

اقتصاد هنر معاصر

بازارها، راهبردها و نظام ستاره سازی

السیاززلونے

ترجمان:

حمیدرضا شاکر جباری

لیلا میر صفیاء



۱۳۹۵

سرشناسه	زورلونی، آلسیا؛ Zorloni, Alessia
عنوان و نام پدیدآور	اقتصاد هنر معاصر؛ بازارها، راهبردها و نظام ستاره‌سازی / السیا زورلونی؛ مترجمان: حمیدرضا شش‌جوانی، لیلیا میرصفیان
مشخصات نشر	تهران: فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران، مؤسسه تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری «متن»، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۲۸۲ ص.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۲۳۲-۲۳۱-۲
وضعیت فهرست نویسی	فیبیا.
یادداشت	عنوان اصلی: The economics of contemporary art: markets, strategies and stardom, 2013.
یادداشت	واژه‌نامه؛ کتابنامه؛ نمایه.
موضوع	هنر نوین - قرن ۲۱ م. - جنبه‌های اقتصادی. Art, Modern - 21 st century - Economic aspect.
موضوع	هنر - تاریخ. Art - History.
شناسه افزوده	میرصفیان، لیلیا، مترجم.
شناسه افزوده	شش‌جوانی، حمیدرضا، ۱۳۵۴ -، مترجم.
شناسه افزوده	فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران، مؤسسه تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری «متن».
رده بندی کنگره	۱۳۹۵: ۷ الف ۷ / ۹۶۴۹۰
رده بندی دیویی	۷۰۹ / ۰۴۹
شماره کتابشناسی ملی	۴۴۹۳۲۹۰



فرهنگستان هنر

مؤسسه سبک، ترجمه و نشر آثار هنری «متن»

اقتصاد هنر معاصر؛ بازارها، راهبردها و نظام ستاره‌سازی

السیا زورلونی

مترجمان: حمیدرضا شش‌جوانی، لیلیا میرصفیان

ویراستار: امیر ایرانیه

طرح جلد: محمدعلی سوری

ناظر چاپ: مصطفی راس

چاپ اول ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۵۰۰ نسخه

لیتوگرافی: شارب

چاپخانه: شرکت چاپ و نشر شادرنگ

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۲-۲۳۱-۲

کلیه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

مؤسسه: تهران، انتهای خیابان فلسطین جنوبی، خیابان لقمان ادهم، بن‌بست بوذرجمهر، شماره ۲۴.

مؤسسه تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری «متن». تلفن: ۴-۶۶۴۹۸۶۹۲. دورنگار: ۶۶۹۵۱۶۶۲

صندوق پستی: ۱۳۱۴۵-۱۳۲۷۷ پست الکترونیک: publishing@honar.ac.ir

فروشگاه مرکزی: خیابان ولی‌عصر، نرسیده به چهارراه طالقانی، شماره ۱۵۵۰، ساختمان مرکزی

فرهنگستان هنر. تلفن: ۶۶۴۹۰۹۹۰

نشانی اینترنتی: www.matnpublishers.ir

فهرست مطالب

ط	مقدمه مترجمان
ك	یادداشت نویسنده برای خوانندگان فارسی زبان
م	مقدمه

فصل اول

۱	اقتصاد خلاقیت در میانه فرهنگ، نوآوری و سبب جویی
۱	برخوردهای هنر و اقتصاد
۶	توسعه اقتصاد خلاق
۸	آغاز خلاقیت فردی
۹	خلاقیت به منزله منبع اقتصادی
۱۱	تحلیل مقایسه‌ای قابلیت نوآوری در کشورهای پیشگام
۱۹	ارزش اقتصادی فرهنگ در ایتالیا

فصل دوم

۲۳	نظام هنر معاصر
۲۳	تعریف نظام هنر
۲۸	زنجیره ارزش
۲۹	ماهیت اقتصادی کالاهای هنری: از کالای تجملی تا ذخیره ارزش
۳۱	ویژگی‌های اقتصادی تولید هنری
۳۵	بازاریابی هنرمند

