



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

CERSI
CENTRO DI RICERCA
PER LO SVILUPPO
IMPRENDITORIALE



Camera di Commercio
Cremona

Analisi dei canali commerciali e del posizionamento di prezzo della liuteria cremonese contemporanea

Rapporto finale della ricerca condotta
per la Camera di Commercio di Cremona

a cura di

Fabio Antoldi,
(Condirettore CERSI)

Elisa Capelletti, Ilaria Macconi e Silvia Gaiardi
(Ricercatrici CERSI)

Cremona, Dicembre 2012

Rapporto finale di RICERCA

Il CERSI (Centro di Ricerca per lo Sviluppo Imprenditoriale) è un centro di ricerca fondato nell'aprile 2006 a Cremona dalla Facoltà di Economia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. È dedicato all'analisi dei percorsi di sviluppo delle imprese - soprattutto di piccole e medie dimensioni - e su questo tema svolge attività di ricerca, di formazione (rivolta a imprenditori e manager) e di affiancamento alle imprese.

Donatella Depperu, Direttore CERSI
Fabio Antoldi, Condirettore CERSI

CERSI - Centro di Ricerca per lo Sviluppo Imprenditoriale

Università Cattolica del Sacro Cuore

Via Milano 24 – 26100 Cremona

Tel.: ++39 0372 499.138/187/137

E-mail: cersi@unicatt.it

Fax: ++39 0372 499.133

Web site: <http://centridiricerca.unicatt.it/cersi>

Sommario

1. Finalità e struttura della ricerca	5
1.1 Obiettivi conoscitivi	5
1.2 Attività svolte dai ricercatori	5
2. Una panoramica sulla liuteria mondiale, italiana e cremonese	11
2.1 La distribuzione dei liutai nel mondo	11
2.2 La distribuzione dei liutai in Italia e a Cremona	12
2.3 Le scuole di liuteria	14
3. Analisi del mercato internazionale degli strumenti ad arco	17
3.1 Import ed Export internazionale degli strumenti ad arco	17
3.1.1 <i>Export mondiale di strumenti ad arco</i>	17
3.1.2 <i>Import mondiale di strumenti ad arco</i>	20
3.2 Import ed Export italiano di strumenti ad arco	22
3.3 Import ed Export di strumenti musicali a Cremona	23
3.3.1 <i>Export di strumenti musicali dalla provincia di Cremona</i>	23
3.3.2 <i>Import di strumenti musicali della provincia di Cremona</i>	29
4. Analisi degli strumenti cremonesi in vendita sui siti specializzati	31
4.1 Il posizionamento di prezzo dei liutai cremonesi nel mercato giapponese	33
4.2 Il posizionamento di prezzo dei liutai cremonesi nel mercato statunitense	34
5. Analisi dei canali di vendita degli strumenti cremonesi	37
5.1 Il canale diretto	37
5.1.1 <i>Il ruolo del maestro di musica nel processo di acquisto</i>	39
5.2 Il canale indiretto	40
5.3 Una ricostruzione del prezzo di vendita del violino cremonese	42
6. Le valutazioni dei musicisti professionisti sulla liuteria cremonese	45
7. Indagine sul certificato <i>Cremona Liuteria</i>	51
7.1 Diffusione del certificato <i>Cremona Liuteria</i>	51
7.2 L'opinione dei maestri liutai sul certificato <i>Cremona Liuteria</i>	52
7.3 L'opinione dei commercianti sul certificato <i>Cremona Liuteria</i>	55
Allegati	59

1. Finalità e struttura della ricerca

1.1 Obiettivi conoscitivi

Gli obiettivi perseguiti mediante il presente lavoro di ricerca, concordati con il committente, includono:

- 1) Descrivere gli attuali canali di vendita degli strumenti cremonesi contemporanei;
- 2) Valutare il prezzo effettivo di vendita di tali strumenti sui vari mercati, anche in comparazione con produzioni concorrenti;
- 3) Analizzare come si ripartisce il valore aggiunto dello strumento cremonese contemporaneo nella filiera commerciale;
- 4) Stimare il valore che il certificato *Cremona Liuteria* offre al compratore in fase di acquisto e di eventuale successiva rivendita dello strumento.

1.2 Attività svolte dai ricercatori

Per raggiungere gli obiettivi prefissati nel progetto di ricerca sono state realizzate, tra la fine del mese di Settembre 2011 e Giugno 2012, sette attività:

- a) analisi dei dati import-export di strumenti ad arco a livello mondiale, italiano e cremonese;
- b) indagine sulla *directory 2011* di *The Strad*;
- c) interviste ad un gruppo di liutai attivi a Cremona;
- d) interviste ad un gruppo di musicisti professionisti;
- e) interviste ad un gruppo di commercianti di strumenti ad arco;
- f) indagine su siti Web specializzati in commercio di strumenti ad arco;
- g) indagine sugli strumenti cremonesi marchiati *Cremona Liuteria*.

a) Analisi dei dati import-export di strumenti ad arco a livello mondo, Italia e cremonese

I dati relativi all'import ed export di strumenti ad arco a livello mondiale e a livello nazionale sono stati tratti dal *database United Nation COMTRADE* in cui confluiscono le elaborazioni dell'*International Trade Center*¹, agenzia congiunta della *World Trade Organization (WTO)* e dell'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU). Tali dati registrano i movimenti doganali delle merci in ingresso e uscita forniti dagli istituti statistici dei singoli Paesi o di gruppi di Paesi (ad esempio *Eurostat* per quelli europei).

Le merci sono classificate a livello mondiale attraverso una nomenclatura internazionalmente riconosciuta (*Harmonized System*), definita dall'Organizzazione Mondiale delle Dogane, ove ogni categoria di prodotti è identificata da un codice a sei cifre.

Ai fini della presente ricerca è stato selezionato il codice 920210 che identifica gli strumenti a corda suonati con archetto ("*Stringed musical instruments played with a bow*"); sono stati quindi monitorati i dati di import ed export di merci afferenti a tale codice sia a livello mondiale che nazionale.

Il codice non permette di differenziare gli strumenti prodotti in botteghe liutarie da quelli di fabbrica (prodotti sempre a mano, ma in modo seriale). In taluni casi, inoltre, tale rilevazione non intercetta le relazioni commerciali indirette che esistono tra Paesi importatori ed esportatori di strumenti, dato che le merci potrebbero transitare da Stati diversi prima di raggiungere la destinazione finale, ma offre un'interessante prospettiva riguardo ai flussi mondiali del mercato della liuteria.

Sebbene la rilevazione sia stata estesa al 2011 per la maggior parte degli Stati, si è scelto di costruire le serie storiche per il periodo 2007-2010, ultimo anno in cui i dati risultano completi

¹ L'*International Trade Center* ha come scopo quello di fornire strumenti e supporto volti al miglioramento della competitività internazionale delle imprese esportatrici di Paesi in via di sviluppo ed economie in fase di transizione.

per tutti i Paesi. Ove possibile e utile per un confronto, sono stati considerati i dati del 2011, nonostante essi siano, ad oggi, provvisori.

Le rilevazioni includono anche le cosiddette attività di reimport: si tratta di strumenti oggetto di importazione da parte degli Stati che li avevano precedentemente esportati, che rientrano nel Paese di origine per vari motivi, quali difetti di produzione o mancanza di rispetto dei termini contrattuali. Per i Paesi i cui dati d'import ed export non sono pervenuti, sono stati utilizzati dei dati "mirrored", cioè forniti degli Stati con cui sono stati effettuati scambi commerciali.

Hong Kong, pur facendo politicamente parte della Repubblica popolare cinese, ha un regime doganale e fiscale differente; Taipei presenta una situazione analoga, trattandosi di una municipalità speciale dell'isola di Taiwan, stato *de facto* riconosciuto solo da una parte della comunità internazionale. Tali territori presentano forti legami politici con quello cinese, ma verranno trattati in modo autonomo per i fini di questa analisi. Sebbene Taipei sia la denominazione ufficialmente utilizzata, nel presente Rapporto tale municipalità verrà indicata come "Taiwan" per uniformità rispetto ai dati di altra fonte.

Si noti che i dati relativi al valore delle importazioni e delle esportazioni non sono perfettamente coincidenti. Questa discrepanza, già presente all'origine, è da imputarsi, in parte, all'attività di reimport, in parte a modalità di rilevazione leggermente differenti da Paese a Paese e, in parte, ad errori statistici cumulati che, nell'ambito di una banca dati con copertura mondiale, possono talvolta dare origine a divergenze.

Per presentare il dettaglio provinciale cremonese, si è ricorsi ad una differente fonte, ovvero alla banca dati tematica *COEWEB*, gestita da Istat e dedicata alle merci importate ed esportate da e nei Paesi che commerciano con l'Italia. Essa ricostruisce per ciascun trimestre il valore di tali merci sulla base delle informazioni contenute nei Documenti Amministrativi Unici (D.A.U.), per quanto riguarda i Paesi extra-UE, e nei Modelli Intrastat per quelli ricompresi nell'Unione Europea, acquisiti dall'Agenzia delle Dogane italiana.

A fronte della possibilità di disporre dei dati relativi ai singoli territori provinciali, non esiste, all'interno della codifica ATECO 2007, alcuna voce dedicata specificamente agli strumenti a corda suonati con arco. Di conseguenza, verranno presentati i dati sul valore dell'import-export per la provincia di Cremona relativi al codice 32.20, *Fabbricazione di strumenti musicali (incluse parti accessorie)*, durante l'arco temporale 1991-2011. Tale codice ricomprende l'intera gamma degli strumenti musicali – resta viceversa esclusa la strumentazione per l'amplificazione del suono e per la registrazione di materiale audio.

Nota la struttura produttiva della provincia cremonese, vi sono comunque fondati motivi per ritenere che i valori di import-export illustrati si riferiscano in via prevalente al commercio di strumenti ad arco. Infatti, oltre alla fabbricazione di questi ultimi e dei relativi accessori, la sola altra attività nota sul territorio afferente alla codifica ATECO in esame è la costruzione artigianale di organi, tipica dell'area cremasca – essendo quasi venuta meno quella di pianoforti. E' lecito comunque ipotizzare che le esportazioni dei primi seguano rotte diverse da quelle degli strumenti ad arco che verranno illustrate.

b) Indagine sulla directory 2011 di The Strad

Nel periodo di lavoro è stata replicata l'analisi, già effettuata in occasione della precedente ricerca del CERSI dedicata alla liuteria cremonese², riguardante il numero di operatori attivi nel comparto degli strumenti ad arco censiti dalla *directory* annuale della rivista inglese *The Strad*.

Tale guida, sebbene non possa essere considerata esaustiva in quanto non opera un vero e proprio censimento, rappresenta, ad ogni modo, un riferimento autorevole per stimare nel modo più completo possibile chi e quanti sono coloro che esercitano l'attività in questo settore.

² CERSI (2009), *Analisi del posizionamento della Liuteria cremonese sui mercati internazionali e sue prospettive di sviluppo strategico*.

La *directory* riporta, per ogni Paese, gli operatori censiti classificandoli come *Violinmaker* (M), *Dealer* (D), *Wholesaler* (W), *Retailer* (R), *Shop* (S), *Manufacturer* (F) o *Publisher* (P), a seconda che essi svolgano un'attività produttiva, commerciale e/o editoriale. Non è raro che uno stesso operatore ricada entro più classificazioni in seguito alla titolarità di più attività.

Per ogni *indirizzo* viene quindi riportata la ragione sociale, i recapiti, il tipo di attività svolta, i prodotti disponibili (es. strumenti ad arco artigianali, strumenti elettrici, archetti, custodie, pubblicazioni, etc.) e la scuola in cui è stato ottenuto l'eventuale diploma.

Ai fini della ricerca sono stati conteggiati tutti gli addetti del settore presenti in ciascuno Stato, con particolare riguardo per quanti producono e commercializzano strumenti ad arco non elettrici.

I nominativi sono stati suddivisi secondo i seguenti criteri: chi si limita alla costruzione di strumenti ad arco artigianali (M), chi affianca alla produzione artigianale anche un'attività commerciale più o meno strutturata (M+D/W/R/S), chi risulta produrre e commercializzare sia strumenti artigianali che seriali (M+F+D/W/R/S), chi si dedica solo al commercio (D/W/R/S) e, infine, tutti coloro che svolgono attività corollarie alla produzione o al commercio di strumenti ad arco quali, ad esempio, archettai, fornitori di materie prime, produttori di accessori, case editrici, etc.

In secondo luogo, si è proceduto a conteggiare gli operatori diplomati presso scuole specializzate e ad identificare i centri di formazione più frequentati. L'intento è stato quello di valutare l'importanza dell'Istituto di Istruzione Superiore *A. Stradivari* di Cremona – in passato denominato Scuola Internazionale di Liuteria, poi Istituto Professionale Internazionale per l'Artigianato Liutario e del Legno (I.P.I.A.L.L.) – e la sua capacità di arricchire il territorio in cui è localizzato di capitale umano altamente specializzato.

c) Interviste ad un gruppo di liutai attivi a Cremona

Tra Ottobre 2011 e Marzo 2012 sono stati intervistati 17 maestri liutai di differente nazionalità, classe di età e che svolgono attività diversificate (produzione, restauro e commercio di strumenti ad arco), tutti attualmente attivi con propria bottega in provincia di Cremona.

Attraverso tali interviste sono state acquisite informazioni circa le modalità di commercializzazione degli strumenti ad arco fabbricati a Cremona, ma anche sulle caratteristiche del processo produttivo e sul posizionamento e la promozione della liuteria cremonese nel mercato internazionale.

I contenuti emersi, integrati dai racconti delle altre due categorie di intervistati (musicisti e commercianti), sono serviti in particolare alla redazione del Capitolo 5, che descrive il percorso degli strumenti ad arco artigianali cremonesi dalla bottega liutaria sino alle mani degli utilizzatori finali e le modalità di determinazione del loro prezzo.

d) Interviste a un gruppo di musicisti professionisti

Tra Novembre 2011 e Marzo 2012 il CERSI ha intervistato 27 musicisti professionisti – italiani e non – affermati a livello internazionale.

I musicisti sono stati selezionati in base a due criteri: il legame con Cremona (natali, residenza e/o rapporti lavorativi) e il programma della Stagione concertistica 2011-2012 del Teatro cittadino *A. Ponchielli* – in particolare, hanno dato la loro disponibilità alcuni membri dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della RAI, dell'Orchestra Filarmonica *A. Toscanini* e dell'Orchestra da camera *I Musicisti*.

La maggior parte degli intervistati si esibisce in una formazione stabile; i restanti, invece, suonano come solisti. Sei musicisti intervistati esercitano con regolarità anche l'attività di insegnamento.

Complessivamente, sono stati intervistati 13 violinisti, 6 violisti, altrettanti violoncellisti e 2 contrabbassisti.

Le interviste sono state strutturate in modo da comprendere la diffusione degli strumenti contemporanei (in particolar modo cremonesi) negli ambienti professionali, i meccanismi attraverso cui avvengono la loro selezione ed acquisto, il giudizio circa le varie produzioni liutarie contemporanee mondiali e, in particolar modo, su quella cremonese.

Qualora l'intervistato svolga anche la professione di insegnante si è cercato di capire l'influenza esercitata da questa figura al momento della scelta e dell'acquisto dello strumento da parte dell'allievo – le interviste ai musicisti professionisti e quelle condotte presso i liutai cremonesi in effetti hanno aiutato a ricostruire anche l'atteggiamento ed il sistema delle preferenze degli studenti delle scuole di musica.

Si precisa infine che, nel raccogliere il parere degli intervistati circa la tradizionale *querelle* che oppone gli strumenti ad arco antichi a quelli moderni e contemporanei, si sono considerati di fattura recente quelli costruiti a partire dall'anno 2000, moderni quelli realizzati dall'inizio del secolo scorso sino a tale soglia.

e) Interviste a un gruppo di commercianti di strumenti ad arco

Nel periodo compreso tra Settembre 2011 e Marzo 2012, il CERSI ha intervistato 19 commercianti di strumenti ad arco (11 con sede in Europa, 6 in Estremo Oriente e 2 negli Stati Uniti). La maggior parte delle interviste è stata condotta in occasione delle due principali manifestazioni fieristiche europee in ambito musicale: *MondoMusica* 2011 a Cremona e *MusikMesse* 2012 a Francoforte.

