

## **Presentazione di Panzoo**

Panzoo è un sito di informazione sulle mostre fotografiche presenti a Roma e sulle altre attività che riguardano la fotografia (presentazione di libri fotografici, incontri con i fotografi, workshop, laboratori, corsi, uscite fotografiche, letture portfolio, ...). Dopo due anni e mezzo di attività e di crescita è attualmente fermo in attesa di contributi che gli permettano di trasformarsi e svilupparsi.

Panzoo in questo periodo ha mostrato la ricchezza della proposta espositiva romana. Si va dalle mostre semiprofessionali alle retrospettive dei grandi protagonisti della fotografia internazionale. Tutti possono incontrare mostre fotografiche in vari luoghi della città e arricchire la propria cultura fotografica, indipendentemente dal proprio livello di preparazione.

## **La fotografia a Roma**

Nel corso degli anni, le associazioni si sono moltiplicate ed hanno arricchito e diversificato i propri corsi. Parallelamente si è allargato il bacino delle persone che chiedono/frequentano corsi di fotografia (dai bambini agli adulti, dalle persone comuni ai disabili, ai detenuti, agli immigrati). Anche le figure professionali che si occupano di fotografia si sono moltiplicate.

Sta crescendo il numero delle gallerie specializzate (il mercato). Anche le gallerie d'arte che tradizionalmente si occupavano di altre tecniche artistiche (pittura, scultura, installazione), danno sempre più spazio alla fotografia. I musei organizzano retrospettive dei fotografi più prestigiosi o mostre tematiche (la divulgazione). E poi le case editrici, le agenzie, gli studi, i laboratori di stampa, ma anche la Scuola di Arti e Mestieri del Comune di Roma, l'Istituto Rossellini di Cinema e TV, ...

Le associazioni/gallerie, sfruttando alcuni fattori di mercato, demografici e storico/culturali si sono distribuite sul territorio romano concentrandosi in alcuni quartieri/zone (San Lorenzo, Pigneto, Ostiense-Garbatella, Portuense, Monti, ...) e in alcuni quadranti (centro, sud, est).

I dati mostrano una gran diversificazione dei luoghi dove la fotografia viene praticata ed esposta. E una corrispondente varietà di usi che se ne fa: oggetto d'arte, strumento di documentazione, forma di intrattenimento, mezzo di espressione, occasione di aggregazione, strumento di crescita professionale, attività di integrazione e promozione sociale.

### **I dati della stagione espositiva 2015/2016**

Panzoo nella scorsa stagione espositiva (settembre 2015 – luglio 2016) ha presentato 350 mostre (di livello professionale, semi-professionale, con esclusione di mostre non professionali), mappato 180 spazi espositivi, segnalato 850 eventi. Questi dati ci dicono che la fotografia a Roma è ricca, viva, dinamica.