فصل سوم

۳۹	بازار هنر معاصر و بخش‌های پشتیبان
۴۰	ارائه آثار هنری و تقسیم بازار
۴۲	بخش‌بندی افقی: بازار اولیه و بازار ثانویه
۴۳	بخش‌بندی عمودی
۴۳	بازار هنر معاصر کلاسیک
۴۶	بازار هنر آوانگارد
۴۷	بازار هنر آلترناتیو
۴۸	بازار هنر خریبهرت
۴۹	بخش‌های حمایتی و آثار اقتصادی
۵۰	صنعت چاپ و نشر
۵۱	نمایشگاه‌ها
۵۵	مشاوره هنری و خدمات آن
۵۷	ویژگی‌های ساختاری بازار
۵۹	مشکلات اطلاعات نامتقارن
۶۰	قیمت به عنوان شاخص کیفیت در بازار هنر معاصر
۶۳	علامت‌دهی
۶۶	اعتبارنامه کیفیت از راه جایزه: جایزه ترنر و هوگو بلیس
۶۹	اندازه سازمان و ساخت بازار اولیه
۷۳	روابط میان هنرمند و دلال
۷۵	انتخاب هنرمندان
۷۶	حراجی‌ها و بازار ثانویه
۷۷	مروری بر نظریه اقتصادی حراج
۷۹	راهنمادهای گردانندگان حراج‌های نقاشی
۸۲	گردش مالی بازار حراج‌های هنری
۸۷	بازار هنر معاصر
۹۲	بخش‌های بازار هنرهای معاصر
۹۲	نقاشی معاصر
۹۳	مجسمه
۹۴	ویدئو آرت
۹۵	عکاسی

۹۶	تجارت آثار هنری در اروپا و ناهمگونی های مالی در واردات و صادرات
۹۸	تأثیر حقوق فروش دوباره بر بازار هنر
۱۰۱	کجا ارزشی خرید دارد؟ مقایسه نرخ مالیات در ۲۰ کشور

فصل چهارم

۱۰۹	ارزشیابی هنر و راهبردهای خلق ارزش
۱۰۹	متغیرهای تأثیرگذار بر قیمت
۱۱۲	نظام رسانه ها و تماشایی کردن هنر
۱۱۷	بازار هنر و اقتصاد نظام ستاره ها
۱۱۸	تأثیرات بیرونی شبکه در بازار هنر معاصر
۱۲۱	بازخورد مثبت و ورودی قیمت گذاری
۱۲۷	تولد یک ستاره: مورد دایریتز و کتلان
۱۲۹	رقابت جویی کشورها در قیمت گذاری هنر معاصر
۱۲۹	ایالات متحده
۱۳۱	آلمان
۱۳۱	فرانسه
۱۳۲	ایتالیا
۱۳۵	سرمایه گذاری در فرهنگ به وسیله افراد و بنیادهای خصوصی
۱۴۲	کاربرد فرهنگ در جایگاه اهرم بازار

فصل پنجم

۱۴۷	مجموعه داری: انگیزه ها و الگوهای مصرف
۱۴۷	ویژگی های تقاضای مجموعه داران
۱۴۹	ارزبابی تابع تقاضا
۱۵۰	نظریه های پیرامون مصرف کالاهای هنری و اعتیاد عقلانی
۱۵۲	درآمد و تقاضای احتمالی
۱۵۷	مخاطبان هنر معاصر در ایتالیا
۱۶۱	تقاضای خصوصی
۱۶۶	تقسیم تقاضا
۱۶۸	مجموعه داری اشخاص حقوقی

۱۷۱	انگیزه‌های مجموعه‌داری اشخاص حقوقی
۱۷۳	چی‌پی مورگن
۱۷۳	یوبی‌اس
۱۷۴	یونی‌کردیت
۱۷۶	گروه‌آی‌ان‌جی
۱۷۷	بانک دویچه
۱۷۸	یونی‌لیور
۱۷۹	بنیاد اکزو نوبل
۱۷۹	بنیاد جنرالی
۱۸۰	بنیاد هنر مدرن و معاصر سی‌آرتی
۱۸۱	تقاضای سوراخ
۱۸۳	ویژگی‌های تفاضای سودآورانه
۱۸۵	چگونگی ارزیابی سره‌گذاری در هنر
۱۸۷	شاخص‌هایی برای ارزیابی سره‌گذاری در هنر
۱۹۰	صندوق‌های سرمایه‌گذاری هنر
۱۹۷	منابع
۲۰۵	پیوست
۲۰۵	قیمت هنرمندان برجسته معاصر
۲۲۲	گران‌ترین آثار هنر معاصر جهان
۲۲۷	برابرنامه
۲۳۳	نمایه نام‌ها
۲۵۵	نمایه موضوعی
۲۵۹	آدرس‌های مفید اینترنتی

