimane visibile pubblicamente in eterno, non può essere cancellata dalla blockchain se non dietro a un accordo della maggior parte dei partecipanti alla rete stessa;

👉 **Velocità:** in condizioni di normalità, bastano pochi minuti per inviare o ricevere bitcoin in tutto il mondo;

👉 **Non duplicabilità:** risolve il problema del “double spending”, meccanismo fraudolento che consiste nello spendere lo stesso titolo valutario due o più volte (Bossio, 2021).

1.3.3 La nascita e lo sviluppo degli NFT

Dopo aver affrontato in generale cosa sono gli NFT e le caratteristiche della blockchain risulta utile ripercorrere rapidamente la storia della nascita e del successivo sviluppo degli NFT per comprendere al meglio in che contesto si è sviluppato il mercato e il collezionismo nello scenario digitale.

📍 2012-2016

L'ORIGINE DEGLI NFT

- ◊ Coloured Coins
- ◊ Kevin McCoy crea il primo NFT, *Quantum*
- ◊ Counterparty
- ◊ Spells of Genesis
- ◊ I meme iniziano a essere conati come NFT

Gli NFT sono diventati famosi tra il 2020 e il 2021 ma in realtà la loro nascita non è così recente. Tra gli eventi che ne hanno permesso la loro origine, fondamentale è stata l'ideazione delle ‘coloured coins’ ovvero “monete colorate”. Presentate da Meni Rosenfield, questo termine descrive una classe di meto-

di per rappresentare e gestire beni del mondo reale sulla blockchain di Bitcoin. Questi si differenziano tuttavia dai conosciuti bitcoin per l'integrazione di token digitali, strumenti che conferiscono al proprietario alcuni diritti tra cui proprio quello di proprietà dell'asset. Il vantaggio di utilizzare la blockchain di Bitcoin come struttura portante sfrutta i punti di forza di questi ultimi, come l'immutabilità, la non contraffabilità, la facilità di trasferimento, la robustezza e la trasparenza, consentendo così la manipolazione degli asset con una sicurezza e una facilità senza precedenti.

I limiti della Bitcoin tuttavia, hanno fatto sì che il concetto di coloured coins non potesse mai essere realizzato, ma ha gettato le basi per gli esperimenti che hanno portato all'invenzione degli NFT. È infatti importante ricordare che la blockchain di Bitcoin non era stata concepita per essere utilizzata come database per i token rappresentanti la proprietà di beni: è così che è iniziato il grande passaggio delle NFT alla blockchain di Ethereum.

Ethereum, infatti, è una blockchain in grado di consentire agli sviluppatori di implementare i così detti ‘smart contract’ o “contratti intelligenti”; questi sono pacchetti di codice collegati a un bene digitale che conferma che il bene è unico, tracciabile e verificabile. Tutti gli NFT sono collegati a contratti intelligenti.

Nel 2014 l'artista digitale Kevin McCoy crea il primo NFT conosciuto sulla blockchain Namecoin. Questo, denominato “*Quantum*”, è un'immagine digitale di un ottagono di pixel che cambia ipnoticamente colore e pulsa in un modo che ricorda un polipo.

Viene creata anche la piattaforma Counterparty (Bitcoin 2.0) che guadagna terreno come piattaforma che permette la creazione di asset digitali, nella quale dal 2016 si diffonde la serie di *Rare Pepes* NFT come conseguenza

dell'era dei meme. I Rare Pepes NFT sono il primo progetto di arte collezionabile sotto forma di carte; in totale sono stati realizzati 1774 ognuno con un tratto specifico.

📍 2017-2020

GLI NFT DIVENTANO MAINSTREAM

- ◊ Gli NFT si spostano su Ethereum
- ◊ Vengono introdotti dei Token standards
- ◊ *Cryptopunks*
- ◊ *Cryptokitties*
- ◊ NFT gaming e Metaverso

In seguito ai *Rare Pepes*, i due sviluppatori Matt Hall e John Watkinson hanno creato nel 2017 una delle prime serie generative di NFT ad essere mai state create, ispirati dalla cultura punk londinese e dal movimento cyberpunk: i "*CryptoPunks*" consistono in ritratti di punk da 10.000 pixel, inizialmente offerti gratuitamente ma ben presto impossibili da acquistare a meno di un milione di dollari. Nei 12 mesi successivi, i *CryptoPunks* sono diventati il volto degli NFT, rappresentando con la loro trasformazione uno status symbol.

Da qui, numerosi sono stati gli sviluppi avvenuti a riguardo del mondo digitale come *CryptoKitties*, un gioco virtuale basato sulla blockchain di Ethereum, grazie ai quali gli NFT hanno raccolto sempre più attenzione da parte del pubblico. I *CryptoKitties* infatti hanno presentato l'aspetto innovativo di generare nuovi NFT a partire da due pre-esistenti con trait assunti da uno di essi.

📍 2021

L'ANNO DEGLI NFT

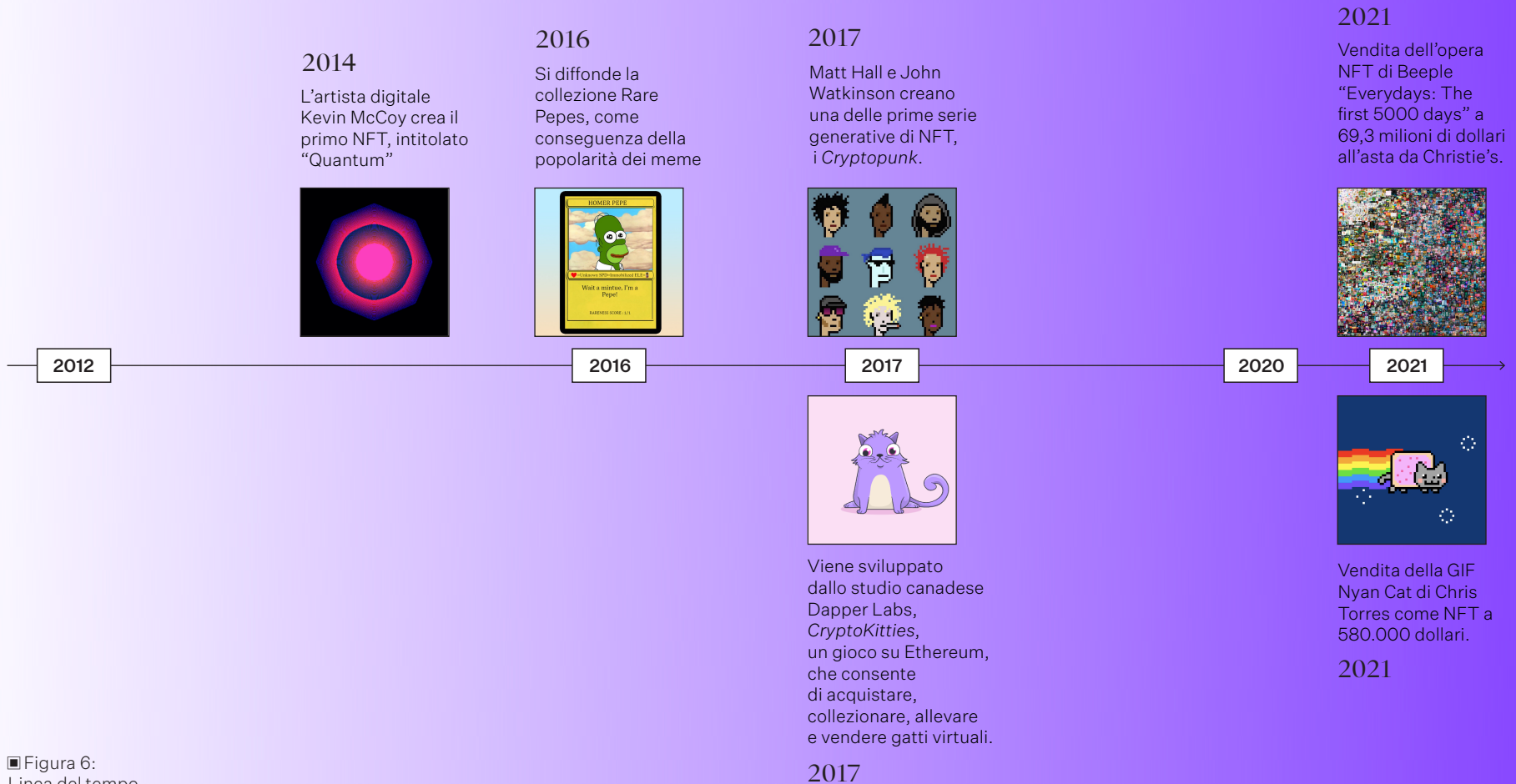
- ◊ Case d'asta prestigiose cominciano a vendere Crypto Arte NFT
- ◊ *Everydays: the First 5000 Days* di Beeple viene venduto per 69.3 milioni di dollari

- ◊ Altre blockchain cominciano a creare le proprie versioni di NFT (Cardano, Solano, Tezos, Flow, etc)
- ◊ Un'impennata della domanda di NFT, soprattutto nel Metaverso
- ◊ Facebook si ribattezza Meta e si sposta nel metaverso

Il 2021 è stato l'anno degli NFT che ha visto un'enorme esplosione e un'impennata dell'offerta e della domanda dei token non fungibili. Risale infatti al 2021 il grande cambiamento nel mercato dell'arte: case d'asta come Christie's e Sotheby's non solo hanno portato le loro aste nel mondo online, ma hanno anche iniziato a vendere arte NFT. In particolare, a tra febbraio e marzo 2021 si è assistito alla vendita da record dell'opera NFT di Beeple *Everydays: the First 5000 Days* che ha contribuito ad affermare il mercato dell'arte digitale.

Altro elemento che ha determinato l'impennata della domanda di NFT è stato il coinvolgimento di altre blockchain che hanno avviato le proprie versioni di risorse digitali, tra cui Cardano, Solana, Tezos e Flow. Sono stati così stabiliti alcuni nuovi standard per garantire l'autenticità e l'unicità degli asset digitali creati.

Infine, negli ultimi mesi del 2021, da quando Facebook si è ribattezzato Meta ed è entrato nel Metaverso, è stato possibile osservare un'altra crescita esponenziale della domanda di NFT.



■ Figura 6:
Linea del tempo
con i principali
avvenimenti e
opere NFT
create e
vendute.

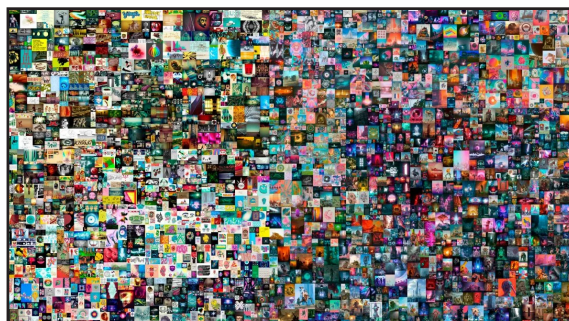
1.3.4 La crypto arte e il diritto d'autore

Sebbene l'arte digitale esista fin dagli anni '60, il modo in cui veniva acquistata, venduta ed esposta non ha resistito al passare del tempo. Gli NFT, invece, hanno reso possibile possedere un'opera d'arte digitale. La blockchain è quindi andata incontro all'argomento del saggio di Walter Benjamin del 1935 *L'opera d'arte nell'epoca della riproduzione meccanica*, in cui il filosofo affronta il paradosso della fotografia in un'epoca in cui le opere d'arte possono essere facilmente riprodotte. Infatti

“The Blockchain has come to solve this problem with NFTs: a JPEG by Beeple remains fully reproducible and non-scarce, but an NFT that he minted is unique, scarce, and non-fungible, hence making the artwork ownable and valuable” (Faus in Billard, 2022)

come sostiene Miguel Faus, un filmmaker tra Barcellona e Londra e collezionista di NFT.

■ Figura 7:
Ritaglio di
Everydays: the
First 5000 Days
dell'artista
digitale Beeple.
L'opera è un
collage di 5000
immagini
digitali, venduta
all'asta da
Christie's l'11
Marzo 2021.



Si definisce crypto arte l'arte venduta tramite criptovalute, di conseguenza in generale si tratta di arte digitale inserita e registra-

ta su blockchain come NFT.

La crypto arte rappresenta una delle segmentazioni che rappresentano il mercato Crypto generale e ha avuto ampi sviluppi poco dopo il mintaggio del primo NFT nel 2014. Infatti gli NFT hanno fatto sorgere ambiguità riguardanti il diritto d'autore ma di base permettono di dare una firma all'opera digitale, riconducendola per sempre al suo creatore.

Tuttavia un token non fungibile non rappresenta l'opera stessa, ma piuttosto un file di metadati che è stato codificato utilizzando un'opera che può o meno essere soggetta alla protezione del copyright o potrebbe anche appartenere alla categoria di pubblico dominio.

Alcuni 'buyer' pensano di comprare l'opera d'arte sottostante e con essa tutti i suoi diritti, ma in realtà, stanno semplicemente comprando i metadati associati al bene e non all'opera stessa.

1.3.5 Protagonisti del sistema NFT

In un'epoca in cui le persone trascorrono sempre più tempo online e le giovani generazioni sono sempre più legate a Internet, l'ascesa dell'arte digitale come modalità di espressione è stata una progressione naturale. Tuttavia, l'importanza degli NFT è dovuta principalmente al crescente interesse per i risvolti applicativi legati alla blockchain. Come già detto precedentemente, gli NFT introducono anche la scarsità degli asset digitali, dando ai creatori la possibilità di vendere, e ai collezionisti di possedere, opere intrinsecamente replicabili in quantità limitate.

Per molti dei primi acquirenti, il collezionismo di NFT non riguardava semplicemente la possibilità di speculazione e di guadagno legata all'acquisto, piuttosto erano attratti dal modo in cui la tecnologia della blockchain

dava potere ai creatori quali artisti, musicisti, fotografi o brand. Infatti come afferma Faus

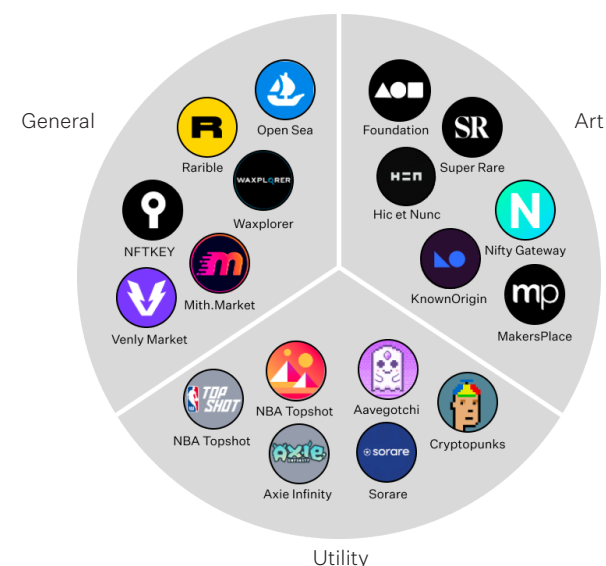
“I think that’s the promise of Web3 in a nutshell: redistributing value towards creators and audiences, rather than towards intermediaries and gatekeepers” (Faus in Billard, 2022).

Più recentemente sono stati individuate due categorie principali di compratori di crypto arte da Robert Norton, CEO di Verisart e DRIFT, artista di NFT: i nativi delle criptovalute e gli investitori in cerca di occasioni e guadagni rapidi. I nativi crypto sono persone che hanno già criptovalute nel loro ‘crypto wallet’ da tempo, che hanno seguito il mercato crypto fin dalle prime origini e che per questo ne conoscono bene le possibilità e il funzionamento. Dall’altra parte ci sono invece i nuovi investitori caratterizzati da profili eterogenei: si tratta tendenzialmente di giovani millennial che hanno capito che è possibile guadagnare grazie alla blockchain o collezionisti e investitori di una fascia d’età medio-alta che si sono avvicinati al mondo NFT al massimo della sua esplosione per sfruttarne la rapidità del mercato (Torres, 2022).

1.3.6 Modalità di vendita e acquisto sui Marketplace Online

Nel mercato NFT la vendita di un bene, in questo caso, di un’opera d’arte digitale è scandita dai ‘drop’ degli artisti. Per drop si intende il lancio di un NFT o di una raccolta di NFT. I drop sono visti come degli eventi e delle occasioni, in quanto sono la prima volta che un’opera appare sul mercato e consente agli investitori di acquistare NFT a un prezzo inferiore prima che aumentino di valore o per mezzo delle aste o dell’inserimento sul mercato secondario.

La compravendita di NFT avviene su marketplace online ovvero piattaforme nelle quali vengono caricati gli NFT direttamente dagli artisti. La presenza di queste piattaforma di vendita costituisce un controsenso con i pilastri alla base della blockchain di non avere intermediari e funzionare in modo totalmente decentralizzato; i marketplace rappresentano invece dei portali attraverso cui è possibile centralizzare e acquistare NFT.



■ Figura 8: Panoramica dei marketplace più popolari e solidi disponibili per i segmenti generale, artistico e utilità nel 2021.

Le piattaforme di vendita ad oggi sono molto numerose e possono apparire tutte molto simili tra loro ma esistono due distinzioni principali: la selezione (1) e la tipologia di vendita (2).

Per il primo aspetto (1) esistono piattaforme ‘open’ nel quale chiunque può “mintare” il proprio asset e altre curatoriali, nelle quali c’è una selezione da parte di un team di chi può partecipare come artista.

La seconda distinzione (2) riguarda le ti-

³ Si tratta di una modalità d'asta in cui i partecipanti fanno le loro offerte in modo silenzioso e anonimo, al contrario delle aste comuni.

pologie di vendita consentite sulla piattaforma: molte funzionano ad aste, per cui è possibile fare offerte per un determinato periodo di tempo, alla fine del quale la più alta vince, così come nel mercato dell'arte tradizionale. Altre piattaforme invece consentono di strutturare il drop in maniera più complessa decidendo tra le modalità di 'open edition', asta, 'silent auction'³ o 'limited edition' come spiega l'artista DotPigeon riferendosi alla piattaforma di Nifty Gateway (Schiavone, 2021).

Un'altra modalità di acquisizione di NFT è attraverso ciò che viene definito 'airdrop' ovvero

“una distribuzione di criptovaluta, token o NFT che vengono inviati a un indirizzo di e-wallet gratuitamente come promozione o come valore aggiunto per la partecipazione a un'esperienza o l'acquisto di un asset digitale. Gli airdrop sono generalmente utilizzati per dare valore aggiunto o per attirare l'attenzione su un brand o un'esperienza” (NFT Magazine, 2022).

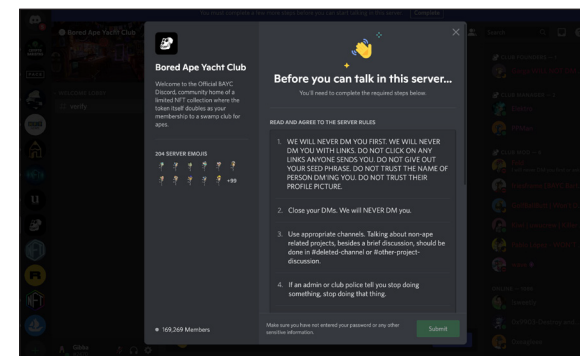
1.3.7 Nuove estetiche e comunità digitali

Negli ultimi anni è stata osservata una proliferazione di comunità digitali che ruotano soprattutto attorno alle collezioni NFT. La più famosa è quella che ruota intorno alla collezione di CryptoPunks, nati nel 2017. Secondo Robert Norton, CEO and co-founder di Verisart, piattaforma per la vendita d'arte online, uno dei driver del mercato NFT è la tendenza a creare sottogruppi i cui membri sono uniti da interessi e immaginari condivisi. È emerso così una sorta di 'tribalismo digitale' (Torres, 2022). I gruppi e le comunità che si vengono a creare gravitano intorno a progetti, collezioni o piattaforma di vendita NFT e mettono in contatto interessati, artisti e collezionisti.

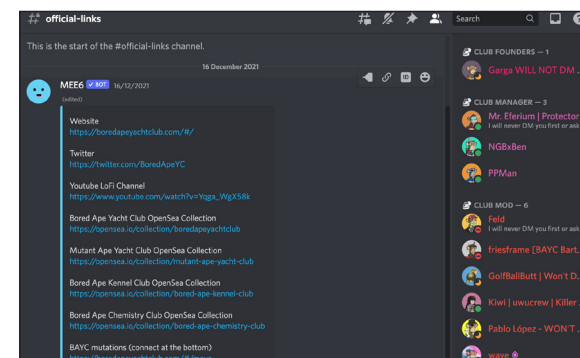
Essendo il mondo NFT democratico e aperto a tutti all'origine, queste comunità cer-

cano di arginare questa caratteristica creando gruppi con regole precise a cui sottostare per poterne fare parte. Molto spesso certe comunità diventano così elitarie e esclusive da avere accessi e retribuzioni particolari solo per i membri.

Discord, una piattaforma di messaggistica istantanea statunitense inizialmente progettata per facilitare la comunicazione tra le comunità di gamer online, è ad oggi la piattaforma più utilizzata per discutere di NFT e criptovalute. Discord permette ad amici, organizzazioni e progetti di comunicare direttamente tramite voce, video o messaggi tramite la creazione di 'server', ognuno dei quali ha le proprie regole e argomenti divisi in 'channel'. Ciò rende l'esperienza comu-



■ Figura 9: Dinamiche di Discord. In alto: regole del server Discord di Bored Ape Yacht Club; in basso: link ufficiali del server Discord di Bored Ape Yacht Club inviati da un bot.



nicativa online più organizzata, attiva e di conseguenza più produttiva. I server possono essere sviluppati conferendo caratteristiche diverse e ruoli distinti tra i membri come organizzatore, mediatore e partecipante (Varani, 2021). Vengono anche utilizzati dei Bot per eseguire determinate mansioni all'interno del server in modo più veloce e automatico e per salvaguardare il rispetto delle regole: sui server e canali in cui le regole sanciscono il divieto di mandare link, perchè spesso oggetto di skam, all'utente viene inviato un messaggio di avvertenza automatico nel caso in cui venga da lui inviato.

Anche Twitter è diventato il canale social più popolare per gli artisti NFT e i Crypto Nerd, dove è stata introdotta la possibilità di creazione di community dal settembre 2021. Le community sono avviate e gestite dagli utenti stessi che diventano amministratori e moderatori del gruppo, i quali applicano le regole della community e si occupano di mantenere le conversazioni utili, rilevanti e divertenti. Gli utenti che accettano l'invito a unirsi a una community ne diventano membri. I Tweet pubblicati in una community possono essere visualizzati da chiunque su Twitter, ma solo i membri della community possono interagire e partecipare alla discussione (help.Twitter.com).

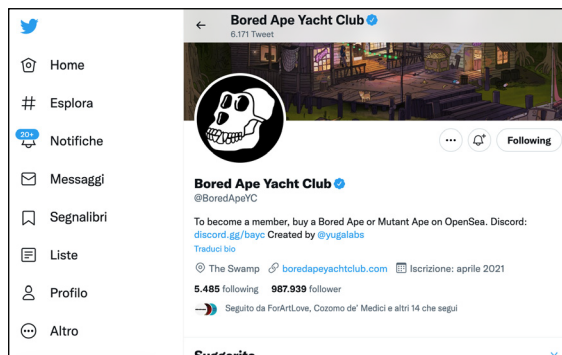


Figura 10: Community Twitter di Bored Ape Yacht Club a cui è possibile accedere acquistando un NFT appartenente alla collezione.

1.3.8 Valore e investimento legato a un NFT

Nel valutare un NFT entrano in campo nuove modalità di qualificazione di un determinato asset, che sia artistico o meno, legati alle possibilità e alle caratteristiche stesse dei token digitali, registrati e tracciabili sulla blockchain e per questo motivo unici.

Si individuano quindi principalmente 4 fattori chiave (thei.it, 2021):

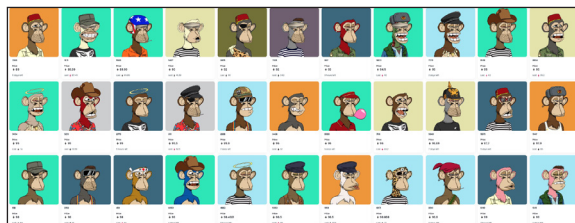
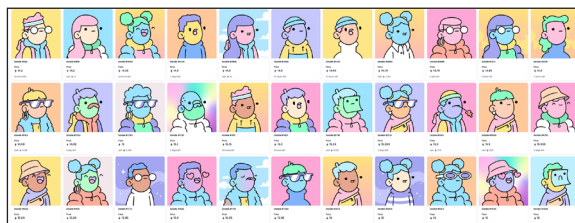
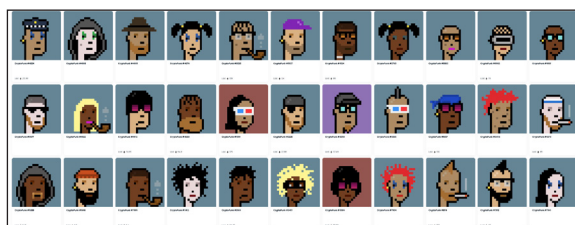
1. Storia della proprietà. Il valore di un NFT non è determinato solamente da chi lo crea ma può aumentare di valore in base allo storico della sua proprietà, dal momento che la blockchain tiene traccia delle transazioni in totale trasparenza. Come per il mercato dell'arte tradizionale anche nel mondo NFT i collezionisti giocano un ruolo importante nel denotare il valore di un'opera in quanto il possederla ne determina qualità.

2. Rarità. Si tratta di una caratteristica strettamente connessa alla natura degli NFT in quanto nascono come assets unici. Alcuni NFT sono più unici quindi rari di altri e per questo ancora più di valore. Infatti gli NFT possono essere distinti a loro volta, per grado di scarsità nel momento della loro mintaggio:

- ◊ edizione unica: 1/1 edition
- ◊ edizione multipla sotto i 100 pezzi: 1/n. esemplari
- ◊ edizione open edition: più viene venduto più significa che è di interesse ma diventa meno unico
- ◊ edizione 100k: 1/ 100.000 esemplari

Legato al concetto di rarità c'è anche quello di rarità di un singolo 'trait' ovvero caratteristica o tratto presente in un NFT. Questo aspetto è di particolare rilevanza quando si parla del segmento 'Collectibles' ovvero delle serie di NFT che costituiscono delle collezioni di opere digitali. Tra i metadata, ci sono delle caratteristiche-trait che, nel caso delle collezioni generate automaticamente, hanno probabilità diverse di essere inclusi in un NFT generato.

Un NFT che possiede tratti meno frequenti di conseguenza ne determina maggiore rarità e quindi valore. Esempi rilevanti in questo senso sono i *CryptoPunks*, i *Doodles*, i *Bored Ape Yacht Club* e altri.



■ Figura 11:
Esempi di
'collectibles'
NFT con tratti
variabili vendute
su Open Sea.
In ordine
dall'alto al basso
Cryptopunks,
Doodles, *Bored
Ape Yacht Club*.

3. Utilità. La proprietà e l'acquisto di certi NFT in alcuni casi funziona come un ticket o un codice di accesso a club esclusivi o ad eventi specifici, che possono nel mondo fisico o digitale. Un caso è quello della collezione *Bored Ape Yacht Club*, già citata, per cui possedere un NFT della serie può darti accesso a un server Discord esclusivo con alcuni proprietari di celebrità, oltre a vantaggi gratuiti come NFT o token aggiuntivi.

4. Liquidità. La facilità con cui un NFT può essere convertito in un altro tipo di valuta, ovvero può essere rivenduto ad un prezzo commisurato, influisce molto sul suo valore e di conseguenza sulla forma di investimento. Comprare e rivendere NFT è comune, ma nel caso di NFT di alto valore la rivendita diventa più difficile. Per questo motivo investire in asset che hanno un alto volume di scambi comporta un rischio minore nella possibilità di essere rivenduti.

1.3.9 Modello economico basato sul mercato secondario senza intermediari

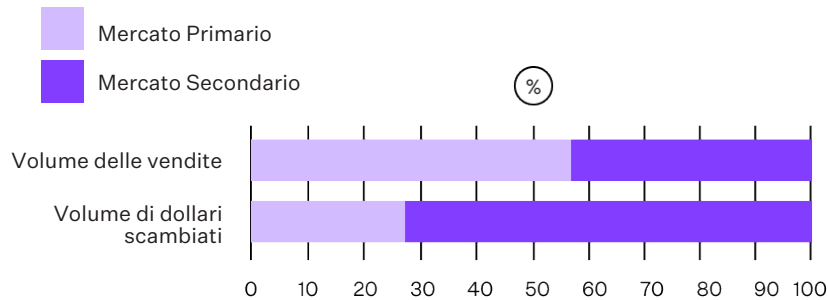
Nel caso del collezionismo digitale di NFT la maggior parte del volume delle vendite avviene sul mercato primario, con quasi il 60% delle vendite. Allo stesso tempo esso rappresenta solo un quarto del volume in termini di scambio di dollari.

Infatti gli NFT assumono un valore più elevato all'interno del mercato secondario, il che può essere spiegato in due modi:

- ◊ gli NFT aumentano di valore nel tempo in seguito alla prima vendita grazie alle

loro possibilità di investimento e speculazione;

◊ Il mercato dell'arte è stato sommerso da nuovi beni di scarso valore, prodotti da artisti che cercano di entrare nel mercato.



■ Figura 12:
Ripartizione del volume di dollari tra il mercato primario e quello secondario, 2021.

Inoltre un aspetto interessante del mondo NFT è che, a differenza del mercato dell'arte tradizionale, le opere d'arte possono ora essere "tracciate" nei vari passaggi di proprietà. Questo rende il monitoraggio delle vendite, e conseguentemente delle royalties di rivendita degli artisti, molto più semplice. Quando un artista crea un NFT, può stabilire uno 'smart-contract' all'interno del codice del NFT che prevede una percentuale dei proventi di rivendita ad ogni passaggio successivo (royalties). L'importo della percentuale e la durata della royalty sono a discrezione del creatore. Di media la percentuale della royalty è compresa tra il 5% e il 10% e può essere perpetua ovvero applicata a ogni rivendita. In questo modo quando un lavoro viene venduto, la percentuale viene inviata direttamente al wallet che ha coniato l'NFT.

1.4 Il Collezionismo oggi

Dopo aver compreso come funzionano il mercato dell'arte tradizionale e quello NFT e di conseguenza il collezionismo in entrambi i casi, la ricerca si vuole concentrare su quello che è il collezionismo d'arte oggi e come il fenomeno NFT abbia mutato e influito su quello tradizionale.

Si vuole quindi analizzare il mercato dell'arte con riferimento al 2021 in parte influenzato dalla pandemia e dalla necessità di digitalizzazione di certe pratiche e in gran parte determinato dall'esplosione del mercato NFT.

Il mercato ha registrato alti risultati da parte delle case d'asta, tramite il consolidamento delle strategie basate su digitalizzazione e strumenti di gestione virtuali che sono passati all'ibrido fino al ritorno alla modalità "in presenza".

La flessibilità e dinamicità dimostrata dal settore artistico nel 2020 si riconferma quindi nel 2021 con massimo adattamento al nuovo contesto sociale e di mercato, con nuove soluzioni per soddisfare le aspettative della clientela, in cui si inseriscono in modo sempre più sistematico i Millennials e le nuove generazioni, attratte principalmente dalle piattaforme virtuali, dalle nuove proposte digitali e dalle nuove modalità di vendita e pagamento.