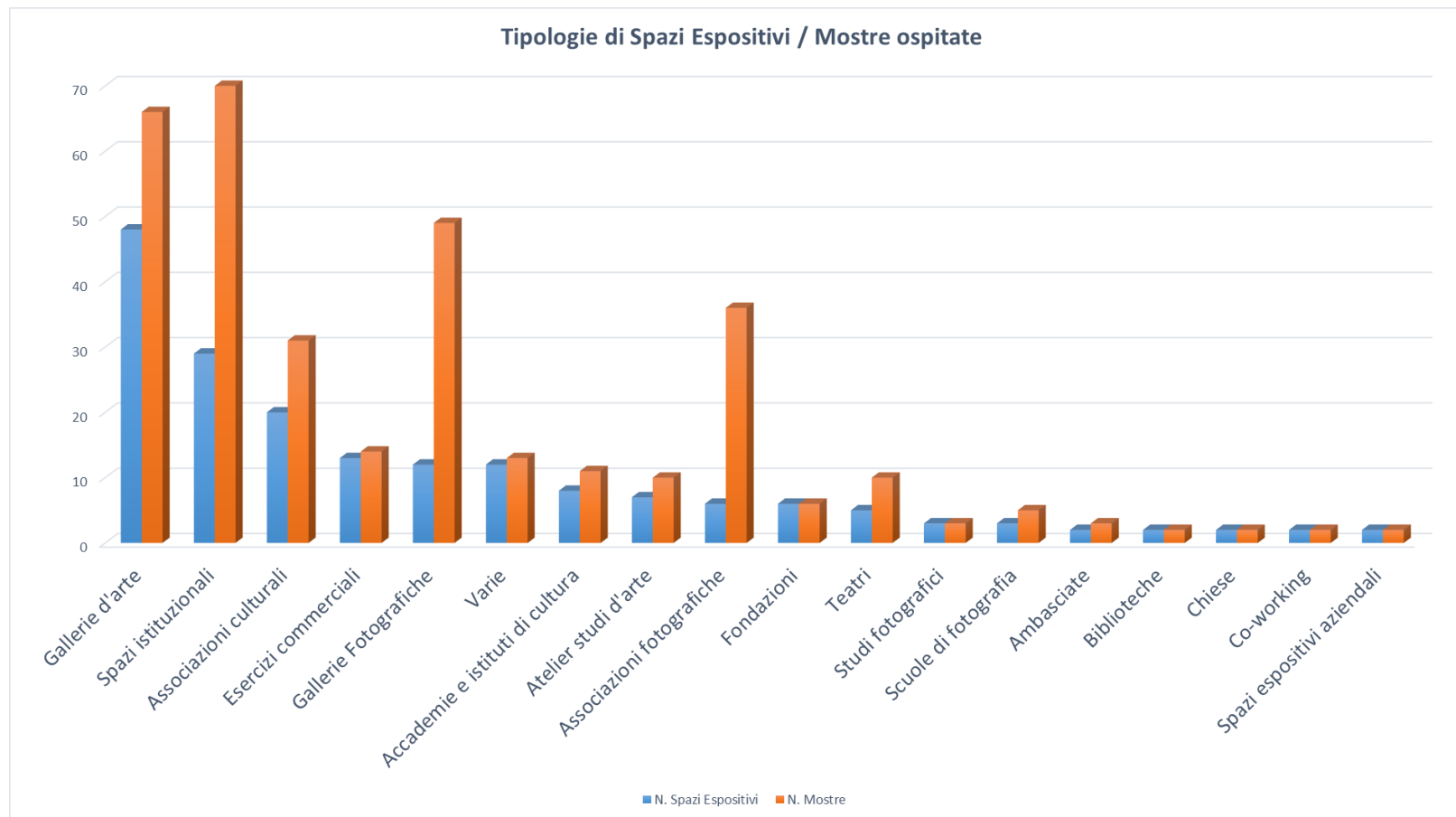
I dati raccolti da Panzoo si possono elaborare per comprendere la dimensione e l'ordine di grandezza di alcune attività che riguardano la fotografia a Roma. Si tratta di ricavare dai dati raccolti degli aspetti qualitativi, dei significati (tenendo conto di un fisiologico margine di tolleranza relativo alla completezza della copertura delle attività rilevate e alla costruzione delle categorie attraverso le quali i dati sono stati aggregati).