مقدمه مترجمان

طی دهه گذشته هم بازار هنر ایران رشدی قابل توجه داشته و هم هنر معاصر مشغول تثبیت خود بوده است. در عین حال، نظر هنرمندان و بازیگران دنیای هنر کشور به مسائل مالی هنر معطوف شده است. بخش آدامک نیز با تأسیس رشته اقتصاد هنر به این دغدغه پاسخ داده است. مجموع این عوامل و حواشی جمعی را ضروری می‌ساخت که بتواند بخشی از نیازهای این حوزه را برطرف کند. جست‌وجوی ما به کتاب حاضر منتهی شد. این کتاب قصد دارد با الهام از مدل‌های اقتصاد خرد، اقتصاد دنیای هنر معاصر را مطالعه کند. نویسنده کوشیده است اطلاعات حوزه‌های متفاوت را با هم ترکیب کند تا شاید از پس پیچیدگی‌ها و تفاوت بازار هنر در مقابل سایر بازارهای منعارف برآید. نویسنده دانش‌آموخته اقتصاد از دانشگاه سیتی لندن و استاد اقتصاد هنر در دانشگاه آتم، برلین ایتالیا است. بخش عمده کتاب برگرفته از پژوهشی است که نویسنده از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۲ با حمایت بورس ماری کوری اتحادیه اروپا انجام داده و به زبان ایتالیایی نوشته است؛ سپس آن را به کمک جولیا روسو به انگلیسی بازنویسی کرده است.

ممکن است عامه مردم یا دوستداران هنر از اطلاعات موجود در کتاب بهره‌مند شوند، اما در اساس مخاطب این اثر کارشناسان هنری، مدیران هنری و دانشجویان اقتصاد هنر هستند که از دانشی پیشینی در این زمینه برخوردارند. کتاب از یک سو سرشار است از اطلاعات تخصصی نظام نهادی بازار هنر معاصر جهان که شامل کارنها، نمایشگاه‌ها، گالری‌ها،

حراجی‌ها، صندوق‌های سرمایه‌گذاری هنر، رسانه‌های بازار هنر، بانک‌ها، بورس‌های هنر و موزه‌های هنری معتبر است و از سوی دیگر به سازوکار فعالیت بازیگران حقیقی این بازار، همچون: دلالان، هنرمندان، منتقدین، کارشناسان، کیوریتورها، مجموعه‌دارها، حامیان و کارگزاران حراج می‌پردازد. یکی از مزیت‌های کتاب درواقع همین اطلاعات و توصیف‌هایی است که مخاطب فارسی‌زبان پیش از این یکجا و به‌روز در اختیار نداشته است و دیگری اینکه برپایه اطلاعات تجربی دست‌اول بنا شده و سعی کرده هم‌زمان رویکردی میان‌رشته‌ای را پی بگیرد. از این‌رو، برای شرایط ایران مناسب به‌نظر می‌رسد، اما، با توجه به اینکه زبان مادری نویسندگان انگلیسی نیست، نشروشن و خوش‌خوانی ندارد. به همین سبب، خواننده متنی فارسی نیز باید با تانی بیشتری آن را بخواند. در جاهایی که کتاب با متن ایتالیایی همسان بوده ترجمه، صورت مقابله‌ای انجام شده است. همچنین تلاش شده که ضبط اسامی افراد تا حد امکان به معنی بافت زبانی مبدأ نزدیک باشد، هرچند، از آنجاکه دنیای هنر معاصر تقریباً از تمامی کشورها نه‌شده دارد، کاری پرزحمت بوده است.

در پایان، لازم می‌دانیم از کسانی که در این کار به ما یاری دادند تشکر کنیم. از البرز باقی‌پور ممنونیم که نسخه پیش از انتشار را خواند و نکات مفیدی را تذکر داد. از محمدعلی ابوترابی، علی‌رضا ارواحی، غزال رازقی، آروشا مشتاقی‌زاده و حامد قصری بابت تصحیح برخی از عبارات و از محمدرضا مریدی و افشین شروانی سرپرست انتشارات فرهنگستان هنر به‌خاطر اهتمام در نشر این کتاب سپاس‌گزاریم.