Anche le fiere d'arte tornano ad essere centri nevralgici di mercato e la forte eccedenza di liquidità a livello internazionale, che porta a cercare di diversificare gli investimenti, ha spinto gli operatori ad ampliare la propria offerta, sia in quantità e diversificazione di opere, sia in termini di piattaforme di vendita.

Nel primo caso, offrendo lotti inediti o consolidando trend già rilevati nel report del

2021, con un interesse crescente per NFT e digital art. Nel secondo caso, invece, proseguendo con i nuovi format d'asta "ibridi" e investendo in nuove modalità e piattaforme di mercato virtuali come nel caso della piattaforma Metaverse, lanciata da Sotheby's e dedicata all'arte digitale su Blockchain e il proliferare di nuove piattaforme di vendita di Crypto Arte.

1.4.1 Tendenze del mercato dell'arte a fine 2021

Il 2021 ha dato conferma ed accentuato alcuni trend già rilevati nel corso degli ultimi anni ed in particolare nel 2020, dovuti anche in parte alla crisi pandemica. Si è quindi potuto assistere alla ascesa del digitale nel mondo dell'arte: così come sono stati introdotti NFT e Crypto-art tra i beni, sono state anche fortemente promosse le aste ibride. Queste nuove tendenze si sono legate a trend già rilevati negli ultimi anni ed in particolare nel 2020.

Ai fini della presente ricerca, è opportuno presentare alcuni trend del mercato dell'arte e dei beni da collezione del 2021 (Deloitte, 2022):

👉 Digitalizzazione e rafforzamento dei format ibridi: l'anno della pandemia ha permesso l'affermarsi della digitalizzazione dell'arte, da intendersi come promozione di format ibridi e di piattaforme digitali. Le case d'asta Sotheby's e Christie's sono due esempi del fatturato in notevole aumento attraverso la digitalizzazione: Christie's ha infatti registrato nel 2021 il +43% nei fatturati grazie alle aste online;

👉 Trasparenza e nuova fiducia dei buyers: è stato osservato un aumento nella fiducia degli acquirenti nell'acquisto di lotti

⁴ Qualcuno che offre di pagare una particolare somma di denaro per qualcosa (Cambridge Dictionary), con questo termine ci si riferisce solitamente ai partecipanti delle aste.

all'avvento della digitalizzazione. Sono infatti numerose le informazioni a cui si ha accesso e le tecnologie risultano di facile utilizzo, in grado di consentire maggiore trasparenza nell'acquisto e successiva soddisfazione del buyer.

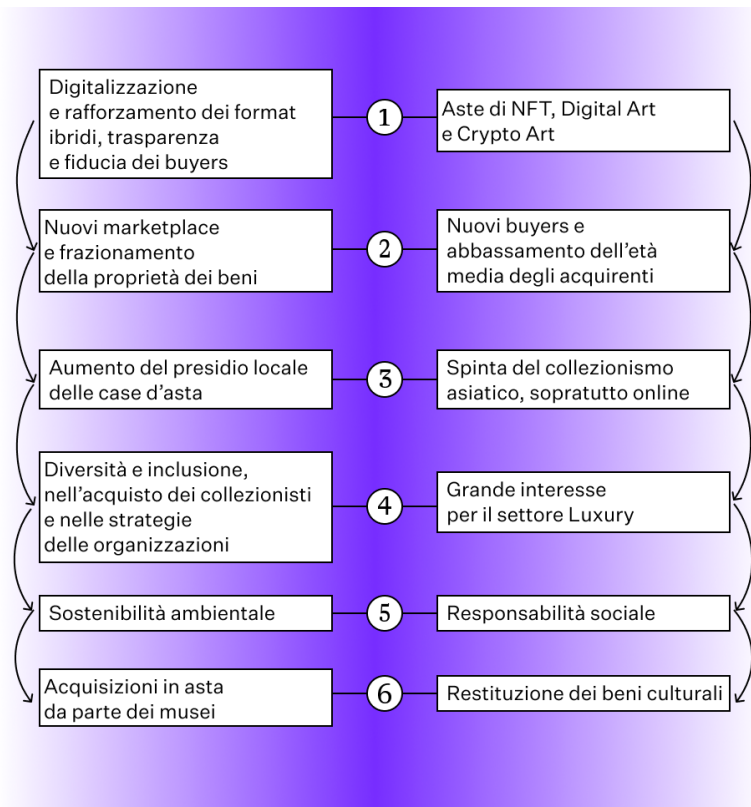
👉 Aste di NFT, digital art e crypto-art: come affermato precedentemente, grazie all'arte digitale sono stati introdotti nel mercato i Millennials (giovani al di sotto dei 35 anni di età), così come nuovi 'bidders'⁴ e acquirenti. Come già detto (1.1.3) l'esempio più rilevante dell'importanza recentemente acquisita da questa nuova opportunità di business è la vendita nel marzo 2021 da parte della casa d'asta Christie's dell'opera NFT *Everydays: the First 5000 Days* dell'artista Beeple per 69.3 milioni di dollari, bene più costoso venduto online.

👉 Nuovi marketplace e frazionamento della proprietà dei beni: stanno nascendo sempre più marketplaces per la vendita di NFT; nuovamente, il metaverso di Sotheby's (Sotheby's Metaverse) si sta affermando come uno dei più importanti mercati di acquisto di opere digitali.

👉 Nuovi buyers e abbassamento dell'età media degli acquirenti: come già presentato, si è osservato un rilevante ampliamento della platea intorno alla digitalizzazione dell'arte.

"Christie's ha raggiunto il 35% di nuovi buyer, di cui circa 2/3 raggiunti tramite vendite online e tra cui il 32% di Millennials; Sotheby's, parallelamente, ha registrato il 39% di nuovi buyer ed il 44% di nuovi bidder, con una forte presenza di under 40" (Deloitte, 2022).

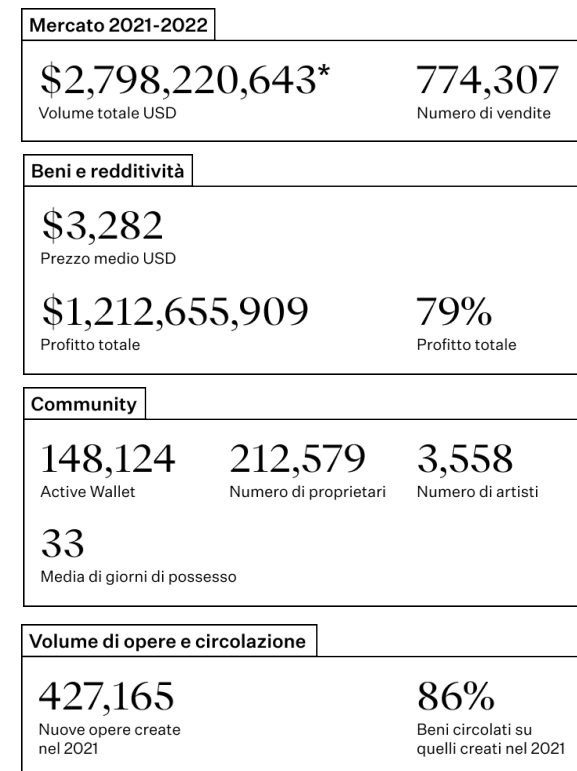
👉 Aumento del presidio locale delle case d'asta: progressiva diffusione delle case d'asta più note non solo nel mondo digitale, ma anche in location strategiche per favorire la trasparenza dell'acquisto e promuovere il rapporto di fiducia con l'acquirente.



■ Figura 13: Trend del mercato dell'arte e dei beni di collezione a fine 2021.

1.4.2 Arte tradizionale versus Crypto Arte a fine 2021

Risulta quindi utile avere una panoramica generale del mercato dell'arte generato dal fenomeno degli NFT, con relativi dati e numeri, alla fine del 2021 e capire in che modo vi sia stata una mescolanza tra mercato tradizionale e crypto.



■ Figura 14: Dati del mercato della Crypto Arte a fine 2021.

Come detto precedentemente (1.3.3), ad aver fatto esplodere il fenomeno degli NFT in campo artistico è stata la vendita l'11 marzo 2021 di Everydays, The First 5000 Days dell'artista Beeple, un file digitale in formato JPEG e prima opera digitale mai offerta da

Christie's, a una somma di 69,3 milioni di dollari, proiettando Mike Winkelmann (Bee-ple) - sconosciuto a chiunque non abbia familiarità con l'arte digitale - nella top three degli artisti viventi più costosi, insieme a Jeff Koons e David Hockney.

Il fenomeno NFT ha suscitato un grande entusiasmo. Secondo Christie's, 22 milioni di persone, di cui quasi il 60% al di sotto dei 40 anni, si sono collegate alla vendita di The First 5000 Days (Artprice.com, 2021).

Tra questi, diversi investitori con abbonamenti crypto wallet hanno partecipato attivamente all'asta, desiderosi di approfittare delle nuove comunità di acquirenti appassionati di arte digitale e della liquidità dello spazio crypto. Nel Market Report 2021 NonFungible, la più grande piattaforma di arte digitale, mostra come gli NFT abbiano generato quasi 2,5 miliardi di dollari nei primi cinque mesi del 2021 (NonFungible.com, 2022). Per lo stesso motivo le case d'asta hanno fatto tutto il possibile per includere gli NFT nelle loro prestigiose vendite.

Nel 2021, il mercato "tradizionale" dell'arte ha visto circolare 14,6 miliardi di dollari, a differenza di quello digitale della crypto-art che ha fatturato 2,8 miliardi di dollari.

La NFT Art rappresenta quindi solo meno del 16% del mercato totale dell'arte ad oggi.

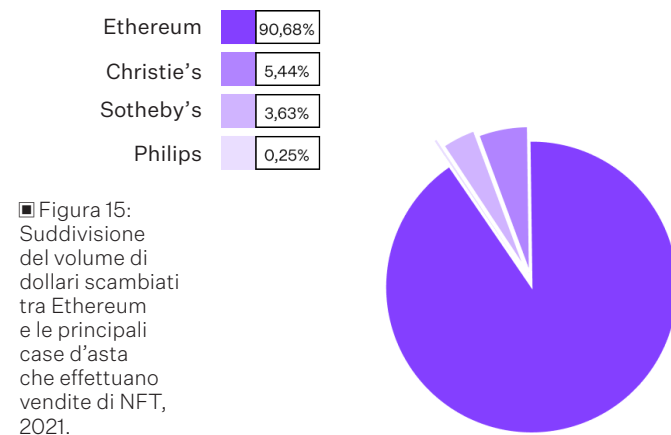
Questa percentuale deve essere tuttavia contestualizzata, ricordando che la tecnologia che ha permesso alla Crypto Art di emergere è stata sviluppata meno di 5 anni fa, così come l'origine della prima blockchain risale al 2008.

Dei 14,6 miliardi di dollari scambiati nel mercato dell'arte tradizionale, il 45% corrisponde alla spesa per beni d'arte creati dagli anni 60 fino al periodo contemporaneo, sottolineando il forte interesse dei col-

lezionisti per le opere recenti.

La mania per la Crypto Art e gli NFT fa chiaramente parte di questa tendenza.

È interessante notare infatti come le case d'asta, appartenenti al mercato dell'arte tradizionale, come Christie's, Sotheby's e Phillips si siano inserite nel mondo Crypto e rappresentino quasi il 10% delle vendite sul mercato della Crypto Arte, la maggior parte condotte off-chain cioè eludendo la blockchain.



1.4.3 I collezionisti di nuova generazione

In seguito all'individuazione delle tendenze del mercato dell'arte attuale e a una visione generale di come vi sia un contatto tra arte tradizionale e Crypto è bene definire la figura dei nuovi acquirenti d'arte, popolarmente chiamati collezionisti "Next Gen", secondo i dati raccolti dal rapporto Hiscox Online Art Trade 2020, dal rapporto The Art Market 2021 di Art Basel e UBS e dal rapporto The Next Gen Collectors di Larry's List. Questa nuova categoria di collezionisti sta rimodellando e ristrutturando il formato consolidato del mercato dell'arte

tradizionale. Si tratta di una nuova generazione che utilizza attivamente la tecnologia e i social media per acquistare, mostrare e vendere le proprie collezioni. Percepiscono l'arte come un'estensione del loro brand personale e, rispetto ai loro predecessori, le loro modalità di acquisto sono più dinamiche e trasparenti.

Per definirne meglio i dati demografici, i collezionisti "Next Gen" si identificano nel gruppo appartenente alla generazione Z, ai millennial o ai collezionisti della generazione X che partecipano attivamente al mercato dell'arte acquistando o vendendo opere d'arte. Geograficamente, si trovano principalmente negli Stati Uniti, in Europa e in Asia con New York, Londra, Seoul, Pechino, Shanghai e Hong Kong come principali centri (Bravic, 2021).

Il rapporto 2021 di Art Basel e UBS registra che giovani acquirenti d'arte acquistano principalmente opere d'arte come forma di investimento, cosa che è stata confermata anche durante la pandemia. Il 30% dei collezionisti millennial ha speso oltre 1 milione di dollari in arte e oggetti da collezione nel 2020, rispetto a solo il 17% dei boomer che si sono avventurati nell'acquisizione di opere d'arte durante la crisi (Art Basel, 2021).

Per quanto riguarda le preferenze in campo artistico i collezionisti Next Gen prediligono la pittura e la scultura, anche se il loro interesse per l'arte digitale e per gli NFT è in aumento (Larry's List, 2021). Apprezzano e collezionano opere d'arte blue-chip con nomi popolari come KAWS, Warhol, Banksy, Hirst, Basquiat e Hockney. Tuttavia, sono anche aperti ad accogliere nelle loro collezioni opere di artisti emergenti, soprattutto se le loro ope-

re rispecchiano le convinzioni personali e gli stili di vita dei collezionisti.

Infatti per i collezionisti Next Gen l'arte è strettamente legata alla propria identità e a quello che si può definire 'personal branding'. Grazie ai social media, i collezionisti hanno la possibilità di essere più trasparenti sulle loro collezioni e per questo è importante che l'arte parli per loro. I collezionisti sono attratti dall'arte che non solo riflette la loro estetica, ma che porta anche un certo valore sociale che sia la sostenibilità o la diversità e l'inclusione.

Larry's list, azienda leader nel settore editoriale del collezionismo e nella conoscenza del mercato dell'arte, ha condotto interviste alcuni giovani collezionisti, chiedendo loro l'importanza delle reti e delle relazioni con gli artisti. La maggior parte dei collezionisti concorda sul fatto che conoscere personalmente gli artisti e capire il loro punto di vista li fa apprezzare ancora di più le opere d'arte. "I prefer being around artists than dealers" (Larry's List, 2021) dice il giovane collezionista Oleg Guerand.

Secondo il report di Art Basel & UBS Instagram è il canale social media più utilizzato dagli acquirenti d'arte, ma c'è anche un numero sempre crescente di piattaforme online, marketplace e gallerie autonome che utilizzano tecnologie avanzate per mostrare le opere d'arte online. Infatti ai collezionisti di nuova generazione piace acquistare online, modalità favorita anche dalle chiusure globali causate dalla pandemia di Covid-19, ma soprattutto dalle possibilità date dalle nuove tecnologie. La necessità fa sì che le persone abbiano adottato più velocemente i cambiamenti e le novità e l'e-commerce ne è un valido esempio.

In questo contesto, risulta chiaro che la nuova generazione di collezionisti d'arte abbracci facilmente l'acquisto di opere d'arte online. L'evoluzione tecnologica sempre più rapida è in grado di presentare e vendere opere d'arte online in modi vari e simili alla realtà. Acquistare online è semplice, veloce e sicuro, il che favorisce anche spese a prezzi più alti (Art Basel, 2021).

Da questi trend ne deriva che l'industria dell'arte tradizionale deve essere in grado di seguire questi cambiamenti per rimanere rilevante tra i collezionisti della Next Gen, costruendo una forte presenza online indipendente o unendosi a una delle piattaforme online con la comunità consolidata di acquirenti d'arte. Secondo i dati di Hiscox per attrarre la Next Gen è importante un ambiente di negoziazione intuitivo e trasparente in cui fattore determinante è proprio la trasparenza dei prezzi. I mercati d'arte online, come il mercato NFT, tendono a mantenere i prezzi visibili al pubblico rispetto all'esclusività del mercato d'arte tradizionale, in cui i prezzi delle opere d'arte sono mantenuti nel dialogo privato tra commerciante e acquirente (Hiscox, 2020).

2.1 LIMITI E POSSIBILITÀ DELLO SCENARIO ATTUALE

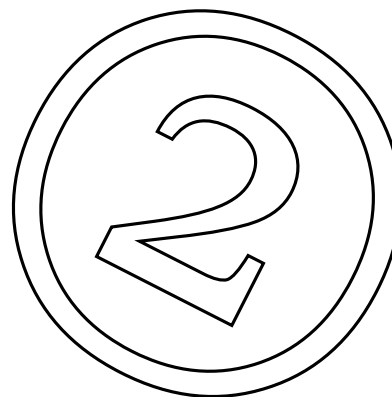
- 2.1.1 Qualità della blockchain: democraticità e autenticità
- 2.1.2 Rischi della blockchain: mancanza di un'autorità centrale
- 2.1.3 Selezione e quantità di NFT nelle piattaforme crypto
- 2.1.4 I possibili ruoli e interventi della galleria nel contesto NFT

2.2 ANALISI DI IBRIDI TRA COLLEZIONISMO TRADIZIONALE E CRYPTO: CASI STUDIO

- 2.2.1 Metodo di analisi dei casi studio
- 2.2.2 Descrizione e analisi dei casi studio
- 2.2.3 Posizionamento dei casi studio
- 2.2.4 Insights dai casi studio

2.3 INDAGINE SCENARIO TRAMITE QUESTIONARIO

- 2.3.1 Metodo di analisi tramite questionario
- 2.3.2 Campione di risposta questionario
- 2.3.3 Insights questionario: Abitudini e rapporto con l'arte
- 2.3.4 Identificazione target e bisogni



Definiti quindi nella fase di documentazione i trend odierni del mercato e dei collezionisti di nuova generazione, la ricerca si pone l'interrogativo di come possa la galleria tradizionale inserirsi nel contesto del collezionismo di NFT e, più in generale, se possa avere in esso un ruolo.

Sono stati quindi inizialmente presi in considerazione una serie di fattori e considerazioni di esperti in campo di arte digitale e NFT per capire alcuni limiti insieme alle possibilità date dalle piattaforme di vendita NFT in relazione al contesto tradizionale delle gallerie.

Successivamente sono stati raccolti esempi di casi studio di come diverse realtà abbiano creato modalità di contatto tra le realtà più tradizionali e quelle più innovative dell'arte digitale, mettendo così in relazione gli 'established collectors' e i 'new generation collectors'.

Infine, è stato condotto un questionario per analizzare le abitudini e gli interessi da parte degli appassionati d'arte per ricercare possibili mancanze e identificarne i bisogni.

2.1 Limiti e possibilità dello scenario attuale

Dalla precedente documentazione sul mondo della crypto arte e degli NFT dell'elaborato, sono già stati esposti le innovazioni insite nel loro meccanismo, che ne determinano numerosi vantaggi. Ci sono comunque alcune considerazioni, che risulta utile aggiungere, che riguardano gli aspetti positivi e allo stesso tempo le possibili minacce di questo scenario.

2.1.1 Qualità della blockchain: democraticità e autenticità

Nello scenario del mercato dell'arte attuale ci si chiede quindi come sta cambiando il collezionismo tradizionale con le nuove innovative possibilità date dalla blockchain. Si ritiene che la blockchain abbia qualità più democratiche rispetto al mercato dell'arte tradizionale in quanto gli artisti possono vendere direttamente le loro opere senza passare per intermediari.

La tecnologia della blockchain inoltre può essere utilizzata come certificazione e validità dell'opera d'arte, sia fisica che digitale. Infatti Norton, CEO and co-founder di Verisart, sostiene

“By using shared cryptographic attestations and a shared timeline, you can build better standards for Certificates of authenticity”(Norton in Torres, 2022).

2.1.2 Rischi della blockchain: mancanza di un'autorità centrale

Allo stesso tempo però la mancanza di un'autorità centrale che controlla il mercato implica

rischi di investimento e truffe a spese sia degli artisti che degli investitori. Per quanto riguarda i primi, i truffatori si spacciano spesso per creatori affermati, mentre a livello di collezionista capita che ci siano dei furti di opere d'arte digitali ed intere collezioni. Inoltre, secondo Andrea Baronchelli, professore della City University di Londra e responsabile del tema della Token Economy all'Alan Turing Institute, la deregolamentazione del mercato crypto attirerebbe tutti i tipi di acquirenti e attività illecite, come il riciclaggio di denaro (Torres, 2022).

■ Figura 16:
Caratteristiche contraddittorie legate al concetto di trasparenza, innovazione e proprietà degli NFT.

⇔ Contraddizioni del sistema di proprietà NFT



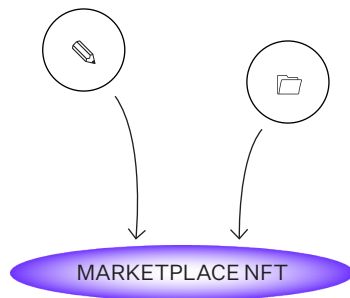
2.1.3 Selezione e quantità di NFT nelle piattaforme crypto

Un altro fattore da tenere in considerazione è l'assenza di una distinzione degli assets NFT all'interno della maggior parte dei marketplace di vendita NFT: artisti blue chip, come già detto le personalità più affermate nel sistema dell'arte, e artisti sconosciuti non hanno differenziazione così come non c'è una vera e propria catalogazione per tipologia d'arte.

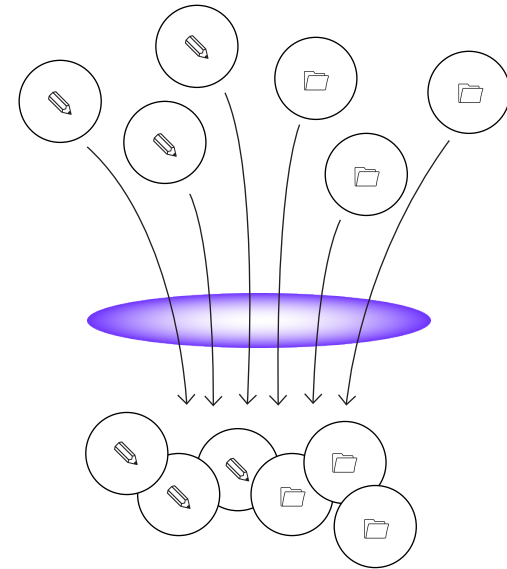
Questo era uno dei motivi per cui gli NFT hanno preso tanto piede, la mancanza di intermediari e la possibilità di contatto diretto tra artista e collezionista, ma nasconde in sé anche una delle problematiche maggiori di questo fenomeno.

Si stanno già diffondendo alcune piattaforme dedicate alla crypto arte che presenta no anche un aspetto più curatoriale nelle quali viene fatta una selezione preliminare dell'arte venduta come spiegato nel capitolo 1.3.6.

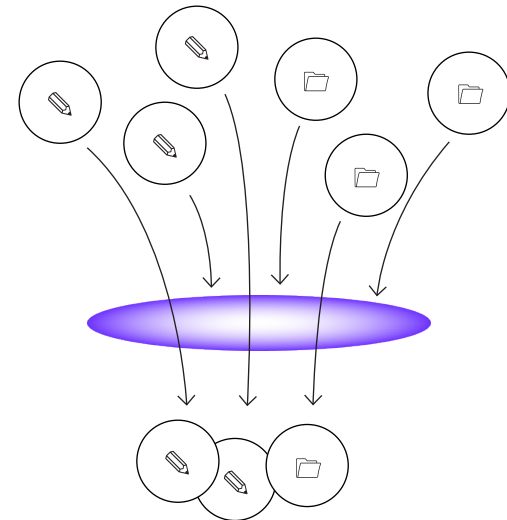
■ Figura 17: Comportamento generale dei marketplace di vendita NFT e selezione per le piattaforme open e curatoriali.



Piattaforme Open NFT:
si comportano come un imbuto



Piattaforme Curatoriali NFT:
si comportano come un setaccio



Di seguito alcune delle piattaforme più popolari e conosciute per la compravendita di Crypto Arte (Rossini, 2021).

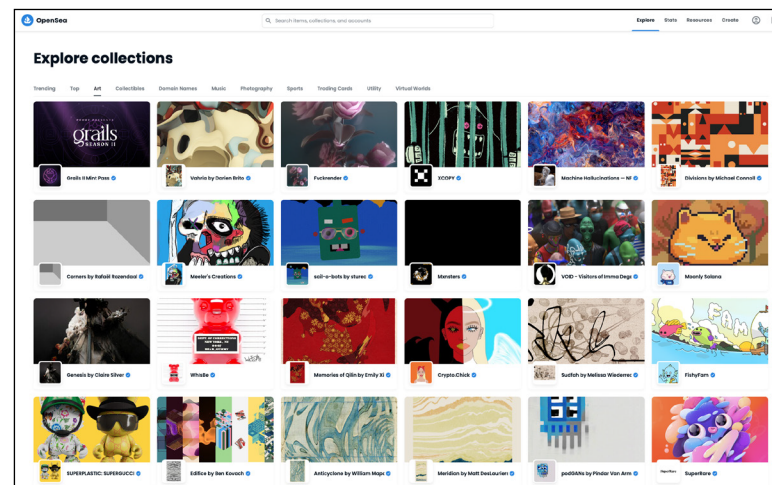
Figura 18: Esempi di Piattaforme Open e generali di vendita nel quale non vi è selezione di segmenti di vendita e di opere vendute.

PIATTAFORME OPEN



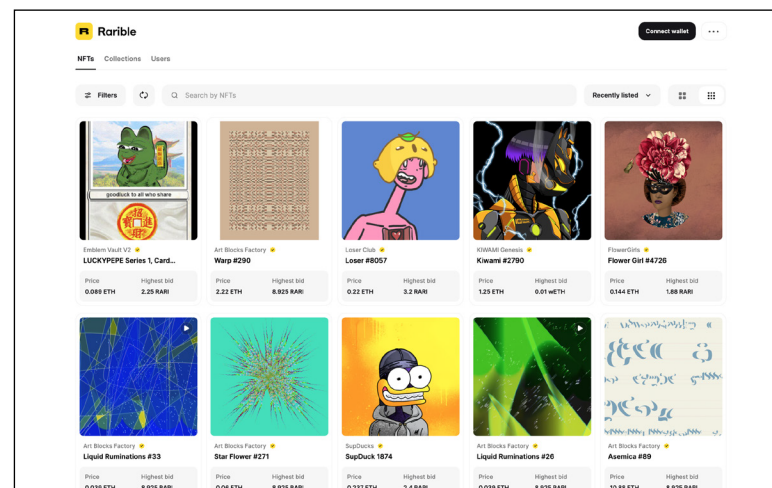
Open Sea

Come suggerisce il nome Open Sea è una piattaforma open ed è il più grande marketplace per il collezionismo asset digitali dal 2017, anno di fondazione. Nel 2021, le statistiche hanno registrato un aumento di circa il 400% delle vendite avvenute su questo marketplace, da otto a trentadue milioni di dollari, motivo per cui è stato paragonato a una specie di Ebay del mondo del business delle criptovalute, un luogo dove è possibile vendere e collezionare risorse di ogni tipo, tra cui la cryptoarte.



Rarible

Rarible, piattaforma open nata nel 2020 circa. In questo caso, la tecnologia Blockchain viene utilizzata per fornire agli artisti e ai collezionisti digitali uno strumento per connettersi al mercato della cryptoarte. La peculiarità di questo sistema è la creazione e la presenza di una comunità legata al mercato, protagonista del meccanismo. Infatti, la gestione della piattaforma si basa su un sistema autonomo e decentralizzato controllato direttamente dagli utenti che vi prendono parte.



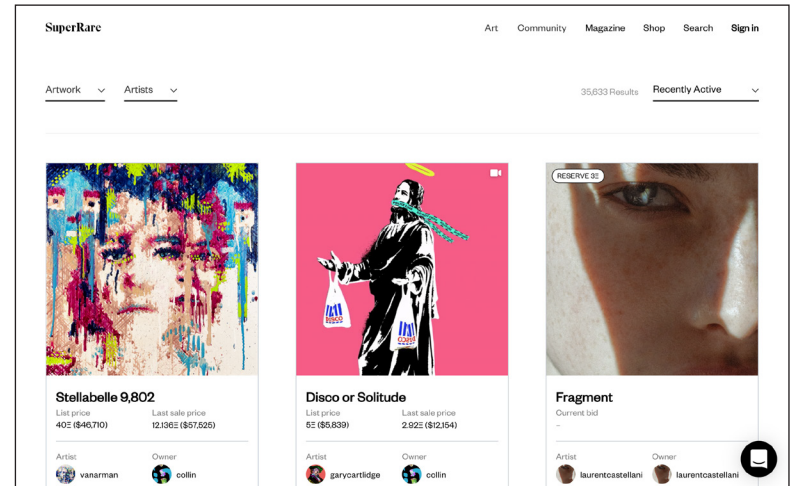
■ Figura 19: Esempi di Piattaforme Curatoriali che si concentrano sulla vendita di NFT selezionati relativi alla segmentazione arte, quindi crypto arte.

PIATTAFORME CURATORIALI

SuperRare

Super Rare

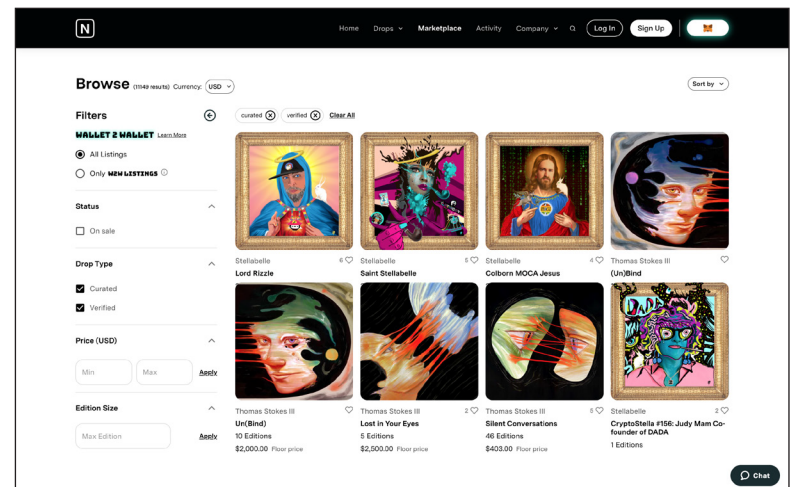
Creato nel 2017 Super Rare è un marketplace curatoriale dedicato alla Crypto Arte. Rispetto ad altre piattaforme viene fatta una selezione di artisti in quanto per includere un pezzo è necessario l'invio di un video di presentazione e una dichiarazione che attesti le capacità e le competenze del candidato, oltre alla condivisione del portfolio dell'artista. Super Rare inoltre permette agli utenti di visualizzare i migliori collezionisti individuati dalla piattaforma, insieme agli artisti di maggiore tendenza, alle opere vendute e ai ricavi ottenuti.