## **Analisi dei dati: dalla fotografia in mostra (la cultura fotografica) alla fotografia in vendita (il mercato)**

I dati generali indicati sopra (oltre 350 mostre in oltre 180 spazi espositivi) sono stati elaborati distinguendo gli spazi espositivi in base alla tipologia e poi in base alle finalità (commerciali e non), filtrandoli fino a circoscrivere l'attività delle gallerie fotografiche per fornire delle indicazioni di valore sulla dimensione del mercato della fotografia a Roma. Innanzi tutto gli spazi espositivi sono stati differenziati per tipologia (**La varietà degli spazi espositivi**). Per ogni tipologia di spazio espositivo è stato indicato il numero di mostre ospitate (**grafico e tabella**). Si è fatta una prima marcatura mostrando i dati relativi all'attività espositiva degli spazi istituzionali rispetto agli altri spazi (**La fotografia in mostra: gli spazi istituzionali**). Poi, rimanendo nell'ambito del numero complessivo di mostre aventi finalità commerciali e non commerciali, sono stati indicati i rapporti tra gli spazi esclusivamente fotografici e quelli non fotografici (**La fotografia in mostra: gli spazi espositivi dedicati alla fotografia in rapporto agli altri spazi**) e, tra quelli fotografici, sono stati indicati i rapporti tra gli spazi commerciali e quelli non commerciali (**La fotografia in mostra negli spazi dedicati alla fotografia: rapporto tra spazi commerciali e non commerciali**). Quindi è stata circoscritta l'attività espositiva con finalità commerciale da quella con altre finalità (**Il mercato della fotografia: gli spazi espositivi commerciali in rapporto agli altri spazi espositivi**). Infine, tra le attività degli spazi espositivi con finalità commerciali, si è rilevato il rapporto tra l'attività delle gallerie/studi esclusivamente dedicati alla fotografia e le attività di gallerie/studi che si occupano anche di altri generi artistici (**La fotografia in vendita: gli spazi espositivi dedicati alla fotografia in rapporto agli altri spazi espositivi**). A questa analisi dei dati seguono alcune **considerazioni generali** sulle 12 gallerie fotografiche romane (età, dimensioni, forma giuridica, genere fotografico, fotografia italiana/straniera, prezzi) e una **tabella comparativa** di alcuni dei dati rilevati attraverso una schedatura delle singole gallerie. In **conclusione** un giudizio sulle prospettive del mercato e sulla necessità/opportunità di continuare a rilevare le attività di associazioni e gallerie fotografiche.

## La varietà degli spazi espositivi

Nella scorsa stagione 182 spazi espositivi hanno ospitato mostre fotografiche. Questi spazi possono essere divisi in 16 categorie (associazioni fotografiche, gallerie fotografiche, studi fotografici, atelier/studi d'arte, associazioni culturali, spazi istituzionali, gallerie d'arte, esercizi commerciali, fondazioni, accademie/istituti di cultura, teatri, scuole di fotografia, coworking, ambasciate, spazi espositivi aziendali, chiese, biblioteche), più 12 spazi non rappresentati in nessuna categoria (Cinecittà Studios, Circo Massimo, DAMS, Ex Aula Consiliare, libreria, mercato testaccio, Stazione Metro, Garage Carcani, Centro Culturale Elsa Morante, Città dell'Altra Economia, Factory Spazio Giovani, Sala Santa Rita).



### **La fotografia in mostra: gli spazi istituzionali**

Il rapporto tra il numero degli spazi istituzionali che hanno ospitato mostre fotografiche e gli altri spazi espositivi censiti è di circa 1 a 5, ovvero 29 a 153, gli spazi istituzionali costituiscono il 16% di tutti gli spazi espositivi. Questi 29 spazi hanno proposto il 21% delle mostre, cioè 70 su 335.

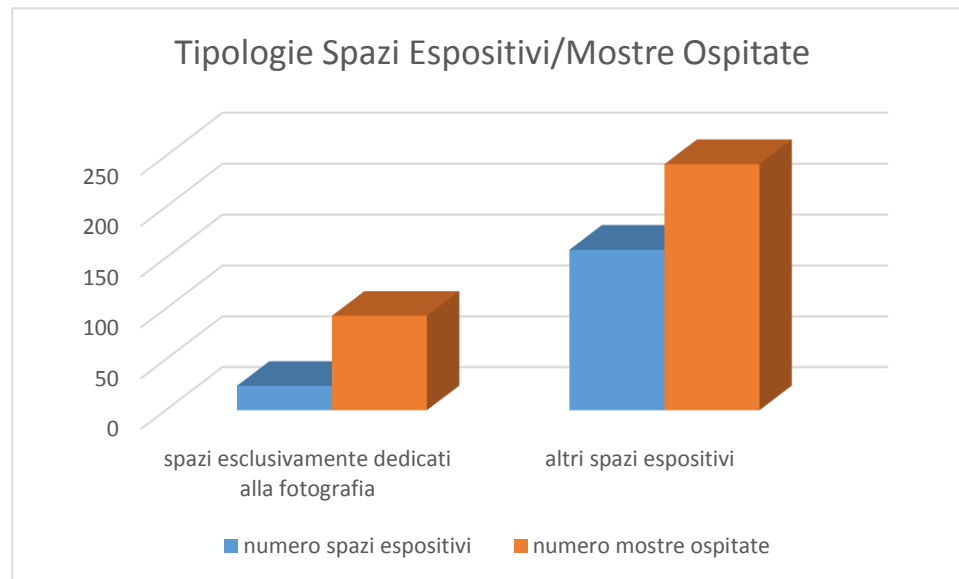
Si tratta di un dato che andrebbe confrontato con altre città delle medesime caratteristiche, sia in termini assoluti che relativi. In termini assoluti gli spazi istituzionali che hanno ospitato mostre fotografiche sono molti, ben 29. Ma sono molti anche gli spazi espositivi non istituzionali, a conferma della vivacità dell'iniziativa privata.