La selezione degli interlocutori è stata operata in base all'elenco degli espositori presenti presso le due manifestazioni, oppure in seguito ad indicazioni fornite da altri intervistati.

Il proposito che ha guidato tali interviste è stato quello di capire quali siano le produzioni liutarie che i commercianti interpellati acquistano più frequentemente e perché; come avvenga il processo di acquisto; quali siano le principali voci di costo che il commerciante deve sostenere; quale sia il margine medio di ricavo sugli strumenti (specialmente su quelli cremonesi); chi siano gli acquirenti abituali per le diverse produzioni liutarie; e, infine, come venga giudicata la liuteria contemporanea cremonese rispetto alle altre produzioni mondiali.

f) Indagine su siti Web specializzati in commercio di strumenti ad arco

Tra Gennaio e Marzo 2012 il CERSI ha consultato 55 siti internazionali di commercio di strumenti ad arco al fine di censirvi tutti gli strumenti in vendita – in particolare quelli fabbricati a Cremona.

L'individuazione di tali siti Web è avvenuta in base a :

- consultazione della pagina Web dei commercianti intervistati;
- suggerimenti forniti durante le interviste dai maestri liutai e dai musicisti;
- consultazione di alcune riviste di settore;
- inserimento di parole chiave in motori di ricerca.

I siti individuati non sono sicuramente esaustivi di tutta l'attività commerciale on line di strumenti ad arco, ma bisogna tenere conto dei limiti temporali di svolgimento dell'attività di ricerca.

Gli strumenti ad arco, cremonesi e non, selezionati su questi siti sono confluiti in un *database* che è stato utilizzato per esaminare la diffusione dei primi ed il loro posizionamento di prezzo rispetto alle altre produzioni liutarie.

Si è deciso di scegliere solamente violini, viole e violoncelli costruiti a mano a partire dall'anno 2000 di cui fosse riportato il prezzo puntuale (o la fascia di prezzo) e il nome dell'autore (o la bottega di provenienza).

Per quanto riguarda le modalità di costruzione dello strumento, è stato scelto di differenziare il processo a seconda che si tratti di strumenti *di maestro liutaio*, *di bottega* o *seriali*. Questo perché, nella selezione degli strumenti, ci si è accorti che, pur venendo tutti dichiarati artigianali, vi sono delle differenze sostanziali (specialmente di prezzo) tra quelli costruiti a mano ma in maniera seriale, quelli prodotti all'interno di una bottega liutaria da allievi sotto la supervisione del maestro oppure frutto della collaborazione di due liutai, e, ancora, quelli eseguiti interamente da un solo maestro liutaio.

Per ciascuno strumento sono state raccolte le seguenti informazioni: denominazione e nazionalità del sito Web che lo vende; nome del maestro liutaio o della bottega; città e Stato in cui è stato prodotto lo strumento; anno di fabbricazione; modalità di produzione (*di maestro liutaio*, *di bottega*, *seriale*); prezzo di vendita (prezzo puntuale o fascia di prezzo).

Qualora disponibili, sono state inserite anche le indicazioni circa la presenza di certificati di garanzia, le argomentazioni di vendita usate, per chi è consigliato lo strumento (allievo, allievo esperto, orchestrale, solista) e se esso sia nuovo oppure usato.

Per le successive rielaborazioni, nei casi in cui si disponeva di una fascia di prezzo si è proceduto ad associare a ciascuno strumento un valore univoco calcolato come mediana tra gli estremi della classe riportata dal sito Web. Il CERSI è consapevole che questa operazione rappresenta una forte semplificazione della realtà, ma essa si è resa necessaria per poter sottoporre ad elaborazioni statistiche tutti quegli strumenti per i quali si disponeva solo di una fascia di prezzo e che, altrimenti, avrebbero dovuto essere tralasciati. Inoltre, poiché la maggior parte dei siti non esponeva il prezzo in euro, si è deciso di uniformarli tutti, convertendoli dalla valuta originale a quella ufficiale dell'Unione Europea.

A fini analitici, per il mercato americano e per quello giapponese si è provveduto ad associare ad ogni maestro liutaio un prezzo medio di vendita, per ciascuna tipologia di strumento (violino, viola, violoncello). La media così calcolata può essere considerata sostanzialmente indicativa nei casi in cui siano stati individuati più strumenti della stessa tipologia prodotti dal medesimo liutaio. Qualora si sia reso necessario, invece, riportare il prezzo dell'unico strumento attribuito a quel particolare liutaio in vendita presso uno dei due mercati nazionali, tale rappresentazione potrebbe risultare meno precisa.

Infine, il CERSI ha lavorato sui prezzi dichiarati dai negozianti on line ma si è consapevoli del fatto che, al momento della vendita, questi potrebbero subire anche variazioni rilevanti per effetto di iniziative promozionali e di negoziazioni occorse con il potenziale acquirente.

g) Indagine sugli strumenti cremonesi marchiati Cremona Liuteria

Non è stato possibile contattare direttamente quanti, nella veste di utilizzatori finali, abbiano in passato acquistato uno o più strumenti cremonesi accompagnati dal certificato *Cremona Liuteria* e sondare i motivi di tale scelta. Conseguentemente, si è deciso di inferirne le motivazioni rivolgendo specifiche domande in proposito ad un gruppo di commercianti di strumenti ad arco e di maestri liutai cremonesi, selezionati secondo opportuni criteri. Anche i primi, ovviamente (i commercianti, ndr), rappresentano una particolare categoria di potenziali acquirenti di strumenti certificati, il cui comportamento si desiderava approfondire.

Per questo fine è stato inviato mediante posta elettronica un breve questionario a 37 commercianti internazionali di strumenti ad arco, 25 dei quali selezionati tra i 55 siti di commercio confluiti nel *database* di cui al punto precedente. La selezione è avvenuta sulla base del numero degli strumenti in vendita presso il sito del commerciante – particolarmente di quelli cremonesi – censiti all'interno del *database* stesso. I rimanenti 12 contatti sono stati gentilmente forniti dal Consorzio Liutai A. *Stradivari Cremona*.

Il questionario è stato predisposto in modo da ricostruire il numero degli strumenti dotati di questa certificazione acquistati dal commerciante ogni anno ed il peso di essi sul totale degli acquisti che egli effettua presso liutai cremonesi; la tipologia di clienti cui si rivolge (commercianti e/o musicisti) e quelli che egli considera acquirenti in via preferenziale

dell'artigianato certificato *Cremona Liuteria*; infine, gli eventuali benefici e prezzo diverso che contrassegnano quest'ultimo, rispetto agli strumenti cremonesi privi di marchio. Successivamente si sono voluti approfondire – in via generale – i tipi di certificato e di garanzia (di provenienza geografica, di autenticità, di qualità dei materiali, etc.) che massimizzano le probabilità di vendita ad un musicista dello strumento e quelle che consentono al commerciante di spuntare per esso un prezzo più elevato.

La somministrazione dei questionari ai commercianti ha avuto luogo tra Aprile e Giugno 2012 ed ha permesso la raccolta di 10 risposte, 8 delle quali riconducibili a contatti forniti dal Consorzio Liutai A. *Stradivari Cremona*, i restanti 2 a siti consultati per la compilazione del *database*. Rinunciando a differenziare a seconda che il commerciante sia o meno cliente del Consorzio, 6 rispondenti su 10 risultano svolgere la propria attività nel continente americano, 3 in quello asiatico ed 1 in Europa. Circa un terzo dei rispondenti effettua vendite di strumenti esclusivamente ad utilizzatori finali (musicisti professionisti ed amatori); i restanti le affiancano ad attività di tipo *B to B*, ovvero a vendite ad altri commercianti.

Quanto alla selezione degli interlocutori tra i liutai cremonesi aderenti al Consorzio, si è scelto di rivolgersi a quanti avessero fatto richiesta di almeno tre certificati all'anno in non meno di due anni tra il 2009 ed il 2011. Questo ha portato all'identificazione di 21 nominativi, ridotti a 17 per effetto dell'impossibilità o dell'indisponibilità di taluni maestri ad essere intervistati. Tra questi 17 nominativi figurano quelli di alcuni liutai già intervistati nell'ambito della più ampia attività di indagine conoscitiva dei canali commerciali della liuteria cremonese.

Una sintetica batteria di domande, volte a conoscere i motivi della richiesta del certificato, gli eventuali *feedback* sullo stesso ricevuti dagli acquirenti ed il valore attribuito da questi, nonché dal liutaio medesimo, allo strumento certificato, rispetto a quello non marchiato, sono state rivolte agli interlocutori selezionati tra la fine di Maggio e l'inizio del mese di Giugno. Poco meno di un terzo delle interviste è avvenuto telefonicamente; nei restanti casi esse hanno avuto luogo direttamente presso la bottega del liutaio.

2. Una panoramica sulla liuteria mondiale, italiana e cremonese

Ogni anno la rivista inglese *The Strad* pubblica una *directory* mondiale relativa agli operatori presenti nel settore degli strumenti ad arco.

Tale guida, sebbene non possa essere considerata esaustiva in quanto non opera un vero e proprio censimento, rappresenta ad ogni modo un riferimento autorevole per stimare nel modo più completo possibile chi e quanti sono coloro che esercitano l'attività in questo settore.

La *directory*, infatti, non include soltanto i nomi dei maestri liutai, ma anche dei commercianti (sia all'ingrosso che al dettaglio), delle aziende con produzioni seriali, degli archettai, dei produttori di accessori, dei fornitori di materie prime, delle case editrici e di tutti quanti operano nel settore degli strumenti ad arco in senso lato (cfr. Par. 1.2).

2.1 La distribuzione dei liutai nel mondo

Nel corso della prima ricerca³ il numero di operatori riportati dalla *directory* 2007 di *The Strad* ammontava a 1.548. La stessa fonte nel 2011 comprende 1.876 *nominativi*, indice della crescita del comparto degli strumenti ad arco (+21,19%), che sembrerebbe non aver risentito della crisi economica che invece ha colpito tanti altri settori dell'economia.

I continenti più importanti, per numero di operatori, sono l'Europa (1.150 *nominativi*) e il Nord America (526); al terzo posto si trova l'Asia, con 108 operatori, seguono poi Africa e Australia. Tra il 2007 e il 2011 non sono però l'Europa e il Nord America ad aver registrato il più significativo incremento del numero di addetti, bensì gli altri continenti: Africa +100,00%; Asia +56,52%; Centro e Sud America +38,46%; Oceania +31,58% (cfr. Tab. 2.1).

Tab. 2.1: Operatori del settore degli strumenti ad arco suddivisi per continente, Anni 2007 e 2011 (valori assoluti e variazioni %)

Continente	Strad 2007	Strad 2011	Var. %
Europa	936	1.150	+22,86%
Nord America	479	526	+9,81%
Centro e Sud America	26	36	+38,46%
Asia	69	108	+56,52%
Africa	3	6	+100,00%
Oceania	38	50	+31,58%
Totale MONDO	1.548	1.876	+21,19%

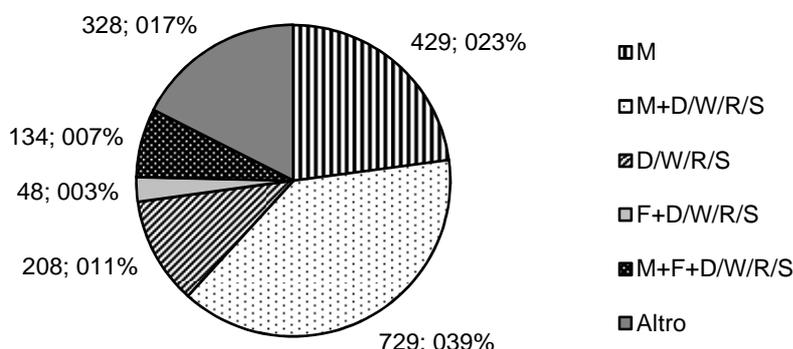
Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *The Strad* 2007 e 2011

Dei 1.876 operatori elencati nella *directory* 2011, il 22,87% è liutaio in senso stretto – cioè si limita a produrre artigianalmente strumenti ad arco (M) –; il 38,86% dichiara di affiancare alla produzione artigianale anche un'attività commerciale più o meno strutturata (M+D/W/R/S); solo il 7,14% risulta produrre e commercializzare strumenti ad arco, sia artigianali che seriali (M+F+D/W/R/S). Si può quindi affermare che i liutai in senso lato rappresentino ben oltre la metà dei nominativi riportati nella guida (68,87%).

I rimanenti operatori si suddividono tra commercianti puri di strumenti ad arco (D+W+R+S, pari all'11,09%), proprietari di aziende di produzione di strumenti ad arco con relativo commercio (F+D/W/R/S, 2,56%) e, infine, quanti svolgono attività corollarie alla produzione o commercio di tali strumenti (categoria "Altro", 17,48%) – ad esempio, archettai, fornitori di materie prime, produttori di accessori, case editrici, etc.

³ Vedi Nota 2.

Fig. 2.1: Distribuzione degli operatori del settore degli strumenti ad arco⁴, Anno 2011 (valori assoluti e %)



Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *The Strad* 2011

La nazione più rappresentata sono gli Stati Uniti, con 460 riferimenti, seguiti da Regno Unito (289), Germania (226), Italia (196) e Francia (109). Rispetto alla *directory* del 2007, la Germania ha sorpassato l'Italia, collocandosi in terza posizione per numero di operatori presenti (+47,71% rispetto al 2007, contro il +21,74% dell'Italia; cfr. Tab. 2.2).

Tab. 2.2: Primi cinque Paesi per numero di *nominativi*, Anni 2007 e 2011 (valori assoluti e variazioni %)

Nazione	Strad 2007	Strad 2011	Var. %
Stati Uniti	423	460	+8,75%
Regno Unito	252	289	+14,68%
Germania	153	226	+47,71%
Italia	161	196	+21,74%
Francia	83	109	+31,33%

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *The Strad* 2007 e 2011

Sebbene gli Stati Uniti siano la nazione più ricca di contatti, solo il 13,91% di questi esercita esclusivamente la professione liutaria (64 *nominativi*), contro il 48,47% degli operatori italiani (95). Negli altri tre Paesi ai vertici della classifica la percentuale di addetti che si limita alla sola produzione artigianale risulta compresa tra il 21% e il 28%. L'Italia si conferma quindi, ancora una volta, lo Stato con la più forte vocazione alla produzione artigianale di strumenti ad arco.

Se si osserva invece il numero di quanti si dichiarano liutai in senso lato – ovvero, oltre alla produzione artigianale, presiedono lavorazioni seriali e/o svolgono attività di commercio –, le percentuali si innalzano notevolmente per Italia (86,73%), Germania e Francia (entrambe attorno al 71%). Negli Stati Uniti (62,61%), ma, soprattutto, nel Regno Unito (56,40%), i liutai in senso lato superano di poco la metà dei nominativi presenti, segno che in questi Paesi sono numerosi gli operatori puramente commerciali e quelli che, pur gravitando attorno al mondo della liuteria, non si occupano della costruzione e/o vendita di strumenti, ma di attività accessorie.

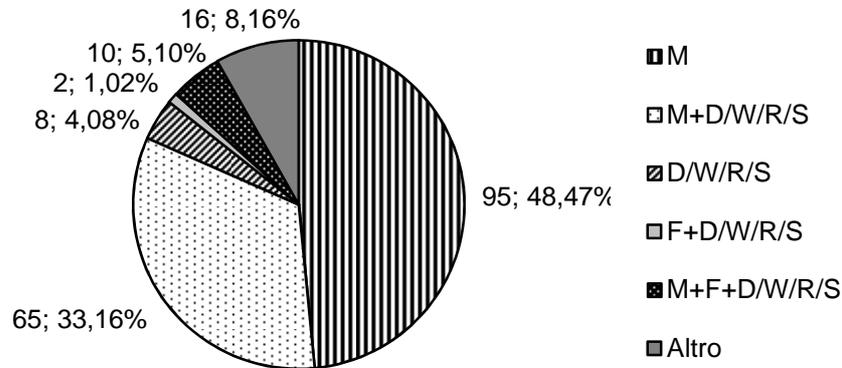
2.2 La distribuzione dei liutai in Italia e a Cremona

La *directory* 2011 di *The Strad* riporta complessivamente i nomi di 196 operatori del settore attivi in Italia, di cui 95 in senso stretto, 170 in senso lato (cfr. Fig. 2.2).