Nifty Gateway

Nifty Gateway

Nifty Gateway è una piattaforma curatoriale fondata nel 2019. Su questo marketplace è possibile vendere, acquistare e proporre 'Nifties', il nome con cui il sistema si riferisce ai NFT. Una delle caratteristiche della piattaforma è che permette di eseguire vendite multiple e non, attraverso aste o vendite programmate.



2.1.4 I possibili ruoli e interventi della galleria nel contesto NFT

Nel mercato tradizionale, il ruolo delle istituzioni artistiche quali gallerie, musei, fondazioni e altre è sempre stato quello di garantire l'affidabilità nell'acquisto, il valore artistico e l'autenticità delle opere, rendendole punto di riferimento per i collezionisti.

La ricerca si pone lo scopo di capire se l'istituzione galleria possa ancora avere un ruolo nel contesto NFT. Alcune gallerie si sono già inserite nel fenomeno in diverse modalità: alcune hanno già cominciato a vendere NFT di artisti emergenti come una sezione parallela della propria collezione, altre hanno tenuto delle esibizioni fisiche o digitali con opere NFT e non solo, altre hanno creato NFT di oggetti della propria collezione.

La coppia milanese di collezionisti Tatiana Yasinek e Roberto Borgonovo ritengono a metà 2021 che

“I due mondi sono ancora troppo diversi e distanti, ci vorrà del tempo per capire come i vari attori potranno interagire. Per un artista digitale è più facile conciliare i due mondi rispetto ad un pittore. A nostro avviso al momento le gallerie hanno un ruolo limitato, in quanto questo mercato nasce proprio con l'intenzione di by-passare gli intermediari. Per le gallerie risulta difficile operare in questo mercato, mancando la “materialità” del bene, tuttavia potrebbero avere un ruolo educativo o di avvicinamento dei collezionisti a questo nuovo mondo, anche se mancherebbe l'aspetto del ritorno diretto derivante da questa attività” (Borgonovo e Yasinek in Longhi, 2021).

Mentre Bruno Izzi e Fabio Zivoli del collettivo di collezionisti Underdog Collection dichiarano, sempre nello stesso periodo, che

“Non sappiamo dire se le gallerie avranno, o potranno avere, un ruolo primario nella promozione, tutela e vendita degli artisti di NFT e dei loro lavori. Crediamo che questo tipo di arte possa e debba avere

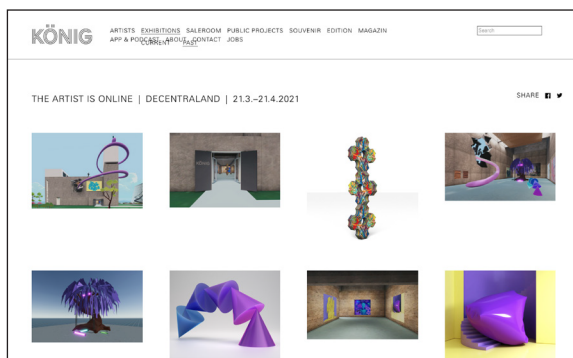
la stessa dignità di un lavoro di arte fisica (dipinti, sculture, fotografie). Già alcune gallerie, come Pace Gallery o Galerie König, stanno andando verso questa direzione, pertanto non riteniamo impossibile che alcune gallerie possano operare nel mondo degli NFT con gli stessi strumenti utilizzati attualmente per l'arte cosiddetta tradizionale” (Underdog Collection in Longhi, 2021).

Come citate da Underdog Collection, ci sono infatti istituzioni tradizionali come la Galleria König, il Museo della Permanente di Milano, la Galleria Uffizi e Palazzo Strozzi di Firenze, così come la maggior parte degli eventi legati al mondo dell'arte tradizionale quali le fiere del calibro di Art Basel Miami e la Biennale d'Arte di Venezia, in cui gli NFT stanno diventando un asset comune.

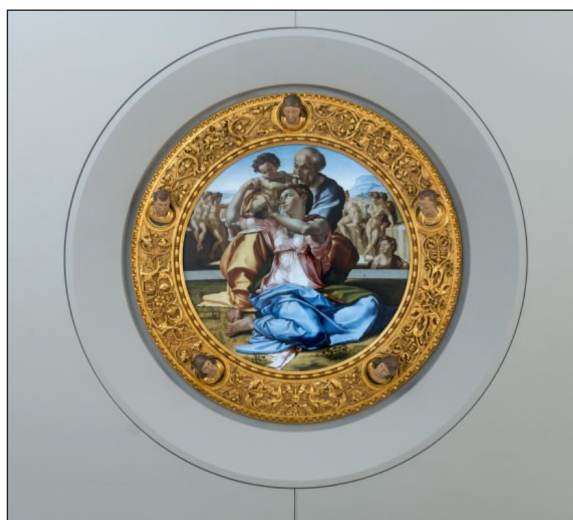
In particolare la Galleria König nella primavera 2021 ha deciso di rendere visibile l'esibizione *The Artist is Online: Digital Paintings and Sculptures in a Virtual World* sulla piattaforma blockchain basata su Ethereum Decentraland. La galleria ha organizzato un'asta di sei giorni per le opere della mostra sulla piattaforma di trading NFT OpenSea. Secondo Anika Meier, che ha co-curato lo spettacolo con Johann König, la vendita è stata un esperimento per vedere se i suoi clienti si sentivano a proprio agio nelle transazioni con criptovalute. L'esibizione ha avuto grande successo con quasi tutte le 29 opere vendute (Boucher, 2021).

Anche la storica Galleria degli Uffizi di Firenze si è avvicinata al contesto NFT nel maggio 2021 e ha venduto il dipinto di Michelangelo *Tondo Doni* in formato NFT per una somma di €140.000. Ogni pezzo venduto dagli Uffizi e creato dalla compagnia Italiana Cinello è accompagnato da un certificato di autenticità firmato da Eike Schmidt, direttore del museo.

■ Figura 20:
L'esibizione *The Artist is Online: Digital Painting and Sculptures in a Virtual World* sul sito della Galleria Köning.



■ Figura 21:
Il celebre *Tondo Doni* di Michelangelo venduto come NFT digitale dalla Galleria degli Uffizi di Firenze nel 2021.



Questo sistema ha permesso alla galleria di avere un nuovo introito dopo qualche anno di difficoltà dovuto alla pandemia globale, ma si tratta di un esempio applicativo peculiare in cui l’NFT creato è la copia di un’opera fisica. Questa questione riguardante l’NFT di un corrispettivo fisico rappresenta uno dei punti di discussione maggiore quando si parla di NFT. Serena Tabacchi, direttrice del Museum of Contemporary Digital Art ad esempio ritiene che l’arte fisica e gli NFT debbano rimanere

separati e che la trasposizione di un’opera fisica in digitale non porti nulla di nuovo in termini di valore artistico (Koinsquare, 2021). Allo stesso tempo questa operazione rappresenta anche una nuova opportunità sia per le gallerie, che hanno una nuova fonte di guadagno, sia per i collezionisti che possono fruire di un’opera fisica di valore digitalmente e possederne la controparte digitale.

Altri esempi di un interesse crescente da parte delle realtà più tradizionali nei confronti della crypto arte sono dimostrabili dalle numerose esibizioni di istituzioni artistiche comunemente utilizzate per le mostre di opere d’arte fisica come il Museo della Permanente di Milano, che nel dicembre 2021 ha ospitato 2121 *Crypto Art is Now*, la prima esposizione museale dedicata alla crypto arte in Italia curata da DART | Dynamic Art Museum, così come la mostra del maggio 2022 *Let’s Get Digital* presso Palazzo Strozzi di Firenze.

In questi casi l’intento è stato quello di mostrare una selezione di artisti, alcuni tra i pionieri nel campo e altri più emergenti, per esibire la crypto arte contemporanea e dare modo di fruirne in un luogo fisico e riconosciuto da tutti.

Rimangono comunque episodi isolati e relegati a chi ha modo di assistervi e di rimanere informato a riguardo.

Ci sono invece altri casi, riportati di seguito e presi come riferimento, in cui la volontà alla base è quella di unire e riportare il mondo emergente degli NFT a quello tradizionale.

2.2 Analisi di ibridi tra collezionismo tradizionale e crypto: casi studio

Come detto esistono diversi esempi e dimostrazioni di come si sia cercato un punto di incontro tra il mondo dell'arte più tradizionale situato originariamente nelle gallerie e l'attuale decentralizzazione digitale degli NFT.

Ci sono diverse modalità e scenari possibili che sono stati attuati sia dalle gallerie tradizionali sia dagli artisti digitali per permettere un contatto tra quello che è sempre stato e ciò che è invece nuovo e meno conosciuto, per permettere a un più ampio bacino di utenti e in particolare di collezionisti di avvicinarsi alla crypto arte.

Sono state quindi prese in esame alcune realtà differenti considerando il loro profilo, l'arte esibita o venduta e le modalità comunicative e informative utilizzate.

2.2.1 Metodo di analisi dei casi studio

Ogni realtà è stata analizzata considerando diversi criteri di valutazione che permettessero una valutazione dello stato dell'arte delle realtà che uniscono tradizionale e digitale inteso come vendita di NFT.

Prima di tutto sono state raccolte le informazioni generali riguardanti il profilo quali nome realtà, anno di origine, categoria o tipologia di realtà e tipologia di arte esposta, per poter dare una classificazione generale a livello di posizionamento di mercato e temporale.

Successivamente sono stati fissati dei

criteri di analisi per un'analisi più specifica di ogni caso studio quali:

- ◊ **Canali espositivi**, intesi come le modalità di esposizione dell'arte venduta o presentata dalla realtà;
- ◊ **Canali di vendita** ovvero se la vendita è gestita da una piattaforma interna o si appoggia a marketplace esterni o se è associata a luoghi fisici;
- ◊ **Canali informativi** ovvero i mezzi utilizzati per comunicare e aggiornare il pubblico sull'arte venduta o presentata. Di questi sono stati indicati anche quelli utilizzati per la formazione e creazione della community, aspetto molto rilevante nel contesto crypto come detto nel capitolo 1.3.7;
- ◊ **Qualità e rigidità di curatela** ovvero se la modalità di scelta degli artisti e dell'arte rappresentata è più o meno passiva, determinando in questo modo anche la quantità di opere esposte o vendute;
- ◊ **Quantità e qualità delle informazioni** quindi la frequenza e la presenza informativa della realtà nell'aggiornare la community sui nuovi lanci, sulle mostre e sugli artisti. Per questo criterio si è voluto includere anche la capacità dell'istituzione di informare e aggiornare anche su novità del mondo crypto e i trends del momento attraverso la presenza di blog, journal e contenuti editoriali attuati sui canali informativi utilizzati;
- ◊ **Accessibilità e didattica** intesi come la facilità da parte di un nuovo utente o interessato di avvicinarsi alla realtà e comprenderla. Con questo si intende quindi la presenza o meno di contenuti educativi sul mondo crypto e la reperibilità di tali informazioni. Spesso contenute nella sezione FAQ o Help Center dei siti e per

questo motivo spesso nascoste e difficilmente raggiungibili.

LOGO	Nome Anno di origine Tipologia di realtà Tipologia di arte
CANALI ESPOSITIVI	<ul style="list-style-type: none"> • Mostre fisiche • Mostre Online • Metaverso
CANALI DI VENDITA	<ul style="list-style-type: none"> • Online, marketplace personali • Online, marketplace terzi • Luogo Fisico
CANALI INFORMATIVI	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Social media • Newsletter <p>♥ Canali che generano Community</p>
CURATELA	<p>passiva ————— attiva</p> <p>- ————— +</p> <p>molte opere ————— poche opere</p>
INFORMAZIONE	<p>- ————— +</p> <p>quantità e qualità di informazioni</p>
ACCESSIBILITÀ E DIDATTICA	<p>- ————— +</p> <p>presenza didattica e facilità di accesso</p>

■ Figura 22: Criteri di analisi e valutazione dei casi studio presi in esame basati sull’osservazione dei ‘touchpoint’ e canali utilizzati dalle realtà considerate.

2.2.2 Descrizione e analisi dei casi studio

Gallerie Tradizionali

PACE VERSO X PACE GALLERY

Pace Gallery è una galleria d’arte conosciuta a livello internazionale che rappresenta alcuni degli artisti contemporanei e delle collezioni più influenti del secolo scorso. La galleria, fondata nel 1960 da Arne Glimcher, presenta ad oggi nove sedi in diverse città tra cui Londra, Ginevra, New York e spazi permanenti in Asia a Hong Kong e Seul.

Pace Gallery cerca anche di supportare gli artisti contemporanei e emergenti attraverso un solido programma, che comprende mostre, progetti esclusivi di artisti, installazioni pubbliche, collaborazioni istituzionali, performance e progetti interdisciplinari.

Al centro dell’attività della galleria rimane una visione volta all’avanguardia e all’innovazione (PaceGallery.com, About). Incline a questi valori, il 22 Novembre 2021 la galleria ha lanciato la sua piattaforma personale di NFT chiamata Pace Verso, scelta innovativa e insolita per una galleria tradizionale. Come dichiara Marc Glimcher, presidente e CEO della galleria, la creazione della piattaforma rientra nella volontà di permettere agli artisti digitali emergenti di essere da questa rappresentati.

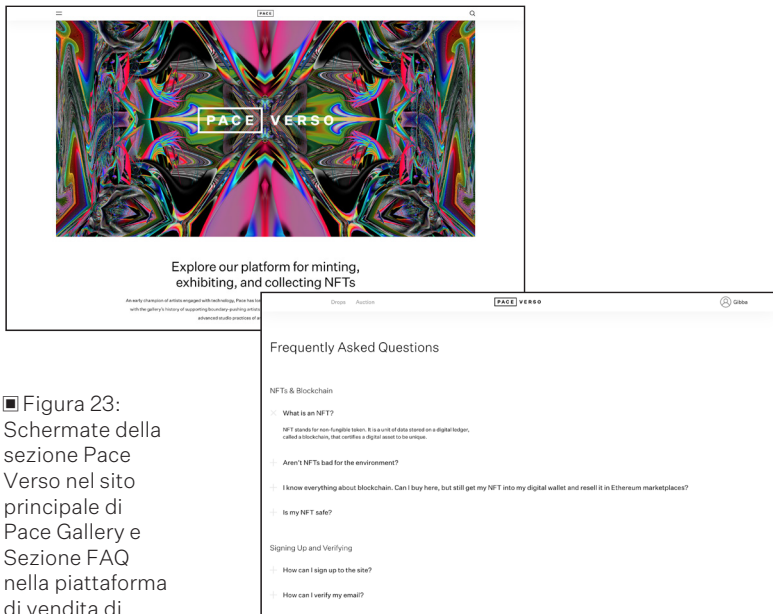
“Our philosophy is to build the tools our artists need, and Pace Verso is now a core strand of our NFT programming. Alongside offering artists the opportunity to show and sell NFTs on our own Pace Verso platform, we will continue to support standalone NFT projects with other partners” (Glimcher in Anapur, 2021).

Pace Verso è stata lanciata con le opere di uno dei pionieri dell’arte digitale, Lucas Samaras, con alcuni pezzi del suo progetto XYZ. Ogni pezzo veniva venduto insieme a una stampa incorniciata, recante sul retro il link ad una pagina web dell’opera insieme agli

scritti dell'autore. L'idea di collaborare con artisti digitali a loro modo "storici" fa sì che l'arte presentata sia più autentica e frutto di un estro creativo nato nell'ambiente stesso in cui viene venduto.

Un altro aspetto interessante della piattaforma Pace Verso è che la sua nuova rete blockchain è ottimizzata per cultura e creatività. La rete offre bassi costi del gas e consumi energetici ridotti rispetto ad altri sistemi di scambio NFT.

Inoltre, per combattere le emissioni di CO2, il dieci per cento della vendita di Block Universe 2021, una delle opere presentate, di studio DRIFT in collaborazione col musicista Don Diablo, è stato donato a JustDiggIt, un'organizzazione impegnata a combattere il riscaldamento globale rinverdendo l'Africa (Torres, 2022).



■ Figura 23: Schermate della sezione Pace Verso nel sito principale di Pace Gallery e Sezione FAQ nella piattaforma di vendita di NFT Pace Verso.

<p>PACE VERSO x PACE</p>	<p>Pace Verso x Pace Gallery 2021 Piattaforma Online x Galleria Tradizionale Arte digitale</p>
<p>CANALI ESPOSITIVI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Drop e aste online • Online Journal • Gallerie Fisiche • Mostre Fisiche • Mostre Online
<p>CANALI DI VENDITA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Online sul proprio marketplace o collaborazioni con artisti con vendita su marketplace esistenti di NFT
<p>CANALI INFORMATIVI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Instagram ♡ • Twitter ♡ • Facebook ♡ • Youtube ♡ • Newsletter ♡ • Discord ♡
<p>CURATELA</p>	<p>- -----●-----+</p>
<p>INFORMAZIONE</p>	<p>- -----●-----+</p>
<p>ACCESSIBILITÀ E DIDATTICA</p>	<p>- -----●-----+</p>

■ Figura 24: Applicazione dei criteri di analisi alla piattaforma di vendita di NFT Pace Verso della Pace Gallery.

Gallerie Digitali

MONOLITH GALLERY

Fondata da Chikai Ohazama, MONOLITH Gallery reimmagina una galleria digitale che si pone in primo piano di fronte alla curatela. MONOLITH include un negozio di vendita NFT, classifiche per le categorie di artisti, oltre a molti progetti e collaborazioni con artisti.

Il fondatore Chikai Ohazama l'anno scorso si è tuffato a capofitto negli NFT sfruttando competenze sviluppate per costruire e scalare Google Earth, di cui è stato un co-creatore. La sua visione per MONOLITH è quella di rendere visibile l'invisibile e riunire il vecchio e il nuovo.

Il manifesto stesso dichiara

“MONOLITH Gallery is an open curation platform that reimagines the gallery space. Artists and collectors can submit works from their collection to be considered for exhibition in one of the many halls designed by world-class artists. It is meant to bring more visibility to more artists and also show the value of curation and what a great curator can do” (Monolith Gallery, About)

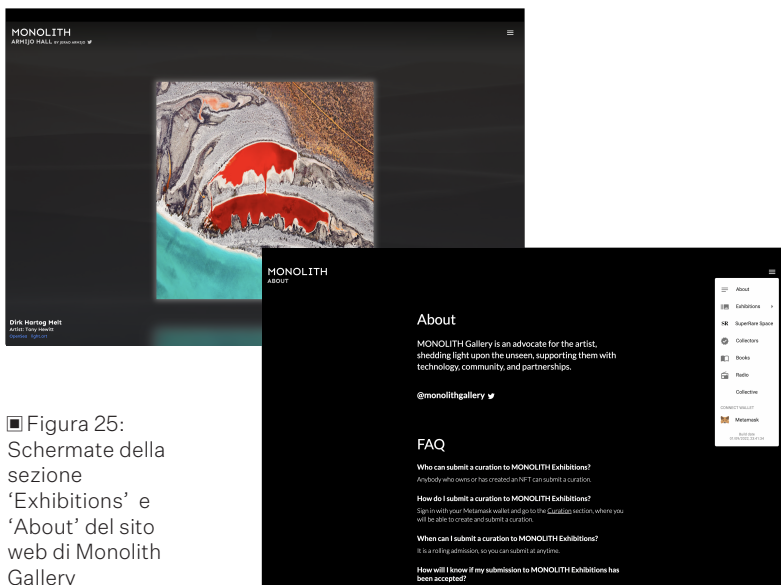


Figura 25: Schermate della sezione 'Exhibitions' e 'About' del sito web di Monolith Gallery

	Monolith Gallery 2022 Galleria Digitale Arte digitale
CANALI ESPOSITIVI	<ul style="list-style-type: none"> • Mostre Online • Marketplace SuperRare
CANALI DI VENDITA	<ul style="list-style-type: none"> • Marketplace SuperRare
CANALI INFORMATIVI	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Twitter ♡
CURATELA	- -----●----- +
INFORMAZIONE	- -----●----- +
ACCESSIBILITÀ E DIDATTICA	- -----●----- +

Figura 26: Applicazione dei criteri di analisi alla realtà di Monolith Gallery.

Musei Digitali

MUSEUM OF CONTEMPORARY DIGITAL ART (MO-CDA)

Il MoCDA, Museum of Contemporary Digital Art, fondato nel 2019 da Serena Tabacchi e da Dominic Perini, offre formazione sull'arte digitale e tecnologia ad artisti, collezionisti, istituzioni e amanti dell'arte. Il MoCDA è infatti un museo che espone opere digitali allo scopo di documentare, raccogliere e promuovere la posizione dell'arte digitale.

La co-founder, CEO e direttrice Serena Tabacchi dichiara infatti

“MoCDA è un Museo dedicato all'arte contemporanea digitale. MoCDA nasce dalla voglia di creare uno spazio virtuale, non votato esclusivamente alla promozione, ma anche alla conoscenza ed esposizione di progetti d'arte contemporanea e tecnologia” (Roncati, 2020).

Il MoCDA fornisce le basi per comprendere l'arte digitale nel suo contesto, piuttosto che come mero sottoprodotto del mondo dell'arte più ampio. La piattaforma MoCDA vuole offrire a tutti uno spazio per connettersi, scoprire e imparare di più su questo tipo d'arte cercando di puntare sull'educazione e sulla promozione di quella digitale contemporanea in modo inclusivo e orientato al futuro, incoraggiando l'impegno di un pubblico eterogeneo con un approccio orientato all'artista.

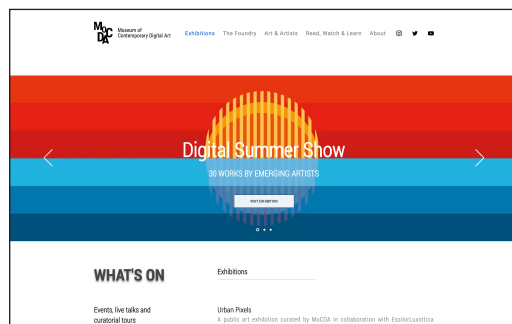


Figura 29: Schermata della sezione 'Exhibitions' del sito del Museum of Contemporary Digital Art.

	Museum of Contemporary Digital Art 2019 Museo Arte digitale
CANALI ESPOSITIVI	<ul style="list-style-type: none">• Mostre Fisiche• Mostre Online• Spazio virtuale <i>The Foundry</i> su SuperRare
CANALI DI VENDITA	<ul style="list-style-type: none">• Online solo sullo spazio virtuale <i>The Foundry</i> su SuperRare
CANALI INFORMATIVI	<ul style="list-style-type: none">• Website• Instagram• Twitter• Facebook• Youtube• Discord• LinkedIn• Newsletter
CURATELA	- -----●----- +
INFORMAZIONE	- -----●----- +
ACCESSIBILITÀ E DIDATTICA	- -----●----- +

Figura 30: Applicazione dei criteri di analisi al Museum of Contemporary Digital Art.

MUSEUM OF CRYPTO ART (MoCA)

Il Museum of Crypto Art (MoCA) è una galleria d'arte virtuale fondata dagli amici e investitori di lunga data Pablo Rodriguez-Fraile e Colborn Bell e progettata da Desiree Casoni. È stata lanciata nell'aprile 2020 all'interno di Somnium Space, uno spazio virtuale costruito sulla blockchain di Ethereum.


Come istituzione culturale di criptoarte, MoCA vuole essere uno spazio di discussione sull'arte digitale, la criptocultura, la tecnologia e la rivoluzione NFT.

I sistemi di curatela della galleria e i suoi livelli sociali interattivi mirano a connettere artisti e collezionisti per creare relazioni tra essi creando nuove dinamiche in grado di trasformare il modo in cui le collezioni d'arte digitale vengono coltivate e condivise.

MoCA mette in mostra opere d'arte digitali nel Metaverso e in spazi fisici a livello globale. La galleria cura eventi che esplorano le nicchie della Crypto Art in collaborazione con la loro comunità e con organizzazioni affini. Le opere sono state esposte virtualmente in Somnium Space, Decentraland, Arium, Shoyu, Webaverse, NeosVR e fisicamente in 14 città: Amsterdam, Dublino, Zurigo, Praga, Bad Oeynhausen, Suzhou, Shanghai, Delhi, New York, Boston, Miami, Los Angeles, Denver, Austin.



■ Figura 31: Schermata della 'Home' manifesto del sito del Museum of Crypto Art.

	Museum of Crypto Art 2020 Museo-Galleria Virtuale Arte digitale
CANALI ESPOSITIVI	<ul style="list-style-type: none"> • Mostre Fisiche • Mostre Online • dApp • Opensea • Metaverse Museum in Somnium Space
CANALI DI VENDITA	No
CANALI INFORMATIVI	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Instagram ♥ • Twitter ♥ • Facebook ♥ • Youtube ♥ • Discord ♥ • LinkedIn ♥ • Newsletter ♥
CURATELA	- -----●----- +
INFORMAZIONE	- -----●----- +
ACCESSIBILITÀ E DIDATTICA	- -----●----- +

■ Figura 32: Applicazione dei criteri di analisi al Museum of Crypto Art.

Piattaforme

INSTITUT

Institut si tratta di una piattaforma digitale di vendita di NFT d'arte lanciata a settembre 2021, legata alla galleria The Unit London, che ha come fine quello di ispirare le nuove generazioni di artisti e collezionisti così come dice il loro manifesto "We exist to champion creativity and inspire the next generation of artists and collectors" (Unit London, Editions, About).

Come piattaforma curata per talenti artistici emergenti e affermati a livello internazionale, Institut incoraggia e supporta l'innovazione nella pratica artistica.

La missione della piattaforma è quella di creare uno spazio in cui le comunità di collezionisti tradizionali e digitali possano incontrarsi ritenendo che la tecnologia possa rendere l'arte più accessibile, coinvolgendo un nuovo pubblico.

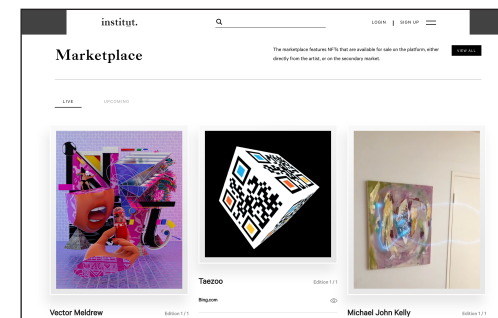
Institut presenta due approcci di vendita d'arte:

- ◊ Institut Marketplace, dove è possibile sfogliare gli NFT disponibili per l'acquisto, sia da Drop live, sia da collezionisti che rivendono i loro NFT sul mercato secondario. È presente anche un filtro per restringere la ricerca e aggiungere gli NFT a una watchlist e rimanere informati a riguardo.

- ◊ Institut Drops, dove un artista solista o un gruppo di artisti creano nuovi lavori NFT da pubblicare per la prima volta.

institut.	Institut 2021 Piattaforma Arte digitale + edizioni stampate
CANALI ESPOSITIVI	<ul style="list-style-type: none"> • Drop + Marketplace Online per NFT • Arium Metaverse
CANALI DI VENDITA	<ul style="list-style-type: none"> • Online sul proprio marketplace per arte digitale NFT
CANALI INFORMATIVI	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Discord ♡ • Instagram ♡ • Twitter ♡ • Newsletter ♡
CURATELA	- -----●----- +
INFORMAZIONE	- -----●----- +
ACCESSIBILITÀ E DIDATTICA	- -----●----- +

■ Figura 33: Applicazione dei criteri di analisi alla piattaforma di Institut.



■ Figura 34: Schermata del marketplace di NFT della piattaforma di Institut.

VALUART


VALUART è una piattaforma nata nel 2021 in Svizzera e volta a creare un ecosistema digitale al servizio di artisti e collezionisti che desiderano aumentare il valore della loro arte posseduta. Oltre a essere una piattaforma di trading NFT, VALUART mette a disposizione dei suoi clienti un team di specialisti che guida nel processo di certificazione e valorizzazione delle loro opere d'arte.

Valuart collabora con artisti, collezionisti, fondazioni, Brand e altri attori del mondo dell'arte e del design, nonché con i proprietari di NFT, per trovare nuovi modi per aumentare il valore e monetizzare in altro modo gli asset unici.

Valuart dispone inoltre di un luogo fisico a Lugano, Svizzera, dove vengono realizzate mostre e installazioni di alto livello per il mondo crypto e dell'arte tradizionale.



■ Figura 35: Schermate della 'Home' e della sezione legata alle zone espositive fisiche della piattaforma di Valuart.

	ValuArt 2021 Servizio + Piattaforma + Galleria fisica Arte digitale
CANALI ESPOSITIVI	<ul style="list-style-type: none"> • Mostre Online • Mostre Fisiche • NFT Marketplace Online • Galleria Fisica • Hadem Multiverse
CANALI DI VENDITA	<ul style="list-style-type: none"> • Online sul proprio marketplace
CANALI INFORMATIVI	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Discord ♥ • Instagram ♥ • Spotify • Twitter ♥ • Youtube ♥ • Telegram ♥ • Newsletter ♥
CURATELA	- -----●----- +
INFORMAZIONE	- -----●----- +
ACCESSIBILITÀ E DIDATTICA	- ●----- +

■ Figura 36: Applicazione dei criteri di analisi alla piattaforma di Valuart.

Phygital /
Digital Artist

ANDRÉS REISINGER

Andrés Reisinger, di origini argentine, è uno dei digital artist più acclamati dell'ultimo periodo. Nel suo Reisinger studio, con sede a Barcellona, crea progetti accurati caratterizzati da immagini oniriche che hanno attirato l'interesse di molti collezionisti, anche tradizionali, brand e gallerie d'arte internazionali. È stato nominato da "Forbes 30 Under 30" come uno degli artisti che creano e progettano il futuro dell'arte. Il suo mercato è cresciuto nell'ultimo periodo, con opere che hanno raggiunto un'asta da mezzo milione di dollari alla New York Evening Sale di Christie's (Arcadia, \$ 525.000, Christie's, novembre 2021).

La particolarità di Reisinger è il suo attaccamento con la fisicità del mondo reale. Infatti ha collaborato con diverse gallerie tradizionali per creare esposizioni definite di arte phygital, termine che in realtà non piace all'artista in quanto fortemente commerciale e trendy. In altri termini la sua arte digitale viene utilizzata come punto di partenza per creare oggetti fisici, in particolare sedie, che possono essere considerate a metà via tra arte e design.

In occasione della Milano Design Week 2021 con la sua installazione Odyssey presso la galleria milanese Nilufar (nella sede di Nilufar Depot) Reisinger ha presentato tre poltrone-sedie fisiche accompagnate dal loro ambiente nativo digitale come sfondo. Le tre sedute infatti appartenevano alla collezione digitale The Shipping creata precedentemente dall'artista e venduta in meno di dieci minuti per un valore totale di \$450,000 sulla piattaforma online di Nifty Gateway.

Reisinger continua a creare arte digitale e a vendere NFT, così come continua a collaborare con molte realtà fisiche: la fiera di Art Basel Miami 2021 con il progetto The Smell of

Pink, Collectional Gallery per Art Dubai 2022 con il progetto Sun Leaf, Palazzo Strozzi di Firenze per l'esibizione Let's Get Digital 2022 con il progetto Arcadia. Per quest'ultima non c'era nessun elemento fisico, ma la serie di lavori presentati dai diversi digital artist erano trasmessi da schermi; nel caso di Reisinger, si trattava di un'opera video-poetica realizzata insieme alla poetessa Arch Hades e il compositore RAC sull'angoscia del vivere contemporaneo.