• دیدار ما شش جوانی

sheshjavani@gmail.com

لیلا میرصفیان

leila.mirsafian@gmail.com

یادداشت نویسنده برای خوانندگان فارسی زبان

بسیار خوشوقتم که فارسی‌زبانان هم به خوانندگان کتاب اقتصاد هنر معاصر اضافه می‌شوند و امیدوارم این کتاب برای رار به رشد هنر ایرانی مفید واقع شود. در ۲۵ سال گذشته ارزش بازار هنر بیش از دو برابر شده و تنها در سال پیش گردش مالی این بازار حدود ۶۳٫۸ میلیارد دلار بوده است. هنرمندان زیربنای فروش حراج‌هاست، اما هنر معاصر اهمیتی به مراتب بیشتر دارد چراکه صاحب گردش مالی چشمگیری است که از مالی ۲۰۰۰ به این سو ۱۳۷۰ درصد افزایش داشته است.^۱ هنرمندان و معاصر بیشترین تراکنش‌های مالی را دارند و سودآورترین بخش‌های بازار هنر را تشکیل می‌دهند. اما به راستی چرا این میزبان‌ها را این دو بخش هست؟ نخست آنکه پس از جهانی شدن بازار هنر، بازار کشورهای چین، هند، روسیه و برزیل که اقتصادی پایدار داشته‌اند، رشدی فراوان کرده است. رونق این بازارها بیشتر به خاطر رشد تقاضای داخلی در اثر افزایش توان اقتصادی مجموعه‌داران بوده است. همین توان اقتصادی، ماسک‌ها، گالری‌ها و حراجی‌ها را واداشته تا دست به کار فروش آثار در کشورهای خودشان شوند. دلیل دیگر، در ویژگی خود این کالاها نهفته است. سبک‌های قدیمی‌تری مثل آثار امپرسیونیستی دیگر چندان در دسترس نیستند و بهترین‌هایشان به گالری‌ها، مؤسسه‌ها یا مجموعه‌های خصوصی تعلق دارند، اما آثار هنر معاصر بنا به ماهیت‌شان بی‌شمارند و پیوسته تولید می‌شوند.

پیشرفت فناوری‌های نو و تجارت الکترونیک نیز به رشد بازار هنر معاصر کمک کرده و اطمینان مجموعه‌داران به خرید آنلاین افزایش یافته است. تغییر شیوه مدیریت فروش تنها تأثیر

1. Artprice, *Il Mercato dell'Arte Contemporanea 2016*, Saint Romain au Mont D'or, Artprice, 2016.

فناوری‌های تازه نیست، بلکه گردش اطلاعات و تأثیر آن بر اداره شفاف بازار هنر نیز مهم است. ظهور سایت‌های Artinfo.com، Artnet.com، ArtTactic.com، ArtFacts.net، Artprice.com، اپلیکیشن تازه Magnus.net، که مگنوس رِش^۱ روانه بازار کرده، بی‌تردید نقشی مهمی در این راستا ایفا کرده و غیرمستقیم درآمد واسطه‌های فروش آنلاین را بالا برده است. این درآمد در سال ۲۰۱۵ به ۳٫۳ میلیارد دلار، یا ۷ درصد کل بازار هنر، رسید.^۲

افزایش تعداد مجموعه‌داران و گسترش مالی بازار هنر نیز یکی دیگر از عوامل رشد است. هنر به قصد سرمایه‌گذاری پناهگاهی امن به حساب می‌آید و راهی است برای تنوع‌بخشی به سبد سرمایه‌گذاری. محافظت از آن، رشد ارائه خدمات مشاوره هنری در بانک‌ها هم این روند را تأیید می‌کند. افزون بر این تعداد افراد و بنیادهایی که به مدیریت مجموعه‌های خصوصی می‌پردازند نیز افزایش یافته است. گه‌گاه هدف بسیاری از این فعالیت‌ها ظاهراً سوداندیشانه نیست، با مصرف بخش بزرگی از سرمایه در راه خرید آثار هنری، اهداف مالی بنیاد محقق می‌شود.