⁴ Si ricorda che M = *Violinmaker*, D = *Dealer*, W = *Wholesaler*, R = *Retailer*, S = *Shop*, F = *Manufacturer* (cfr. Par. 1.2).

La regione più rappresentata è la Lombardia, con 123 *nominativi*, seguita a notevole distanza da Toscana (15), Emilia Romagna (14) e Veneto (13).

Fig. 2.2: Distribuzione degli operatori del settore degli strumenti ad arco in Italia, Anno 2011 (valori assoluti e %)



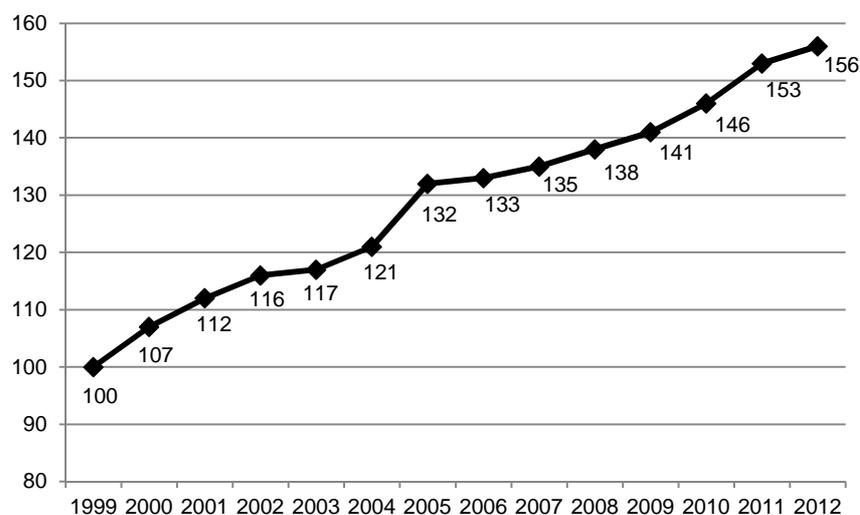
Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *The Strad* 2011

Dei 123 operatori attivi in Lombardia, 106 risiedono nella provincia di Cremona (+47,22% rispetto a *The Strad* 2007). Poco più della metà di questi (56 *nominativi*) svolgono esclusivamente la professione di liutaio, 36 si occupano anche di commercio e, infine, 6 dichiarano di affiancare alla costruzione artigianale di strumenti e alla loro commercializzazione la titolarità di linee di produzione seriali. I rimanenti operatori si dividono tra l'attività di commercio pura (3) e altre attività complementari alla costruzione di strumenti ad arco (5).

Attingendo ad una diversa fonte, nella prima ricerca condotta dal CERSI le imprese riconducibili al sistema di produzione liutario iscritte alla Camera di Commercio di Cremona risultavano essere 147, per un totale di 185 addetti ufficiali. Nel Marzo 2012 le imprese artigiane attive sono 156, per un totale stimato di addetti pari a circa 220 unità (cfr. Fig. 2.3).

È quindi innegabile che il settore liutario a Cremona sia ancora in crescita, nonostante l'elevato numero di operatori già presenti in città.

Fig. 2.3: Imprese artigiane liutarie iscritte alla CCIAA di Cremona, Anni 1999-2012 (valori assoluti)



Fonte: Elaborazioni CERSI su dati CCIAA Cremona aggiornati all'8 Marzo 2012

2.3 Le scuole di liuteria nel mondo e il ruolo dell'I.P.I.A.L.L. Stradivari

Ogni studente che si diploma presso una determinata scuola liuteraria rappresenta un investimento in capitale umano che, dal punto di vista economico, dovrebbe produrre un ritorno in termini sia di produttività che di competitività per la bottega in cui lavora, ma anche per il territorio in cui egli opera.

A tal proposito, sempre tramite la *directory* di *The Strad* è possibile analizzare quanto un sistema locale investa in capitale umano (numero di liutai diplomati), quanto riesca a trattenere al proprio interno i soggetti diplomati e quanto, invece, ad attrarne da altre scuole.

Dall'analisi emerge che, a fronte di 1.876 nominativi presenti nella *directory* 2011 di *The Strad*, solo 793 risultano in possesso di diplomi rilasciati da 28 differenti scuole di liuteria (16 europee, 9 americane, 3 asiatiche; *cf.* Tab. 2.3). Meno della metà degli addetti del settore ha quindi conseguito un diploma presso un istituto specializzato nell'insegnamento della costruzione di strumenti ad arco.

Tab. 2.3: Numero di diplomati presso i principali centri di formazione (valori assoluti e %)

Scuola di formazione	Città	Stato	N. diplomati	%
Newark School of Violin making	Newark	Regno Unito	189	23,83%
Istituto di Istruzione Superiore A. Stradivari (I.P.I.A.L.L.)	Cremona	Italia	174	21,94%
Mittenwald School of Violin making	Mittenwald	Germania	145	18,28%
Chicago School of Violin making	Chicago	Stati Uniti	50	6,31%
Ecole Nationale de liuterie Mirecourt	Mirecourt	Francia	46	5,80%
Violin making School of America	Salt Lake	Stati Uniti	41	5,17%
Swiss School of Violin making	Brienz	Svizzera	32	4,04%
Welsh School of Violin making (chiusa dal 1991)	Abertridwr	Regno Unito	31	3,91%
London Metropolitan University	London	Regno Unito	26	3,28%
North Bennet Street School	Boston	Stati Uniti	15	1,89%
Altre (18 istituti)	Vari	Vari	44	5,55%
Totale			793	100,00%

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *The Strad* 2011

La nazione con il maggior numero di scuole rilevate dalla rivista *The Strad* sono gli Stati Uniti, con 7 istituti; seguono l'Italia e il Regno Unito, entrambe con 4 centri di formazione, e la Svizzera (2 scuole).

Circa il 64% dei diplomi è stato conseguito presso tre istituti europei: il 23,83% degli operatori si è diplomato presso la *Newark School of Violin making*, il 21,94% presso l'Istituto di Istruzione Superiore A. *Stradivari* di Cremona e il 18,28% presso il centro di Mittenwald.

Per quanto riguarda la dispersione degli stessi, i liutai in possesso del diploma rilasciato dall'istituto cremonese risultano in assoluto i più sparsi nel mondo, essendo presenti in 32 differenti Paesi sui 57 totali censiti nella guida. La forte dispersione dei liutai che hanno studiato a Cremona è confermata dal dato relativo a quelli rimasti a lavorare nel Paese della scuola: meno della metà degli studenti (44,83%) decide di fermarsi a lavorare in Italia, il restante 55,17% torna nel proprio Paese d'origine, ovvero stabilisce la propria attività in un terzo Paese. La situazione è ancor più accentuata nel caso di coloro che hanno frequentato la scuola di Newark: solo uno studente su tre rimane a lavorare nel Regno Unito. Negli Stati Uniti, invece, la percentuale di liutai che sceglie di svolgere la professione nel Paese in cui ha studiato è molto più elevata (dal 68% al 100% a seconda delle scuole considerate).

Osservando la formazione degli operatori attivi nei vari Paesi, si nota come l'Italia faccia fatica ad attrarre liutai che abbiano studiato al di fuori dei confini nazionali: ben l'89,36% dei liutai operanti in Italia ha precedentemente conseguito il diploma in un centro di formazione specializzato italiano. Solo il Regno Unito presenta una situazione simile; sono invece decisamente più eterogenei per scuola di provenienza i liutai che lavorano in Svizzera e in Francia, dove almeno il 50% degli operatori nazionali ha conseguito il diploma in uno Stato

diverso. La Germania e gli Stati Uniti, invece, si collocano in una posizione intermedia tra le precedenti situazioni: circa il 62% degli addetti che operano sul territorio nazionale ha conseguito il diploma nello stesso Paese, mentre poco più di un terzo ha studiato altrove.

Secondo i dati rielaborati tratti dalla *directory* di *The Strad*, quindi, l'Italia, pur investendo molto nella formazione di capitale umano – circa il 23% degli operatori mondiali ha conseguito il diploma presso scuole italiane –, non riesce a trattenere gli studenti che forma, nè risulta attrattiva per quei liutai che hanno ottenuto il proprio diploma in un istituto straniero.

3. Analisi del mercato internazionale degli strumenti ad arco

Nel presente capitolo vengono analizzati gli andamenti delle importazioni ed esportazioni degli strumenti ad arco a livello mondiale, nazionale e provinciale cremonese. I dati relativi ai primi due livelli menzionati, ove espressi in valore, si intendono in dollari americani, mentre quelli provinciali sono indicati in euro.

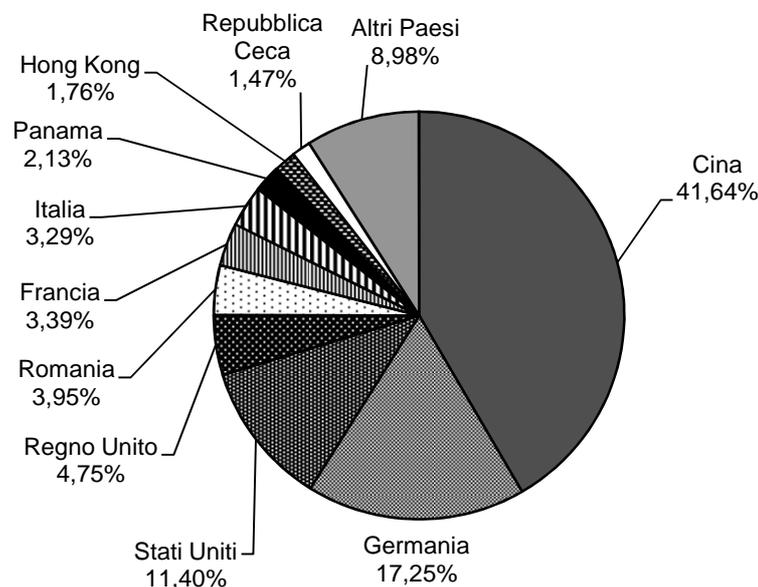
3.1 Import ed Export internazionale degli strumenti ad arco

I dati presentati nei Paragrafi 3.1 e 3.2 sono tratti da *United Nation COMTRADE*, la banca dati delle Nazioni Unite che monitora i movimenti doganali delle merci sulla base dei dati forniti dagli istituti statistici dei singoli Paesi o di gruppi di Paesi. I dati che seguono fanno riferimento al codice 920210, che, nella nomenclatura internazionale, indica “*Stringed musical instruments played with a bow*”, ovvero strumenti a corda che possono essere suonati con archetto. Tale codice include quindi violini, viole, violoncelli e contrabbassi, sia costruiti in legno che con altri materiali, di produzione artigianale e seriale.

3.1.1 Export mondiale di strumenti ad arco

Il grafico di Figura 3.1 presenta i dati relativi ai dieci maggiori esportatori di strumenti ad arco a livello mondiale nel 2010 (in termini percentuali).

Fig. 3.1: Export mondiale di strumenti ad arco, Anno 2010 (valori %)



Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *United Nation COMTRADE*

L'export mondiale di strumenti ad arco è cresciuto del +13,91% tra il 2007 e il 2010, passando da 114.402.000,00 US \$ nel 2007 a 130.315.000,00 US \$ nel 2010. E' interessante notare come il 90% circa dell'export di strumenti ad arco sia stato realizzato dai primi dieci Paesi esportatori, segnale di una forte concentrazione dei flussi commerciali. Al primo posto si trova la Cina (41,64%), seguita da Germania (17,25%), Stati Uniti (11,40%), Regno Unito (4,75%), Romania (3,95%), Francia (3,39%), Italia (3,29%), Panama (2,13%), Hong Kong (1,76%) e Repubblica Ceca (1,47%). Completano il totale annuo gli altri Paesi, con una quota cumulata dell'8,98%.

Poco meno del 40% delle esportazioni totali sono di provenienza europea, mentre i primi tre Paesi esportatori (Cina, Germania e Stati Uniti) realizzano da soli il 70,29% del totale mondiale.

La Tabella 3.1 elenca i primi dieci Paesi esportatori e, per ognuno di essi, vengono indicate le principali destinazioni dell'export.

Tab 3.1: Principali destinazioni dell'export dei primi dieci Paesi esportatori, Anno 2010

Paesi Esportatori		Principali Paesi di destinazione dell'export									
		1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	10°
1.	Cina	Stati Uniti	Germania	Regno Unito	Corea del Sud	Giappone	Canada	Brasile	Francia	Turchia	Spagna
2.	Germania	Taiwan	Giappone	Stati Uniti	Cina	Hong Kong	Svizzera	Australia	Corea del Sud	Regno Unito	Italia
3.	Stati Uniti	Germania	Canada	Giappone	Corea del Sud	Regno Unito	Cina	Taiwan	Australia	Messico	Hong Kong
4.	Regno Unito	Giappone	Stati Uniti	Qatar	Corea del Sud	Australia	Norvegia	Germania	Svizzera	Cina	Israele
5.	Romania	Stati Uniti	Germania	Giappone	Australia	Spagna	Canada	Regno Unito	Russia	Francia	Slovenia
6.	Francia	Giappone	Taiwan	Stati Uniti	Germania	Corea del Sud	Italia	Spagna	Portogallo	Hong Kong	Belgio
7.	Italia	Giappone	Stati Uniti	Corea del Sud	Hong Kong	Singapore	Taiwan	Australia	Canada	Cina	Francia
8.	Panama	Argentina	Venezuela	Colombia	Stati Uniti	Ecuador	Cile	Costa Rica	Brasile	Perù	Rep. Domin.
9.	Hong Kong	Cina	Argentina	Tailandia	Taiwan	Stati Uniti	Canada	Italia	Nuova Zelanda	Germania	Ecuador
10.	Rep. Ceca	Stati Uniti	Giappone	Canada	Russia	Germania	Corea del Sud	Polonia	Norvegia	Messico	Spagna

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *United Nation COMTRADE*

Al primo posto si trova la Cina, che si conferma primo Paese esportatore per tutto il quadriennio analizzato; nel 2010, con 54.268.000,00 US \$, copre il 41,64% dell'export mondiale, con un aumento complessivo del +19,84% in quattro anni. I dati provvisori relativi al 2011 anticipano un andamento ulteriormente crescente: dopo una leggera flessione tra il 2009 e il 2010, la stima dell'export cinese di strumenti ad arco per il 2011 è di 60.787.000,00 US \$, con una quota pari al 48,82% del totale mondiale. Ciò significa che, nel 2011, circa uno strumento ad arco su due dovrebbe essere stato di provenienza cinese. Su tale dato incide fortemente la produzione seriale, ma il valore stimato include anche, seppur in misura minore, produzioni cinesi di fattura artigianale, sia di maestro che di bottega.

Principale destinazione dell'export proveniente dalla Cina sono gli Stati Uniti, che nel 2010 hanno importato il 33,53% della produzione di tale Paese. Seguono Germania (7,73%), Regno Unito (5,85%), Corea (5,28%) e, ancora, Giappone, Canada, Brasile, Francia, Turchia e Spagna, ciascuno di questi ultimi con quote inferiori al 5%.

In particolare, dopo due anni di decisa flessione, le esportazioni cinesi verso gli Stati Uniti hanno ricominciato a crescere a tassi elevati, con un aumento del +19,14% tra il 2009 e il 2010. In continua e ininterrotta crescita anche l'export cinese verso la Germania, la quale, oltre ad essere uno tra i maggiori importatori, si classifica anche al secondo posto tra i Paesi esportatori.