Andrés Reisinger si è inserito anche nella progettazione di case e ambienti per il Meta-verso, ne è un esempio la Winter House, lanciata a Febbraio 2022.

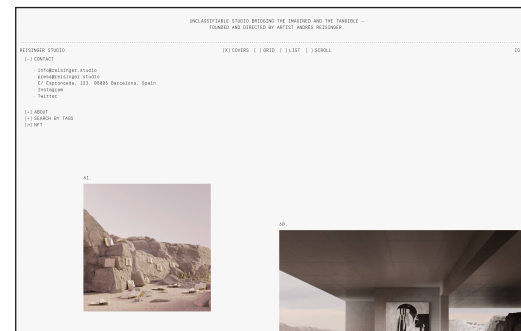


Figura 37:
Schermate delle
opere e delle
esibizioni
dell'artista
Andrés
Reisinger sul sito
di Reisinger
Studio.

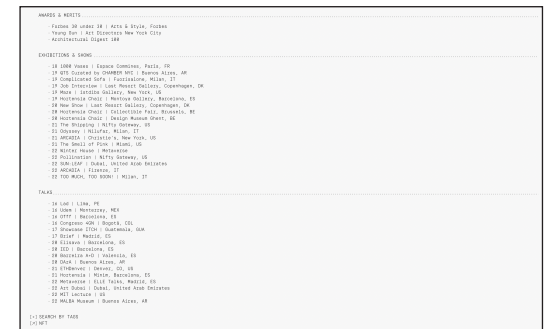


Figura 39: Posizionamento di mercato delle realtà selezionate come casi studio.

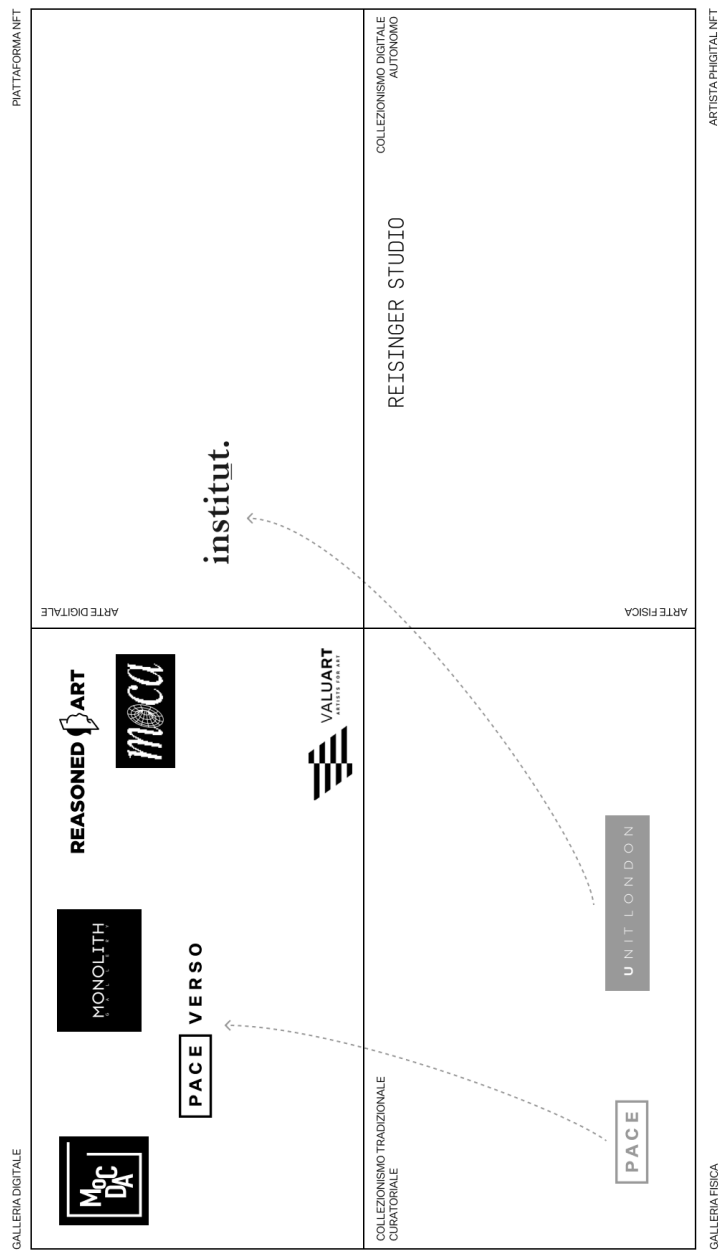
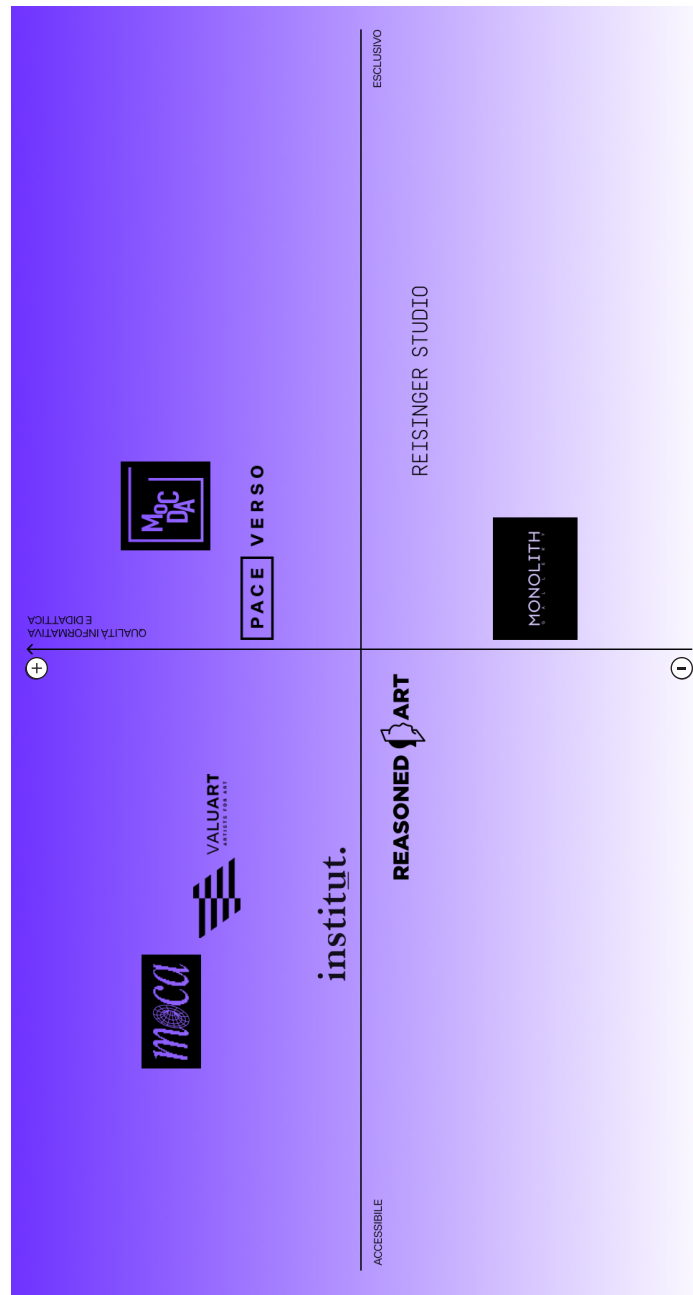


Figura 40: Posizionamento qualitativo sull'impatto più o meno informativo/didattico e l'accessibilità da parte del pubblico delle realtà considerate.



2.2.4 Insights dai casi studio

Sebbene lo spazio dell'arte digitale abbia visto lo sviluppo da parte di gallerie tradizionali, gallerie online, musei e piattaforme specializzate, manca ancora una vera e propria capacità educativa all'arte digitale per un vasto pubblico. Questo rimane un ostacolo persistente sia per il settore dell'arte tradizionale, che potrebbe avvicinarsi a quello digitale, sia per quello della tecnologia, che potrebbe avere nuovo pubblico e adesioni.

È necessario quindi trovare un punto di incontro tra “vecchio” e “nuovo” per rendere il processo di acquisto, collezione, esposizione e visione dell'arte digitale più fluido, sicuro e inclusivo.

Infatti Norton, CEO di Verisart, riconosce che il commercio di NFT e criptovalute non è affatto un'attività tradizionale e che in questa fase meno dell'1% della popolazione globale con 'high-speed internet' ha acquistato un NFT. Per i nativi cripto è più naturale essere 'tech enthusiast' e 'early adopter'. Nonostante la diffusa speculazione sul mercato di fascia alta, il CEO di Verisart riconosce che ci sono amanti dell'arte affascinati dalle ultime tendenze artistiche tra i collezionisti di NFT.

“Traditional collectors express an interest in the NFT market. We try to guide them into those fields – but classic art and NFT worlds are still separate” (DRIFT in Torres, 2022)

concorda l'artista di NFT DRIFT.

Inoltre i casi studio mostrano realtà molto differenti tra loro in cui il grado di curatela è più o meno elevato, legato alla modalità di selezione attiva o passiva ovvero se attuata

a priori nella scelta o se applicata alle miriade di applicazioni di partecipazione degli artisti. Questo incide sulla tipologia e sulla qualità di arte venduta o esibita e di conseguenza acquistata.

2.3 indagine scenario tramite questionario

Tutti questi modelli e casi studio hanno mostrato una tendenza a creare un punto di contatto tra collezionismo più tradizionale e quello digitale degli NFT e come ci siano modalità più e meno inclusive ed educative. La maggior parte delle piattaforme di vendita ha un approccio informativo, ma improntato maggiormente ad un costante aggiornamento dei contenuti per essere più all'avanguardia possibile piuttosto che a un intento educativo nei confronti dei collezionisti.

Per poter comprendere quali siano effettivamente i bisogni da parte dei collezionisti in questo nuovo contesto di mercato, è stato erogato un questionario per la raccolta di dati quali età, genere, preferenze, abitudini e comportamenti nei confronti dell'arte e l'interesse all'acquisto di NFT.

2.3.1 Metodo di analisi tramite questionario

Per capire i bisogni delle persone nei confronti del mercato NFT, in relazione a quello tradizionale, è stata condotta una ricerca di tipo quantitativo sottoforma di questionario.

Il questionario è stato strutturato in tre macro-sezioni per indagare informazioni più generali di tipo quantitativo e altre opinioni di stampo più qualitativo ma raccolte in maniera quantitativa.

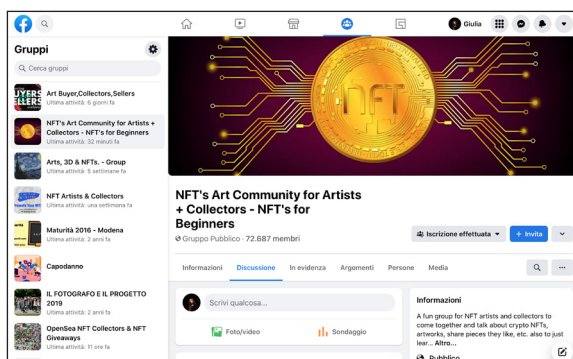
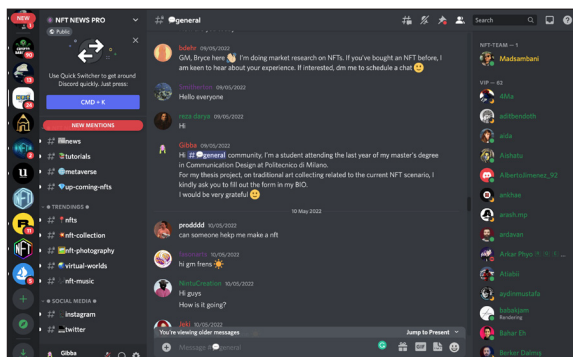
1. il profilo e classificazione dei partecipanti
 - ◊ Genere
 - ◊ Età
 - ◊ Professione/corso di studi
 - ◊ Rapporto con il mondo dell'arte
 - ◊ Ruolo ricoperto nel mercato dell'arte
2. Rapporto con il mondo dell'Arte
 - ◊ Arte di interesse
 - ◊ Canali informativi utilizzati
 - ◊ Acquisto di opere d'arte e frequenza
 - ◊ Motivazioni all'acquisto
 - ◊ Lungimiranza nell'acquisto
 - ◊ Modalità di acquisto ovvero luogo o piattaforma di acquisto e modalità di scelta
3. Rapporto con il mondo NFT e Crypto Arte:
 - ◊ Conoscenza NFT e grado di informazione
 - ◊ Canali informativi
 - ◊ Artisti seguiti
 - ◊ Acquisto e quantità di asset posseduti
 - ◊ Occasione di acquisto
 - ◊ Modalità di acquisto ovvero dove
 - ◊ Considerazioni sull'acquisto di NFT
 - ◊ Interesse nell'avvicinarsi al mondo NFT
 - ◊ Ostacoli all'acquisto di NFT
 - ◊ Possibilità di avvicinamento al mondo NFT e propensione all'acquisto



■ Figura 41:
QR code al
questionario
ancora aperto.

Il questionario è stato divulgato per il questionario è stato divulgato per mezzo di diversi canali per permettere il maggior numero di raccolta di dati:

- ◊ Server Discord per raggiungere il target NFT e crypto collectors
- ◊ E-mail e messaggi per un cerchia di established collectors legati all'arte più tradizionale, gallerie tradizionali e artisti in campo tradizionale e digitale
- ◊ Storie Instagram e gruppi Facebook per allargare a una cerchia di persone interessate alla tematica



■ Figura 42: Community intorno alla tematica o progetti NFT rispettivamente su Discord (server) e Facebook (gruppi).



■ Figura 43: Storia di Instagram pubblicata sul profilo personale per la compilazione e diffusione del questionario

2.3.2 Campione di risposta questionario

Il questionario ha raccolto un campione di 90 persone dal quale si sono considerate le risposte di chi ha segnalato il proprio interesse e passione per l'arte o chi lavora in questo ambito, ovvero il 94,5% dei partecipanti al questionario.

Questo campione è risultato equilibrato tra genere maschile e femminile (circa il 52% delle donne contro il 45% degli uomini) di età prevalentemente compresa tra i 18 e i 35 anni (58%).

Da questo campione generale inoltre, circa il 67% non lavora nel mondo dell'arte ma ne è interessato.

Per il restante 33% che lavora nel mondo dell'arte i ruoli principali ricoperti rilevati sono quelli di Artista, Curatore, Consulente, Mercante, Collezionista, Ufficio Stampa, Grafico, Gallerista, Allestitore, Scrittore.

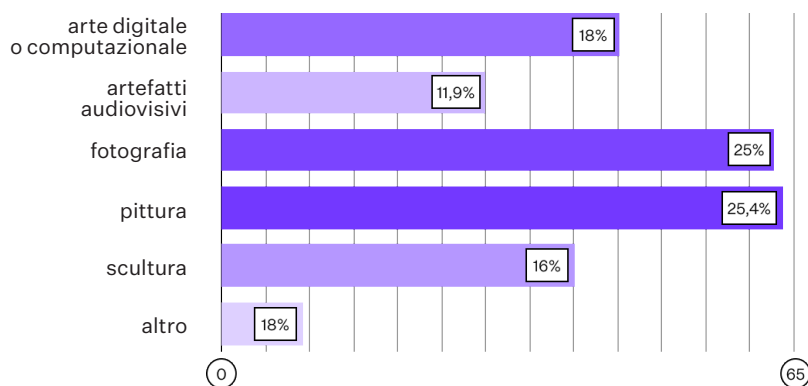
2.3.3 Insights questionario: abitudini e rapporto con l'arte e gli NFT

Dal campione degli appassionati e coinvolti nel mondo dell'arte, compratori e non, sono stati analizzati i dati per individuare preferenze e abitudini nei confronti di informazione, selezione e acquisto.

■ Figura 44-58: Schematizzazione delle risposte alle domande del questionario.

Vi è un interesse maggiore da parte degli appassionati d'arte nei confronti della pittura, della fotografia, dell'arte digitale e della scultura.

Di che genere di arte ti interessi?

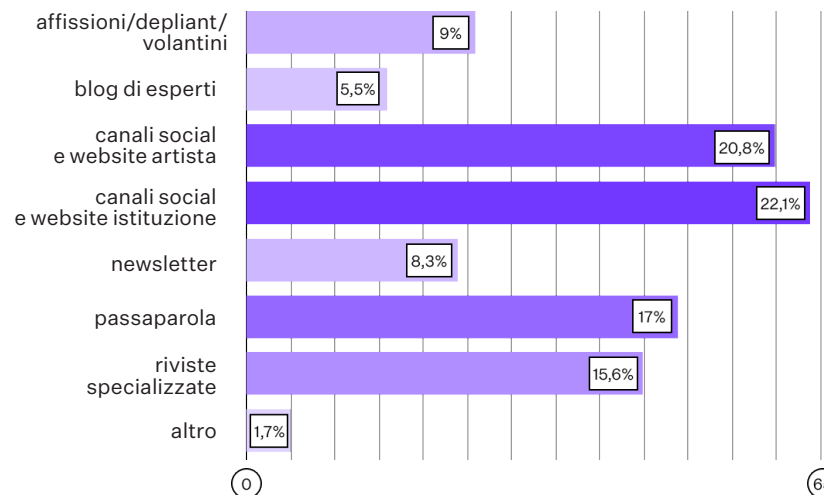


■ Figura 44

I principali canali e mezzi utilizzati per informarsi d'arte sono i canali social e i siti web delle gallerie e degli artisti e le riviste cartacee e online di settore.

I dati registrano che anche il passaparola è uno strumento di informazione che viene ampiamente preso in considerazione.

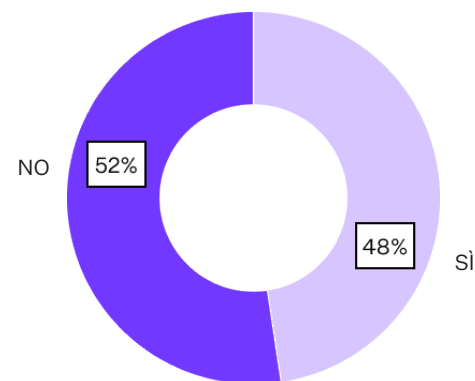
Quali sono i canali attraverso cui ti informi per rimanere aggiornato sulla tipologia di arte che ti interessa?



■ Figura 45

Tuttavia, delle persone coinvolte nel questionario, solo circa il 48% delle persone acquista opere d'arte.

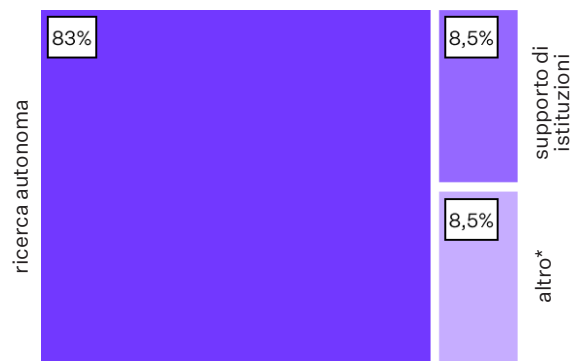
Acquisti opere d'arte?



■ Figura 46

Di questi la modalità di selezione avviene principalmente in modo autonomo o guidata dal supporto di gallerie o altre istituzioni artistiche.

Con quale modalità selezioni l'arte che acquisti?

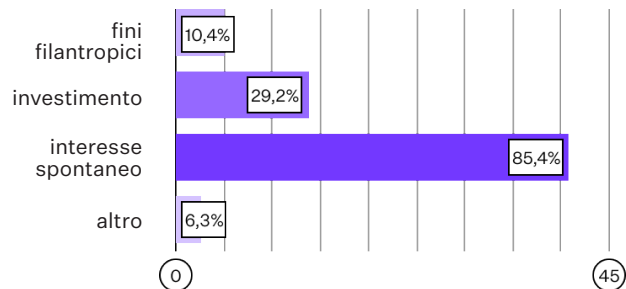


*
◊ consulenza di curatori o esperti
◊ casuale

■ Figura 47

Le principali motivazioni che spingono all'acquisto sono legate a un interesse spontaneo e passione e alle possibilità di investimento (così come sono state evidenziate le due condotte dei collezionisti nel primo capitolo).

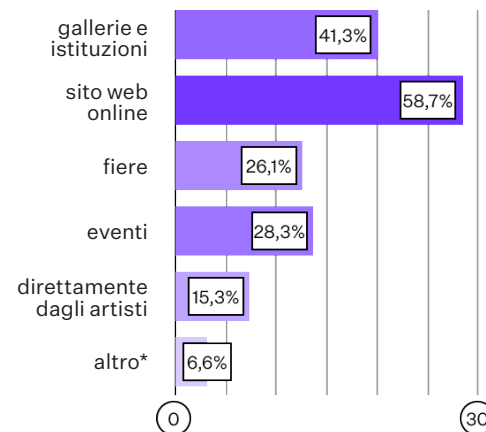
Con quale modalità selezioni l'arte che acquisti?



■ Figura 48

Inoltre è interessante notare come la maggior parte delle persone acquista arte online tramite siti web e marketplace e tramite gallerie fisiche.

Con quale modalità selezioni l'arte che acquisti?

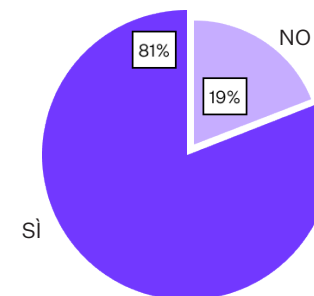


*
◊ mercanti privati
◊ aste

■ Figura 49

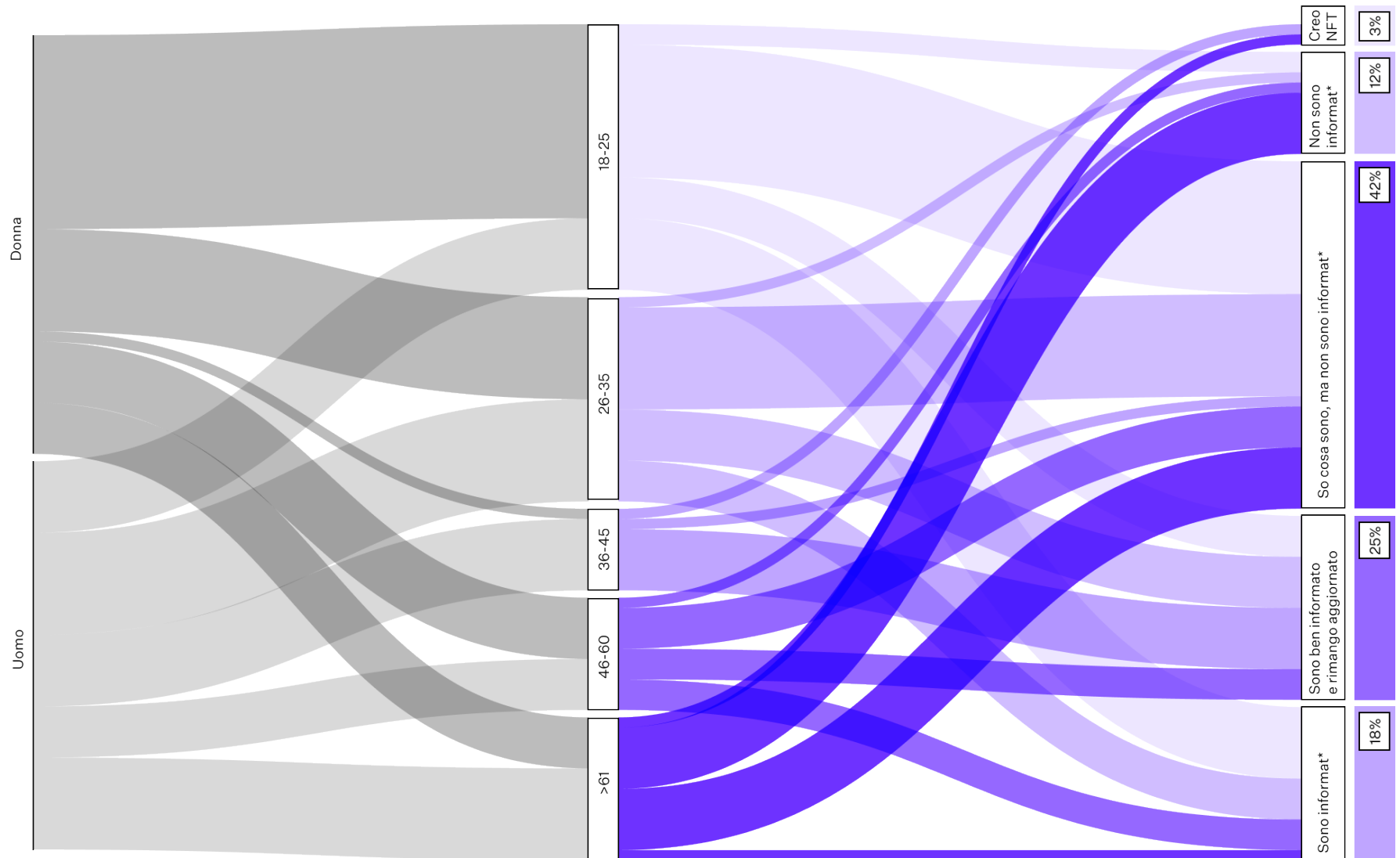
Passando ora al grado di conoscenza degli NFT da parte del campione di risposta circa l'81% sa cosa sono gli NFT ma di questi il 44% non è ben informato a riguardo.

Sai cosa sono gli NFT e la Crypto Arte?



■ Figura 50

Che rapporto hai con gli NFT?



■ Figura 51: Incrocio dei dati di risposta al questionario tra genere, età e le risposte alla domanda sul rapporto con gli NFT.

I principali mezzi di informazione rimangono i canali social degli artisti e le riviste di settore e in minoranza le community di Discord e di Twitter.

Attraverso quali canali ti informi di NFT?

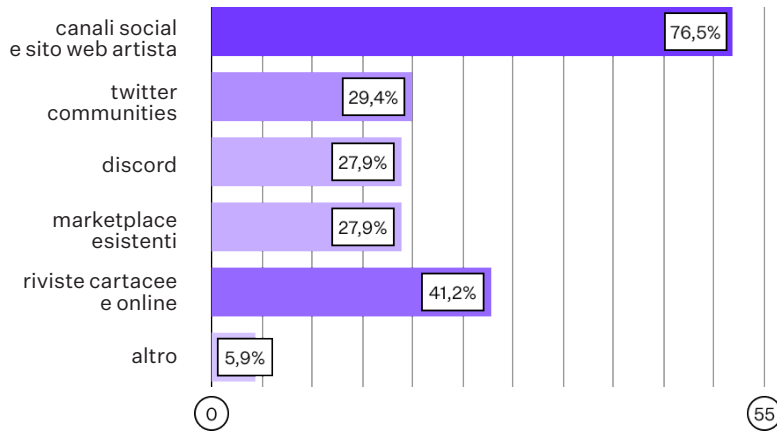


Figura 52

Solo il 19% del campione ha acquistato almeno una volta un NFT e la piattaforma di acquisto più usata risulta Open Sea cui seguono NiftyGateway, SuperRare, Rarible, 1st Dibs, Institut, LooksRare, x2y2, coinbase nft, objkt, Global Crypto Art, Solanart, aorist.

Hai mai acquistato un NFT?

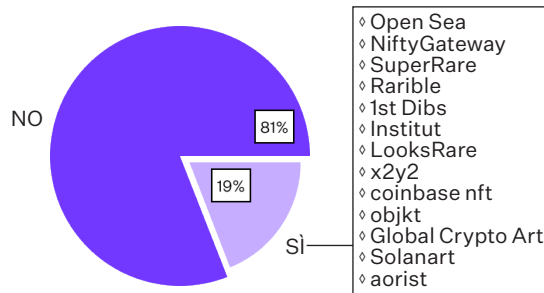


Figura 53

116

È interessante notare però come l'acquisto di NFT sia considerato dagli acquirenti e da chi è interessato (del campione totale hanno risposto metà delle persone) come una nuova forma di collezionismo e un investimento.

Come consideri l'acquisto di arte NFT?

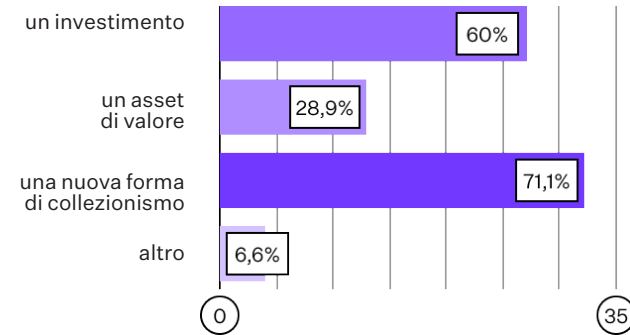


Figura 54

Il 65 % dei partecipanti che non hanno mai acquistato NFT desiderano tuttavia avvicinarsi a questo mondo.

Se non hai mai acquistato vorresti avvicinarti al mondo NFT?

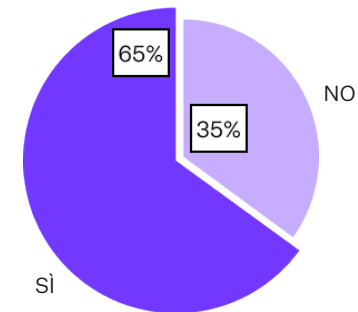
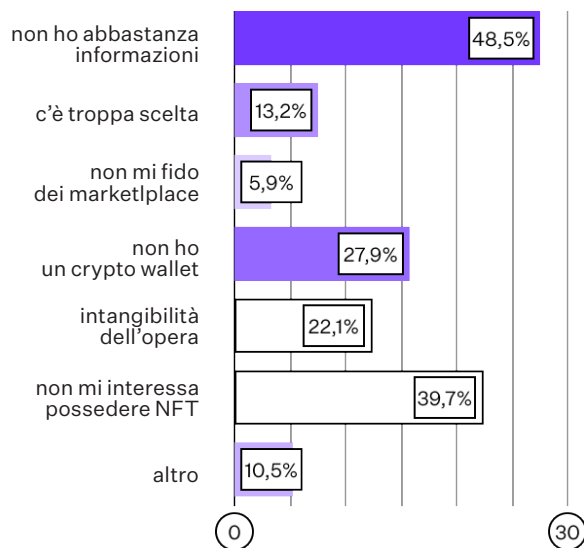


Figura 55

117

Di questi i maggiori motivi che fermano dall'acquisto sono la mancanza di informazioni adeguate e di un portafoglio crypto.

Cosa ti ferma dall'acquisto di NFT?



■ Figura 56

2.3.4 Identificazione target e bisogni

Dalla raccolta dati si è deciso di andare a selezionare le risposte relative alle fascia d'età più giovani, ovvero quelle 18-25 e 26-35, corrispondenti alla nuova generazione di collezionisti come definiti nel capitolo 1.4.4 e il gruppo più propenso e interessato all'arte NFT come riportato dalle tendenze del capitolo.

Il target selezionato comprende quindi parte della generazione dei nativi digitali, la cosiddetta generazione Z dei nati tra il 1997 ed il 2012, e della generazione Y o Millennials, nati tra 1981 e 1995.

Queste generazioni nate a contatto con le trasformazioni tecnologiche sono fortemente influenzate da esse e predisposte alle loro nuove possibilità.