Tipologia spazi espositivi	numero spazi espositivi	% sp.esp.	mostre	% mostre	media mostra x spazio
Gallerie d'arte	48	26%	66	20%	1,38
Spazi istituzionali	29	16%	70	21%	2,41
Associazioni culturali	20	11%	31	9%	1,55
Esercizi commerciali	13	7%	14	4%	1,08
Gallerie Fotografiche	12	7%	49	15%	4,08
Varie	12	7%	13	4%	1,08
Accademie e istituti di cultura	8	4%	11	3%	1,38
Atelier studi d'arte	7	4%	10	3%	1,43
Associazioni fotografiche	6	3%	36	11%	6
Fondazioni	6	3%	6	2%	1
Teatri	5	3%	10	3%	2
Scuole di fotografia	3	2%	5	1%	1,67
Studi fotografici	3	2%	3	1%	1
Ambasciate	2	1%	3	1%	1,5
Biblioteche	2	1%	2	1%	1
Chiese	2	1%	2	1%	1
Co-working	2	1%	2	1%	1
Spazi espositivi aziendali	2	1%	2	1%	1
<b>Totali</b>	<b>182</b>		<b>335</b>		

## La fotografia in mostra: gli spazi espositivi dedicati alla fotografia in rapporto agli altri spazi

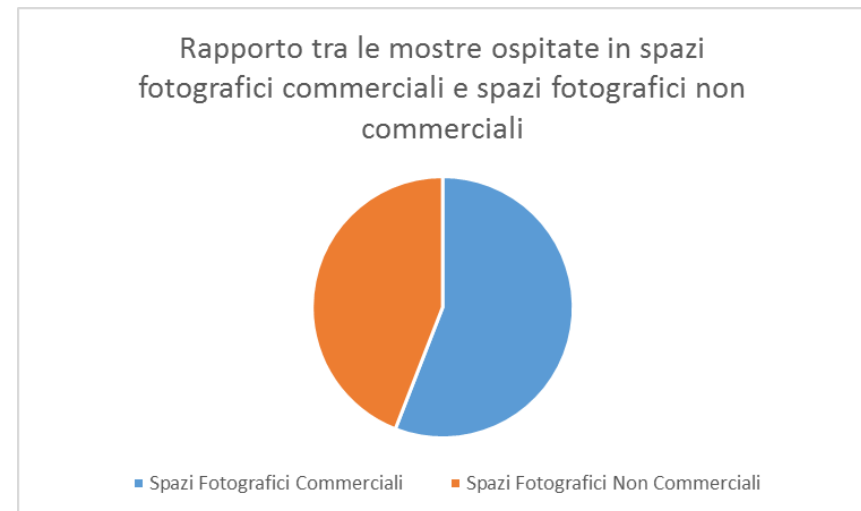
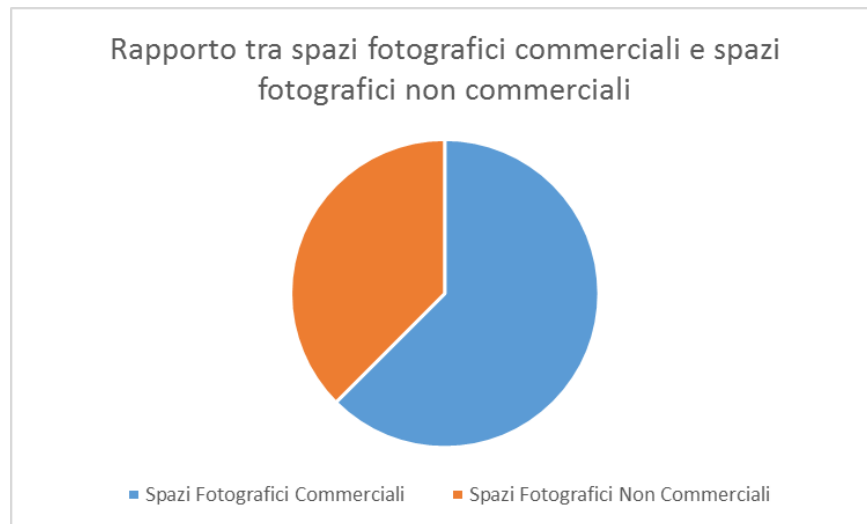
Il rapporto tra gli spazi espositivi esclusivamente dedicati alla fotografia (associazioni fotografiche, gallerie fotografiche, studi fotografici) e altri spazi espositivi è di 24 a 158. Gli spazi espositivi esclusivamente dedicati alla fotografia costituiscono il 13% di tutti gli spazi espositivi (24 su 182), ma hanno prodotto il 27,7% delle mostre fotografiche.