سرانجام، عامل مؤثر دیگر رشد چشمگیر بازار هنر، رونق گالری‌های خصوصی است. طبق گزارش «گالری‌های خصوصی»^۳ هفتاد درصد از گالری‌هایی که به دست مجموعه‌داران بزرگ تأسیس شده‌اند، شروع فعالیت‌شان از سال ۲۰۰۰ به این سو بوده است. بسیاری از مجموعه‌داران پروژه‌های فرهنگی بزرگ را خودشان اجرا می‌کنند و به این ترتیب مجموعه‌هایی را با هدف توسعه گفتمان موزه پژوهی شکل می‌دهند، این گونه فعالیت‌ها بیش‌تر در انحصار دولت‌ها بوده است. در زیر به برخی از تازه‌ترین نمونه‌ها اشاره می‌کنم. مجموعه پریس در برلین به کوشش کریستین و کارن بوروس^۴؛ بنیاد هنردوی^۵ در گورگاتون^۶ هند به کوشش لکها و انوپام پودار^۷؛ بنیاد ایشتی^۸ در بیروت به کوشش تونی سلامه^۹ در سال ۲۰۱۵ آغاز به کار کرده‌اند. در ایران و مجموعه کیران نادار^{۱۰} در دهلی نو و بنیادهای دیگری مانند V-A-C در ونیز، بنیاد سمادانی^{۱۱} در داکای بنگلادش، و بنیاد مارچانو^{۱۲} در لس‌آنجلس نیز در ماه‌های پیش رو کار خود را آغاز خواهند کرد. مجموعه‌داری خصوصی، به واقعیت اقتصادی جاافتاده‌ای بدل شده که در کنار سایر عوامل به رشد بازار هنر معاصر کمک می‌کند.

السیا زرلونی

میلان، نوامبر ۲۰۱۶

1. Magnus Resch
2. Hiscox e ArtTactic, The Hiscox Online Art Trade Report 2016, Londra, Hiscox, 2016.
3. Private Art Museum Report
4. Christian & Karen Boros
5. Devi Art Foundation
6. Gurgaon
7. Lekha and Anupam Poddar
8. Aishti Foundation
9. Tony Salamé
10. Kiran Nadar Museum of Art
11. Samdani Art Foundation
12. Marciano Art Foundation

مقدمه

در طول دهه گذشته بازار هنر معاصر توجه مردم را برای سرمایه‌گذاری به خود جلب کرده است و حتی در دوره‌ای که رشد اقتصادی اندک بوده بیش از پیش به عنوان منبع ارزش مطرح شده است. سال‌هاست که بنیادهایی با هدف ساختن سازش تاریخی محلی و خلق میراث هنری ارزنده، مشغول خرید آثار هنری و ایجاد مجموعه‌های ارزشمند بوده‌اند و این تصادفی نیست که بانک‌ها هم، با هدف ارائه خدمات مشاوره در خرید و فروش آثار هنری، مشتاق ورود به این عرصه شده‌اند. بانکداری هنر نتیجه نیاز مؤسسات مالی به تنوع بخشی به خدماتشان بوده است و این نیاز در مؤسساتی که در بخش خصوصی فعالیت می‌کنند بیشتر به چشم می‌آید. از وقتی مردم هنر را نوعی دارایی مالی دانسته‌اند، بازار بورس سرهم‌داده شده است. دولت چین که در این زمینه پیشگام است از سال ۲۰۰۹ بازار بورس سهام و دارایی‌های فرهنگی شنژن را به راه انداخته است. این نوع بازار بورس هنر با همین سابقه اندک توانسته جای خود را در جهان و به‌ویژه در فرانسه باز کند، به‌طوری‌که پیرنکین در ژانویه سال ۲۰۱۱ بازار بورس هنر را در این کشور به‌راه انداخت.^۱ از نظر مالی، خرید آثار هنری را می‌توان سرمایه‌گذاری مناسبی دانست (البته، خرید آثار هنرمندانی که شهرت جهانی دارند نیازمند تعهد مالی مشخصی است). ناگفته پیداست سرمایه‌گذاری پرخطر روی آثاری که هزینه معامله‌شان بیش از دارایی‌های مالی است درآمد مطمئنی ندارد و موضوعی نیست که این ارزیابی به آن

اشاره کند. سود دارایی‌های هنری با سود سایر فعالیت‌ها همبستگی کمی دارد. به عبارت دیگر، توجیه مالی برای نگهداری این دارایی‌ها تنوع‌بخشی به سبد سرمایه‌گذاری است. آثار هنری در عمل ذخیره ثروت به حساب می‌آیند و صاحبانشان در بلندمدت، و قتش که برسد، از آن‌ها بهره‌مند خواهند شد. سرمایه‌گذاری در هنر عملیاتی، ظریف و پیچیده است: شناخت اثر هنری و تخمین ارزش اقتصادی احتمالی‌اش کافی نیست و لازم است بازار هنر و قواعد و سازوکارهای اقتصادی‌اش را نیز بشناسیم.