Come riportato dall'articolo pubblicato su Forbes Business Council

”Gli approfondimenti [...] raccolti identificano diverse convinzioni fondamentali della Gen Z. Oltre a essere caratterizzati come nativi digitali, i Gen Z preferiscono la cultura del co-creatore e sono fortemente motivati a creare spazi più inclusivi. Le caratteristiche delle NFT affrontano direttamente molti di questi temi in prima linea nella psiche dei Gen Z. Se a questo si aggiunge il fatto che i nati dal 1997 al 2012 saranno la coorte più numerosa entro il 2026, si può avere fiducia nella previsione che gli NFT avranno lunga storia” (Limnalong, 2022).

Dall'analisi tramite questionario, attraverso un incrocio di dati, è emerso il seguente macro-insight:

👉 Il target compreso tra i 18 e i 35 anni, ovvero parte della generazione zeta e parte dei millennials, sanno cosa sono gli NFT ma non sono realmente informati su di essi (figura 60).

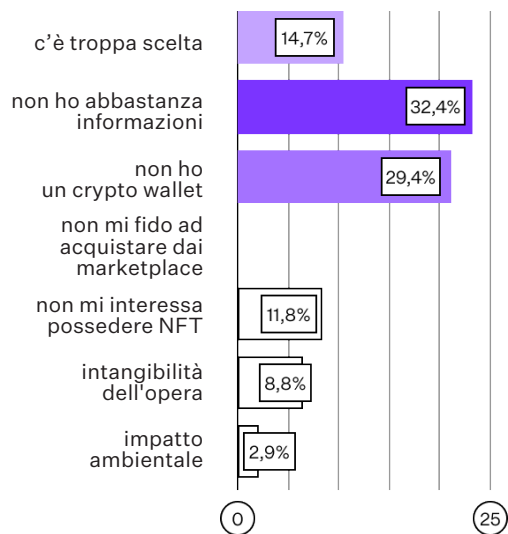
In questa fascia di età si individuano due macro cluster:

◊ nuove generazioni native cripto appartenenti alla generazione zeta (18-25 anni), interessati al mondo NFT, ma che non hanno mai acquistato arte e NFT;

◊ giovani collezionisti della generazione dei millennial (25-35 anni) che hanno acquistato arte ma non si sono ancora avvicinati al mondo NFT.

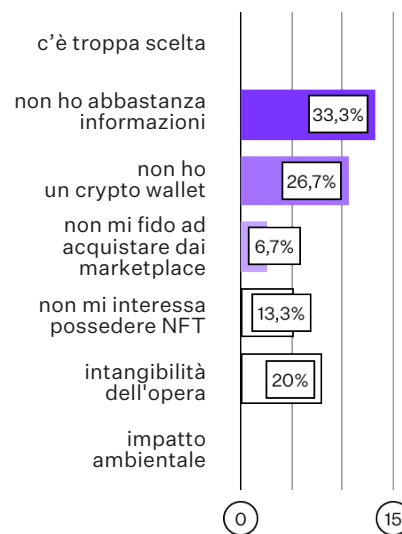
Entrambe le categorie sono interessate ad avvicinarsi al mondo NFT, ma ciò che li ferma dall'acquisto nel primo cluster è la mancanza di abbastanza informazioni a riguardo, l'assenza di possesso di un crypto wallet e il fatto che ci sia troppa scelta all'interno del mercato cripto mentre per il secondo cluster è sempre la mancanza di informazioni e di un portafoglio crypto.

Cosa ti ferma dall'acquisto di NFT?

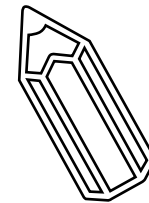


■ Figura 57

Cosa ti ferma dall'acquisto di NFT?



■ Figura 58



3.1 DEFINIZIONE TARGET GROUP, CLUSTER E PERSONAS SCENARIO ATTUALE

- 3.1.1 Definizione target e cluster: la generazione zeta e i giovani millennials
- 3.1.2 Personas e scenario

3.2 CONCEPT

- 3.2.1 Scopo progettuale
- 3.2.2 Una guida semplificativa e pratica

3.3 SCELTE PROGETTUALI

- 3.3.1 Media mix
- 3.3.2 User journey
- 3.3.3 Modalità di comunicazione
- 3.3.4 Selezione della galleria per l'applicazione della guida
- 3.3.5 Struttura, sezioni e contenuti della guida
- 3.3.6 Identità visiva e tone of voice
- 3.3.7 Design system
- 3.3.8 Interfaccia e navigazione

La prima parte di documentazione dell'elaborato ha mostrato come si sia evoluto il collezionismo fino a quello di nuova generazione, considerando i trend del mercato attuali quali la digitalizzazione, la trasparenza e la conseguente fiducia dei buyers, la presenza di nuovi marketplace online e di nuovi buyers più giovani appartenenti alla generazione zeta e millennials.

La seconda parte dell'elaborato ha preso in analisi le possibili ibridazioni tra il mondo più tradizionale e quello crypto per comprendere in che modo l'istituzione più tradizionale della galleria potesse inserirsi in tale contesto. Il successivo questionario ha individuato come ci sia interesse dal target più giovane nei confronti degli NFT, ma ci sia un ostacolo all'acquisto dovuto alla mancanza di adeguate informazioni e degli strumenti pratici per effettuarlo insieme alla difficoltà di scelta dato da un mercato sempre più ampio di offerta.

È quindi possibile dedurre quale può essere lo scopo progettuale per una galleria in questo contesto, ovvero quello di inserirsi tra utente e arte NFT, come strumento di guida che aiuti a comprendere in maniera più chiara e informale il contesto NFT, per avvicinare l'utente alle possibilità di acquisto. In particolare, si vuole proporre una guida sotto forma di sito web che possa da un lato istruire gli utenti e permettergli di capire le basi di un fenomeno in continuo sviluppo e complesso, dall'altro fornire le indicazioni necessarie all'acquisto pratico degli NFT.

3.1 Definizione target group, cluster e personas

3.1.1 Definizione target e cluster: La generazione zeta e i giovani millennials

Come riportato dai trend del mercato dell'arte attuale e dalla raccolta dei dati attraverso questionario vi è un interesse e presenza crescente nel mondo del collezionisti d'arte di giovani compratori di età compresa tra i 18 e i 35. Per questo si è deciso di prendere in considerazione il target rappresentato dalla generazione zeta e i giovani millennials, come già detto più propensi all'acquisto e con maggiori interessi e conoscenze verso le dinamiche del mondo digitale.

All'interno di questo gruppo sono stati individuati grazie al questionario due cluster principali:

↳ giovani che acquistano arte (26-35 anni) e sono interessati all'universo NFT ma non acquistano perchè non hanno abbastanza informazioni e non possiedono un crypto wallet;

↳ giovani che non acquistano arte (18-25 anni) ma sono interessati al mondo digital, ma come i precedenti non hanno abbastanza informazioni, non possiedono un crypto wallet e ritengono che ci sia troppa scelta nel mercato Crypto.

3.1.2 Personas e scenario

Per ognuno di questi due cluster sono state definite due user personas, ovvero dei

prototipi di utente che incarnano tutti i bisogni e le abitudini del cluster, a fine di stabilire basi solide su cui costruire il flusso del progetto, per rispondere in modo coerente alle necessità specifiche del target.

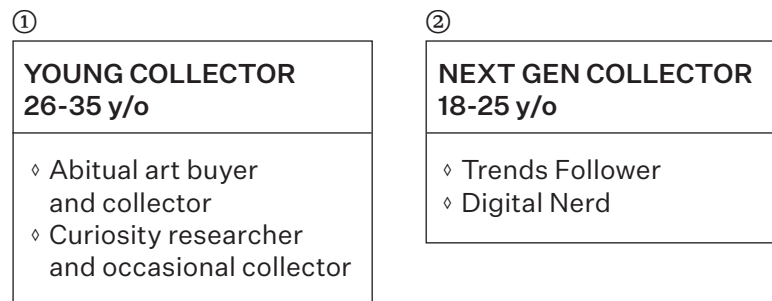
Si identificano quindi due macro cluster:

1. acquista arte - young collector - 26-35
2. non acquista arte - next gen collector/early adopter - 18-25

Le personas sono state costruite considerando le informazioni generali quali nome, età, paese di residenza, qualità di vita e benessere economico e stato sociale per inquadrare il profilo generale di un possibile utente.

Per completare l'identificazione della persona e dello scenario sono state definite delle quote ispirazionali, i bisogni e i desideri per il futuro legati al contesto considerato. Questi elementi sono stati elaborati a partire dall'incrocio dei dati del questionario dai quali sono stati estrapolate le mancanze e i bisogni da parte del target con successiva integrazione dei trend del mercato di oggi e delle caratteristiche dei collezionisti di nuova generazione riportate nel capitolo 1.4.4.

Quindi per ogni cluster sono state individuate due personas tipo legate a interessi diversi partendo dall'archetipo del cluster:



①

YOUNG COLLECTOR

26-35 y/o

1.1 ABITUAL ART BUYER AND COLLECTOR	
Info Generali	Tommaso 28 y/o 📍 Brescia, Italia
Occupazione e Stabilità Economica	Curatore della fondazione di famiglia Vive a Milano - ————— ● ————— +
Tag	#wealthy #hairess #foundation #youngcollector #artadvisor #abitualbuyer
Quote	“Ho un debole per lo scenario artistico contemporaneo delle gallerie indipendenti sperimentali, per questo vorrei provare ad acquistare un'opera digitale per la collezione di famiglia, ma che abbia valore”
Bisogni	Selezionare arte digitale NFT di qualità e valore, avere un portafoglio crypto, sapere come funziona il mondo NFT
Desideri	Acquistare NFT in modo affidabile per allargare la collezione di famiglia, aprire il proprio sguardo alla scena artistica degli NFT in modo affidabile, conoscendo gli artisti e rimanendo aggiornato

1.2 CURIOSITY RESEARCHER AND OCCASIONAL COLLECTOR	
Info Generali	Kristen 35 y/o 📍 Amsterdam, Olanda
Occupazione e Stabilità Economica	Brand consultant and social media manager per clienti in ambito design - ————— ● ————— +
Tag	#brandconsultant #socialmediamanager #artpassionate #curious #wundercamera #occasionalcollector #selfmadewoman #experiment
Quote	“Ho visto su Instagram diverse realtà che parlano di NFT e mi piacerebbe capirne di più e chissà magari comprarne un paio da mostrare nel mio ufficio”
Bisogni	Comprendere il mondo NFT e creare un crypto wallet
Desideri	Sperimentare e trovare qualcosa di diverso da mostrare attraverso una nuova esperienza e una nuova forma di acquisto

■ Figura 59: Profilazione e definizione delle personas per il cluster di Young Collectos.

②

NEXT GEN COLLECTOR

18-25 y/o

2.1 TREND FOLLOWER	
Info Generali	James 21 y/o 📍 Seattle, USA
Occupazione e Stabilità Economica	Studente Art Direction Vive con la famiglia - ————— ● ————— +
Tag	#student #artdirection #artlover #trendseeker #explore
Quote	“Da quando ho scoperto gli NFT di Gucci in collezione limitata vorrei comprare un NFT che rispecchi i miei gusti artistici”
Bisogni	Rimanere aggiornato sulle tendenze in campo artistico, comprendere il valore artistico degli NFT
Desideri	Avere un asset artistico digitale unico, crearsi una cultura artistica digitale

2.2 DIGITAL NERD	
Info Generali	Anna 24 y/o 📍 Lugano, Svizzera
Occupazione e Stabilità Economica	UX designer Vive fuorisede con due coinquilini - ————— ● ————— +
Tag	#uxdesigner #nerd #artlover #investment #discover
Quote	“Investo da qualche mese in cryptocurrency e ora vorrei avvicinarmi alla crypto art per capire questa forma artistica e le sue possibilità d’investimento”
Bisogni	Informarsi sull’arte NFT e sull’investimento ad esso legato, scelta curatoriale
Desideri	Avvicinarsi al mondo NFT e informarsi sulle possibilità a esso legato

■ Figura 60: Profilazione e definizione delle personas per il cluster di Young Collectos.

3.2 Concept

3.2.1 Scopi progettuali

Lo scopo progettuale individuato in questo scenario è quindi quello di fornire al target considerato le informazioni necessarie per colmare la mancanza di informazioni e gli strumenti per sapere come selezionare e acquistare in modo semplice e diretto.

Nello specifico il progetto intende rispondere a determinate finalità progettuali:

- ↳ Colmare mancanza di conoscenza facilitando la comprensione dell'universo crypto fornendo informazioni di base
- ↳ Fornire gli strumenti elementari per agire quindi per acquistare in modo sicuro;
- ↳ Creare fiducia e engagement intorno all'istituzione galleria per la selezione;
- ↳ Facilitare la scelta attraverso una selezione "guidata" sia per la quantità di opere presenti sia per la comprensione dello scenario NFT;
- ↳ Acquistare in sicurezza attraverso la piattaforma della galleria;
- ↳ Comprendere il valore dell'opera acquistata nel tempo in termini finanziari e di mercato artistico.

In questo contesto, alla domanda di progetto posta ovvero "Quale ruolo può ricoprire la galleria nel contesto NFT?", si identifica un

risvolto progettuale di galleria-guida.

Molte gallerie sono già inserite in questo scenario e presentano per la loro natura curatoriale che le caratterizza una selezione di artisti e di opere nella propria collezione. In questo modo le gallerie che vendono NFT rispondono già a una parte dei bisogni da parte dei cluster considerati. Tuttavia ciò che manca, come visto dall'analisi dei casi studio è una componente educativa e didattica che faciliti nella fase di primo approccio al mondo crypto o in generale alla comprensione dell'arte digitale registrata come NFT. Questo le rende meno inclusive e accessibili per chi non è già a conoscenza dei nuovi meccanismi e sistemi legati alla Crypto Art.

3.2.2 Una guida semplificativa e pratica

Il concept di progetto è quindi la creazione di una guida offerta da una galleria d'arte che insegna il funzionamento degli NFT ai giovani (generazione Z e generazione Y, millennials), sensibili al tema perché già collezionisti d'arte o perché interessati al mondo digital.

Il ruolo è quindi quello di una guida che ha lo scopo di insegnare in modo amichevole e informale gli elementi di base per la comprensione e la capacità di acquisto di NFT per poi dare la libertà di scelta all'utente.

La guida si inserisce nell'user experience dell'utente nella fase di pre-acquisto o meglio nella fase di pre-scelta, e accompagna nella fase di pre-selezione e acquisto in modo generale, dando gli strumenti per un successivo acquisto futuro e inserirsi nell'universo NFT in modo più sicuro e affidabile.

Il sistema informativo è raccolto su un sito e utilizza l'espedito comunicativo della chat. Il tono è informale e diretto mentre l'identità visiva

riprende quella della galleria selezionata con una declinazione in in chiave pop.

La galleria garantisce curatela, selezione e autenticità delle opere vendute, ma necessita di istruire i giovani utenti interessati in modo da permettere una facilitazione all'acquisto per chi non è ancora informato sulle nuove proprietà legate al mondo crypto.

3.3 Scelte progettuali

Una volta definito il concept, il progetto della guida per la galleria prevede la selezione dei canali utilizzati per comunicarla al target. È stato quindi selezionato un media mix per la costruzione di una strategia digitale che potesse interessare e potesse coinvolgere l'utente nella fruizione educativa volta a apprendere lo scenario del collezionismo di NFT e avere i giusti strumenti per navigarlo.

Per mettere in pratica la strategia, la comunicazione e la progettazione della guida è stata selezionata una galleria di riferimento con piattaforma di vendita NFT su cui è stata elaborata un'identità visiva e un design system ad hoc coerente con la galleria e allo stesso tempo adattata in chiave pop e contemporanea per rivolgersi al target considerato.

3.3.1 Media mix

Per coinvolgere e comunicare al target considerato, ovvero la generazione zeta e i millennials, è stata costruita una digital strategy che implica l'utilizzo di diversi canali, basati sulle abitudini del target in generale e sulle risposte ricevute dal questionario. I canali selezionati per ingaggiare l'utente sono i social, in particolare Instragram e Twitter, in quanto dai dati del questionario rappresentano i principali canali informativi per quanto riguarda l'arte da parte del target selezionato della generazione zeta e millennials, sia per chi acquista sia per chi non acquista arte.

Inoltre dall'analisi dei casi studio tutte le gallerie e le realtà considerate presentano come canali comunicativi principali i social, utilizzati anche per la creazione e la fidelizza-

zione della community, fattore fondamentale dello scenario NFT.

I social sono quindi le piattaforme destinate a rimandare gli utenti alla guida vera e propria con i contenuti informativi esposti in un mini-sito accessorio alla piattaforma principale di vendita di NFT della galleria. Attraverso il sito-guida l'utente apprende il valore e la potenzialità degli NFT e ottiene il suo primo NFT gratuito da parte della galleria per iniziare la propria collezione 3.0.

La guida formato sito permette una fruizione dei contenuti ad hoc e programmabile, basata su una decisione progettuale di racconto tramite un proprio linguaggio, brand identity e modalità di fruizione che vedremo successivamente tra le scelte progettuali e in questo modo ha la possibilità di essere consultabile facilmente da desktop o mobile, liberamente e in ogni momento di necessità essendo portatile.

L'utente può successivamente decidere di ricondividere sui social il proprio NFT per entrare a fare parte della community dei collezionisti digitali e mostrare il proprio interesse e affiliazione alla galleria. I social della galleria costituiscono anche il mezzo di fidelizzazione dell'utente grazie ai quali può rimanere aggiornato sulle novità future della galleria per quanto riguarda i progetti NFT e gli artisti coinvolti.



Twitter



Instagram



Sito Web



Newsletter



Discord

3.3.2 User journey

È stata quindi progettata una user journey che tiene in considerazione i tre principali attori del sistema ovvero la galleria che offre la guida, i crypto artisti coinvolti dalla galleria e l'utente che fruirà della guida.

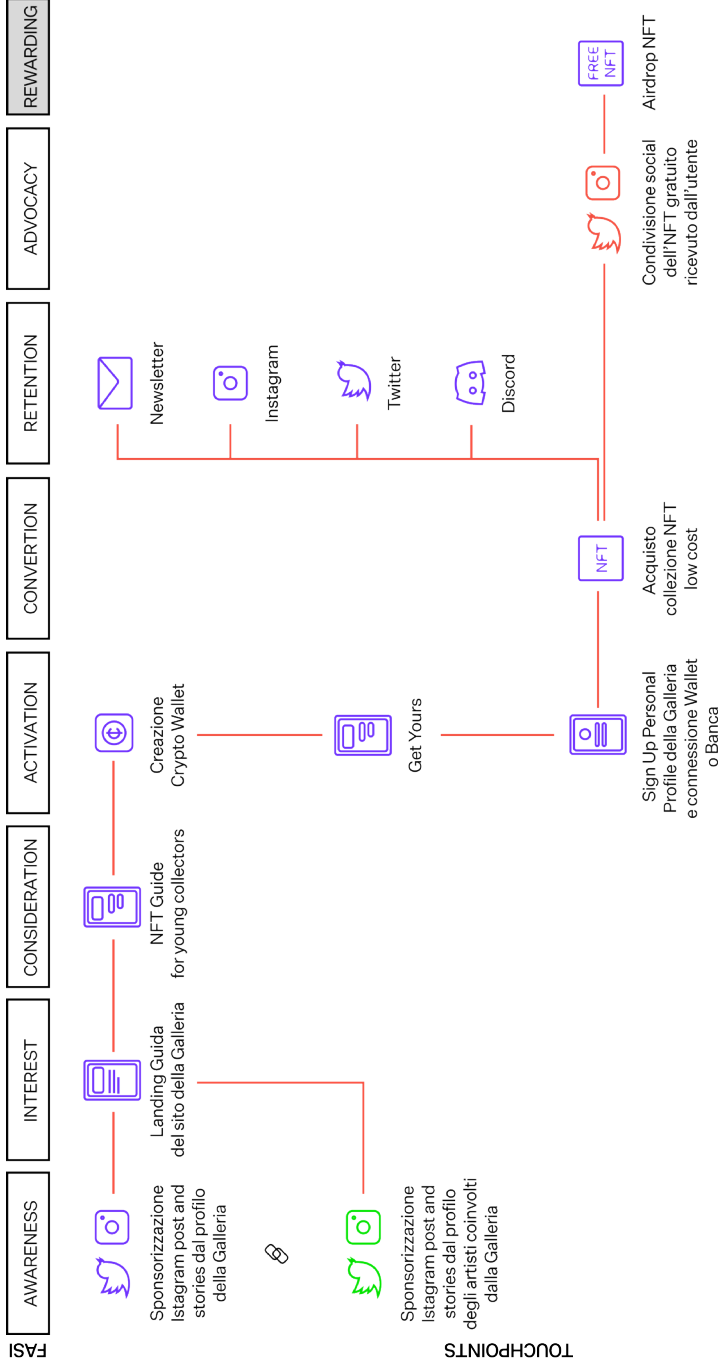
— Galleria
— Artista
— Utente

Gli utenti considerati corrispondono ai due archetipi o cluster identificati per la creazione delle personas che rappresentano il target del progetto-guida.

La user journey si concentra sul percorso svolto dall'utente interagendo con le parti del sistema dal primo coinvolgimento nella fase di awareness che avviene social alle successive fasi di interest, consideration, activation, rewarding che avvengono attraverso il sito guida accessorio e il sito ufficiale della galleria, l'ulteriore fase di retention attraverso l'ottenimento di un NFT gratuito attraverso un airdrop, fino alla fase finale di participation che prevede la condivisione dell'NFT ottenuto o acquistato da parte dell'utente sui social per coinvolgere un target maggiore.

Il percorso utente analizza i touchpoint, le azioni e i benefit dell'utente per ogni fase all'interno del sistema per il cluster Young Collector e New Generation Collector.

Pagine
Successive
■ Figura 61:
User journey
divisa in fasi,
touchpoint, azioni
dell'utente e
benefit per i
cluster
considerati



■ Figura 61

FASE	TOUCHPOINTS	AZIONI	BENEFIT
AWAWARENESS	Sponsorizzazione Instagram post and stories dal profilo della Galleria	Interazione con la piattaforma della galleria per la prima volta	Capire il valore artistico di un artefatto digitale registrato come NFT e avere una selezione curata
INTEREST	Landing Guida del sito della Galleria	Esplorazione della guida nelle sue sezioni e interazione con i contenuti	Comprendere le basi e il valore di acquisto di un NFT
CONSIDERATION	NFT Guide for young collectors	Creazione di un crypto Wallet e Registrazione o collegamento Wallet	Saper come acquistare NFT con criptovalute attraverso la creazione di un crypto wallet
ACTIVATION	Creazione Crypto Wallet	Acquisto tramite crypto wallet, ricezione e presa visione dell'NFT acquistato nell'Inventory personale della piattaforma	Sperimentare il primo acquisto NFT in crypto in modo sicuro a un prezzo basso proveniente da una galleria, parte di una collezione ma unico
CONVERSION	Acquisto collezione NFT low cost	Aggiornamenti personalizzati attraverso newsletter e informazioni generale sui social sull'NFT ricevuto e il suo valore nel tempo	Saper quanto e come accresce di valore sia artistico che monetario l'NFT acquistato
RETENTION	Newletter, Instagram, Twitter, Discord	Condivisione social dell'NFT gratuito ricevuto dall'utente	Mostrare il proprio nuovo pezzo di arte digitale e fare parte di una community di collezionisti digitali
REWARDING	Airdrop NFT		Entrare a far parte della community di collezionisti digitali, affiliati a una galleria famosa

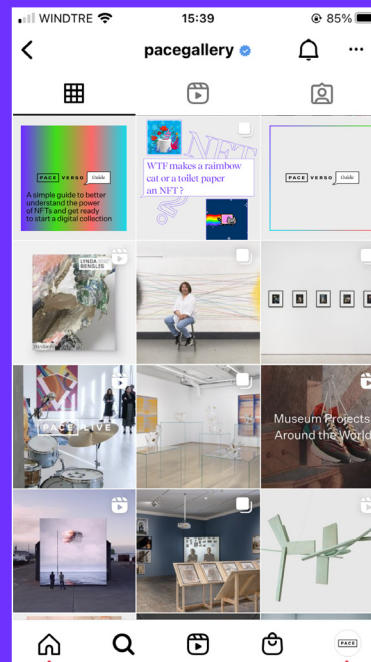
Awareness

La prima fase di awareness è il primo approccio dell'utente con la guida della galleria ed è la prima interazione attraverso cui ne viene a conoscenza. Si tratta quindi del momento di ingaggio. I canali utilizzati sono Instagram e Twitter in quanto rappresentano sia il mezzo maggiormente utilizzato dal target considerato per informarsi, come confermato dalle risposte del questionario, sia i social più comunemente coinvolti nella pubblicazione di contenuti informativi da parte delle gallerie e dei crypto artisti.

Il touchpoint con l'utente in questa fase avviene attraverso la pubblicazione di post e storie sponsorizzate su Instagram e di tweet su Twitter attraverso il profilo della galleria e i profili degli artisti di NFT che collaborano con la galleria che possono in questo modo contribuire a richiamare il pubblico alla propria arte e all'attività della galleria. La guida, infatti, come detto nella fase di concept, intende avvicinare giovani collezionisti o le nuove generazioni alla comprensione dell'universo crypto e alle possibilità del collezionismo del web 3.0.

Pagina seguente e successive

■ Figura 62: Attivazione social da parte del profilo di Pace Gallery su Instagram e Twitter per incuriosire l'utente e portarlo al sito di Pace Verso Guide.



Profilo Instagram di Pace Gallery con i post relativi a Pace Verso Guide



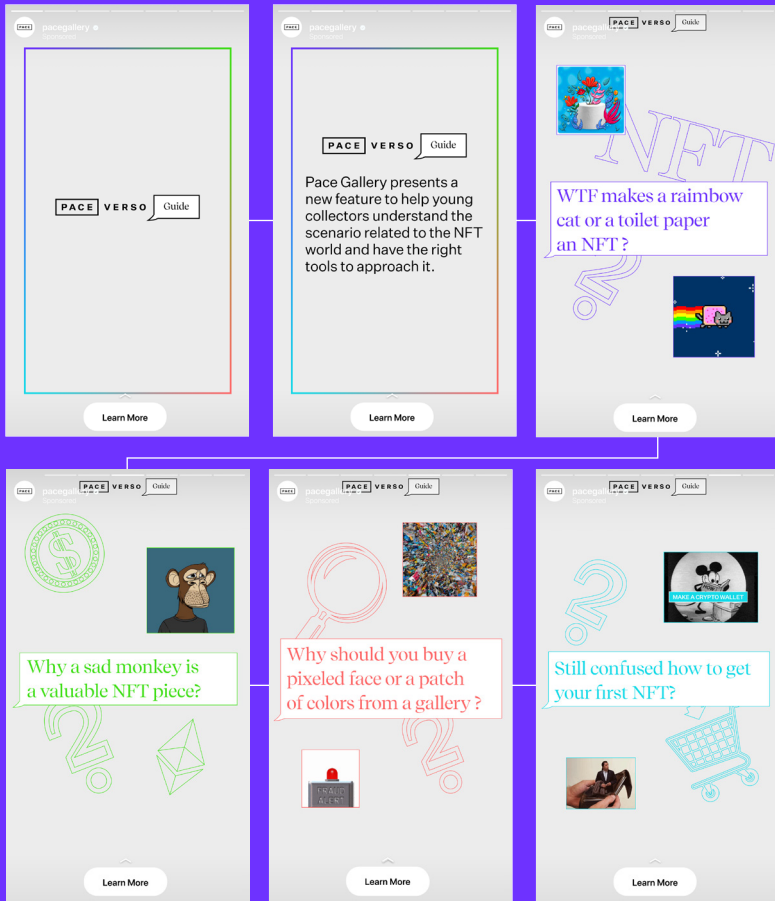
Post carousel sponsorizzato dalla galleria su Instagram



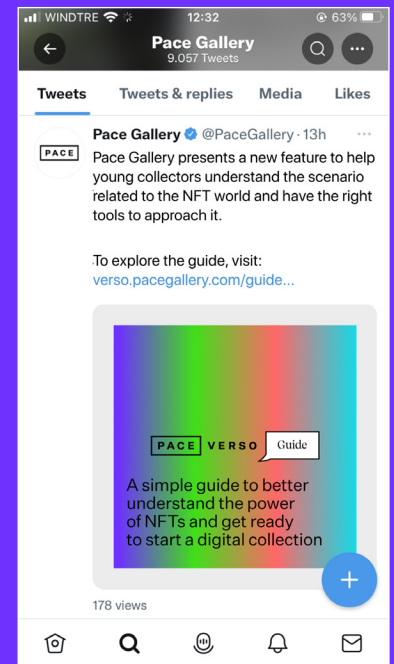
Post introduttivo alla guida sul profilo della galleria su Instagram



Post formale di spiegazione della guida sul profilo della galleria su Instagram



Set di stories sponsorizzate dalla galleria su Instagram

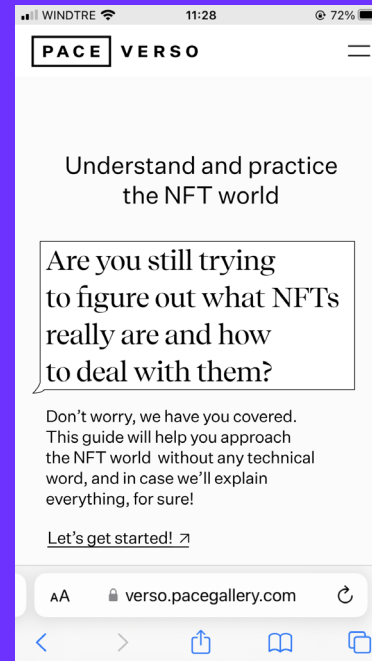


Tweet sul profilo della galleria su Twitter

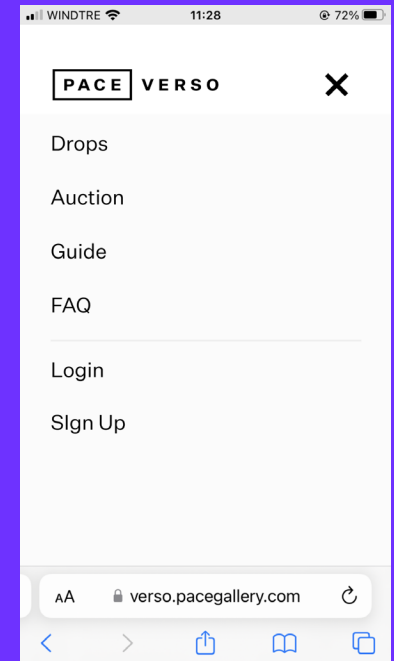
Interest

Attraverso i post e le storie su Instagram e i tweet su Twitter l'utente accede alla landing del sito della galleria (Pace Verso) attraverso cui ha modo di conoscere la galleria e la sezione di guida ad essa connessa e il suo intento. Dalla landing è possibile accedere tramite un bottone (Let's Get Started al sito collaterale della galleria dedicato esclusivamente alla guida per i collezionisti giovani e di nuova generazione).

Pagina seguente
 ■ Figura 63:
 Schermate della
 sezione 'Guide'
 sul sito
 principale di
 Pace Verso che
 portano l'utente
 al sito
 accessorio Pace
 Verso Guide.