Se si guarda al dato cumulato 2007-2010, si nota come più della metà dell'export cinese abbia come destinazione tre soli Paesi: Stati Uniti, Germania e Regno Unito.

L'Italia si classifica al dodicesimo posto come importatore di strumenti cinesi nel 2010, con una quota pari all'1,90% sul totale mondiale e con un deciso incremento nel quadriennio considerato (+55,66%).

La Germania si classifica al secondo posto nel ranking mondiale delle esportazioni relativo all'anno 2010, con un valore di 22.475.000,00 US \$ e una quota pari al 17,25% del totale, in linea con il dato percentuale cumulato relativo al quadriennio. Tra il 2007 e il 2010 la Germania

ha fatto registrare un aumento delle esportazioni (+25,18%) superiore a quello cinese. In particolare, tra il 2009 e il 2010 l'export tedesco ha avuto una decisa ripresa, dopo un biennio non positivo (-0,48% tra il 2007 e il 2008; -17,76% tra il 2008 e il 2009), con un incremento pari a +52,95%.

Principale Paese di destinazione dell'export tedesco per il 2010 è stato Taiwan, con una quota pari al 34,01%. Seguono Giappone (18,84%), Stati Uniti (12,37%) e Cina (5,09%). Hong Kong, Svizzera, Australia, Corea, Regno Unito e Italia si attestano invece su quote inferiori al 5%.

L'export tedesco verso il Giappone, principale importatore per l'Italia, è in costante calo dal 2007, con una diminuzione pari a -16,49% sul quadriennio 2007-2010 e decrementi annui che oscillano tra -4,72% e -8,36%. I dati cumulati del quadriennio rivelano inoltre come la metà dell'export tedesco abbia avuto come destinazione l'Estremo Oriente e il Sud-Est asiatico, mentre la quota relativa ai Paesi europei risulta inferiore al 20%.⁵

Gli Stati Uniti nel 2010 si classificano al terzo posto come esportatori di strumenti ad arco, per un valore pari a 14.850.000,00 US \$ (11,40% del totale mondiale). Le esportazioni statunitensi hanno fatto registrare un deciso aumento tra il 2007 e il 2010, passando da una quota pari al 7,21% all'11,40% sul totale e con una crescita pari al +80,11% del valore esportato. Le esportazioni statunitensi sono state assorbite prevalentemente dal mercato tedesco: il 71,55% della produzione ha avuto come destinazione la Germania, il 7,89% il limitrofo mercato canadese e il 6,18% il Giappone. Tra i primi dieci importatori dagli Stati Uniti seguono Corea, Regno Unito, Cina e Taiwan con quote inferiori al 3%, mentre Australia, Messico e Hong Kong si attestano al di sotto dell'1%.

Nel quadriennio 2007-2010 la Germania si conferma al primo posto per quota delle importazioni dagli Stati Uniti (35,31%), seguita da Canada (17,31%), Hong Kong (10,87%), Regno Unito (7,98%), Cina (7,98%) e Giappone (5,34%).

Il Regno Unito è il quarto maggior esportatore a livello mondiale, con un valore di 6.190.000,00 US \$ nel 2010 e una quota pari al 4,75% sul totale mondiale.

Principale Paese di destinazione degli strumenti ad arco inglesi è il Giappone (23,23%), seguito dagli Stati Uniti (20,24%), Qatar (16,11%), Corea (8,87%), Australia, (5,20%), Norvegia (2,57%), Germania (2,31%), Svizzera (2,13%) e Cina (2,05%).

L'andamento dell'export verso i principali Paesi asiatici da parte del Regno Unito registra un trend positivo nel quadriennio 2007-2010, sia nel caso del Giappone (+49,17%) che per quanto riguarda la Corea (+110,34%).

La Romania ha esportato nel 2010 per un valore pari a 5.144.000,00 US \$, circa il 4% del totale mondiale, ma presenta un deciso calo nel quadriennio 2007-2010 (-31,78%). Più del 70% del totale della produzione rumena è stato destinato al mercato extraeuropeo, Stati Uniti in particolare, che hanno assorbito nel quadriennio 2007-2010 il 51,11% dell'export proveniente dalla Romania. Seguono Germania (16,88%), Giappone (9,37%), Australia (5,17%) e Spagna (4,34%).

Il valore dell'export francese nel 2010 è stato di 4.423.000,00 US \$. Il 32,31% di esso ha avuto come destinazione il Giappone, seguito da Taiwan (14,09%), Stati Uniti (12,46%), Germania (5,54%) e Corea (5,49%). Vengono poi Italia, Spagna, Portogallo, Hong Kong e Belgio, con quote inferiori al 5%.

Al settimo posto si colloca l'Italia, che nel 2010 ha esportato strumenti ad arco per un valore di 4.288.000,00 US \$, pari al 3,29% del totale mondiale (cfr. Par. 3.2).

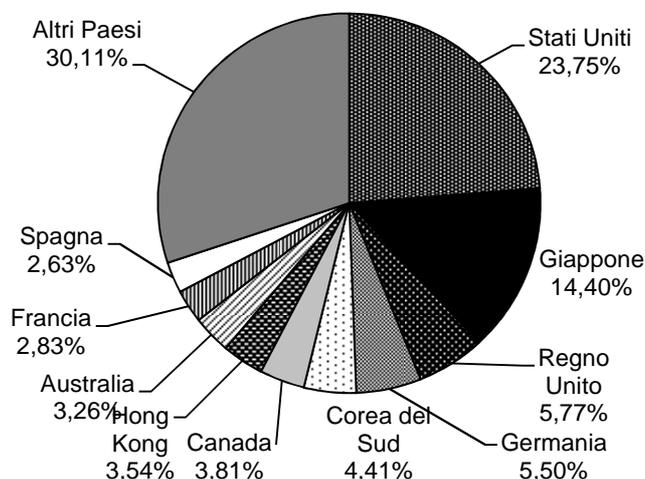
Seguono Panama (2.771.000,00 US \$), Hong Kong (2.297.000,00 US \$) e Repubblica Ceca (1.911.000,00 US \$), con quote inferiori al 3%.

⁵ Taluni dati relativi ai Paesi europei possono risultare sottostimati a causa del metodo di rilevazione legato al sistema doganale, che non è più presente in Europa dopo la nascita del mercato unico.

3.1.2 Import mondiale di strumenti ad arco

La Figura 3.2 mostra la distribuzione dell'import di strumenti ad arco presso i primi dieci Paesi nel 2010.

Fig. 3.2: Import mondiale di strumenti ad arco, Anno 2010 (valori %)



Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *United Nation COMTRADE*

Nel 2010 sono stati importati strumenti per un valore pari a 119.697.000 US \$. La matrice presentata in Tabella 3.2 associa a ciascuno dei principali importatori i primi dieci Paesi di provenienza degli strumenti ad arco: nella maggior parte dei casi il primo di essi risulta essere la Cina. Fa eccezione il Giappone, per cui l'Italia è il primo Paese esportatore, e Hong Kong, ove la maggior parte degli strumenti in ingresso è di provenienza inglese.

Dopo un triennio di leggera crisi tra il 2007 il 2009, il mercato degli strumenti ad arco ha dato segnali di ripresa nel 2010, con una crescita dell'import aggregato pari a +5,06% rispetto all'anno precedente.

Nel 2010 Stati Uniti, Giappone, Regno Unito e Germania hanno importato da soli quasi il 50% del totale degli strumenti ad arco; la Germania è inoltre l'unico Paese tra i primi dieci a presentare un trend sempre crescente, anche nel 2008, anno in cui tutti gli altri Paesi hanno fatto registrare una flessione nel valore in ingresso.

I dati cumulati per il quadriennio rispecchiano l'andamento del 2010, con l'unica eccezione della Svizzera, il cui import in valore nel 2010 è stato sensibilmente inferiore agli anni precedenti, ma che, tra il 2007 e il 2010, ha importato strumenti per una quota pari al 4,30% del totale mondiale, classificandosi al quarto posto.

Tab. 3.2: Principali provenienze dell'import dei primi dieci Paesi importatori, Anno 2010

Paesi Importatori	Principali paesi di provenienza degli strumenti									
	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	10°
1. Stati Uniti	Cina	Romania	Germania	Rep. Ceca	Italia	Francia	Taiwan	Canada	Regno Unito	Giappone
2. Giappone	Italia	Germania	Cina	Francia	Stati Uniti	Romania	Regno Unito	Rep. Ceca	Belgio	Ungheria
3. Regno Unito	Cina	Hong Kong	Stati Uniti	Belgio	Giappone	India	Italia	Francia	Germania	Australia
4. Germania	Cina	Giappone	Stati Uniti	Italia	Rep. Ceca	Belgio	Slovenia	Taiwan	Corea del Sud	Turchia
5. Corea del Sud	Cina	Germania	Stati Uniti	Italia	Rep. Ceca	Francia	Regno Unito	Indonesia	Ungheria	Sri Lanka
6. Canada	Cina	Italia	Stati Uniti	Germania	Rep. Ceca	Romania	Francia	Regno Unito	Danimar.	Ungheria
7. Hong Kong	Regno Unito	Cina	Germania	Italia	Stati Uniti	Giappone	Francia	Corea del Sud	-	-
8. Australia	Cina	Regno Unito	Germania	Romania	Stati Uniti	Francia	Italia	Giappone	Rep. Ceca	Australia
9. Francia	Cina	Francia	Belgio	Rep. Ceca	Germania	Spagna	Svizzera	Regno Unito	Italia	Stati Uniti
10. Spagna	Cina	Germania	Romania	Francia	Stati Uniti	Regno Unito	Canada	Taiwan	Rep. Ceca	Italia

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *United Nation COMTRADE*

Nell'anno di riferimento, quasi un violino su quattro ha avuto come destinazione gli Stati Uniti, i quali, oltre ad essere il terzo Paese per export, sono il primo importatore, con un valore di 28.432.000,00 US \$ e una quota pari al 23,75% sul totale mondiale. Seguono il Giappone, con 17.239.000,00 US \$ (14,40%), il Regno Unito (5,77%), la Germania (5,50%), la Corea (4,41%) e, ancora, Canada, Hong Kong, Australia, Francia e Spagna con quote inferiori al 4%.

Più dell'85% delle importazioni degli Stati Uniti origina da due soli Paesi: Cina, da cui proviene il 77,22% degli strumenti in valore, e Romania (8,23%). Seguono Germania e Repubblica Ceca con quote inferiori al 6% e Italia, da cui il mercato statunitense importa il 2,34% del proprio valore in ingresso.

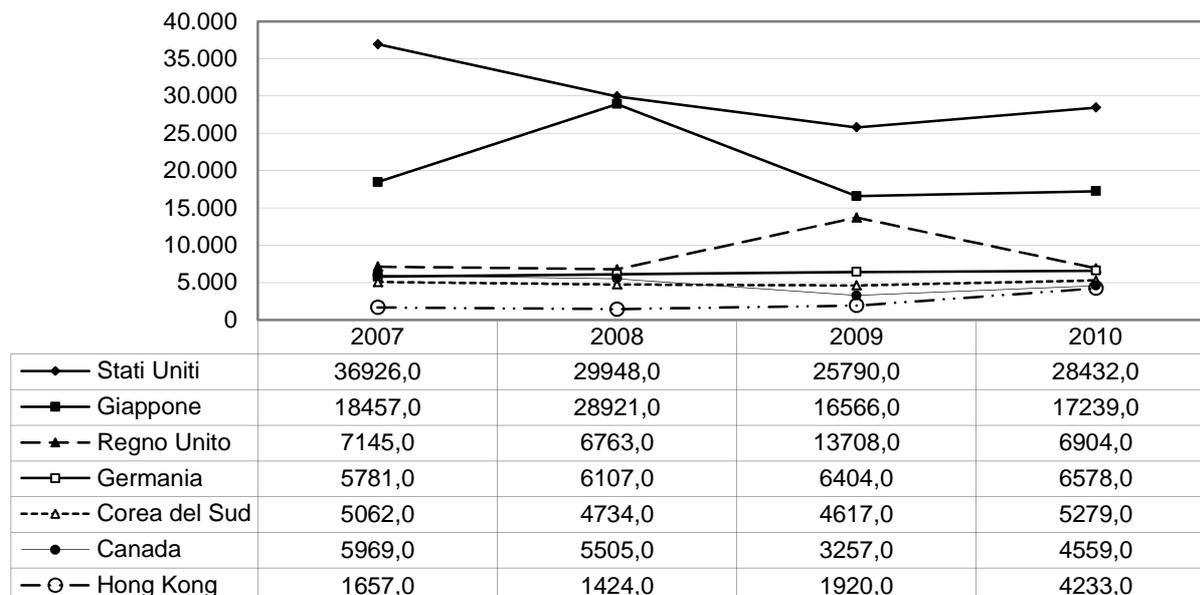
Circa il 75% dell'import giapponese è riconducibile invece alla produzione europea, Italia e Germania *in primis*, che nel 2010 hanno coperto, rispettivamente, il 25,51% e il 24,29% del totale in ingresso nel territorio nipponico. In aumento costante dal 2007 l'import di provenienza statunitense, a scapito degli strumenti di provenienza europea, Romania esclusa. In Corea quasi il 70% degli strumenti in ingresso provengono dalla Cina; percentuali maggiori sono state registrate nel Regno Unito e, in misura maggiore, in Germania, dove è cinese il 90% degli strumenti importati.

Il grafico di Figura 3.3 illustra l'andamento delle importazioni⁶ dei Paesi posizionati ai vertici di questa classifica tra il 2007 e il 2010. Come si evince dal grafico, i due maggiori mercati di sbocco degli strumenti ad arco a livello internazionale sono Stati Uniti e Giappone. L'import statunitense di strumenti ad arco, dopo un biennio di forte calo (-18,90% nel 2008 rispetto all'anno precedente e -13,88% nel 2009), è tornato a crescere nel 2010 (+10,24%).

Il Giappone ha drasticamente diminuito le proprie importazioni di strumenti tra il 2008 e il 2009, (-42,72%), ricominciando a crescere solo nell'ultimo anno considerato: tale crollo è da imputarsi principalmente al calo dell'import proveniente dall'Italia e, in parte, dalla Germania. La ripresa è confermata, sia per il Giappone che per gli Stati Uniti, dai dati provvisori relativi al 2011.

⁶ Si noti che i dati relativi alle importazioni includono, per Francia e Australia, anche l'attività di reimport. Si rinvia al Paragrafo 1.2.

Fig. 3.3: Andamento mondiale delle importazioni di strumenti ad arco, Anno 2010 (valori assoluti in US \$)

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *United Nation COMTRADE*

L'andamento dell'import britannico presenta invece valori in controtendenza, con un aumento in corrispondenza del calo giapponese e statunitense, e un valore quasi dimezzato tra il 2009 e il 2010, anno in cui gli altri due Paesi hanno ricominciato a crescere.

I dati relativi agli altri Paesi, eccetto quello in crescita di Hong Kong, non presentano variazioni significative.

3.2 Import ed Export italiano di strumenti ad arco

Come si evince dalla Tabella 3.2, l'Italia compare tra i primi dieci esportatori per ognuno dei primi dieci Paesi importatori. E' infatti al primo posto tra gli esportatori di strumenti verso il Giappone, è secondo per il Canada, quarto in Germania, Corea e Hong Kong, quinto negli Stati Uniti, settimo nel Regno Unito e in Australia, nono in Francia e decimo in Spagna. Nella Tabella 3.3 sono elencati i principali Paesi destinatari dell'export italiano, in valore e in percentuale.

Tab. 3.3: Principali destinazioni dell'export italiano di strumenti ad arco, Anno 2010 (valori assoluti in US \$ e %)

	Importatori da ITALIA	Export ITALIA 2010 (US \$)	Quota Export ITALIA 2010 (%)
1.	Giappone	2.564.000	59,79%
2.	Stati Uniti	394.000	9,19%
3.	Corea del Sud	307.000	7,16%
4.	Hong Kong	258.000	6,02%
5.	Singapore	159.000	3,71%
6.	Taiwan	126.000	2,94%
7.	Australia	123.000	2,87%
8.	Canada	88.000	2,05%
9.	Cina	46.000	1,07%
10.	Francia	46.000	1,07%
11.	Altri Paesi	177.000	4,13%
	Totale	4.288.000	100,00%

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *United Nation COMTRADE*

Il valore dell'export italiano di strumenti ad arco nel 2010 ammonta a 4.288.000,00 US \$ (circa 3,2 milioni di €), pari al 3,29% del totale delle esportazioni mondiali.