این کتاب برای نخستین بار، با اصطلاحات عمده اقتصادی، چارچوبی نظری و تحلیلی ارائه می‌کند که می‌تواند برای درک نظام هنر معاصر به کار آید. کتاب، با تحلیل رفتار بازیگران اصلی در نظام هنر معاصر، هم در طرف تقاضا (بازدیدکنندگان، مجموعه‌داران و شرکت‌های خصوصی) و هم در طرف عرضه (هنرمندان، دلالان هنر، حراجی‌ها و نمایشگاه‌ها)، به بررسی این نظام می‌پردازد. چارچوب مفهومی و تحلیلی - که نقش پررنگ‌تری دارد - همان چارچوب نظریه‌های مدرن در زمان صنعتی و بنگاه است. برخی مدل‌های پیشنهادی از نظریه قراردادهای آمده‌اند که برای درک نقش همین‌کننده اطلاعات در این بازار سودمندند. این کتاب از تجربیات میدانی نیز بهره برده است، جزیاتی که از اشتیاق شخصی به هنر معاصر و از برخورد نزدیک با دلالان هنری، منتقدان، مدیران، رزرها، هنرمندان و کارشناسانی ریشه می‌گیرد که از بخت بلند توانسته‌ام با آن‌ها ملاقات کنم. کارشان را ببینم و بشناسمشان. از آنجاکه کتاب ماهیتی اکتشافی دارد، برای آنکه بتواند میان جنبه‌های گوناگون بازار هنر پیوندی برقرار کند از رویکردها و محتوای متعددی استفاده کرده است. هدف دیگر کتاب این است که بتواند، با استفاده از مدل‌های نظری و تحلیل تجربی اقتصاد صنعتی را در رشته‌هایی مانند تاریخ هنر، بازاریابی و مالیه وارد کند تا بازار هنر مدرن را از دیدگاهی بینارشته‌ای تحلیل و تبیین کرده باشد. این کتاب، بی آنکه دستورنامه‌ای سفت و سخت باشد، مراحل اصلی زنجیره تولید در بخش هنر را مرور می‌کند، خلاصه‌ای مفید و مختصر از بازیگران نظام هنر معاصر ارائه می‌دهد و یافته‌هایش را با اتکا به اطلاعات و داده‌های مفهومی و عملی تأیید می‌کند. بنابراین، دانشجویان مشتاق می‌توانند از کتاب برای درک عوامل پیچیده حاکم بر بازار هنر معاصر استفاده کنند. همچنین کارشناسان فرهنگ،

مجموعه‌داران و سرمایه‌گذاران احتمالی و یا هنردوستانی که برای مشاوره سریع تنها به مرجعی نیاز دارند که اطلاعات پایه را در اختیارشان بگذارد همگی می‌توانند به نوبه خود از این کتاب بهره‌مند شوند.