Gli spazi espositivi esclusivamente dedicati alla fotografia sono dunque molto numerosi a Roma e molto attivi nella produzione di mostre fotografiche rispetto ad altre tipologie di spazi.



## La fotografia in mostra negli spazi dedicati alla fotografia: rapporto tra spazi commerciali e non commerciali

Tra i 24 spazi espositivi dedicati esclusivamente alla fotografia, 15 (gallerie e studi fotografici) hanno un orientamento alla vendita (2/3). Questi spazi commerciali producono il 56% delle mostre ospitate negli spazi fotografici, cioè 56 mostre su un totale di 93 mostre. Gli altri 9 spazi che hanno finalità non commerciali ma associative, producono il restante 44% delle mostre, cioè 37 mostre. La media di mostre ospitate durante l'anno negli spazi orientati alla vendita è di sole 3,7 mostre. Un valore basso che indica una scarsa attitudine commerciale. Gli spazi fotografici non commerciali esprimono un valore medio più elevato.



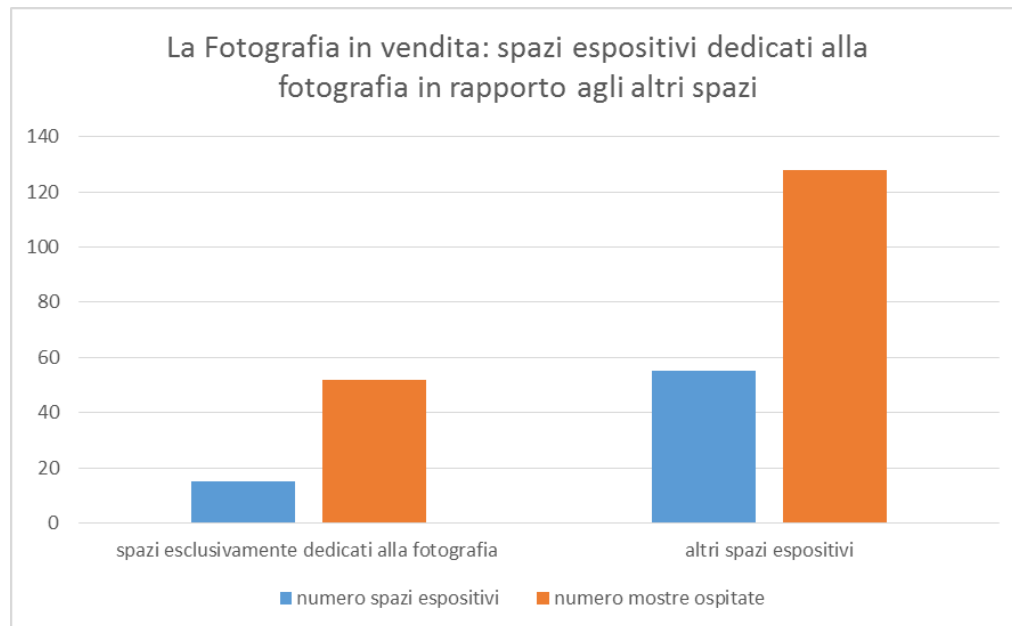


## **Il mercato della fotografia: gli spazi espositivi commerciali in rapporto agli altri spazi espositivi**

Il rapporto tra gli spazi espositivi orientati alla vendita e gli spazi non commerciali è di 70 a 112. Gli spazi espositivi commerciali costituiscono il 38,4% degli spazi espositivi (circa 2/5) e producono il 38,2% delle mostre fotografiche (128 su 335 contro 207 su 335). Gli spazi espositivi che a Roma hanno proposto fotografia con finalità commerciali sono complessivamente numerosi, 70. Invece la presenza di 112 spazi che hanno ospitato mostre fotografiche con finalità non commerciali rivela la estrema diffusione della fotografia come oggetto non commerciale.

## La fotografia in vendita: gli spazi espositivi dedicati alla fotografia in rapporto agli altri spazi espositivi

Il rapporto tra il numero degli spazi commerciali esclusivamente fotografici e quelli non esclusivamente fotografici (gallerie d'arte e studi d'arte) è di 15 a 55. Gli spazi commerciali esclusivamente fotografici (gallerie/studi) costituiscono il 21,4% degli spazi commerciali (15 su 70) e producono il 40,6% delle mostre (52 su 128) ospitate negli spazi commerciali. Dunque gli spazi commerciali esclusivamente fotografici sono molto più attivi nel promuovere mostre fotografiche rispetto agli altri spazi, ma sono numericamente ridotti. È invece rilevante che ben 55 spazi espositivi che si dedicano prevalentemente ad altre tecniche artistiche abbiano proposto mostre fotografiche nella loro programmazione annuale (in qualche caso esponendo fotografi commercialmente molto rilevanti).