Dopo un biennio di ininterrotto calo (-3,71% nel 2009 rispetto al 2008 e -11,70% nel 2010 rispetto al 2009), il 2011 mostra una ripresa: il dato provvisorio indica un aumento delle esportazioni in valore di circa il +25% rispetto all'anno precedente, dovuto per la maggior parte all'aumento degli acquisti da parte degli Stati Uniti e dei Paesi della macroarea cinese.

E' l'Asia il principale destinatario degli strumenti ad arco italiani: al primo posto si trova il Giappone, che nel 2010 ha assorbito quasi il 60% dell'export italiano, per un valore pari a 2.564.000,00 US \$. Nel corso del quadriennio sono però complessivamente diminuite le esportazioni verso questo Paese (-6,90% tra il 2007 e il 2010 e -25,51% solo durante l'ultimo biennio). I dati provvisori relativi al 2011 confermano un andamento tendenzialmente stabile del nostro export verso il mercato nipponico, con un aumento stimato del +5% circa.

Gli Stati Uniti hanno importato strumenti italiani per un valore di 394.000,00 US \$, il 9,19% del totale delle esportazioni nazionali. Sul fronte statunitense il calo dell'export è evidente e costante nel quadriennio (-68% circa tra il 2007 e il 2010). Tiene invece la Corea, verso la quale l'export italiano è sensibilmente aumentato tra il 2008 e il 2010, aggiudicandosi una quota del 7,16% nel 2010. Tra le prime dieci destinazioni seguono Hong Kong, con un valore di 258.000,00 US \$ (6,02%), Singapore, con 159.000,00 US \$ (3,71%), e poi Taiwan, Australia, Canada, Cina e Francia con quote inferiori al 3%. La Svizzera, che non si classifica tra i primi dieci Paesi importatori, risente di una performance non positiva limitatamente al 2010; a livello cumulato sul quadriennio risulta invece nona nella classifica dei destinatari dell'export Italiano.

Quanto alle importazioni, i dati non appaiono particolarmente significativi: l'Italia non figura tra i maggiori importatori di strumenti ad arco e si classifica al sedicesimo posto a livello mondiale, con una quota percentuale pari all'1,56% del totale.

3.3 Import ed Export di strumenti musicali a Cremona

I dati di seguito proposti sono stati estratti da *COEWEB*, la banca dati tematica gestita da Istat dedicata alle merci importate ed esportate da e nei Paesi che commerciano con l'Italia.

In particolare, essi si riferiscono al valore delle importazioni e delle esportazioni di strumenti musicali (Codice ATECO 2007 32.20), in ingresso nel territorio della provincia di Cremona e in uscita da esso, durante l'intervallo temporale 1991-2011 – non rappresentano, quindi, i flussi commerciali dei soli strumenti ad arco, bensì quelli di una gamma più ampia di beni. Per le limitazioni alla significatività dei dati, si rinvia alla descrizione delle attività svolte (*cf.* Par. 1.2).

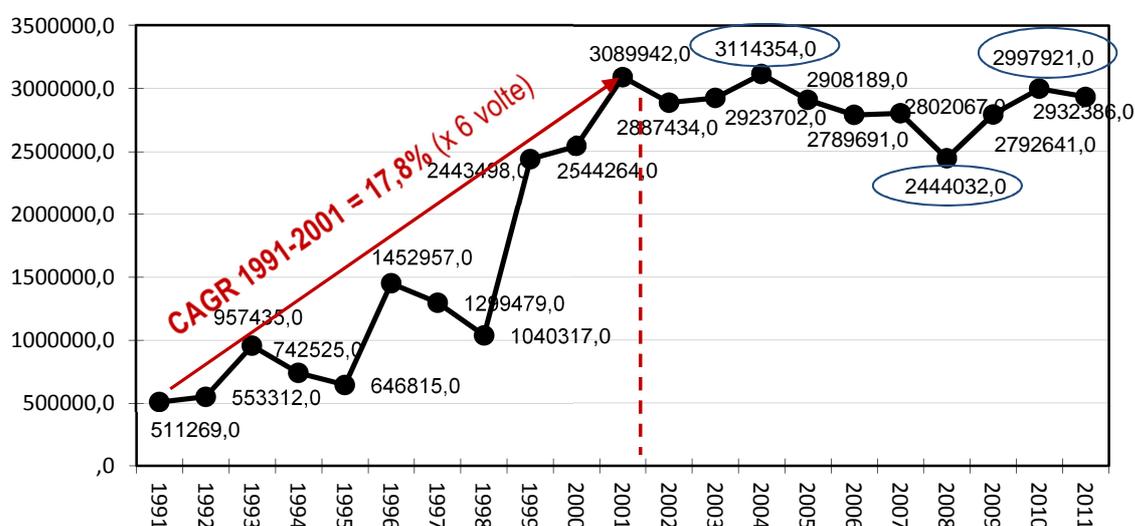
3.3.1 Export di strumenti musicali dalla provincia di Cremona

Il grafico di Figura 3.4 visualizza l'andamento del valore delle esportazioni di strumenti musicali dalla provincia di Cremona nel mondo tra il 1991 ed il 2011. Esso può essere utilmente scomposto in due sotto-periodi, corrispondenti, rispettivamente, ai primi undici anni (1991-2001) e al successivo decennio (dalla fine del 2001 al 2011).

Il primo appare contrassegnato da un'inclinazione molto maggiore della retta, rispetto a quella del periodo successivo, corrispondente ad un tasso di crescita medio annuo ponderato (*CAGR*, *Compounded Average Growth Rate*⁷) del +17,77%. In termini assoluti, si è passati da un valore complessivo delle esportazioni pari a 511.269,00 € nel 1991 a 3.089.942,00 € nel 2001 – +504,37% nei primi undici anni considerati. Da notare come il valore del 2010 (2.997.921,00 €) risulti prossimo a quello delle complessive esportazioni di strumenti ad arco italiane (4.288.000,00 US \$, pari a 3.203.479,00 €; *cf.* Par. 3.2). Ciò avvalorerebbe l'ipotesi secondo la quale, pur riferendosi i dati *COEWEB* all'intera gamma degli strumenti musicali, le informazioni relative alla provincia cremonese sarebbero riconducibili in via pressoché esclusiva alle esportazioni di quelli ad arco (*cf.* Par. 1.2).

⁷ La formula impiegata per il calcolo del tasso di crescita medio annuo ponderato è la seguente: $[(\text{Valore finale}/\text{Valore iniziale})^{1/(\text{Numero anni})}] - 1$.

Fig. 3.4: Andamento delle esportazioni di strumenti musicali dalla provincia di Cremona, Anni 1991-2011 (valori assoluti in €)



Fonte: Elaborazioni CERSI su dati COEWEB

Sempre all'inizio del sotto-periodo considerato, il peso del continente asiatico sul totale delle esportazioni ammonta all'81,62% (417.306,00 € in valore), quello dell'Europa al 13,01% (66.502,00 €) e quello del continente americano al 4,73% (24.208,00 €). Completano il totale annuo, con quote residuali, l'Oceania (0,43%) e l'Africa (0,20%). Al termine del sotto-periodo considerato, vale a dire nel 2001, tali pesi sul totale mondiale appaiono modificati come segue: Asia 79,53%; Europa 2,49%; America 16,97%; Oceania 0,59%; Africa 0,42%. I valori assoluti delle esportazioni cremonesi per continente permettono tuttavia di apprezzare meglio la straordinaria crescita occorsa tra il 1991 ed il 2001: Asia 2.457.443,00 € (+488,88% sull'intero sotto-periodo; CAGR = +17,49%); Europa 76.816,00 € (+15,51%; CAGR = +1,32%); America 524.436,00 € (+2.066,37%; CAGR = +32,26%, in assoluto il più elevato); Oceania 18.336,00 € (+725,57%; CAGR = +21,16%); Africa 12.911,00 € (+1.149,85%; CAGR = +25,81%).

Questi dati evidenziano la forte crescita del continente asiatico, tanto in termini assoluti, quanto di variazioni percentuali, e anche di quello americano. Le esportazioni verso i Paesi europei hanno tenuto in valore, ma la forte progressione verificatasi tra il 1991 ed il 2001 ne ha ridotto l'incidenza sul totale mondiale. È stato un decennio, quindi, di performance formidabili per il settore liutario cremonese, promosso dall'impegno verso la qualità e dall'intraprendenza di alcuni suoi esponenti ancora oggi autorevoli. Durante questi undici anni gli strumenti ad arco cremonesi hanno penetrato con forza diversi mercati nazionali, finendo col conquistare e consolidare presso alcuni di essi – soprattutto quelli asiatici – posizioni di indiscutibile leadership.

Dall'analisi del decennio successivo (2002-2011) emerge, invece, la sostanziale capacità di tenuta del comparto. Il totale delle esportazioni si attesta nel 2011 a quota 2.932.386,00 € (era 3.089.942,00 € al termine del 2001), dopo aver raggiunto il valore massimo nel 2004 (3.114.354,00 €). Sull'intero periodo si registra una lieve flessione (-5,10%), corrispondente ad un CAGR di -0,47%.

L'esposizione del CAGR, ovviamente, annulla l'effetto delle fluttuazioni annue, che, viceversa, esistono. Nel 2003, 2004, 2007, 2009 e 2010 il valore delle esportazioni cremonesi, infatti, è aumentato, rispetto al dato dell'anno precedente, oppure esso si è mantenuto stabile. Se si ha cura di confrontare il corso di tali esportazioni a partire dal 2001 con quello del cambio €/¥ e €/US \$ durante lo stesso arco temporale, ciò che emerge è che in tali anni i tassi favorivano l'export dal continente europeo. Al contrario, nel 2008, anno in cui le esportazioni di strumenti

musicali dalla provincia di Cremona subiscono la flessione più pesante, i cambi €/¥ e €/US \$ raggiungono i loro valori massimi – rispettivamente, 169,75 yen per euro e 1,60 dollari per euro.

Non ad incapacità del settore o ad effetti depressivi delle crisi globali sembrano quindi potersi attribuire le lievi flessioni verificatesi in alcuni anni di questo sotto-periodo, ma ad andamenti non favorevoli del cambio dell'euro nei confronti delle valute in uso nei due principali mercati di destinazione degli strumenti cremonesi (Giappone e Stati Uniti).

Può altresì considerarsi fisiologica una progressione non più a due cifre delle esportazioni di tali strumenti, alla luce della straordinaria crescita verificatesi nei precedenti undici anni. Dopo esser stati occupati con posizioni di leadership dalla produzione liutaria di Cremona, alcuni mercati nazionali hanno infatti raggiunto condizioni prossime alla saturazione, oppure, semplicemente, sono cresciuti meno. Per questo appare corretto dar rilievo alla capacità di tenuta del settore liutario cremonese, anche a fronte dell'aumento del numero dei suoi operatori occorso nell'ultimo decennio – erano 112 alla fine del 2001; i dati aggiornati al primo trimestre del 2012 segnalano la presenza di 156 botteghe liutarie in provincia di Cremona (*cf.* Par. 2.2).

Quanto al peso dei singoli continenti sul totale annuo delle esportazioni cremonesi, nel 2011 si rilevano i seguenti dati: Asia 82,82% (per un valore complessivo di 2.428.688,00 €); America 14,08% (413.006,00 €); Europa 1,57% (45.910,00 €); Oceania 1,53% (44.782,00 €). Durante l'intero decennio considerato, tali percentuali si modificano senza mostrare delle tendenze univocamente definite alla crescita o alla riduzione.

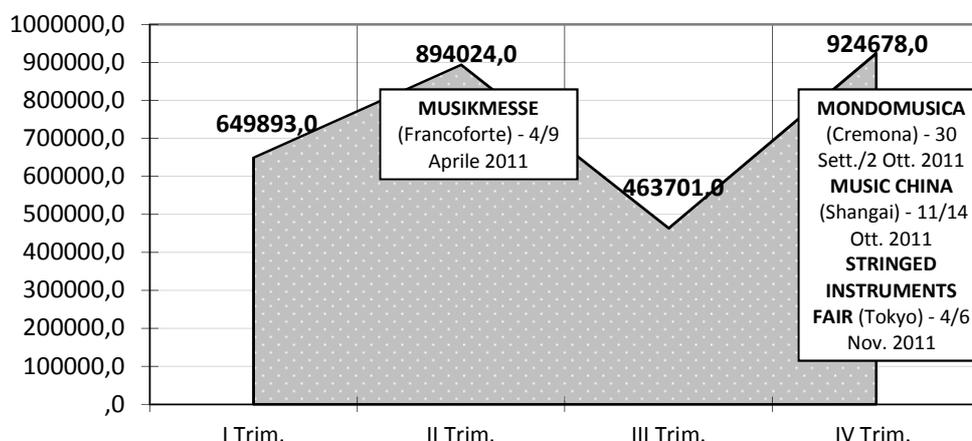
Restringendo l'arco temporale dell'analisi all'ultimo quinquennio (2007-2011), è possibile svolgere alcune considerazioni relative alla stagionalità o meno dell'andamento delle esportazioni cremonesi di strumenti musicali.

Il loro valore tende infatti a distribuirsi nei quattro trimestri di ciascun anno raggiungendo il picco tra Ottobre e Dicembre (quarto trimestre) e un secondo punto di massimo tra Aprile e Giugno (secondo trimestre). Ciò si verifica in ciascuno degli anni esaminati, con la sola eccezione del 2007, quando il secondo punto di massimo viene raggiunto durante il primo trimestre, non in quello successivo (*cf.* Tab. 5 in Allegato). Può quindi essere utilmente presentato l'andamento trimestrale delle esportazioni cremonesi nell'anno 2011, in quanto rappresentativo del trend stagionale prevalente (*cf.* Fig. 3.5).

Il corso dell'export viene intersecato con le date delle principali manifestazioni fieristiche di settore: cadono infatti nel quarto trimestre di ciascun anno – a partire da quello della loro inaugurazione – le manifestazioni *Cremona MondoMusica* (dal 1988), *Music China* a Shanghai (dal 2002) e *Stringed Instruments Fair* di Tokyo (che vanta una tradizione ormai quasi sessantennale). Si colloca in genere durante il mese di Aprile (o fine Marzo), invece, *Frankfurt MusikMesse*, la più importante manifestazione fieristica a livello europeo per quanto concerne strumenti, accessoristica ed allestimento di spettacoli musicali.

Mettere in relazione l'andamento trimestrale delle esportazioni di strumenti musicali dalla provincia di Cremona con la distribuzione durante l'anno delle principali fiere di riferimento serve ad evidenziare la funzione di queste ultime rispetto alla raccolta e concentrazione degli ordini per i produttori cremonesi – sul punto si veda anche la descrizione dei canali di vendita, *cf.* Cap. 5.