Landing sulla sezione Guide del sito di Pace Verso

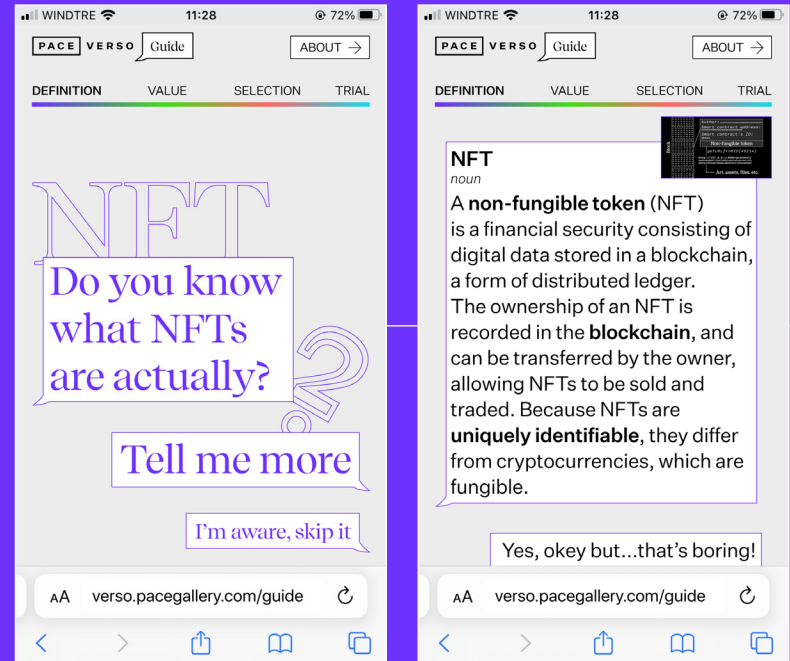


Menu di Pace Verso

Consideration + Activation

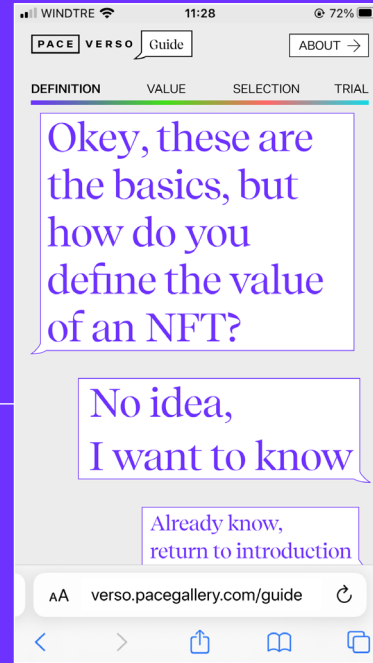
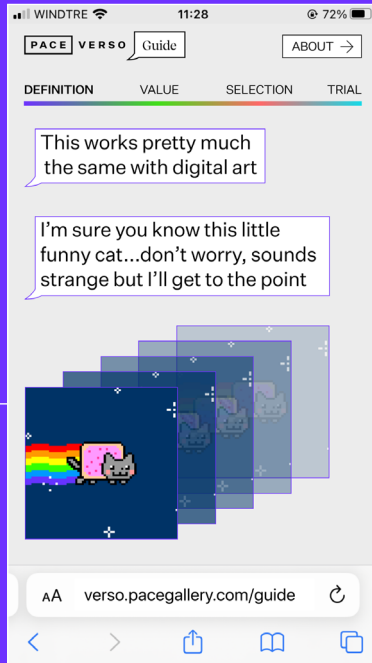
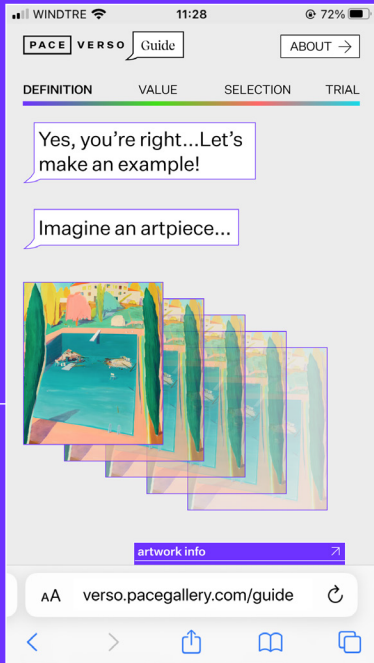
Dopo il primo approccio e interessamento alla comprensione degli NFT tramite la galleria vi è la fase vera e propria di consideration in cui l'utente percorre il flusso della guida in formato di mini sito. La guida è composta da quattro sezioni principali ovvero definizione, valore e selezione degli nft e un'ultima sezione di prova che oltre a essere informativa richiede all'utente un coinvolgimento attivo.

L'ultima sezione rappresenta anche il passaggio alla fase di activation in cui vengono date all'utente le istruzioni per la creazione di un crypto wallet e l'acquisto di cryptocurrencies e successivamente viene invitato a ottenere il primo NFT attraverso il reindirizzamento alla registrazione del proprio profilo sul sito principale di Pace Verso.



Sezione 'Definition' della guida

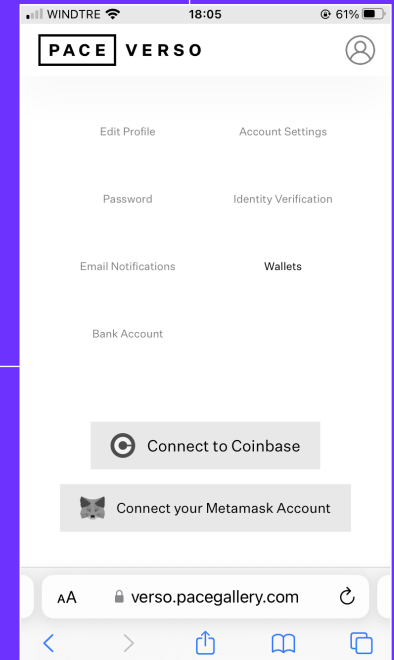
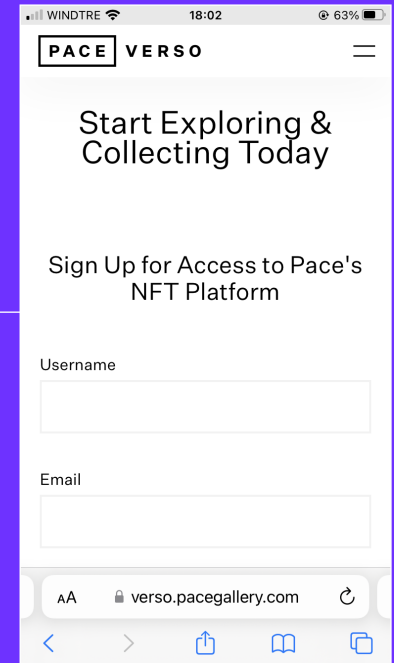
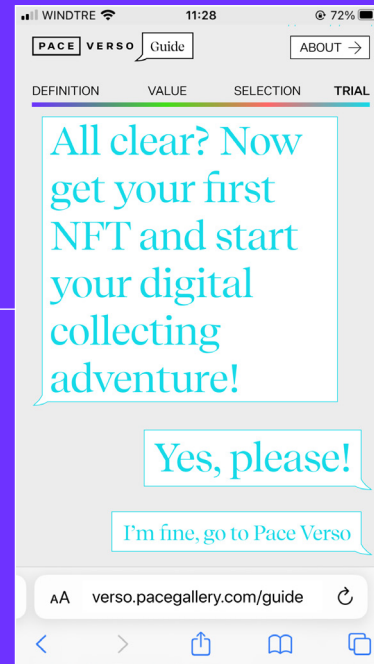
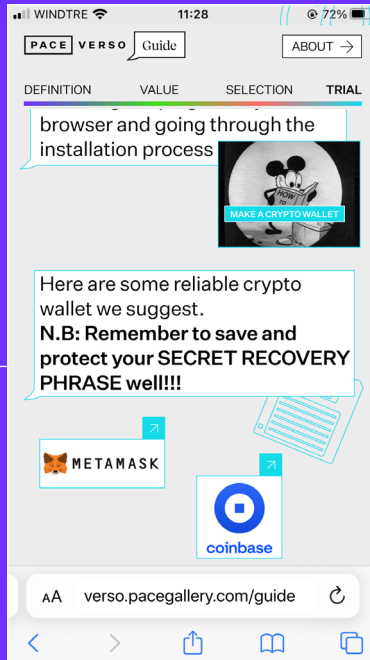
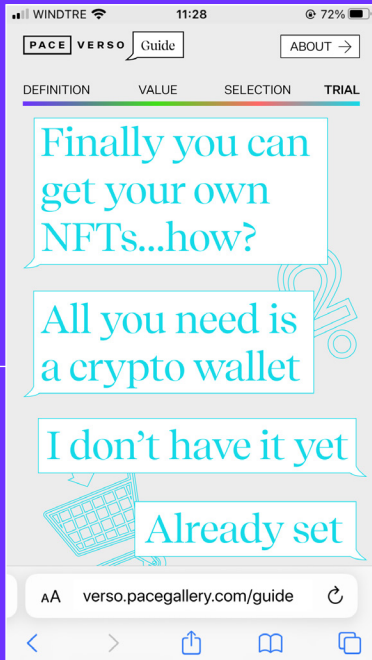
Pagina seguente e successive
 ■ Figura 64:
 Flusso e Schermate di navigazione della guida sul sito accessorio Pace Verso Guide relative alla fase di 'Consideration' e 'Activation'.



Sezione 'Value' e 'Selection' della guida



Sezione 'Trial' della guida



Creazione del proprio profilo e collegamento del crypto wallet, creato precedentemente nella sezione 'Trial' della guida, nel sito principale di Pace Verso

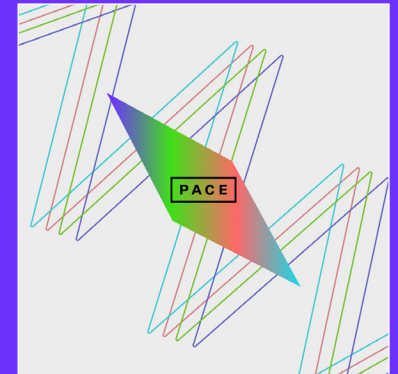
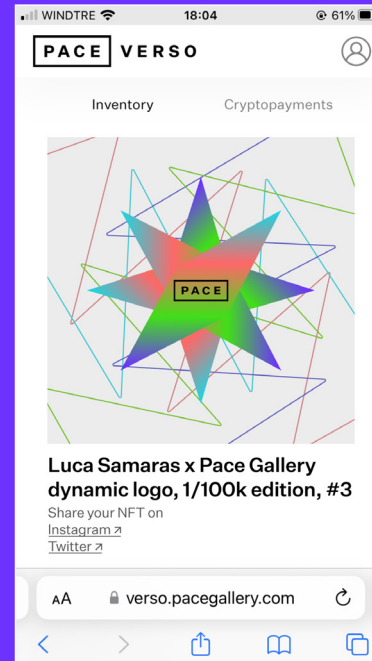
Conversion

Successivamente alla fase di Activation che coinvolge attivamente l'utente nella creazione di un crypto wallet e nella successiva profilazione e connessione del wallet sulla piattaforma principale della galleria di vendita di NFT Pace Verso, la user journey prosegue con la possibilità di acquisto di un NFT a basso costo offerti dalla galleria per permettere una prima sperimentazione di acquisto attraverso il proprio crypto wallet in sicurezza.

Gli NFT 'low cost' sono pensati come parte di una collezione di NFT in edizione limitata 1/100K creati dalla galleria in collaborazione con un artista. Si ipotizza quindi una declinazione del logo della galleria che permetta una successiva identificazione diretta della collezione alla galleria.

Pagina seguente

■ Figura 65: Schermata della sezione 'Inventory' presente nel profilo personale dell'utente nel quale si visualizzano gli acquisti effettuati.

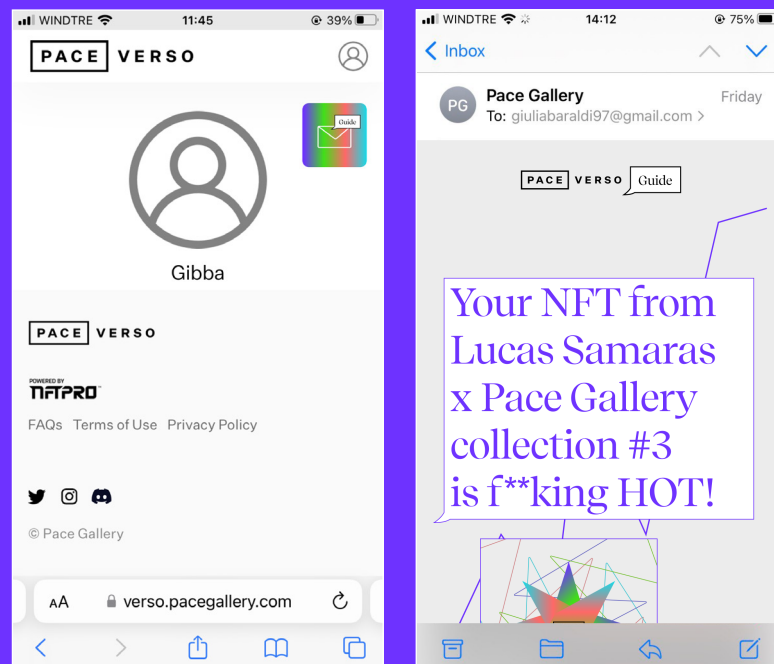


Retention

Il progetto prevede un'ulteriore fase in cui l'utente viene affiancato in seguito all'effettiva fruizione della guida sul sito accessorio della galleria in cui viene seguito anche negli aggiornamenti riguardanti il valore dell'NFT acquistato.

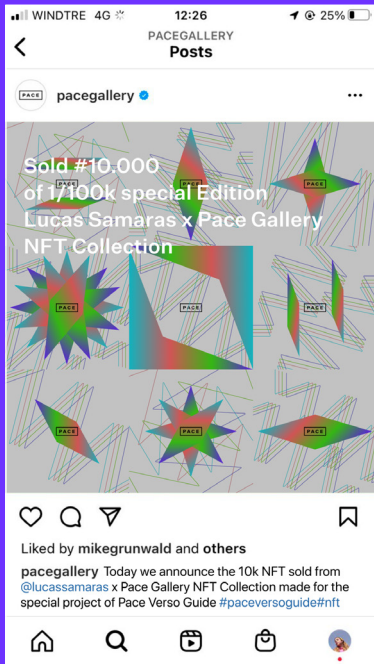
Tali aggiornamenti avvengono in maniera generale sui canali di Instagram, Twitter e sul server di Discord, mentre in modo personalizzato sulla newsletter legata a Pace Verso Guide, alla quale è possibile registrarsi tramite una call to action dal sito principale della piattaforma di Pace Verso. La newsletter intende proporre contenuti relativi agli NFT acquistati grazie alle informazioni relative agli artisti coinvolti nella creazione di uno specifico NFT, alla loro carriera, all'aumento di valore delle loro opere o di una specifica collezione. Grazie al tracciamento della blockchain è possibile seguire l'aumento di valore di un NFT sia dal punto di vista artistico sia di investimento attraverso la sua storia di proprietà legata all'artista e ai successivi possessori. Il progetto vuole in questo modo seguire l'utente anche sulla comprensione del valore di un NFT nel tempo.

Pagina seguente e successive
 ■ Figura 66:
 Touchpoint per la fase di 'Retention' per permettere all'utente di rimanere aggiornato sul valore degli NFT nel tempo tramite newsletter e social.

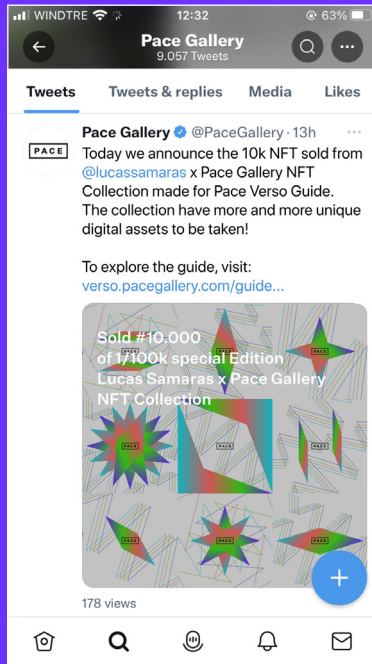


Touchpoint a newsletter, Twitter, Instagram e Discord sulla piattaforma principale di Pace Verso

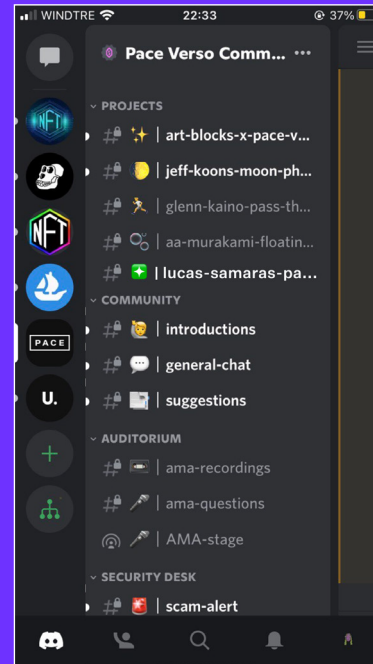
Newsletter con le informazioni sugli NFT acquistati



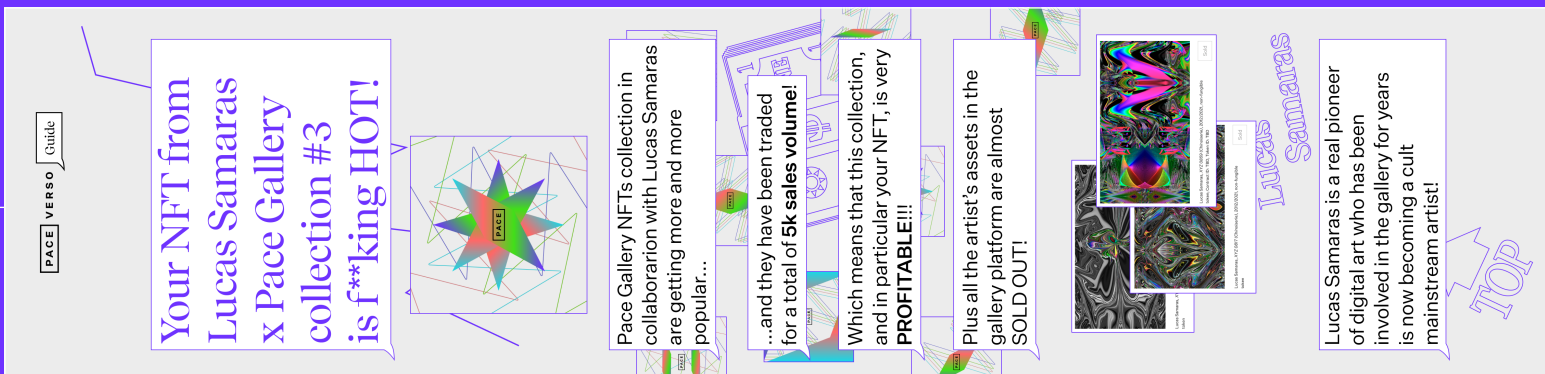
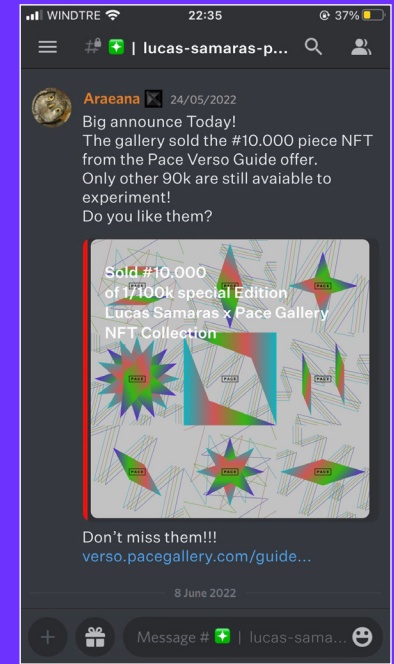
Post sul profilo Instagram della galleria con aggiornamenti sulle collezioni di NFT



Tweet sul profilo Twitter della galleria con aggiornamenti sulle collezioni di NFT



Channel sul server Discord di Pace Verso con aggiornamenti sulle collezioni di NFT



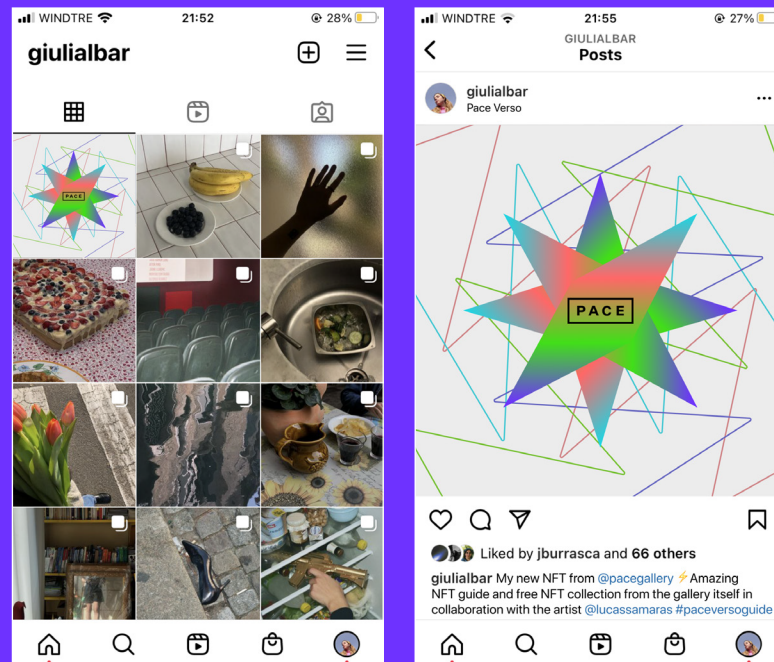
Advocacy + Rewarding

Una volta acquistato un NFT l'utente è invitato alla condivisione del suo primo NFT sui social come post instagram o tweet su Twitter. In questo modo l'utente dal un lato motra il suo coinvolgimento per l'arte digitale e il suo interesse per la galleria e dall'altro permette il coinvolgimento di nuovi utenti alla guida e al tema e la creazione di una community.

In seguito la user journey prevede, come forma di rewarding in seguito alla condivisione tramite social, la ricezione da parte dell'utente di un NFT gratuito. L'NFT ricevuto attraverso la modalità di 'airdrop', come spiegato nel capitolo 1.3.6 quella forma di cessione o acquisizione di un NFT utilizzata per promuovere un progetto da parte di Brand o istituzione a seguito di una registrazione specifica da parte dell'utente, rappresenta per il fruitore sia una forma di ricompensa per aver fatto un primo acquisto tramite la galleria e aver condiviso sui social il proprio NFT sia la prosecuzione della propria collezione digitale di NFT.

L'NFT è fruibile e visibile come gli altri NFT acquistati dalla sezione 'Inventory' presente sul profilo personale della piattaforma di Pace Verso attraverso cui può essere trasferito nel portafoglio digitale creato ed essere quindi visibile a tutti.

Pagina seguente
 ■ Figura 67:
 Condivisione da
 parte dell'utente
 dell'NFT
 acquistato
 tramite la
 piattaforma di
 Pace Verso.



Profilo dell'utente con post del proprio NFT acquistato

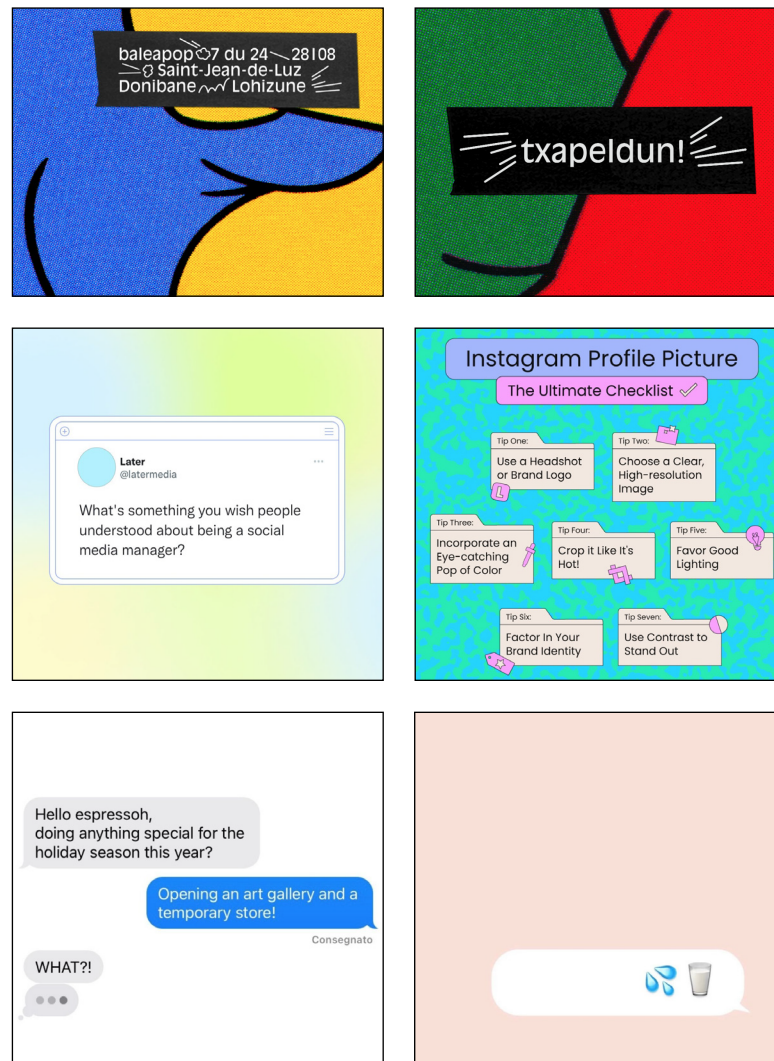
3.3.3 Modalità di comunicazione della guida

Il progetto ruota quindi intorno alla creazione di sito accessorio per una galleria tramite cui si accede tramite una call to action dalla piattaforma principale di vendita di NFT della galleria stessa.

La fruizione del sito-guida è basata sull'interazione e sulla navigazione con la modalità dello 'scrollytelling' ovvero la creazione di un racconto composto da testi e immagini a comparsa, tramite scorrimento, che determinano un coinvolgimento più immersivo dei contenuti.

Per fare questo sono stati presi in esame altri siti e guide che utilizzano lo stesso meccanismo per comunicare informazioni in modo semplice ed efficace, permettendo una maggiore comprensione grazie ad animazioni e un utilizzo complementare tra testo e immagini.

Ogni passaggio o livello rappresenta una sezione della guida che è stato successivamente esploso e raccontato in modo più specifico.



■ Figura 68: Riferimenti visivi per la reinterpretazione dell'identità della galleria in chiave pop al fine di comunicare i contenuti della guida al target considerato. In ordine: prima riga Identità visiva di Twice Studio per Baleapop 7, music festival; seconda riga post Instagram del profilo Later: Social Media Marketing; terza riga post Instagram del profilo del brand Espressoh.

3.3.4 Selezione della galleria per l'applicazione della guida

Per concretizzare la guida in un contesto esistente è stata scelta una galleria d'arte che potesse essere di riferimento e promotrice di questo ruolo. La galleria in questione è Pace Gallery, presa come caso studio nell'analisi precedente.

Pace Gallery è stata fondata nel 1960 e rappresenta una galleria tradizionale di grande rilievo. Si occupa di rappresentare ed esibire artisti di fama internazionale conosciuti ed emergenti, selezionati accuratamente dalla curatela della galleria stessa.

Come già detto (vedi capitolo 2.3.2) il 22 Novembre del 2021 la galleria ha lanciato la sua piattaforma di vendita NFT, creata in collaborazione con Palm NFT Studio sulla Palm Network, una nuova rete blockchain ottimizzata per la cultura e la creatività, costruita per l'ecosistema aperto Ethereum. La Palm Network offre bassi costi di gas, una rapida finalizzazione delle transazioni e una riduzione del consumo energetico superiore al 99,99% rispetto ai sistemi Proof of Work, utilizzati dalle comuni blockchain.

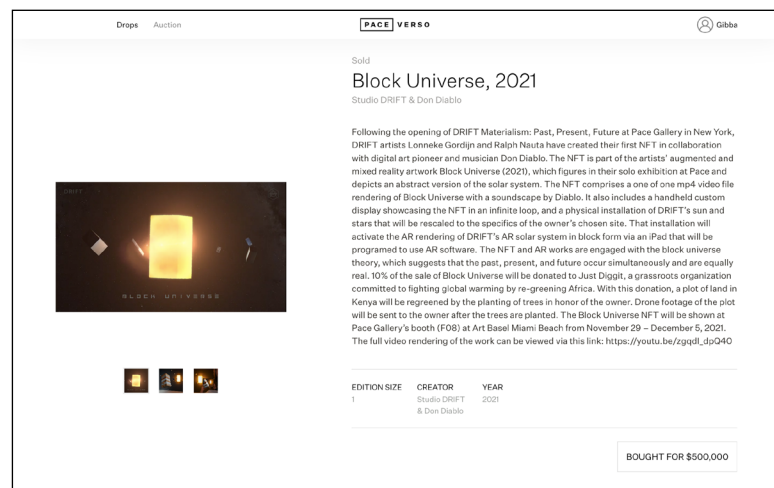
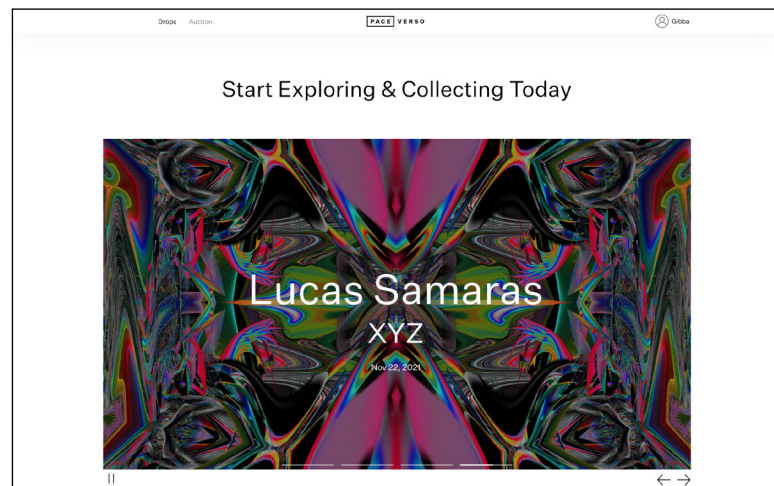


Figura 69: Schermate della piattaforma di vendita NFT di Pace Gallery: Pace Verso.