## Le 12 gallerie fotografiche romane

### Considerazioni generali

- **Età.** Nel 1994 apre **Acta International** di Giovanna Pennacchi, che ospiterà le mostre di Enzo Sellerio, Ferdinando Scianna, Gianni Berengo Gardin, Pier Giorgio Branzi, Antonio Biasiucci, Romano Cagnoni, Leonard Freed, Pentti Sammallahti, Shelby Lee Adams. Nel 1995 apre la libreria-galleria **Il museo del Louvre a Roma** di Giuseppe Casetti il quale già nella sua precedente libreria-galleria Maldoror (1977) aveva proposto mostre fotografiche (nel 1978 la prima mostra personale di Francesca Woodman che poi esporrà di nuovo a Il museo del Louvre a Roma). Nel 2004 ha avviato la sua attività commerciale ed espositiva **Doozo**. Nel 2007 è nata la **Galleria Gallerati** ed ha aperto uno spazio espositivo il **Laboratorio Fotografico Corsetti** (attivo come laboratorio di sviluppo e stampa già dal 1971). Nel 2008 è nata **Ilex Gallery/10b Photography**. Nel 2012 **Anteprima d'arte contemporanea**. Nel 2013 **Interzone** e **Galleria del Cembalo**. Nel 2015 **Materia, Visionarea, dolceVita Gallery**.
- **Dimensioni.** Le gallerie romane non hanno grandi dimensioni. Eccetto la Galleria del Cembalo, la Ilex Gallery (300 mq, mostra permanente più mostra temporanea) e dolceVita Gallery (200 mq), le altre hanno superfici inferiori ai 100 mq (da 30 a 90).
- **Forma giuridica.** Alcune gallerie (Galleria del Cembalo, Doozo, Visionarea, dolceVita, Materia) hanno una forma giuridica più strutturata e articolata (S.r.l., S.a.s.) altre una configurazione più semplice (impresa individuale, società semplice, associazione culturale).
- **Genere fotografico.** Solo due gallerie si occupano esclusivamente di fotografia storica (dolceVita Gallery e Il museo del Louvre a Roma) mentre le altre si occupano prevalentemente di fotografia contemporanea con qualche episodio dedicato alla fotografia storica (Galleria del Cembalo, Materia).
- **Fotografia italiana/straniera.** Alcune sono prevalentemente rivolte ai fotografi italiani (Laboratorio Fotografico Corsetti, Galleria Gallerati), le altre rappresentano/espongono fotografi anche/prevalentemente stranieri.
- **Prezzi.** Si può comprare fotografia a Roma a partire da prezzi molto accessibili (meno di cento euro) fino ad un massimo di 30000 euro.