Fig. 3.5: Andamento trimestrale delle esportazioni di strumenti musicali dalla provincia di Cremona, Anno 2011 (valori assoluti in €)



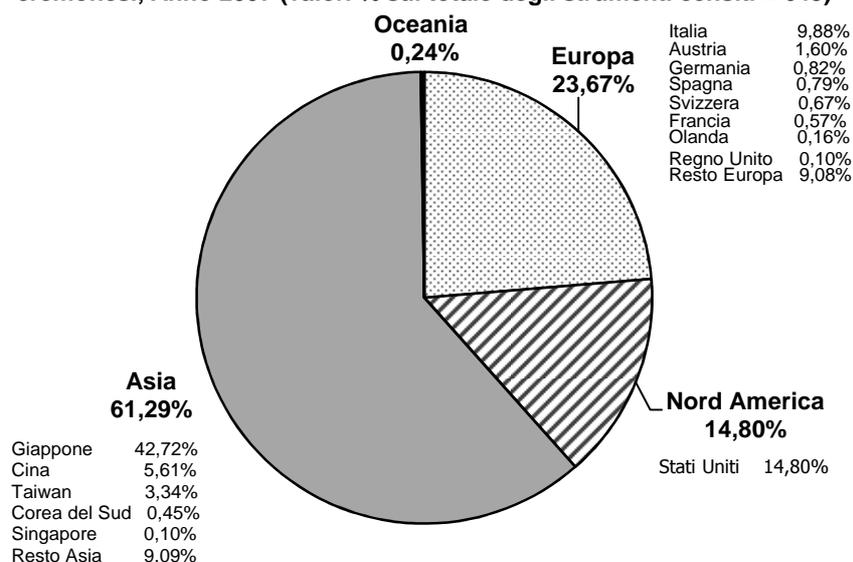
Fonte: Elaborazioni CERSI su dati COEWEB

Sempre considerando il quinquennio 2007-2011, la destinazione degli strumenti ad arco cremonesi può essere esaminata per singoli Paesi – non solo per aggregazioni continentali.

In particolare, per l'anno 2007 si dispone, oltre che dei dati sull'export di fonte COEWEB, anche degli esiti della precedente ricerca condotta dal CERSI, in collaborazione con la Camera di Commercio di Cremona, sulla produzione liutaria cremonese⁸.

In quella occasione era stato chiesto ai 121 liutai operanti in provincia di Cremona di indicare i tre più importanti mercati nazionali, in percentuale della propria produzione di strumenti durante l'anno 2007. Per motivi di completezza dei dati, l'universo è stato ristretto ad un sotto-gruppo formato dai 95 liutai rispondenti, rappresentanti un totale di 643 strumenti ad arco prodotti nel 2007. La consultazione ha prodotto i risultati rappresentati in Figura 3.6, i quali possono essere confrontati con le rielaborazioni sui dati COEWEB relativi allo stesso anno (cfr. Fig. 3.7):

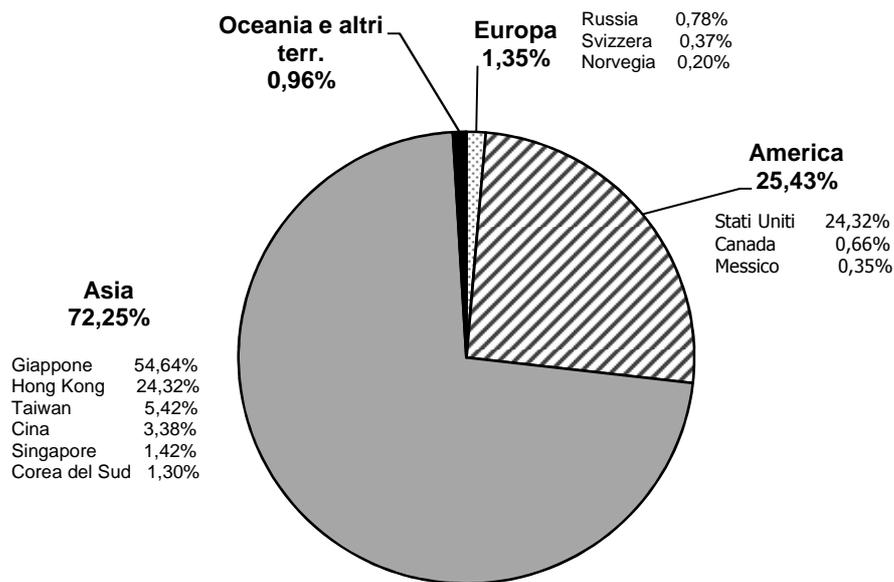
Fig. 3.6: Ripartizione per continente e per Paese delle esportazioni di strumenti ad arco di 95 liutai cremonesi, Anno 2007 (valori % sul totale degli strumenti censiti = 643)



Fonte: Elaborazioni su risultati del questionario CERSI *Indagine sulla liuteria cremonese* (2009)

⁸ Vedi Nota 2.

Fig. 3.7: Ripartizione per continente e per Paese delle esportazioni di strumenti musicali dalla provincia di Cremona, Anno 2007 (valore % sul totale annuo delle esportazioni in €)



Fonte: Elaborazioni CERSI su dati COEWEB

I dati ricavati da quest'ultimo *database* portano ad attribuire un peso ancora maggiore al continente asiatico – all'interno del quale il Giappone la fa da padrone –, rispetto a quanto calcolato sulla base delle risposte degli intervistati nel 2008. Aumenta anche la quota dell'America – che nella versione *COEWEB* include, ma con percentuali trascurabili, oltre agli Stati Uniti, anche il Canada ed il Messico. A farne le spese è l'Europa – ma è possibile che il metodo di raccolta dei dati su cui si basa *COEWEB* penalizzi proprio quest'ultima destinazione. Inoltre, l'Italia – che nella *survey* del 2009 appariva destinataria del 9,88% degli strumenti ad arco fabbricati a Cremona nel 2007 – non può figurare tra le destinazioni secondo la banca dati Istat.

Per permettere un'analisi in serie storica omogenea, di seguito vengono proposti i soli dati di fonte *COEWEB* sull'export di strumenti musicali cremonesi tra il 2007 ed il 2011– i dati si riferiscono ai dieci principali Paesi di destinazione sulla base dei risultati rilevati in ciascun anno (*cf.* Tab. 3.4).

Essi sanciscono in ogni anno a partire dal 2007 il ruolo essenziale del mercato asiatico per la produzione cremonese, specialmente di quello giapponese. Il valore degli strumenti destinati a quest'ultimo Paese, dopo essere cresciuto tra il 2007 ed il 2008, appare in contrazione da allora. Il Giappone continua in ogni caso ad assorbire più della metà del valore complessivo dell'export – il suo peso percentuale sul totale mondiale oscilla tra il 54% ed il 74%.

A fronte della crescita della quota del Giappone nel 2008, in quello stesso anno si riducono quelle di Hong Kong e di Taiwan, rispettivamente terzo e quarto mercato di destinazione della produzione cremonese, secondo la graduatoria stilata nel 2011. La quota di Hong Kong aumenta significativamente a partire dal 2009 e, addirittura, essa raddoppia l'anno successivo (dal 4,55% al 9,54%).

Quanto alla Cina, mercato promettente quanto difficile da penetrare, il valore degli strumenti ivi venduti è tornato a crescere nel 2010 e nel 2011, anno in cui assorbe il 3,59% della produzione cremonese complessiva.

Gli Stati Uniti si confermano secondo mercato per importanza per i liutai di Cremona – ad eccezione dell'anno 2010. Nel 2011 esso fa registrare un significativo incremento, passando da un controvalore di 150.077,00 € nel 2010 a 400.750,00 € l'anno successivo. La quota percentuale è quasi triplicata nel 2011, rispetto al 2010, passando da poco più del 5% al

13,67% – nel 2007 essa sfiorava il 25%, ma risultati tanto elevati sembrano essere condizionati significativamente dal corso del cambio €/US \$. Si può presumere che il forte incremento delle vendite statunitensi durante l'ultimo anno di rilevazione risenta dell'effetto diretto (227.300,00 €) – e, in parte, anche indiretto – dell'attività promozionale (*road show*) svolta dal Consorzio Liutai A. *Stradivari* tra Settembre 2010 e Aprile 2011 presso le città di Minneapolis, Portland Oregon, Chicago, Washington DC, Boston, Kansas City, San Francisco e Los Angeles.

Il solo Paese europeo a figurare con regolarità tra le dieci principali destinazioni degli strumenti ad arco cremonesi è la Svizzera, che ha raggiunto il valore massimo nel 2009 (77.715,00 €, pari ad una quota del 2,78% del totale annuo mondiale) – all'inizio del quinquennio considerato è presente anche la Russia.

Anche Canada ed Australia vi figurano in maniera regolare, sebbene con piccole quote.

Tab. 3.4: Principali Paesi di destinazione degli strumenti musicali esportati dalla provincia di Cremona, Anni 2007-2011 (valori assoluti in € e % sul totale delle esportazioni)

Ranking	2007	2008	2009	2010	2011
1.	Giappone 1.531.017,00 (54,64%)	Giappone 1.807.224,00 (73,94%)	Giappone 1.912.800,00 (68,49%)	Giappone 1.874.148,00 (62,51%)	Giappone 1.725.329,00 (58,84%)
2.	Stati Uniti 681.421,00 (24,32%)	Stati Uniti 302.807,00 (12,39%)	Stati Uniti 264.876,00 (9,48%)	Hong Kong 286.135,00 (9,54%)	Stati Uniti 400.750,00 (13,67%)
3.	Hong Kong 166.267,00 (5,93%)	Hong Kong 78.526,00 (3,21%)	Hong Kong 127.042,00 (4,55%)	Corea del Sud 220.060,00 (7,34%)	Hong Kong 307.086,00 (10,47%)
4.	Taiwan 152.001,00 (5,42%)	Taiwan 71.062,00 (2,91%)	Brasile 118.330,00 (4,24%)	Stati Uniti 150.077,00 (5,01%)	Taiwan 117.378,00 (4,00%)
5.	Cina 94.587,00 (3,38%)	Australia 42.698,00 (1,75%)	Svizzera 77.715,00 (2,37%)	Singapore 144.240,00 (4,81%)	Corea del Sud 108.110,00 (3,69%)
6.	Singapore 39.929,00 (1,42%)	Cina 37.680,00 (1,54%)	Taiwan 58.555,00 (2,10%)	Taiwan 109.900,00 (3,67%)	Cina 105.340,00 (3,59%)
7.	Corea del Sud 36.310,00 (1,30%)	Corea del Sud 20.759,00 (0,85%)	Corea del Sud 46.476,00 (1,66%)	Cina 69.109,00 (2,31%)	Singapore 46.390,00 (1,58%)
8.	Australia 23.500,00 (0,84%)	Canada 20.700,00 (0,85%)	Singapore 36.000,00 (1,29%)	Canada 40.950,00 (1,37%)	Australia 44.782,00 (1,53%)
9.	Russia 21.893,00 (0,78%)	Russia 13.025,00 (0,53%)	Canada 26.000,00 (0,93%)	Australia 32.500,00 (1,08%)	Svizzera 29.630,00 (1,01%)
10.	Canada 18.592,00 (0,66%)	Svizzera 12.300,00 (0,50%)	Cina 25.409,00 (0,91%)	Svizzera 14.800,00 (0,49%)	Malesia 19.055,00 (0,65%)

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati COEWEB

Stante la centralità del mercato asiatico per il settore liutario cremonese, di seguito viene proposto il dettaglio relativo al valore degli strumenti venduti nei Paesi di questo continente a partire dal 2004 (cfr. Tab. 3.5):

Tab. 3.5: Valore delle esportazioni di strumenti musicali dalla provincia di Cremona verso i Paesi asiatici, Anni 2004-2011 (valori assoluti in €)

Paese	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Giappone	2.156.615	2.162.242	1.497.679	1.531.017	1.807.224	1.912.800	1.874.148	1.725.329
Hong Kong	71.906	62.804	69.394	166.267	78.526	127.042	286.135	307.086
Taiwan	90.347	89.824	103.684	152.001	71.062	58.555	109.900	117.378
Cina	22.130	7.765	43.788	94.587	37.680	25.409	69.109	105.340
Corea del Sud	20.222	38.401	102.282	36.310	20.759	46.476	220.060	108.110
Singapore	11.525	6.110	24.725	39.929	12.000	36.000	144.240	46.390
India	-	8.025	9.425	2.525	-	-	-	-
Tailandia	1.125	-	18.779	-	1.400	-	-	-
Emirati Arabi Uniti	3.600	-	16.650	-	-	-	-	-
Arabia Saudita	15.525	3.025	-	-	-	-	1.300	-
Altri Paesi asiatici	22.675	5.550	26.465	1.850	-	9.600	10.420	19.055
Tot. ASIA	2.415.670	2.383.746	1.912.871	2.024.486	2.028.651	2.215.882	2.715.312	2.428.682

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati COEWEB

L'esposizione dei valori monetari mostra come, nel caso del Giappone, a dispetto della riduzione della sua quota percentuale nel 2009, il controvalore sia aumentato anche in quell'anno – la discesa è iniziata nel 2010, in parte compensata dalle maggiori vendite effettuate nei Paesi riconducibili alla macroarea della Repubblica Popolare Cinese.

Gli stessi dati permettono di apprezzare la forte crescita di Hong Kong, il recupero di Taiwan, l'espansione "lenta" del mercato cinese propriamente detto e le vendite particolarmente significative effettuate a Singapore e in Corea del Sud nel 2010. In questi ultimi due Paesi si può presumere che le attività promozionali svolte durante la prima metà dell'anno dal Consorzio Liutai A. *Stradivari* abbiano prodotto dei benefici sia di tipo diretto, che indiretto.

3.3.2 Import di strumenti musicali della provincia di Cremona

L'andamento delle importazioni di strumenti musicali in provincia di Cremona viene esposto (anche) per ragioni di completezza dell'analisi.

Tenuto conto del fatto che nel Codice ATECO 2007 32.20 è compresa la fabbricazione di parti accessorie per tali strumenti, possono essere interpretati alla luce di ciò i valori elevati di Paesi quali Germania e Belgio, per tradizione fornitori di componenti ai liutai e ai negozi di musica siti nel territorio cremonese. Lo stesso dicasi dell'India, presente con regolarità nella lista dei Paesi importatori verso la provincia di Cremona, sebbene per importi molto meno consistenti – compresi in genere tra i 5.000 e i 20.000 €.

La tabella di seguito proposta illustra l'andamento delle importazioni di strumenti musicali ed accessori dai venti principali Paesi verso la provincia di Cremona, selezionati sulla base del valore registrato nel 2011 (*cf.* Tab. 3.6).

Tra il 2007 ed il 2011 il valore delle importazioni nel territorio cremonese è cresciuto del +887,72%, passando da un valore aggregato di 51.686,00 € a 510.514,00 €. Il tasso di crescita medio annuo ponderato (CAGR) ammonta a +58,10%; tuttavia, soprattutto in questa fattispecie, appare significativo esporre il tasso di crescita annuo puntuale registrato tra il 2009 ed il 2010 (+76,42%) e, ancora di più, tra il 2010 e il 2011 (+106,11%). Di quest'ultimo biennio si evidenziano i valori relativi alla Germania – triplicato nel 2011, rispetto al 2010 – e agli Stati Uniti (+655,49%), seguiti, ma con livelli assoluti inferiori, da Romania, Bulgaria e Belgio (questo Paese rappresenta una "porta" assai importante per i flussi commerciali in entrata e in uscita verso e dal continente europeo).

Da notare come il Giappone, principale Paese di destinazione degli strumenti ad arco costruiti a Cremona, figuri anche tra gli esportatori verso la provincia di Cremona – sebbene per

controvalori fino a 30.000 €. Si fa rilevare altresì l'azzeramento pressoché totale delle importazioni dall'Europa nel 2009, a fronte del forte valore del Brasile di quell'anno.

Sempre con riferimento al quinquennio 2007-2011 non emerge, dall'analisi dell'andamento trimestrale dei flussi mondiali di importazioni verso la provincia di Cremona, un trend stagionale ricorrente, come accade, viceversa, con riguardo all'export (cfr. Fig. 3.5 e Tab. 5 in Allegato).