3.3.5 Struttura, sezioni e contenuti della guida

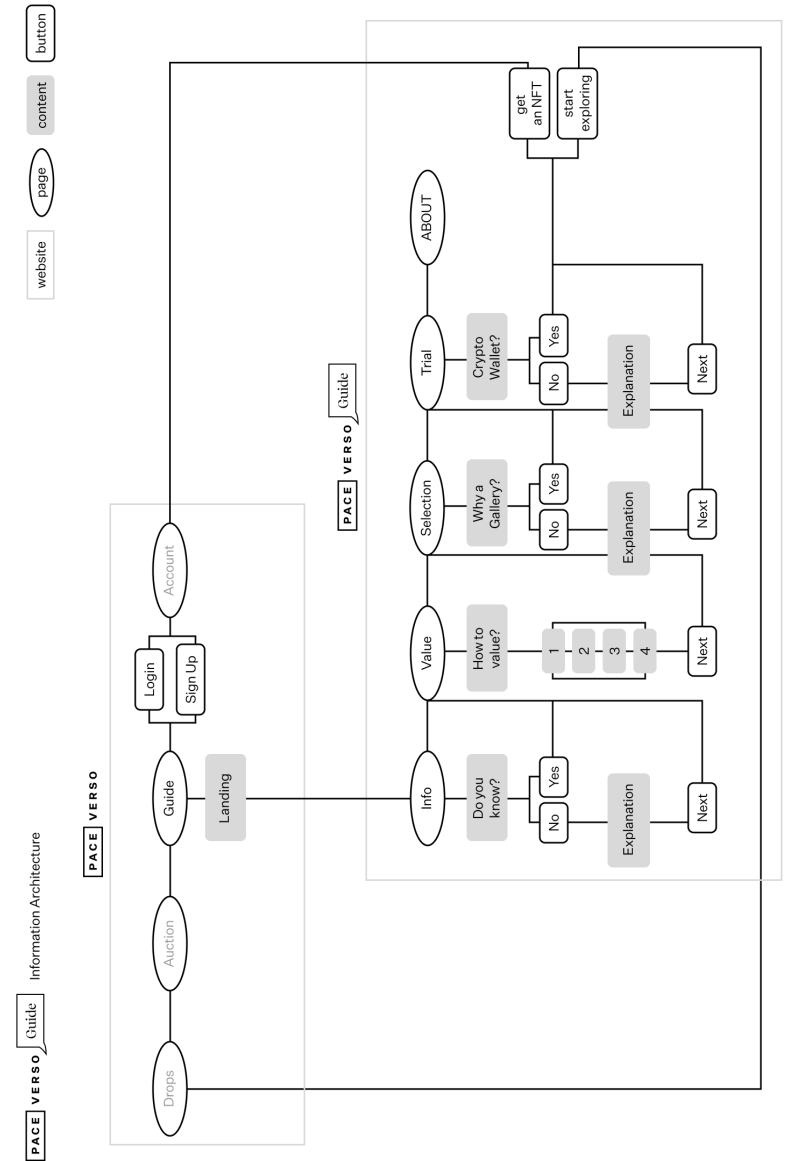
Il sito-guida è strutturato in 4 sezioni principali che affrontano i passaggi e i diversi livelli necessari per la comprensione e la successiva capacità di acquisto degli NFT.

I diversi passaggi che sono stati selezionati sono:

- ↳ Informazioni generiche NFT
- ↳ Qual è il valore associato a un NFT
- ↳ Il tipo di selezione attuato da una galleria
- ↳ Come si acquista un NFT (con successiva registrazione personale al sito della galleria)

Ogni passaggio o livello rappresenta una sezione della guida che è stato successivamente esploso e raccontato in modo più specifico.

Pagina seguente
 ■ Figura 70:
 'Information architecture'
 di Pace Verso
 Guide inserita nel flusso della
 piattaforma di Pace Verso.



PACE VERSO Guide ABOUT →

DEFINITION VALUE SELECTION TRIAL

NFT

Do you know what NFTs are actually?

Tell me more

I'm aware, skip it

NFT
noun

A **non-fungible token** (NFT) is a financial security consisting of digital data stored in a blockchain, a form of distributed ledger. The ownership of an NFT is recorded in the **blockchain**, and can be transferred by the owner, allowing NFTs to be sold and traded. Because NFTs are **uniquely identifiable**, they differ from cryptocurrencies, which are fungible.

Yes, okay but...that's boring! What is an NFT in concrete?

Yes, you're right...Let's make an example!

Imagine an artwork...




artwork info
If you were asking this is Jules de Balincourt, Dried Up, 2016, 70" x 60", a selected work from the gallery.

You can reproduce unlimited copies of it, but once you buy it you'll always have the **original and authentic one!**

This works pretty much the same with digital art

I'm sure you know this little funny cat...don't worry, sounds strange but I'll get to the point



You could find a variety of copies and declination of it on the internet, static or in movement, literally whatever you want...

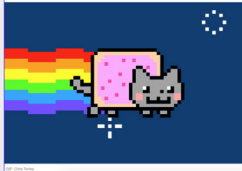
...but who has the property of the original one?



@NyanCat
Last sold 300.00 ETH

THE VERGE

Nyan Cat is being sold as a one-of-a-kind piece of crypto art
The beloved internet meme sold for \$10 in April




That guy!!! In this case is anonymous but thanks to blockchain and its transparency you'll see the owner of every digital object!

Sounds cool, right?

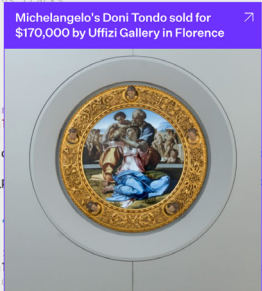
TO SUM UP
NFTs allow you to own **every digital, and even physical, object** as long as it is encoded as a token or **smart contract**

Andrés Reisinger, Hortensia Chair, The Shipping project sold for \$450,000



bot.creative_commons_only = True # only remi

Michelangelo's Doni Tondo sold for \$170,000 by Uffizi Gallery in Florence




```
def grabson
  global
  bot =
  bot.c

bot.remix_
%s %s"

bot.tag =

if url=="
  bot.a
```

and even...



Rarible
NFTP by Charmin / #001

Price Highest bid
Not for sale 1 wETH

pretty awkward but impressive!

The greatest thing is that the piece you buy is unique and yours...unless you resell it!

Okey, these are the basics, but how do you define the value of an NFT?

No idea, I want to know

Already know, return to introduction

PACE VERSO

POWERED BY TIAFPRO

FAQs Terms of Use Privacy Policy

© Pace Gallery

PACE VERSO Guide ABOUT →

DEFINITION VALUE SELECTION TRIAL

So what makes an NFT a valuable piece?

Mainly 4 things

Pedegree Sorry...what?

Uniqueness What do you mean?



Benefits What's that?

Desiderability Tell me more about it



Now you know how to interpret NFTs, so now it's

Pedegree Sorry...what?

For example The Bored Ape Yacht Club NFT collection has an increasing number of celebrity owners such as Eminem, Mark Cuban, Madonna and Justin Bieber!

Bieber purchased the Bored Ape #3001 for 500 ETH (\$1.3 million)

Justin Bieber's Bored Ape has a new pal

Uniqueness What do you mean?

Benefits What's that?

Desiderability

Now you know how to interpret NFTs, so now it's time to pick one, how?

Explain me

I'm fine, get back the start

PACE VERSO

POWERED BY TFP PRO

FAQs Terms of Use Privacy Policy

Twitter Instagram Discord

© Pace Gallery

Decrypt

Justin Bieber

International pop sensation Justin Bieber aped in with [Bored Ape #3001](#) on January 29 for a whopping 500 ETH, or \$1.3 million. Crypto influencers like [Gmoney](#) and [Farokh](#) think he overpaid, but maybe Bieber just loved the look of this Ape with relatively common traits. [Bieber](#)—who has the second-most followers in all of Twitter at 114 million—[shared the image on his Instagram](#) using lyrics from his single “Lonely.” [His wallet](#) also holds NFTs from Doodles and [World of Women](#), among other projects.

justinbieber

Share See Price News

Figura 72

PACE VERSO Guide ABOUT →

DEFINITION VALUE SELECTION TRIAL

Why should I choose NFTs from a gallery rather than a marketplace?

A gallery simply acts like a lens

We select personally artists who will exhibit at the gallery, both for physical and digital art

Our phylosophy is **Less Is More...** as the big Mies van der Rohe said

We prefer **quality over quantity**

Think of a large shopping mall where all the brands, style and quality are mixed together...

Picking up and choosing what you want it's not so easy!

SEARCHING

That happens in many online **NFTs sales marketplaces**, only some of them make a selection of who can participate...but still there are many artists...

OpenSea

Rarible

Decentraland

Nifty Gateway

makersplace

SuperRare

Foundation

...and sometimes there can also be a **risk of fraud by artists** in less controlled platforms, so be careful!

So? Which is the difference with a gallery?

A gallery acts by selecting artists and involving them in productions by activating a collaboration.

Less consumption and less waste and higher quality...

...so as to create more **digital scarcity** and make **each piece more valuable!**

Here are some of our collaboration!

Lucas Samaras, XYZ 0819 (Chinoiserie), 2012/2021

John Gerrard, Petro National, Art Blocks x Pace Verso, 2022

Art Blocks x Pace Verso, 2022

Zhang Huan, Celestial Burial of an Artist #2, 2012/2021

That's it! So do you want to know how to buy one and become an NFT collector?

Yes, I'm almost ready

Not yet, get back to introduction

PACE VERSO

POWERED BY **NFTPRO**

FAQs Terms of Use Privacy Policy

Twitter Instagram Discord

© Pace Gallery

Figura 73

PACE VERSO Guide ABOUT ->

DEFINITION VALUE SELECTION TRIAL

Finally you can get your own NFTs...how?

All you need is a crypto wallet

I don't have it yet

Already set

Just follow these simple instructions to start your journey in cryptocurrency universe...trust us, it's easier than you think!

1. **FIRST: GET A CRYPTO WALLET**
Set up your crypto wallet simply installing the plug-in on your browser and going through the installation process

MAKE A CRYPTO WALLET

Here are some reliable crypto wallet we suggest.
N.B: Remember to save and protect your SECRET RECOVERY PHRASE well!!!!

METAMASK

coinbase

Done?

SECOND: BUY CRYPTOCURRENCIES
You need to create an account in a trusted trading platform to fund using using your bank card or via bank transfer.

coinbase BINANCE crypto.com

Then you can buy all the cryptocurrencies you want to purchase NFTs...we recommend **ETH** that is the most common for all the payments

3. **THIRD: CHOOSE YOUR NFT**
Quite obvious but not always easy...as you already know (see previous section) from our platform you'll have a very accurate and limited selection of digital artworks.

Then just proceed with the payment method you prefer...the procedure is guided, of course! Enjoy :)

All clear? Now get your first NFT and start your digital

your digital collecting adventure!

Yes, please!

I'm fine, go to Pace Verso

PACE VERSO

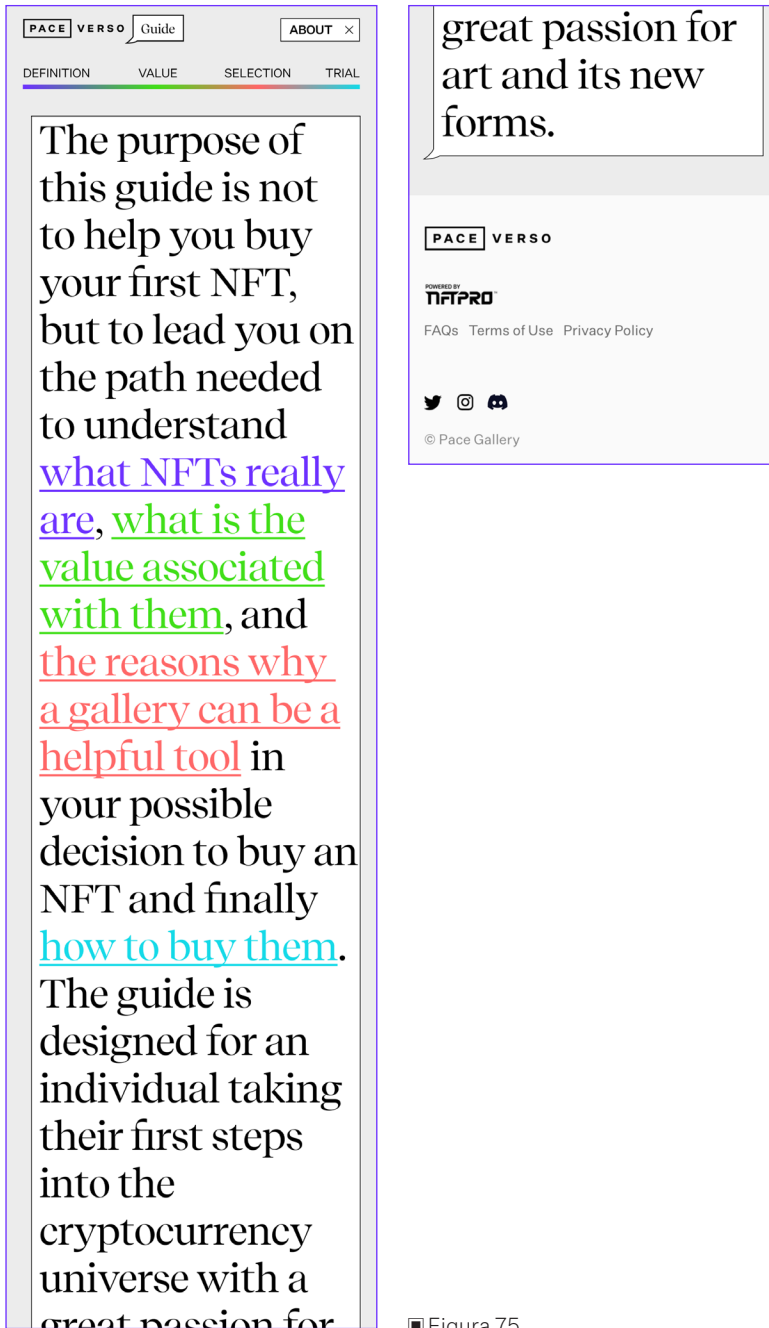
POWERED BY TTFPRO

FAQs Terms of Use Privacy Policy

Twitter Instagram Discord

© Pace Gallery

Figura 74



■ Figura 75

■ Figura 71-75:
 Prototipazione mobile della guida Pace Verso Guide. In ordine:
 Figura 71: Sezione 'Definition';
 Figura 72: Sezione 'Value';
 Figura 73: Sezione 'Selection';
 Figura 74: Sezione 'Trial';
 Figura 75: Pagina di 'About'

La sezione guida del sito della galleria è fruibile facilmente attraverso un bottone nella piattaforma principale di vendita di arte digitale NFT della galleria.

La pagina introduttiva o landing della guida presenta una domanda diretta all'utente da parte della guida amichevole che aiuterà l'utente nel percorso di comprensione e approccio al mondo della crypto arte insieme a una breve descrizione della sua utilità. Successivamente è possibile accedere al racconto tramite le diverse sezioni attraverso un pulsante di inizio che porta al mini-sito accessorio della galleria dedicato alla guida stessa.

La prima sezione parte dalla domanda iniziale "Do you know what NFT are actually?"

e la narrazione procede partendo da una definizione standard stile Wikipedia che vuole introdurre in modo nozionale e standard l'argomento per poi procedere attraverso una conversazione informale con l'utente a spiegare attraverso esempi e metafore cosa siano e cosa rappresentino effettivamente gli NFT e quale sia la loro principale caratteristica ovvero rappresentare opere uniche, che provengono direttamente dall'artista che le ha create.

Per facilitare la spiegazione viene fatto un paragone con l'arte tradizionale, in particolare con un dipinto della galleria stessa, in quanto rappresenta un'opera d'arte unica e riconducibile direttamente all'artista che l'ha creata e che ha valore per la sua unicità. Lo stesso accade per l'arte digitale registrata come NFT.

Una volta esposta la spiegazione principale ed elementare degli NFT la guida procede interagendo con l'utente e richiamandolo all'attenzione per passare alla seconda sezione riguardante la definizione del valore di un NFT.

La seconda parte della guida intende dare degli strumenti generali per facilitare la

comprensione del valore legato ad una risorsa di Crypto Arte. vengono quindi riportati i quattro fattori identificati come principali nella determinazione del valore, visti nel capitolo 1.3.8. attraverso alcuni esempi di NFT famosi per numero di transazioni, preziosità e rarità, legati anche a chi li ha acquistati (ad esempio Justin Bieber) e alla loro utilità collaterale come benefit e regali esclusivi (come nel caso della collezione Bored Ape Yacht Club).

La sezione successiva aiuta invece a comprendere la necessità di una selezione più accurata data la moltitudine di artefatti digitali e di marketplace di vendita. Viene quindi spiegato come una galleria agisca come lente nel selezionare artisti ad hoc che collaborano con essa e in questo modo sia garantita una quantità minore e di maggiore qualità di opere vendute.

Infine l'ultima parte intende dare gli strumenti necessari per l'eventuale acquisto di un NFT riportando tre step fondamentali:

- ◊ la creazione di un crypto wallet affidabile;
- ◊ l'acquisto di criptovalute su alcuni portali suggeriti attraverso il proprio conto bancario;
- ◊ la successiva scelta e selezione di un NFT con cui procedere all'effettivo acquisto.

Da questa ultima sezione l'utente viene poi reindirizzato alla pagina di registrazione sul sito principale di Pace Verso per poter creare un profilo personale e collegare il crypto wallet appena creato o quello già posseduto in precedenza.

Successivamente attraverso la registrazione l'utente può accedere a una sezione di NFT in vendita a un prezzo basso in modo che possa per la prima volta eseguire un acquisto e provare la procedura in modo affidabile e sicuro.

3.3.6 Identità visiva e tone of voice

Lo sviluppo dell'identità visiva dei progetti è stato determinato dall'analisi del 'Look and Feel' della comunicazione della galleria Pace Gallery con un riadattamento e una rielaborazione adatti alla comunicazione per il target selezionato della generazione zeta e giovani millennials. I millennial tendono a comunicare attraverso il testo mentre la generazione zeta attraverso le immagini. L'espediente visivo scelto coinvolge entrambe le componenti, rendendo allo stesso tempo la ricezione delle informazioni più affine a modalità di comunicazioni quotidiane.

Infatti, il racconto del sistema degli NFT, scandito nelle quattro sezioni, è riportato sotto forma di chat. Un interlocutore anonimo, dal registro giovane e informale, provoca l'utente ad approfondire alcuni temi come la compravendita e il valore degli NFT, o il ruolo della galleria nel mercato attuale. All'utente è chiesto di "rispondere" ai messaggi selezionando richieste di approfondimento o saltando la sezione (esempio: Tell me more / I'm aware, let's skip this part.)

L'identità visiva è resa essenziale per concentrare l'attenzione sui contenuti della guida. A livello grafico sono usate le metafore visive tipiche delle interfacce di messaggistica: dai box a fumetto dei messaggi nella conversazione (a sinistra dedicati all'interlocutore e a destra all'utente) all'utilizzo di stickers, emoji, GIF e reactions. L'obiettivo di questa modalità di comunicazione è attirare l'atten-

Pagina seguente e successive
 ■ Figura 76: Identità visiva e immagine coordinata sviluppate per Pace Verso Guide partendo da quelle di Pace Gallery.

PACE

PACE VERSO

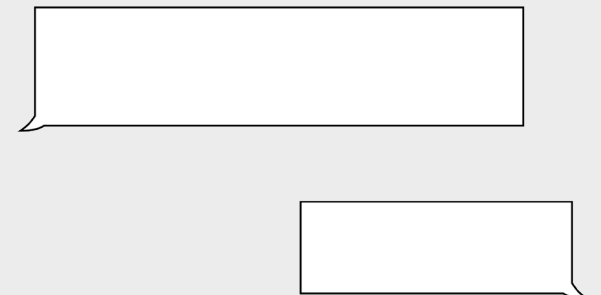
PACE VERSO Guide



Recife Display Regular

Untitled Sans Regular
 Untitled Sans Medium

DEFINITION VALUE SELECTION TRIAL



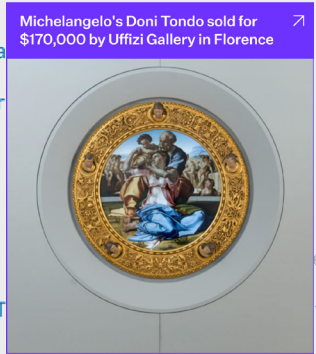
Do you know what NFTs are actually?

Tell me more

I'm aware, skip it

TO SUM UP
NFTs allow you to own **every digital, and even physical, object** as long as it is encoded as a token or **smart contract**

NFT



de
hocksha
ytho n
bo
%S
bo
if
acks =
samesong twice
bot.creative_commons_only = T
commons tracks

zione dell'utente sintetizzando in testi brevi (della lunghezza di un messaggio) le informazioni essenziali e correlando la spiegazione con un ricco apparato di esempi sotto forma di immagini, link o semplici animazioni.

L'idea è che l'utente, verosimilmente di età compresa tra i 18 e 35 anni, sia introdotto al mondo degli NFT e dell'arte digitale con un linguaggio conosciuto non diverso da quello dei social media o delle app di messaggistica. La costruzione di un sito dedicato permette di adattare la metafora all'identità e al tone of voice della galleria e ad arricchire la narrazione con animazioni, ipertesti ed immagini.

3.3.7 Design system

A livello grafico sono ripresi alcuni elementi dell'identità originale della galleria: sono mantenuti il font per i testi, la struttura del menu, la griglia e il motivo del box quadrato presente nel logo e riadattato nei box della conversazione. A questi si aggiungono una serie di tratti differenti che estremizzano l'identità originale, virandola verso un registro più sperimentale e vicino al linguaggio dell'arte digitale. Una palette di colori flash e pop identifica ogni sezione che riporta in copertina riferimenti al tema con illustrazioni e titoli in outline sullo sfondo della conversazione. Il font graziato contraddistingue lo spirito della guida e ne completa anche il logo originale per identificare il progetto.

Data la brevità dei messaggi e in sintonia con lo stile pop, il font dei testi è adattato a grandi dimensioni, i titoli sono inseriti sullo sfondo della chat ad assimilarsi con le illustrazioni

Gran parte delle scelte cromatiche, di layout e di tipografia si ispirano agli ambiti sperimentali della digital art, che spesso pre-

vedono overlay, colori flash, illustrazioni e testi decorativi. Queste scelte visive combinano lo stile essenziale e rigoroso dell'identità di Pace gallery con la grafica pop ispirata a una declinazione brutalista dell'estetica digitale.

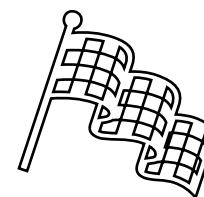
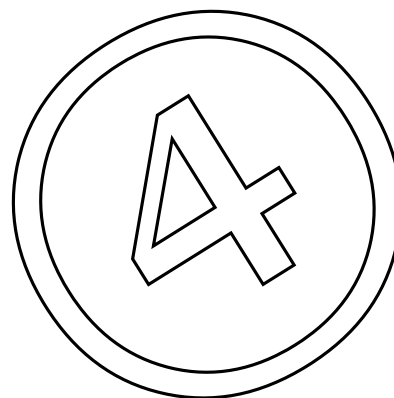
3.3.8 Interfaccia e navigazione

Per facilitare il passaggio dalla navigazione del sito originale della galleria è inserito un menu che segue la stessa struttura. Dal momento che il mini-sito del progetto è previsto per essere riconducibile a quello principale della galleria è sempre presente un bottone per tornare al sito principale di Pace Verso.

La struttura di Pace Gallery Guide (titolo del progetto indicato nel logo del menu), mostra le quattro sezioni della guida allineate al centro e collegate da una linea che ne identifica immediatamente il colore, cosicché l'utente possa facilmente individuare la sezione in cui si trova e la sequenza generale della guida. In ogni intestazione viene proposto di approfondire il tema o passare alla sezione successiva. Alla fine di ogni sezione può proseguire o tornare all'inizio. Infine il sito comprende anche una sezione about con tutte le informazioni sul progetto.

L'apparato dei contenuti inseriti a supporto della navigazione, prevede degli esempi concreti di casi celebri nella storia degli NFT (ad esempio per dimostrare che il valore di un NFT si basa sulla sua storia e popolarità è riportato l'esempio di Nyan cat). Ognuno di questi esempi (estratti dalla ricerca effettuata) è presentato con un'immagine e un breve titolo di giornale / descrizione. L'utente può accedere al link dell'articolo originale o della fonte della notizia cliccando sui box degli esempi.

CONCLUSIONI



4.1 NECESSITÀ DI UN MODELLO
EDUCATIVO

4.2 POSSIBILI SVILUPPI FUTURI

4.1 Necessità di un modello educativo

Tramite la ricerca di mercato e l'individuazione degli interessi degli appassionati d'arte nel contesto attuale dell'arte, si è visto come gli NFT rappresentino una grande rivoluzione che affascina molti, pur rimanendo per alcuni una risorsa artistica di difficile comprensione o di poco interesse (infatti una parte cospicua di risposte al questionario ha affermato di non essere interessato ad acquistare NFT, motivata dalla natura digitale e intangibile di queste risorse).

Tuttavia la ricerca e il progetto si concentrano su quella fascia di persone il cui interesse nei confronti delle nuove possibilità artistiche dettate dalle innovazioni tecnologiche è sempre più crescente. L'analisi dei sette casi studio presi in considerazione insieme all'indagine tramite questionario hanno dimostrato che anche tra i più giovani, ovvero il target dei millennials e della generazione zeta, sia fondamentale una dimensione formativa e didattica per comprendere il mondo della crypto arte.

È quindi necessaria la creazione e progettazione di un ruolo orientativo in questo contesto che possa rappresentare un punto di incontro per il target interessato. La galleria tradizionale può in questo senso inserirsi diventando portavoce di questo cambiamento attraverso un ruolo di guida e di accompagnatrice nell'universo della crypto arte per coloro che si dimostrano interessati sia da un punto puramente artistico sia dalle possibilità di investimento ma che non hanno ancora avuto modo di avvicinarsi per mancanza di informazioni, per la difficoltà di selezione e per la mancanza di un crypto wallet per acquistare.

In questo contesto infatti il progetto si inserisce e prende forma come esercizio di strategia digitale e comunicazione applicato a una realtà specifica, quella di Pace Gallery, galleria riconosciuta a livello globale e caratterizzata da una propensione innovativa e al passo coi tempi in campo artistico e valoriale per quanto riguarda la selezione delle opere e degli artisti. La scelta di applicare il progetto a questa realtà è dovuto principalmente alla presenza di una piattaforma di vendita NFT apposita: Pace Verso. Il progetto viene, infatti, a crearsi proprio a partire da questa piattaforma integrandosi nel suo attuale flusso di interazione con l'utente.

Il progetto di tesi vuole inserirsi all'interno del mercato attuale come una possibile applicazione attuabile in un contesto già presente e intende creare un incontro tra l'istituzione galleria più tradizionale e il target considerato, ovvero i giovani millennials collezionisti e i futuri collezionisti di nuova generazione, avvicinando questo al collezionismo digitale di NFT e favorendo l'acquisto in modo consapevole e sicuro. Per questo motivo il concept di progetto si basa sulla costruzione di un sistema che guida l'utente attraverso il percorso di comprensione, selezione e successivo acquisto di un NFT attraverso un linguaggio diretto informale e amichevole e una reinterpretazione dell'identità della galleria in chiave pop.

Pace Verso Guide, il nome del progetto, si configura come guida per permettere ai nuovi utenti giovani collezionisti millennials o futuri collezionisti digitali delle generazione zeta di essere accompagnati nel loro primo ingresso nell'universo della crypto arte. Per fare ciò la guida è stata progettata come parte di un percorso utente più ampio in cui si viene direzionati verso il mini-sito guida vero e proprio che invita l'utente a un primo acquisto di un NFT

sicuro tramite la galleria e permette allo user di avere continui aggiornamenti sul valore artistico e di investimento delle opere digitali acquistate.

Il progetto vuole rispondere quindi alla domanda riguardante il possibile ruolo ricoperto da una galleria nel contesto del collezionismo attuale e si inserisce perfettamente all'interno del contesto della galleria Pace Gallery sia per l'indole innovativa e avanguardistica dell'istituzione artistica sia per il coinvolgimento di un nuovo target giovane e interessato allo scenario NFT e alla collezione di crypto arte. La progettazione coinvolge tutte le fasi di un'esperienza utente che coinvolge un media mix vario (Instagram, Twitter, Sito, Newsletter, Discord).

4.2 Possibili sviluppi futuri

Durante la progettazione della guida Pace Verso Guide si è cercato di entrare in contatto diretto con Pace Gallery per capire un loro interesse nei confronti di una integrazione di tipo didattico ed educativo sulla crypto arte. Attraverso le mail ai canali ufficiali non vi è ancora stato un riscontro mentre sul canale Discord creato dalla galleria appositamente per la piattaforma di Pace Verso si ha avuto risposta sul canale #general-chat da parte di un membro interno alla galleria con un effettivo interesse e intenzione da parte della galleria di creare una guida per i giovani collezionisti.

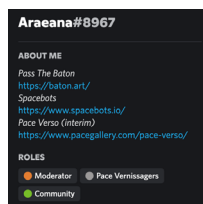
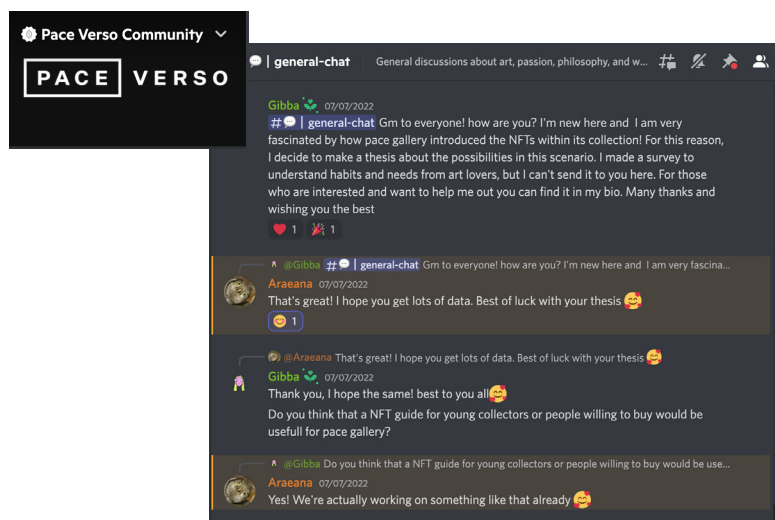


Figura 77: Conversazione sul progetto di tesi tenutasi nel channel #general-chat del server di Pace Verso.

La guida è stata creata per a piattaforma di Pace Verso ma è concettualmente applicabile a diverse realtà di vendita NFT. Pace Verso Guide vuole rispondere alla domanda di ricerca sul punto di contatto tra mondo tradizionale dell'arte e mondo NFT e alla domanda progettuale sul possibile ruolo che può avere una galleria in questo contesto. Il progetto tuttavia non esclude un suo possibile risvolto applicativo in altre realtà di vendita NFT, che siano marketplace esistenti o realtà più indipendenti come artisti stessi, adattandosi all'identità e ai valori della realtà di riferimento e alle sue peculiarità tecniche interne.

Una possibile implementazione del progetto potrebbe essere uno strumento open source online in grado di analizzare i dati relativi a un determinato asset grazie alle qualità della blockchain di permettere un tracciamento di tutte le attività e azioni svolte su un determinato elemento. Lo strumento potrebbe eseguire un incrocio di dati relativo a chi ha creato, posseduto e a quanto quel specifico asset sia cresciuto di valore in base ai dati che lo caratterizzano. In questo modo potrebbe facilitare la comprensione da parte dell'utente collezionista della crescita sia di valore artistico sia di investimento legato a un NFT.