<b>Gallerie</b>	<b>forma giuridica</b>	<b>anno di apertura</b>	<b>collocazione geografica</b>	<b>superficie</b>	<b>genere fotografico</b>	<b>artisti rappresentati/esposti</b>	<b>mostre per anno</b>	<b>pubblicazioni</b>	<b>prezzi</b>	<b>altre sedi e collaborazioni</b>	<b>mercati/clienti</b>	<b>fiere</b>
Acta	associazione culturale	1994	centro storico	30	contemporaneo	italiani/stranieri	5, 6	no	300/5000	no	no vendita diretta	no
Anteprima d'arte contemporanea	società semplice	2012 marzo	prati	50	contemporaneo	italiani/stranieri	3, 4	no	1000/7000	no	italiani	no
dolceVita Gallery	s.r.l.	2015 dicembre	centro storico	150	storico	italiani	4	cataloghi	35/15000	no	italiani/stranieri	no
Doozo	s.r.l.	2004	centro storico	40	contemporaneo	italiani/stranieri	4	cataloghi	300/6000	no	italiani	no
Galleria del Cembalo	s.a.s.	2013 aprile	centro storico	300	contemporaneo/storico	italiani/stranieri	7, 8	cataloghi	600/14000	no	italiani	sì
Galleria Gallerati	impresa individuale	2007 gennaio	nomentano	40	contemporaneo	italiani	7	cataloghi	300/15000	sì	italiani	sì
Ilex/10b Photography	associazione culturale	2008	garbatella	300	contemporaneo	italiani/stranieri	4, 5	cataloghi	100/15000	no	italiani/stranieri	sì
Il museo del Louvre a Roma	impresa individuale	1995	centro storico	80	storico	italiani	n.d.	cataloghi	15/30000	no	italiani/stranieri	no
Interzone Galleria	impresa individuale	2013 aprile	pigneto	55	contemporaneo	italiani/stranieri	6, 7	cataloghi	25/8000	no	italiani	no
Laboratorio Fotografico Corsetti	impresa individuale	2007	san lorenzo	38	contemporaneo	italiani	3	cataloghi	150/5000	no	italiani/stranieri	no
Matèria	s.a.s.	2015 aprile	san lorenzo	90	contemporaneo	italiani/stranieri	7	cataloghi	500/25000	no	italiani/stranieri	sì
Visionarea Art Space	s.r.l.	2015 settembre	centro storico	50	contemporaneo	italiani/stranieri	6	cataloghi	2000/30000	sì	italiani/stranieri	sì

## **Conclusioni**

Questa sommaria analisi dei dati ci indica che il mercato della fotografia a Roma è ridotto ma la fotografia, attraverso l'attività delle associazioni e dei soggetti non commerciali, è molto diffusa. La cultura fotografica e visiva cresce, quindi anche il mercato della fotografia in prospettiva è destinato a crescere. Quando le risorse finanziarie torneranno ad essere maggiormente disponibili, il mercato della fotografia troverà sicuramente un terreno maturo dove radicarsi.

Qualunque ulteriore analisi, considerazione e riflessione sulla fotografia a Roma deve partire da una indagine/misurazione quantitativa che fornisca dati precisi sulla consistenza delle attività, il numero degli attori, ma anche dati di tipo qualitativo relativi alla storia professionale di questi attori, ai progetti imprenditoriali (gallerie) e formativi (associazioni), alle caratteristiche degli spazi della fotografia.

È necessario uno strumento di raccolta dei dati e delle informazioni più completo e approfondito. Uno strumento che si sviluppi in una direzione imprenditoriale (una redazione) o in una direzione di ricerca sociale (un osservatorio).