Tab. 3.6: Principali provenienze degli strumenti musicali importati dalla provincia di Cremona, Anni 2007-2011 (valori assoluti in €)

Paese	2007	2008	2009	2010	2011
Francia	1.180	7.544	-	21.990	18.355
Belgio	-	100.065	-	66.731	113.454
Lussemburgo	-	-	-	-	9.000
Paesi Bassi	-	-	-	-	18.503
Germania	29.942	27.993	172	45.172	135.696
Regno Unito	-	-	-	2.141	1.621
Danimarca	-	-	-	-	22.099
Austria	-	9.810	-	30.000	24.087
Ungheria	-	-	-	3.690	-
Romania	-	-	-	3.650	38.830
Bulgaria	-	11.945	-	5.230	14.863
Stati Uniti	12.413	17.570	5.272	8.199	61.943
Canada	-	-	5.500	1.168	-
Brasile	3.074	-	108.818	3.012	-
India	5.077	5.865	9.137	12.285	18.915
Cina	-	-	1.020	12.040	9.640
Corea del Sud	-	-	-	-	4.563
Giappone	-	4.758	1.192	29.741	13.251
Taiwan	-	13.887	5.955	1.058	-
Hong Kong	-	-	-	-	5.650
Altri Paesi	-	3.064	3.327	1.578	674
Tot. MONDO	51.686	203.041	140.393	247.685	510.514

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati COEWEB

4. Analisi degli strumenti cremonesi in vendita sui siti specializzati

Uno degli obiettivi della ricerca è quello di valutare il posizionamento strategico degli strumenti, cremonesi e non, sui vari mercati internazionali. Per questo fine, tra Gennaio e Marzo del 2012 sono stati identificati e selezionati 55 siti di commercianti internazionali di strumenti ad arco: in alcuni casi si tratta di commercianti noti anche a Cremona e che intrattengono rapporti d'affari con i liutai del territorio. La maggior parte dei siti on line censiti sono americani (39); seguono quelli giapponesi (6), gli inglesi e i canadesi a pari merito (3 siti) e altre nazionalità residuali (4 siti in totale).

Su questi 55 siti sono stati identificati 920 strumenti artigianali ad arco (562 violini, 145 viole, 213 violoncelli): per ciascuno di essi sono stati registrati il nome del liutaio costruttore o della bottega, la città e il Paese di provenienza, l'anno di costruzione, il prezzo di vendita, le eventuali certificazioni e argomentazioni di vendita utilizzate.

A causa dell'elevata incidenza di siti Web americani, circa il 75% degli strumenti censiti proviene da uno di essi, il 14% da siti di commercianti giapponesi e il rimanente 11% da altre piattaforme di svariate nazionalità (cfr. Tab. 4.1).

Tab. 4.1: Classificazione degli strumenti in vendita su siti Web per mercato geografico

Paese	Siti per paese	Totale strumenti	Violini	Viole	Violoncelli	Strumenti cremonesi
Australia	1	5	2	2	1	-
Austria	1	11	9	2	-	-
Canada	3	27	19	1	7	-
Giappone	6	133	97	12	24	71
Italia	1	2	1	-	1	2
Nuova Zelanda	1	3	2	-	1	-
Regno Unito	3	48	24	22	2	4
Stati Uniti	39	691	408	106	177	123
Totale	55	920	562	145	213	200

Fonte: Elaborazioni CERSI

I 920 strumenti identificati sono stati costruiti principalmente negli Stati Uniti: il dato è però influenzato dalla predominanza di siti Web americani – 304 strumenti statunitensi su 308 sono infatti in vendita su uno di essi. Subito dopo gli Stati Uniti, l'Italia, con il 32% circa, risulta il secondo produttore mondiale. I primi dieci Paesi spiegano oltre il 90% dell'origine degli strumenti censiti (cfr. Tab. 4.2).

Tab. 4.2: Principali Paesi produttori di strumenti ad arco (minimo 15 strumenti; valori assoluti e %)

	Stato	Violino	Viola	Violoncello	Totale	Totale %
1.	Stati Uniti	174	74	60	308	33,48%
2.	Italia	217	23	50	290	31,52%
3.	Germania	34	8	53	95	10,33%
4.	Polonia	18	6	11	35	3,80%
5.	Cina	12	5	8	25	2,72%
6.	Bulgaria	18	4	1	23	2,50%
7.	Regno Unito	15	7	1	23	2,50%
8.	Canada	16	2	4	22	2,39%
9.	Francia	12	7	2	21	2,28%
10.	Romania	10	-	7	17	1,85%
	Totale parziale	526	136	197	859	93,37%
11.	Altri Paesi	36	9	16	61	6,63%
	Totale	562	145	213	920	-
	Totale %	61,09%	15,76%	23,15%	100,00%	100,00%

Fonte: Elaborazioni CERSI

Scendendo nel dettaglio locale (cfr. Tab. 4.3), Cremona risulta indiscutibilmente la capitale della liuteria mondiale: quasi il 22% degli strumenti proviene dalla cittadina italiana, nessun'altra città mostra una simile concentrazione produttiva. Al secondo e terzo posto per numero di strumenti prodotti – ma nettamente distanti dal record cremonese –, si collocano Chicago (Stati Uniti) con il 6,20% e Bubenreuth (Germania) con il 5,00%.

Tab. 4.3: Principali città di provenienza degli strumenti ad arco (minimo 10 strumenti; valori assoluti e %)

	Città	Stato	Violino	Viola	Violoncello	Totale	Totale %
1.	Cremona	Italia	150	14	36	200	21,74%
2.	Chicago	Stati Uniti	33	13	11	57	6,20%
3.	Bubenreuth	Germania	17	2	27	46	5,00%
4.	Minneapolis	Stati Uniti	13	10	2	25	2,72%
5.	Salt Lake City	Stati Uniti	14	6	5	25	2,72%
6.	Boston	Stati Uniti	15	7	2	24	2,61%
7.	Beijing	Cina	10	5	8	23	2,50%
8.	Nowy Targ	Polonia	8	2	8	18	1,96%
9.	Parma	Italia	15	-	1	16	1,74%
10.	Reghin	Romania	8	-	7	15	1,63%
11.	Kazanlak	Bulgaria	10	2	1	13	1,41%
12.	Albuquerque	Stati Uniti	4	5	1	10	1,09%
13.	Aubrey	Stati Uniti	5	3	2	10	1,09%
14.	Maldon	Regno Unito	4	6	-	10	1,09%
15.	Rochester	Stati Uniti	6	1	3	10	1,09%
16.	Sofia	Bulgaria	8	2	-	10	1,09%
	Totale parziale		320	78	114	512	55,65%
17.	Altre città	Vari	242	67	99	408	44,35%
	Totale		562	145	213	920	100,00%

Fonte: Elaborazioni CERSI

Per quanto riguarda le modalità di costruzione dello strumento, pur essendo tutti artigianali, si è preferito differenziare il processo di produzione di tipo seriale da quello attuato da una bottega di artigiani o da un singolo maestro liutaio. Questo perché, nella selezione degli strumenti, ci si è accorti che non tutti sono firmati da un unico maestro liutaio – ma anche per valorizzare il diverso contributo espresso da un singolo individuo alla realizzazione dello strumento, rispetto a quello offerto da una pluralità di artigiani.

Dei 920 strumenti definiti artigianali, 36 sono strumenti *seriali*, ovvero prodotti manualmente ma in botteghe in cui vige la divisione del lavoro e la denominazione della stessa è generica, non univocamente legata, cioè, ad un singolo maestro – questo fenomeno è particolarmente diffuso in Germania, nei Paesi dell'Est Europa e in Cina. 111 strumenti, invece, risultano essere *di bottega*, cioè frutto di collaborazioni tra più maestri che hanno co-firmato lo strumento, oppure semilavorati di provenienza straniera che vengono completati in bottega da un maestro liutaio.

La maggior parte degli strumenti censiti, circa l'84% (773 strumenti), sono chiaramente riconducibili ad un singolo maestro liutaio che ha firmato in modo diretto e univoco lo strumento.

Il 95,00% degli strumenti cremonesi è stato prodotto da un singolo maestro liutaio, il restante 5,00% (10 strumenti), invece, è stato classificato di bottega in quanto *made in Cremona*, ma co-firmato da più maestri, oppure frutto dichiarato di un assemblaggio o di verniciature finali fatte a Cremona di strumenti originariamente di produzione tedesca o rumena.

Sono stati identificati 392 differenti maestri liutai operanti in 25 Paesi. Nella maggior parte dei casi (60,20%) è stato censito un solo strumento per liutaio; 63 maestri (16,07%) sono presenti con due strumenti; 41 (10,46%) con tre; 24 (6,12%) con quattro; altrettanti liutai (24) con un numero di strumenti compreso tra cinque e nove. Soltanto 4 maestri hanno almeno dieci strumenti in vendita su siti on line e, di questi, 2 sono cremonesi.

Tab. 4.4: Classificazione degli strumenti per Paese e tipologia di lavorazione (valori assoluti e %)

Paese	Strumenti di maestro liutaio	Strumenti di bottega	Strumenti seriali	Totale
Australia	3			3
Belgio	7			7
Bulgaria	14	3	6	23
Canada	20	2		22
Cina	15	10	9	25
Francia	20		2	21
Germania	50	36	13	95
Giappone	3		1	4
Grecia	1			1
Irlanda	1			1
Italia	270	20		290
<i>di cui cremonesi</i>	<i>190</i>	<i>10</i>		<i>200</i>
Messico	1			1
Nuova Zelanda	3	1		4
Polonia	34	1		35
Repubblica Ceca	5		1	6
Romania	8	5	4	17
Serbia	1			1
Singapore	1			1
Slovacchia	1			1
Spagna	5	1		6
Svezia	1			1
Svizzera	2			2
Regno Unito	23			23
Stati Uniti	276	32		308
Ungheria	8			8
Totale	773	111	36	920
Totale %	84,02%	12,07%	3,91%	100,00%

Fonte: Elaborazioni CERSI

Si è deciso di limitare a quei mercati in cui sono stati censiti il maggior numero di strumenti ad arco – Stati Uniti e Giappone – una più approfondita analisi riguardante il posizionamento di prezzo della liuteria cremonese. Data la loro diversità, si è preferito procedere alle rielaborazioni mantenendo separati i due mercati in questione.

4.1 Il posizionamento di prezzo dei liutai cremonesi nel mercato giapponese

In Giappone sono stati censiti 133 strumenti su 6 siti: 97 violini, 12 viole e 24 violoncelli.

Ben 100 strumenti (75,18% del totale) sono di produzione italiana; seguono la Germania, con 18 strumenti (13,53%), la Spagna con 6 (4,51%), la Bulgaria, la Cina e il Giappone con 3 strumenti ciascuno (2,26%) e, infine, con 1 solo strumento, la Francia, gli Stati Uniti e Singapore (0,75%).

Il 53,40% del totale dell'offerta on line specializzata nel Paese proviene da Cremona e, dei 71 maestri liutai che hanno strumenti in vendita sui siti giapponesi, 43 sono cremonesi (60,60%).

Il Giappone si conferma quindi un mercato dominato dagli strumenti italiani e, in particolare, da quelli cremonesi, i quali, a evidenza, vi godono di grande considerazione.

Complessivamente, sono 112 gli strumenti di maestro liutaio in vendita e soltanto su questi sono state elaborate le analisi di prezzo (cfr. Tab. 4.5).

I prezzi dei violini oscillano da un minimo di 4.000 € a un massimo di 36.000 €, con una media di 15.600 €. Con riguardo a questa categoria di strumenti ad arco, i liutai cremonesi occupano

le prime tre posizioni per livello di prezzo e sette maestri cremonesi compaiono tra i primi dieci nominativi (*cf.* Tab. 10 in Allegato).

I prezzi delle viole, invece, variano in un *range* compreso tra 2.900 € e 31.000 €, con una media di 10.900 €.

I prezzi dei violoncelli, infine, vanno da 3.500 € a 36.000 €, con una media di circa 20.200 €. Anche per questo strumento i primi tre posti sono occupati da cremonesi e sei sono tra i primi dieci.

Tab. 4.5: Indicazioni di prezzo per tipologia di strumento nel mercato giapponese (valori assoluti in €)

Strumento	Prezzo min.	Prezzo max.	Prezzo medio
Violino	4.000	36.000	15.600
Viola	2.900	31.000	10.900
Violoncello	3.500	36.000	20.200

Fonte: Elaborazioni CERSI

Osservando la Tabella 10 dell'Allegato, emerge la predominanza assoluta degli strumenti cremonesi e italiani: il primo violino non italiano per prezzo è al ventiduesimo posto ed è in vendita a 15.000 € circa.

L'ampia gamma di valore dei violini cremonesi conferma, ancora una volta, la presenza di produzioni liutarie cremonesi con posizionamenti diversi quanto a prezzo: il violino cremonese più caro è in vendita a un prezzo superiore a 36.000 €, il più economico si aggira invece attorno ai 7.700 €. È necessario però ricordare che i prezzi che si osservano sono quelli finali al musicista e che il margine di guadagno dei liutai su questi strumenti non è sempre proporzionale al prezzo finale di vendita dello strumento. Questo, infatti, può variare ampiamente nel mercato nipponico in seguito a speculazione attuata da alcuni commercianti, ovvero in base alla notorietà del maestro liutaio – influenzata anche dalle segnalazioni in concorsi internazionali – o, ancora, in base agli anni di esperienza dello stesso (*cf.* Par. 5.3).

4.2 Il posizionamento di prezzo dei liutai cremonesi nel mercato statunitense

Sui 39 siti statunitensi sono stati censiti 691 strumenti ad arco, di cui 408 violini, 106 viole e 177 violoncelli. Il mercato americano sembrerebbe, quindi, molto più attivo e sviluppato nella commercializzazione degli strumenti ad arco rispetto a quello nipponico – il dato però è probabilmente influenzato dal maggior numero di siti americani consultati.

Ben 304 strumenti (43,99%) sono di produzione americana; seguono 75 strumenti tedeschi (10,85%), 170 italiani (24,60%), 31 cinesi (4,49%), 30 polacchi (4,34%), 18 bulgari (2,60%), 17 francesi (2,46%), 14 rumeni (2,03%), 12 canadesi (1,74%), 6 belgi (0,87%), 5 ungheresi (0,72%) e, rispettivamente, 2 strumenti giapponesi, cechi e inglesi (0,29% per ciascuna provenienza).

Se il mercato giapponese degli strumenti ad arco è dominato dalla presenza di quelli italiani e, in particolar modo, cremonesi, negli Stati Uniti gli strumenti provenienti da Cremona rappresentano soltanto il 18,00% del totale dell'offerta specializzata on line. Dei 296 maestri liutai che hanno strumenti in vendita sui siti statunitensi, solo 54 sono di Cremona (18,20%).

Anche in questo caso le analisi di prezzo sono state effettuate solo sugli strumenti costruiti da un unico maestro liutaio, i quali costituiscono l'82,78% di quelli in vendita nel mercato americano attraverso il canale informatico (572 su 691).

La situazione che si presenta sul mercato statunitense è assai diversa da quella appena descritta per il Giappone. La prima differenza sostanziale è il prezzo di vendita degli strumenti che, in generale, appare più basso. È opportuno però sottolineare che quelli riportati sui siti giapponesi sono solitamente prezzi puntuali, mentre quelli trovati sui siti americani più frequentemente sono espressi sotto forma di una fascia di prezzo – per cui, per le

rielaborazioni, si è proceduto a calcolare un valore mediano: questo potrebbe aver falsato leggermente i prezzi reali di vendita. La seconda differenza che si osserva è la scarsa presenza dei liutai cremonesi nelle prime posizioni per livello di prezzo degli strumenti (*cf.* Tab. 11 dell'Allegato).

I prezzi dei violini vanno da un minimo di 1.000 € a un massimo di 26.500 €, per un importo medio di circa 9.600 €. Il vertice della classifica per livello di prezzo degli strumenti è occupato da maestri liutai statunitensi; il primo strumento cremonese compare solo al diciassettesimo posto, ad un prezzo di vendita di poco superiore ai 13.000 €.

I prezzi delle viole, invece, vanno da 2.300 € a 23.400 €, con una media di circa 10.100 €.

L'intervallo di prezzo dei violoncelli in vendita su siti americani è simile a quello calcolato sui siti giapponesi: prezzo minimo 2.800 €, prezzo massimo 41.700 €. Il prezzo medio è però nettamente più basso, circa 14.300 €, rispetto a quello giapponese. Inoltre, compare un solo liutaio cremonese tra i primi dieci maestri per valore di vendita del violoncello, a differenza del mercato nipponico, in cui la supremazia della liuteria cremonese è evidente.