سازمان‌دهی کتاب به این شرح است: فصل ۱ ویژگی‌های اقتصاد خلاق را خلاصه می‌کند و رابطه میان فرهنگ، نوآوری و رقابت‌جویی را در برخی کشورها نشان می‌دهد. فصل ۲ به تعریف نظام هنر معاصر، زنجیره تولید از منظر اقتصاددان‌ها و نیز تجزیه زنجیره تولید به زیرها و مراحلش می‌پردازد و وضعیت بازیگرانی با نقش‌های متفاوت را تحلیل می‌کند که در همان زنجیره تولید دخیل هستند. فصل ۳ به تحلیل ساختار صنعت هنر و به‌ویژه نحوه ایجاد و بررسی پیشنهادها موجود در بازار اختصاص دارد. در این فصل، جنبه‌های اقتصادی ازارهای هنر معاصر را تحلیل و بخش‌های گوناگون آن را مشخص می‌کنیم؛ هدف این است که گردش مالی بازار هنر را در سطح جهان بسنجیم، گردش‌ی که از طریق واسطه‌ها (گالری، با و حراجی‌ها)، گونه‌های مختلف هنر (نقاشی، مجسمه، ویدئو و عکاسی) و مبادلات مختلف در کشورهای متفاوت در جریان است. فصل ۴ به تحلیل متغیرهایی می‌پردازد که بر قیمت آثار هنری تأثیر می‌گذارند و درک ما را از سازوکارهای اقتصادی مؤثر در موفقیت یا شکست هنرمند بالا می‌برند. همچنین به این موضوع می‌پردازیم که چگونه بازارهای هنر معاصر، دست‌کم عناصر اساسی آن‌ها، با کمک خریداران و فروشندگان سراسر جهان بافت‌هایی هگانی سامان می‌دهند و با تمرکز بر بازارهای خاص، سرمایه‌های دادوستدپذیر خود را ارتقا می‌دهند. به عبارت دیگر، نیروها و قواعد بافت‌های دیگر بر روند تقاضا و قیمت در بازارهای محلی (مانند ایتالیا) تأثیری مستقیم می‌گذارند. فصل ۵ در ادامه تحلیل ساختار صنعت هنر، به تحلیل تقاضا اختصاص می‌یابد. چگونه می‌توان میان تقاضاهای مجموعه‌داران مختلف تفاوت قائل شد؟ روش‌های خرید چیستند؟ مخاطبان هنر معاصر چه کسانی هستند؟ چرا مجموعه‌های شرکت‌ها به وجود آمدند؟ صندوق‌های سرمایه‌گذاری هنر چه‌طور کار می‌کنند؟ در فصل پایانی تلاش می‌کنیم به این پرسش‌ها پاسخ دهیم. سرانجام، کتاب را با پیوستی که این مطالب را دربرمی‌گیرد به پایان می‌بریم: منابع و لینک‌های اینترنتی

مفیدی درباره بازار عمومی هنر؛ برخی اطلاعات درباره مشهورترین هنرمندان معاصر در سطح جهان؛ و فهرستی از گران‌ترین آثار هنر معاصر.

این کتاب برپایه چندین سال گردآوری، پردازش و تفسیر داده‌ها و موارد و نظریه‌هاست و از افراد بسیاری در ایتالیا و بیرون از آن بهره برده است. ریشه‌ها و انگیزه‌های فکری این کتاب در پیوند با فعالیت‌های پژوهشی من هستند (نخست در مؤسسه اقتصاد و بازاریابی آی‌یو‌اِم در دانشگاه میلان و سپس در کنستتال وین و نیز در دفتر گروه مشاوره بوستن در میلان)، اما جذاب‌ترین عوامل الهام‌بخش برای من دلالتان هنری، منتقدان، مدیران موزه‌ها، هنرمندان و بسیاری از افراد مؤثر دیگر در بخش هنر بوده‌اند که در این مدت افتخار آشنایی با آن‌ها را داشتم. از همه افرادی که با تعریف تجربیاتشان موجب فراهم آمدن داده‌های این کتاب شدند، دافنه سپاس‌گزارم. جدا از عوامل بخش هنر، سپاس‌گزاری ویژه‌ام را به فدریکو لالاتا کوستربو تقدیم می‌کنم که نخستین پیش‌نویس متن را خواند و پیشنهادهای مفید و توصیه‌های دقیقی ارائه داد. از جولیا روسونیز سپاس‌گزارم که نه تنها مترجم بلکه خواننده‌ای دقیق و مشربی باملاحظه بود. بابت این کتاب مدیون کسانی هستم که کمک کردند تا دانشم را در زمینه اقتصاد فرهنگ و هنر افزایش دهم. به‌خصوص از پی‌یرلویی جی ساکو، میکله تریمارکی و استفانو بایا کوریونی تشکر می‌کنم که سرچشمه دقت، دلگرمی و الهام‌بخشم در این سال‌ها بوده‌اند. سپاس پایانی‌ام برای پدر و مادرم که در گذر سال‌ها بی‌آنکه درست بفهمند دنبال چه می‌گردم، پشیمان‌ام بوده‌اند و به من یاد دادند که با شجاعت و اراده پیگیر ایده‌ها و برنامه‌هایم باشم.