Di certo questi sono solo esempi di possibili applicazioni e ruoli che potrebbe avere un contesto più tradizionale o meno all'interno dell'attuale mondo crypto e NFT in campo artistico. Il rapido sviluppo tecnologico così come la produzione di nuovi asset artistici digitali rendono complesso la progettazione di qualcosa di consistente che possa rimanere invariato per un lungo periodo.

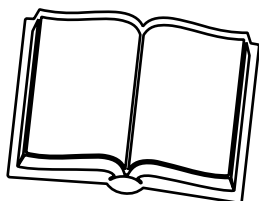
Il progetto infatti presenta una struttura flessibile, legata a un flusso di narrazione che

può essere modificato nel tempo, grazie alle possibilità offerte dallo scrollytelling e da flussi di interazioni digitali sempre più ipertestuali e interconnesse, che permettono una lettura e navigazione dinamica e fluida per l'utente.

GLOSSARIO

Il mondo della blockchain è molto complesso e ricco di sottigliezze così come di conseguenza anche quello degli NFT, che appartengono ad essa. In questi contesti vengono utilizzati molti termini tecnici con un vocabolario specifico per cui si rende necessario fornire i termini di base per permettere la comprensione del fenomeno e la successiva sezione della ricerca. La maggior parte dei termini sono in lingua inglese in quanto la blockchain e gli NFT hanno avuto nascita in America e possiedono un bacino di utenza internazionale.

Per le definizioni sono state utilizzate le nozioni e informazioni di Nonfungible.com, Gweio.io, Ethereum.com, Nftexplained.info e Treccani.it.



CATEGORIE

Crypto Arte

NFT creati su mercati artistici, da singole collezioni di artisti o da un algoritmo di arte generativa.

Collectibles

Un progetto i cui NFT hanno lo scopo di essere collezionati. Possono essere avatar (picture for proof and profile pic), animali, alieni o qualsiasi altro tipo di oggetto digitale. Questi beni collezionabili possono avere diversi utilizzi, dall'entrare a far parte di una comunità all'uso nei videogiochi.

Metaversi

Mondi virtuali che permettono alle persone di essere interconnesse tra loro. Gli NFT rappresentano principalmente oggetti virtuali in questo segmento, ma possono anche assumere la forma di "wearables" e accessori per

personalizzare il proprio avatar.

Utilities Le utilità coprono usi molto diversi: dai nomi di un dominio, ai biglietti per concerti. Possono anche essere badge o codici che consentono l'accesso a contenuti esclusivi.

Video games I videogiochi che utilizzano gli NFT nel loro gameplay. Possono essere armi o attrezzature in un "Role-Playing Game", skin uniche per armi o personaggi.

VOCABOLARIO

Airdrop Un airdrop è la distribuzione gratuita di una criptovaluta o di un NFT a uno o più crypto wallet. In genere un airdrop viene attivato se si soddisfano alcune qualifiche. Gli airdrop sono spesso utilizzati come tecnica di marketing per aumentare la consapevolezza di un progetto. I progetti NFT possono effettuare l'airdrop di un secondo NFT ai titolari.

Asset Un asset è un NFT che rappresenta un possesso esclusivamente digitale o la copia digitale di un oggetto fisico.

Bitcoin La prima criptovaluta della storia, spesso correlata al concetto di oro digitale. Questo termine si riferisce sia alla criptovaluta (nota anche come BTC) sia alla prima rete blockchain. Nato dopo la crisi finanziaria del 2007, il bitcoin è stata la prima criptovaluta esistente. Le criptovalute risolvono il problema della doppia spesa e si basano su una rete "peer-to-peer" decentralizzata, ovvero la blockchain.

Blockchain Il momento di genesi della blockchain risale al 1982 a opera di David Chaum con Computer Systems Established, Maintained, and Trusted by Mutually Suspicious Groups. Dopo

varie evoluzioni, si è arrivati nel 2008 alla pubblicazione del Whitepaper di Bitcoin a opera dell'anonimo Satoshi Nakamoto. La blockchain designa una tecnologia di archiviazione e trasmissione delle informazioni trasparente e sicura. Le informazioni contenute in questa "catena di blocchi" sono protette da processi crittografici che rendono il token non falsificabile. La blockchain è utilizzata da anni per la circolazione delle criptovalute. Semplifica e velocizza le transazioni, fornendo al contempo una catena di provenienza e autenticità.

Crypto Artista Creativi, artisti visivi, musicisti e videomaker che creano valore attraverso la vendita in criptovalute delle loro opere d'arte come NFT.

Criptovalute Le criptovalute sono l'applicazione in ambito finanziario della blockchain attraverso cui si effettuano le transazioni e gli scambi di valore.

DeFi La finanza decentralizzata rappresenta molti dei soliti prodotti finanziari come prestiti e obbligazioni, ma utilizzando lo scambio di Crypto token.

Ethereum Blockchain decentralizzata e programmabile, che consente di creare smart contract a differenza della blockchain Bitcoin. La sua valuta nativa è l'Ether o ETH. Ogni transazione richiede commissioni sul gas, o Gwei.

ETH La valuta nativa della rete Ethereum.

Fees/ Commissioni Per ogni transazione o azione sulla blockchain c'è una commissione. Gas o Gwei è la tariffa che si paga e i prezzi fluttuano in base alla congestione della rete.

Fungible Token La fungibilità è la capacità di essere scam-

biato con un altro bene dello stesso valore. Ad esempio, scambiando 1 BTC con un altro, entrambi hanno lo stesso valore in quel momento.

Gas/Gwei Gwei è un'unità o denominazione di Ether o GigaWei. 1ETH=1,000,000,000,000,000,000 WEI = 1 (EXA)WEI, l'unità più piccola della rete Ethereum. 1 GWEI = 0,000000001 ETH. Le tariffe della rete Ethereum vengono pagate in Gwei, noto anche come gas.

Minting Il Minting è il processo di creazione di NFT. È possibile "coniare" i propri token creando uno smart contract dedicato o utilizzare una delle tante piattaforme dedicate alla creazione di NFT.

Smart Contract Letteralmente un contratto intelligente ovvero un programma che esegue azioni su una blockchain autonomamente. Ogni volta che viene creato o scambiato un NFT l'azione è registrata tramite smart contract.

Transazione Azione su una blockchain che invia criptovalute o token o che interagisce con uno smart contract. Ad esempio: Trasferimento di un NFT.

Token In ambito informatico e Tech designa un indicatore univoco registrato in una blockchain con la funzione di rappresentare una risorsa digitale, di registrare la proprietà di un bene o di permettere l'accesso a un servizio.

Wallet Portafoglio per la memorizzazione di criptovalute e token.

Whale Un portafoglio generalmente ricco di criptovalute o di preziosi NFT.

INDICATORI

Active Wallets Numero di portafogli unici di cripto su una blockchain o progetto. Un singolo utente può avere diversi portafogli.

Bidder Una persona o un'organizzazione che fa un'offerta formale per un'opera, soprattutto in un'asta.

Buyer Qualsiasi utente che acquista un NFT.

Volume di criptovaluta (DApp) Volume totale di criptovalute che ha circolato all'interno di un progetto, compresi gli acquisti, vendite e le interazioni con gli smart contract.

Volume di criptovaluta (dalle vendite) Volume totale di criptovalute generato solo dalle vendite, senza tutti gli altri tipi di interazioni e commissioni.

Tasso di liquidità Percentuale dell'offerta totale di un determinato tipo di asset che è stato negoziato sul mercato secondario.

Prezzo Prezzo determinato dal venditore o richiesto dall'acquirente.

Mercato primario Mercato determinato dalla vendita iniziale di un bene.

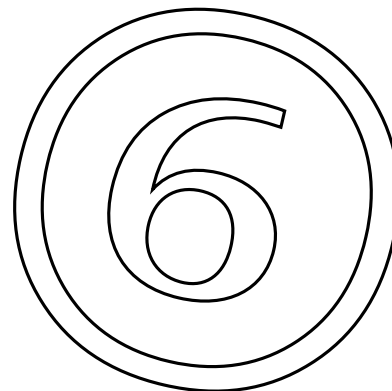
Profitable Sale/Vendita redditizia Quando la rivendita di un bene genera più denaro del prezzo di acquisto iniziale.

Volume delle vendite Volume/quantità/numero di vendite di asset. 10 NFT venduti in un singolo pacchetto sono considerati 10 vendite.

Mercato secondario Mercato determinato dalle vendite dopo quella iniziale sul mercato primario.

Seller	Qualsiasi portafoglio che vende un NFT
Volume delle transazioni (DApp)	Numero totale di transazioni di una DApp, compresi gli acquisti, vendite e interazioni con smart contract.
Volume USD (DApp)	Volume totale di USD (dollari americani) di una DApp, compresi acquisti, vendite e interazione dei smart contract come: offerte e prelievi, trasferimenti configurazioni, ecc.
Volume di USD (dalle vendite)	Volume totale di USD solo dalle vendite di NFT.

FONTI



6.1 BIBLIOGRAFIA

6.2 SITOGRAFIA

6.3 FIGURE

6.1 Bibliografia

- A** Art Basel, *The Art Market 2022*, Art Basel & UBS Report, accessibile al link: https://www.artbasel.com/about/initiatives/the-art-market?gclid=CjwKCAjw49qKBhAoEiwAHQ-VTo_D3Z09CwnS9dp9qlpnmFJnyBlq-3pkw_u2DOA6HNZCAellhkCTOPhoCSSEQAvD_BWE
- Artprice.com, *The Contemporary Art Market Report in 2021*, Artmarket.com, 2021, accessibile al link: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://imgpublic.artprice.com/pdf/the-contemporary-art-market-report-2021.pdf>
- Ascarì M., *NFT: Come la Blockchain ha rivoluzionato il mercato dell'arte. Una guida pratica per creare, acquistare e vendere NFT partendo da zero*, 2 giugno 2021
- B** Bossio S., *Guida pratica agli NFT, Arte & Diritto al tempo dei Non Fungible Token*, Le guide di 42LF – The Innovation Law Firm, Milano Aprile 2021Poli F., *Il sistema dell'arte contemporanea*, Editori Laterza, Bari 2009
- C** Cesarano G., *Il significato del collezionismo nella civiltà dei consumi*, in “Sipra uno”, n. 4, luglio-agosto 1976, in F. Poli, *Il sistema dell'arte contemporanea*, Editori Laterza, Bari 2009
- D** De Benedictis C., *Per la storia del collezionismo italiano: fonti e documenti*, Ponte alle Grazie, Editore, 1998
- M** Deloitte, *Il mercato dell'arte e dei beni di collezione, speciale “lo stato dell'arte ai tempi del covid-19”*, Art Finance, Report 2021

Deloitte, *Il mercato dell'arte e dei beni di collezione*, Art Finance, Report 2022

Deloitte, *Lo stato dell'Arte, una fotografia del settore Art & Finance ai tempi del COVID-19*, 2021

H Hiscox, *Online Art Trade report 2021*, accessibile al link: <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>

L Larry's List, *The Next Gen Collectors, report 2021*, accessibile al link: <https://www.larryslist.com/report/The%20Next%20Gen%20Art%20Collectors%202021.pdf>

M Morello M., *Mettiamo i Bit nei Musei*, Wired 100, 16 Marzo 2022

N NonFungible.com, *Yearly NFT Market Report 2021, How NFTs affect the world, 2021*, accessibile al link: <https://nonfungible.com/reports/2021/en/yearly-nft-market-report>

R Rota G., *I mercati collezionistici*, in *I mercati dell'arte. Aspetti pubblici e privati*, (a cura di Sergio Riscossa, Umberto Allemandi & Co., Torino, 1991

U Upson S., *Icone per nerd o Capolavori?*, Wired 100, 16 Marzo 2022

V Vettese A., *Investire in arte. Produzione, promozione e mercato dell'arte contemporanea*, Il Sole 24 Ore Libri, Milano 1991

6.2 Sitografia

A Aleonelli, *L'arte di investire*, Martebencult, 8 Aprile 2015. <https://martebencult.wordpress.com/2015/04/08/larte-di-investire/>

Anapur E., *Pace Launches a Custom-Built NFT Platform*, Widewalls, 23 Novembre 2021. <https://www.widewalls.ch/magazine/pace-verso>

ArtLand Magazine, *The primary versus the secondary art market*, ArtLand Editors, 2 Ottobre 2017. <https://magazine.artland.com/the-primary-versus-the-secondary-art-market/>

Artnet News, *The Uffizi Gallery Just Sold a Michelangelo NFT for \$170,000, and Now Is Quickly Minting More Masterpieces From Its Collection*. Artnet News, 14 Maggio 2021. <https://news.artnet.com/art-world/uffizi-gallery-michelangelo-botticelli-nfts-1969045>

B Billard J., *Why Collectors Buy NFTs and How to Get Started*, Artsy.net, 25 Gennaio 2022. <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-collectors-buy-nfts-started>

Boucher B., *The NFT revolution isn't just a fad. These galleries and artists were ahead of the curve*, Art Basel, 11 Giugno 2021. <https://www.artbasel.com/stories/NFT-revolution-koenig-mennour-pace-ora-ora>

Bravic L., *Meet the Next Gen Collectors: Who Are They and How Are They Changing the Art Market?*, Artland Magazine, 15 Ottobre 2021. <https://magazine.artland.com/next-gen-art-collectors/>

- C** Cortez J., *Fungible: What the 'F' in NFT stands for and why it matters*, *businessinsider.com*, 4 Novembre 2021. <https://www.businessinsider.com/fungible-meaning?r=US&IR=T>
- Cass J., *10+ Different Types of NFTs – Complete List*, *Justcreative.com* 26 Luglio 2022. <https://justcreative.com/types-of-nfts/>
- Coinbase.com, *Art collectors' guide to NFTs*, 17 Novembre 2021. <https://www.coinbase.com/it/learn/crypto-basics/art-collectors-guide-to-nfts>
- Coinbase.com, *How do you buy an NFT?*. <https://www.coinbase.com/it/learn/crypto-basics/how-to-buy-nft>
- D** Dizionario.corriere.it, *Dizionario Italiano, Collezionismo*. https://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/C/collezionismo.shtml
- E** Ethereum.com. <https://ethereum.org/en/NFT/>
- G** Gucci.com, *SUPERGUCCI, SUPERPLASTIC e Gucci presentano SUPERGUCCI*, Febbraio 2022. <https://www.gucci.com/it/it/stories/inspirations-and-codes/article/supergucci>
- Gwei.io. <https://gwei.io/>
- H** Hamilton A., *The Beginning Of NFTs - A Brief History Of NFT Art*, *Zeno Fine Art*, 03 Marzo 2022. <https://www.zenofineart.com/blogs/news/the-beginning-of-NFTs-a-brief-history-of-NFT-art>
- Help.twitter.com*. <https://help.twitter.com/it/using-twitter/communities>
- I** *Institut*. <https://institut.co/>
- J** Jones D., *Democracy and Community: Why NFTs Will Change the Art World*. *Medium*, 5 Ottobre 2021. <https://medium.com/@storydj/democracy-and-community-why-nfts-will-change-the-art-world-ff407e117f7f>
- K** Kastrenakes J., *Beeple sold an NFT for \$69 million*, *The Verge*, 11 Marzo 2021. <https://www.theverge.com/2021/3/11/22325054/beeple-christies-NFT-sale-cost-every-days-69-million>
- Koinsquare, *NFT e ARTE, la blockchain e il mondo dell'arte ft. Federico Clapis, Serena Tabacchi*, 2021. *YouTube.com*, https://www.youtube.com/watch?v=OdwyMx9_Rvs&ab_channel=Koinsquare
- L** *Larousse Dictionnaires, Fongible*. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/fongible/34510>
- Limnalong O., *Why Gen Z May Prove NFTs To Be More Than Just Hype Culture*, *Forbes Business Council*, 13 Aprile 2022. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/04/13/why-gen-z-may-prove-nfts-to-be-more-than-just-hype-culture/?sh=562c0be62d1f>
- Longhi I., *NFT: come sta cambiando il collezionismo tradizionale*, *Collezione da Tiffany*, 22 Aprile 2021. <https://collezioneditiffany.com/NFT-collezionismo-2021/>
- M** Martinique E., *20 NFT Marketplaces To*

Be Familiar With Right Now, Widewalls, <https://www.widewalls.ch/magazine/NFT-marketplaces/superrare>

Monolith Gallery, About. <https://monolith.gallery/about>

Montinari A., *La crypto arte apre le porte alle royalties per gli artisti*, We Wealth, 12 Dicembre 2021. <https://www.we-wealth.com/news/pleasure-assets/art-tech/crypto-arte-apre-le-porte-alle-royalties-per-gli-artisti>

Museum of Contemporary Digital Art. <https://www.mocda.org/>

Museum of Crypto Art. <https://museumofcryptoart.com/>

N

Nelson T., *Everything Designers Actually Need to Know About the Weird, Wild World of NFTs*, Architectural Digest, 6 Gennaio 2022. <https://www.architecturaldigest.com/story/everything-designers-actually-need-to-know-about-the-weird-wild-world-of-nfts>

Nft Magazine, *Airdrop NFT: cosa sono*, 7 Maggio 2022. <https://nftmagazine.it/airdrop-nft-cosa-sono/>

NonFungible, *Market History | NFT sales and trends* | NonFungible.com. <https://nonfungible.com/market/history>

O

Opensea.io, *Explore Collections* | OpenSea. <https://opensea.io/explore-collections?tab=ar>

P

Pace Gallery, About. <https://www.pace-gallery.com/about-1/>

Pace Verso | Pace Gallery. <https://www.paceverso.com/>

[pacegallery.com/pace-verso/](https://www.pacegallery.com/pace-verso/)

Q

Quaranta D., *Surfing Con Satoshi. Arte, Blockchain e NFT — Introduction*, English Version, Medium, 7 Luglio 2021. <https://domenicoquaranta.medium.com/surfing-con-satoshi-arte-blockchain-e-nft-introduction-english-version-73bebecd8d0>

R

Reasoned Art, Manifesto. <https://www.reasonedart.com/en-US/manifesto>

Reisinger Studio. <https://reisinger.studio/>

Roncati E., *Digitalizzazione e Musei: scopriamo il MoCDA – Art Nomade Milan*, 30 Aprile 2020. <https://elisabettaroncati.com/digitalizzazione-e-musei-scopriamo-il-mocda-art-nomade-milan/>

Rossini F., *Gli NFT e l'Arte Digitale*, RedditoInclusione.it, 29 Dicembre 2021. <https://www.redditoinclusione.it/NFT-e-arte-digitali-crypto-art/>

S

Schiavone G., *Ho iniziato a vendere le mie opere digitali con i NFT, e ho cambiato vita*, Vice, 30 Marzo 2021. <https://www.vice.com/it/article/wx8wqw/NFT-cosa-sono-come-venderli>

Steinwold A., *The History of Non-Fungible Tokens (NFTs)*, Medium, 07 Ottobre 2019. <https://medium.com/@Andrew.Steinwold/the-history-of-non-fungible-tokens-NFTs-f362ca57ae10>

Statista.com, *U.S. NFT User Characteristics 2021*. Statista, <https://www.statista.com/statistics/1111111/>

com/statistics/1265821/us-nft-user-demographics/

SuperRare.com, Artworks created by @reisingerandres, <https://superrare.com/reisingerandres/creations>

T

Thei.it, *Investire in NFT: i 4 fattori principali che ne determinano il valore*, The I | Cybersecurity & DevOps, 10 Novembre 2021. <https://www.thei.it/investire-in-NFT-i-4-fattori-principali-che-ne-determinano-il-valore/>

Torres A., *NFTs – Four art market experts discuss the advantages and potential risks of blockchain*, Lampon Magazine, 28 Aprile 2022. <https://www.lamponmagazine.com/article/2022/04/28/NFT/>

Treccani.it, Enciclopedia, Token. <https://www.treccani.it/enciclopedia/token/>

V

Valuart. <https://valuart.com/>

Varani G., *Cos'è Discord e perchè è così importante per il Web 3.0*, cryptohubble.com, 18 Novembre 2021. <https://www.cryptohubble.com/post/cos-%C3%A8-discord-e-perch%C3%A8-%C3%A8-cos%C3%AC-importante-per-il-web-3-0#:~:text=Discord%20consente%20ad%20amici%2C%20organizzazioni,possone%20interagire%20fra%20di%20loro>

6.3 Figure

1

Collection Typologie, The Wine Bottle and the Corck, Vitra Design Museum; Fotogramma del film Chair Times presentato al Milano Design Film Festival 2019 presi da: Traldi L., *Se gli oggetti parlano: la passione per il collezionismo può essere strumento per fare cultura del design?*, Design at Large, 17 Dicembre 2019. <https://www.designatlarge.it/collezionismo-design/>

2

About Iconoclats, art out of the mainstream, Saatchi Gallery, 2016. https://www.saatchigallery.com/exhibition/iconoclats_i;

Redazione AD, Palazzo Monti presenta «Transatlantico», AD Italia, 19 Ottobre 2020. <https://www.ad-italia.it/luoghi/arte-musei/2020/10/19/palazzo-monti-presenta-transatlantico/>

3

David Teniers, Archduke Leopold Wilhelm in his Gallery in Brussels, 1650, Kunsthistorisches Museum, Vienna, Austria, Useum. <https://useum.org/artwork/Archduke-Leopold-Wilhelm-in-his-Gallery-in-Brussels-David-Teniers-the-Younger-1650>

4

Fassina C., *La “camera delle meraviglie” veronese*, Medium, 30 Gennaio 2018.

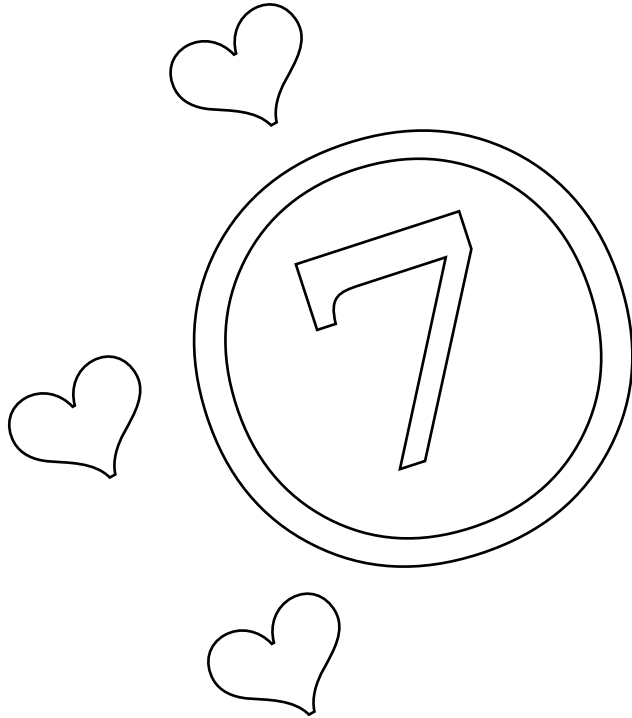
<https://medium.com/@carlottafassina/la-camera-delle-meraviglie-veronese-7f50e004ac49>

5

Spjut I., *Non-Fungible Token (NFT) The Next Business Opportunity?*, Brainz Magazine, 2022. <https://www.brainzmagazine.com/post/non-fungible-to->

	ken-nft-the-next-business-opportunity		
6	<p>2014, Kevin McCoy, Quantum, Sothe by 's . h t t p s : / / w w w . s o t h e - b y s . c o m / e n / b u y / a u c t i o n / 2 0 2 1 / n a t i v e l y - d i g i t a l - a - c u r a t e d - n f t - s a l e - 2 / q u a n t u m ;</p> <p>2016, Homerpepe, Rare Pepe Directory. http://rarepepedirectory.com/?cat=7;</p> <p>2017, Cryptopunks, Larvalabs. https://www.larvalabs.com/cryptopunks;</p> <p>2017, Cryptokitties Catalogue. https://www.cryptokitties.co/catalogue/contribute/lavender;</p> <p>2021, Beeple, Everyday: The first 5000 days, Christie's. https://onlineonly.christies.com/s/beeple-first-5000-days/beeple-b-1981-1/112924;</p> <p>2021, Chris Torres, Nyan Cat. https://foundation.app/@NyanCat/foundation/219</p>	11	<p>Cryptopunks, Open Sea. https://open-sea.io/collection/cryptopunks;</p> <p>Doodles, Open Sea. https://open-sea.io/collection/doodles-official;</p> <p>Bored Ape Yacht Club, Open Sea. https://opensea.io/collection/boredapeyachtclub</p>
		12	<p>Riadattamento del grafico sulle vendite sul mercato primario e secondario nello scenario NFT preso da: NonFungible.com, Yearly NFT Market Report 2021, How NFTs affect the world, 2021, accessibile al link https://nonfungible.com/reports/2021/en/yearly-nft-market-report</p>
		13	<p>Riadattamento del grafico sui trend del mercato dell'arte per il 2022 preso da: Deloitte, Il mercato dell'arte e dei beni di collezione, Art Finance, Report 2022</p>
7	<p>Beeple, Everyday: The First 500 Days, Christie's. https://onlineonly.christies.com/s/beeple-first-5000-days/beeple-b-1981-1/112924</p>	14	<p>Riadattamento a grafico dei dati per il mercato della crypto arte a fine 2021 preso da: NonFungible.com, Yearly NFT Market Report 2021, How NFTs affect the world, 2021, accessibile al link: https://nonfungible.com/reports/2021/en/yearly-nft-market-report</p>
8	<p>Riadattamento del grafico sui marketplace online di vendita NFT preso da: Nfttech.com, A Deep-Dive on NFT Marketplaces, NFT Tech, 25 Agosto 2021. https://www.nfttech.com/insights/a-deep-dive-on-nft-marketplaces</p>	15	<p>Riadattamento del grafico sulla suddivisione del volume di dollari scambiati tra Ethereum e le case d'asta preso da: NonFungible.com, Yearly NFT Market Report 2021, How NFTs affect the world, 2021, accessibile al link: https://nonfungible.com/reports/2021/en/yearly-nft-market-report</p>
9	<p>Screen dal server di Bored Ape Yacht Club, Server Rules e hannel #official-links, Discord, Luglio 2022. https://discord.com/invite/wjH7hGz2yS</p>	18	<p>Opensea, Explore, Art. https://open-sea.io/explore-collections;</p> <p>Rarible. https://rarible.com/explore/ethereum?multiple=all&verified=false</p>
10	<p>Screen Community Twitter Bored Ape Yacht Club, Twitter, Luglio 2022. https://twitter.com/BoredApeYC</p>		

- 19 SuperRare, Art, Market, <https://superrare.com/series>;
Nifty Gateway, <https://www.niftygateway.com/marketplace>
- 20 The Artist is Online, Decentraland, Köning Galerie, 2021. <https://www.koeniggalerie.com/blogs/exhibitions/tagged/past-exhibitions>; <https://vernissage.tv/2021/04/29/the-artist-is-online-galerie-konig-in-decentraland/>
- 21 Artnet News, The Uffizi Gallery Just Sold a Michelangelo NFT for \$170,000, and Now Is Quickly Minting More Masterpieces From Its Collection. Artnet News, 14 Maggio 2021. <https://news.artnet.com/art-world/uffizi-gallery-michelangelo-botticelli-nfts-1969045>
- 23 Pace Verso su Pace Gallery. <https://www.pacegallery.com/pace-verso/>;
Pace Verso, Faq. <https://verso.pacegallery.com/faq>
- 25 Monolith Gallery. <https://monolith.gallery/about>
- 27 Reasoned Art Gallery. <https://www.reasonedart.com/>
- 29 Museum of Contemporary Digital Art. <https://www.mocda.org/>
- 31 Museum of Crypto Art. <https://museumofcryptoart.com/>
- 34 Institut. <https://institut.co/>
- 35 Valuart. <https://valuart.com/>
- 37 Reisinger Studio. <https://reisinger.studio/>
- 42 NFT Discord Group. <https://discord.com/invite/hXpEjsAZQH>;
NFT Art Community su Facebook. <https://www.facebook.com/groups/1123814354770214>
- 64 Nella figura le schermate di registrazione del profilo sulla piattaforma di Pace Verso sono prese dalla navigazione della piattaforma originaria di Pace Verso cliccando sul bottone 'Sign Up'. <https://verso.pacegallery.com/sign-up>
- 68 Twice Studio per Baleapop 7, music festival. <https://twice-studio.com/works/baleapop-7>;
Profilo Later: Social Media Marketing su Instagram. <https://www.instagram.com/later-media/?hl=en>;
Brand Espresso su Instagram. <https://www.instagram.com/p/CeiKPPGt46l/?hl=en>; <https://www.instagram.com/p/Ca4opVXFgKI/?hl=en>
- 69 Pace Verso, Home. <https://verso.pacegallery.com/drops>;
Block Universe, 2021, Studio DRIFT & Don Diablo, Pacd Verso. <https://verso.pacegallery.com/drops/61a3d13106597d003fc780f6>
- 77 Pace Verso Community su Discord, Channel #general-chat. <https://discord.com/invite/paceverso>



RINGRAZIAMENTI

Ringraziare per me è sempre stato molto importante e rappresenta la vera conclusione di questo elaborato che è stato un grande impegno ricco di significati che vanno al di là degli studi.

Inizio col ringraziare la mia relatrice Giulia e il mio correlatore Simone che mi hanno accompagnato in questo percorso altalenante, dandomi sempre ottimi consigli con grande pazienza e facendomi capire il valore legato al progetto di tesi.

Ringrazio la mia famiglia: mio papà, per avermi sempre spronato a continuare anche quando le energie erano poche, Luca e Chiara per avermi aiutato con supporto morale, fisico e ottime pause pranzo, mia nonna per aver sempre creduto in me e infine mia mamma, che anche se non è qui, mi ha dato sempre la forza di continuare e mi ha dato coraggio come lei mi ha sempre insegnato. In generale ringrazio la mia famiglia per avermi sempre permesso di seguire i miei interessi e le mie passioni, lasciandomi la libertà di sperimentare e crescere. Ringrazio anche Ceci, Giulio, Enrica e Mauro per la loro continua premura.

Ringrazio tutti i miei amici che mi sono stati accanto in questo periodo e non solo.

Grazie a Giulia Be e Maddy, amiche di una vita, per essere sempre state in grado di distrarmi dalle fatiche di questo periodo difficile e avermi sempre motivato e ascoltato con affetto e cura. Grazie a Anna e Cate per essere coinquiline e amiche premurose e pazi-

enti e aver sopportato le mie crisi giornaliera.

Grazie alle Pescioline per essere sempre state presenti per sfoghi e pazzie con il loro animo da pixie girls.

Grazie a Ceci, Paola, Pietro, Riccardo e Vera per essere stati la mia famiglia a Milano e per avere reso questi anni speciali e importanti. Ringrazio anche Vale e Ale per essere state compagne e amiche piene di energie e felicità, la vostra precisione è speciale.

Ringrazio Lucia e Chiara per essere sempre state presenti in questi anni con grande supporto e leggerezza.

Ringrazio Ali che ha sempre creduto in me in modo severo ma unico.

Ringrazio Giù e Maria Livia per avermi insegnato tanto e avermi dato fiducia, grazie di tutte le cose belle che mi fate conoscere. Grazie anche a Simona e Riccardo, che mi avete accolto in un mondo fantastico e di ispirazione per il mio futuro.

Infine ringrazio Jacopo, che è stato parte importante di questo percorso e non solo, grazie per avermi sostenuto e avermi affiancato nei momenti più difficili.

Grazie a tutti, a chi c'è e non c'è più, vi voglio bene.