Tab. 4.6: Indicazioni di prezzo per tipologia di strumento nel mercato americano (valori assoluti in €)

Strumento	Prezzo min	Prezzo max	Prezzo medio
Violino	1.000	26.500	9.600
Viola	2.300	23.400	10.100
Violoncello	2.800	41.700	14.300

Fonte: Elaborazioni CERSI

La particolare vivacità della produzione interna, così come la presenza di altre produzioni liutarie oltre a quella italiana – gli Stati Uniti importano strumenti ad arco principalmente da Cina, Romania, Germania, Repubblica Ceca e, solo al quinto posto, Italia (*cf.* Tab. 3.2) – delineano un mercato decisamente più difficile da penetrare per lo strumento cremonese.

Ciò può essere dovuto a problemi di valuta – su cui però il sistema liutario cremonese non può in alcun modo influire –, al sentimento americano che induce gli acquirenti locali a preferire i propri maestri, ad un particolare sistema commerciale e ad un gusto diverso per lo strumento (il mercato americano richiede strumenti con caratteristiche diverse da quelle preferite sul mercato giapponese). A quest'ultimo proposito, risulta determinante sviluppare competenze specifiche nell'ambito della messa a punto degli strumenti per la vendita finale, aiutando i liutai ad interagire con i musicisti e con coloro che si occupano di assistenza diretta in loco all'utilizzatore finale. Formare questo tipo di abilità rientra precisamente tra i compiti della Camera di Commercio di Cremona, del Consorzio Liutai A. *Stradivari* e delle associazioni di categoria, che, in modo sinergico rispetto agli obiettivi delle attività del sistema dell'Istruzione e Formazione Tecnica Superiore (I.F.T.S.), predispongono a tale scopo iniziative di formazione *ad hoc*.

In conclusione, se, da una parte, il mercato nipponico degli strumenti ad arco sembrerebbe maturo e ben presidiato dalla liuteria cremonese, in quello americano la presenza della stessa appare molto meno significativa.

5. Analisi dei canali di vendita degli strumenti cremonesi

Di seguito troverà spazio la descrizione dei principali canali commerciali mediante i quali gli strumenti contemporanei cremonesi giungono nelle mani dei loro utilizzatori finali. A livello generale, è noto il fatto che la struttura distributiva influenza le caratteristiche di un settore economico e, in particolare, il suo livello di concentrazione, l'intensità delle barriere all'entrata e gli incentivi all'innovazione e alla concorrenza⁹.

Le interviste condotte presso liutai, commercianti e musicisti professionisti hanno permesso l'identificazione di due canali prevalenti. E' possibile distinguere un canale *diretto* – basato sulla relazione, appunto, diretta, tra il liutaio e l'utilizzatore finale dello strumento – ed un canale *indiretto* – nella relazione tra il liutaio ed il fruitore finale si inseriscono una o più figure di intermediari –, alternativamente *corto* o *lungo*.

5.1 Il canale diretto

E' quello nell'ambito del quale lo strumento transita direttamente dalle mani del liutaio che lo ha costruito a quelle dell'utilizzatore finale, senza l'inserzione di alcuna figura mediatrice. Si tratta quindi di un flusso commerciale del tipo *B to C* (*Business to Consumer*).

I dati illustrati in precedenza circa i principali Paesi di destinazione degli strumenti ad arco fabbricati a Cremona (*cf.* Fig. 3.8) e i pareri raccolti inducono a considerarlo un canale minoritario per la produzione cremonese, dal momento che i suoi principali acquirenti ed estimatori risiedono assai lontano dal luogo in cui essa avviene.



A privilegiare l'acquisto diretto presso la bottega liuteria sono prevalentemente giovani studenti, allievi esperti dei conservatori e professori d'orchestra, sia italiani che stranieri. Assai ridotta appare la frequentazione delle botteghe cremonesi da parte di solisti, categoria presso la quale permane il mito dello strumento antico – ma non è da escludersi che alcuni di essi decidano di acquistarne uno di fattura contemporanea come “riserva”.

A questi soggetti è richiesto un certo potere di spesa. E' possibile che, tra le implicazioni, la crisi economica che nell'ultimo quinquennio ha colpito le economie mondiali, limitando il potere d'acquisto di alcuni musicisti professionisti, li abbia indotti a considerare più attentamente rispetto al passato l'ipotesi di servirsi di uno strumento contemporaneo (cremonese, in specie), in luogo di uno antico, tradizionalmente più ambito.

Tra i Paesi di provenienza degli utilizzatori finali degli strumenti cremonesi sono stati citati (non in ordine di importanza) Giappone, Cina, Taiwan, Hong Kong, Corea del Sud, Stati Uniti, Canada, Finlandia, Olanda, Svizzera, Germania, Repubblica Ceca, Francia e Italia.

Interrogati circa le ragioni che li hanno indotti a preferire l'acquisto diretto in bottega a quello presso la rivendita del commerciante, gli intervistati hanno dichiarato di confidare nella “cultura dello strumento” che li accomuna al liutaio. Questa comune sensibilità artistica e musicale li rassicura circa la capacità, da parte di quest'ultimo, di comprendere le loro esigenze meglio di quanto saprebbe fare il commerciante e di sapervi adattare lo strumento.

Un secondo motivo addotto dagli intervistati ha, invece, natura culturale – si potrebbe dire anche turistica o storica. Per il musicista, infatti, di qualunque età esso sia, la possibilità di

⁹ Pellegrini, L. (1990), *Economia della distribuzione commerciale*, Milano, Ed. EGEA.

visitare la bottega e di vedere all'opera il maestro che per lui ha fabbricato – o fabbricherà – uno strumento destinato ad accompagnarlo per lungo tempo – anche per tutta la vita – rappresenta un autentico piacere!

Esiste anche un motivo di natura economica dietro la preferenza per il canale diretto, legato alla superiore convenienza di prezzo dello strumento acquistato in bottega. Tale convenienza è tanto maggiore quanto più elevato è il moltiplicatore di prezzo applicato invece allo strumento cremonese dal commerciante in un determinato mercato locale.

Capita che, a condurre il cliente alla bottega di un determinato liutaio, siano le recensioni positive sui suoi strumenti che il primo raccoglie presso la scuola di musica o le formazioni orchestrali che frequenta. Il cliente si reca quindi presso la bottega del liutaio spinto dal passaparola e avendo spesso già provato uno o più suoi strumenti.

Giova a tale passaparola il fatto che la comunità dei musicisti, tanto a livello nazionale quanto internazionale, risulti abbastanza circoscritta – cosicché le conoscenze in comune rappresentano una circostanza frequente.

Nell'avviare il contatto tra il liutaio ed il musicista hanno un ruolo, oltre al passaparola, anche le fiere di settore. In genere esse non offrono le condizioni ambientali favorevoli alla prova di strumenti, ma i musicisti le frequentano ugualmente, per raccogliere informazioni o anche per semplice curiosità.

A seconda del modo in cui il musicista è entrato a conoscenza dell'opera di un particolare liutaio (passaparola o fiera), il loro rapporto in genere si evolve nella forma di un contatto telefonico o via e-mail da parte dell'acquirente, per fissare un appuntamento in bottega. Circa la possibilità, per i musicisti attivi in Paesi del mondo anche molto lontani, di avviare una relazione diretta con i liutai, molto ha giovato il recente sviluppo delle tecnologie e, in particolare quello dei *social network*. I liutai intervistati hanno dichiarato infatti di ricevere un numero anche molto elevato di richieste di informazioni via e-mail, sito Web o pagina *Facebook* (per quanti ne dispongono). Non tutti questi contatti, tuttavia, si trasformano in ordini di strumenti.

A seconda che il liutaio disponga o meno di strumenti pronti per la prova (e se questo sta bene al musicista), l'appuntamento in bottega ha luogo a breve distanza di tempo dal primo contatto, ovvero una volta ultimata la costruzione dello strumento – ciò che, in media, richiede al liutaio dai 2 ai 5 mesi di lavoro. I primi contatti servono in ogni caso al musicista per illustrargli le proprie esigenze, nell'ambito di un processo di apprendimento spesse volte reciproco.

Non sono molti i liutai intervistati che hanno dichiarato di possedere in bottega strumenti pronti per la prova – questo è il caso di alcune delle botteghe cremonesi più grandi e strutturate. Questo perché la modalità produttiva più diffusa tra i liutai cremonesi è quella su commessa ("*make to order*") – o, al limite, la produzione avviene su ordinazione senza obbligo di acquisto.

Al confezionamento dello strumento fa seguito una nuova visita in bottega per la prova. In alcune circostanze – per esempio, quando la distanza tra il luogo in cui risiede il committente e la bottega la rendono difficoltosa –, la visita alla bottega viene evitata e lo strumento inviato direttamente all'acquirente, ricorrendo ai principali corrieri espressi mondiali.

Tanto nei casi di ritiro diretto da parte del musicista, quanto in quelli di invio senza visita in bottega, i liutai cremonesi sono soliti concedere lo strumento in prova al cliente per un congruo periodo di tempo – in genere una o due settimane –, necessario a questi per esplorarne a fondo le proprietà. A tutela dello strumento durante il periodo della prova, i liutai sono soliti prendere opportuni provvedimenti – specie nei casi di rapporti musicista-liutaio non ancora consolidati. Tale periodo può concludersi con l'acquisto dello strumento da parte del musicista, con acquisto subordinato a modifiche da apportarvi o con la rinuncia da parte dell'acquirente, qualora tale possibilità sia stata concessa dal liutaio.

La presenza o meno di un rapporto consolidato tra liutaio e musicista condiziona anche le modalità di pagamento. Talvolta viene chiesto un acconto; in altre circostanze si preferisce attendere il momento della prova dello strumento e l'asserzione di soddisfazione da parte del musicista per avviare il pagamento – che può prevedere o meno forme di dilazione.

Tipicamente, il rapporto tra il liutaio ed il musicista non si interrompe con l'acquisto dello strumento, non fosse altro che per le esigenze di continue riparazioni e messe a punto che esso presenta. La frequenza delle visite è dettata, oltre che dalle necessità dello strumento, dalla distanza tra la bottega del liutaio e il Paese di provenienza del musicista. Alcuni liutai, per incentivare l'acquisto, offrono forme di garanzia gratuite a copertura del primo periodo di utilizzo o anche per tutta la sua vita dello strumento, ma limitatamente agli interventi di carattere non strutturale.

Un musicista soddisfatto, con ogni probabilità, sarà portato a parlare bene del liutaio negli ambienti che frequenta e diviene quello che il marketing definisce un "apostolo" (cioè un cliente soddisfatto e che raccomanda la scelta di quel particolare liutaio).

5.1.1 Il ruolo del maestro di musica nel processo di acquisto

Il processo di acquisto dello strumento da parte di uno studente viene spesso influenzato, in maniera occulta o palese, dal suo maestro di musica. E' prassi diffusa chiedere a questi supporto nel processo di scelta e sembra che, sul punto, ciascun docente abbia sviluppato un personale codice di comportamento. Quelli documentati sono i seguenti:

- a) Interrogato dall'allievo, il maestro di musica può limitarsi a fornire consigli sulla tipologia di strumento che, stanti perizia e budget del richiedente, dovrebbe essere privilegiata;
- b) Può accadere che il maestro di musica fornisca all'allievo un elenco più o meno esteso di liutai capaci, secondo il suo giudizio e la sua esperienza, tenuto conto delle esigenze dello studente;
- c) In alcuni casi, il maestro di musica accompagna l'allievo presso la bottega del liutaio. A seconda della condotta che ha deciso di tenere, può accompagnarlo presso tutti i liutai segnalati, ovvero intervenire solo a seguito di una prima fase di selezione e di prova effettuata dallo studente. Il ruolo del maestro, in questa circostanza, consiste nel suonare lo strumento alla presenza dell'allievo, per mostrargliene tutte le proprietà. In alcuni casi il maestro di musica riceve dall'allievo o dalla sua famiglia un compenso per il tempo dedicato alla ricerca e alla prova dello strumento;
- d) Può anche accadere che il maestro di musica raccolga le richieste dello studente, si metta in contatto con uno o più liutai stimati, raccolga presso di questi degli strumenti e, evitando allo studente la visita alle botteghe, li sottoponga alla sua prova;
- e) Il passaggio di proprietà dello strumento in capo al maestro di musica, che in seguito lo trasmette all'allievo, rappresenta un'altra possibilità. Anche in questa eventualità il maestro di musica sottopone all'allievo una selezione di strumenti ma, diversamente dall'ipotesi descritta sopra, in questo caso si verifica un primo passaggio di proprietà in capo all'insegnante – con conseguente incremento del prezzo, rispetto a quanto lo studente avrebbe pagato recandosi direttamente presso la bottega.

Come si evince da questo elenco di fattispecie, l'intervento del maestro di musica nel processo di scelta può avvenire a titolo gratuito, ovvero in cambio di qualche forma di remunerazione. In alcune circostanze è il liutaio stesso a sentirsi "obbligato" nei confronti dell'insegnante e gli testimonia la sua gratitudine offrendogli riparazioni gratuite degli strumenti, ovvero sconti sui futuri acquisti che questi dovesse effettuare presso la sua bottega o una percentuale del valore della vendita.

Le interviste condotte hanno evidenziato che l'influenza esercitata dal maestro di musica sul processo di acquisto da parte dello studente è davvero grande.

psicologica” sembra destinata a permanere, dato il forte potere contrattuale di cui i commercianti dispongono, in particolare all’inizio della relazione e nei riguardi dei liutai più giovani.

I rapporti tra liutaio e commerciante nascono spesso al tempo in cui il primo lavora in qualità di apprendista presso la bottega di un altro maestro.

Altri canali citati, utili per l’avvio di queste relazioni, sono le fiere di settore. Esse forniscono al commerciante l’occasione per ispezionare una prima volta la qualità del lavoro del liutaio; a questo primo contatto segue in genere un periodo di “prova”, di durata variabile, segnato da visite da parte del commerciante in bottega e/o da incontri presso le manifestazioni fieristiche. Una volta che questi ha maturato un giudizio definitivo di soddisfazione nei confronti della produzione di quel particolare liutaio, quanto a qualità e stabilità nel tempo, e se essa si vende facilmente al pubblico, invia i successivi ordini per via telefonica o e-mail (si tratta, quindi, di produzione su commessa, proprio come nel canale diretto) e le visite in bottega si riducono.

Non necessariamente esse vengono meno: tuttavia, alcuni liutai in possesso di ampia esperienza hanno fatto rilevare, tra le trasformazioni in atto del settore, il fatto che tali visite alle botteghe liutarie cremonesi si stiano progressivamente riducendo. Questa circostanza impone ai liutai più giovani di andare essi stessi alla caccia dei contatti commerciali, raccogliendone i nomi presso la comunità degli operatori cremonesi e presso le fiere di settore, raggiungendoli via e-mail o telefonicamente e sottoponendo loro i propri strumenti.

Sotto il profilo della stagionalità degli ordini, molte visite di commercianti ai liutai cremonesi si concentrano in prossimità delle maggiori fiere di settore o proprio in coincidenza di queste. In questo modo i commercianti che svolgono la loro attività assai lontano da Cremona hanno modo di pianificare e razionalizzare i propri spostamenti. E’ possibile riscontrare una certa stagionalità, quindi, nel flusso di ordinativi che i maggiori commercianti di strumenti ad arco di tutto il mondo rivolgono ai liutai cremonesi: esso raggiunge l’apice, in genere, durante il quarto e il secondo trimestre dell’anno (cfr. Fig. 3.5). Alcuni liutai hanno dichiarato di ricevere ordini da una a tre volte l’anno da ciascun partner commerciale.

Quanto al volume degli ordini, esso appare segnato da notevole eterogeneità e dipende dalle dimensioni del commerciante, dalla durata del rapporto, dalla capacità produttiva del liutaio e dall’andamento della domanda finale. Diversamente dal caso del canale diretto, si tratta in genere di commesse multiple – da poche unità fino ad una decina di strumenti o all’intera produzione annua di un liutaio, ciò che, di fatto, sgrava quest’ultimo dalla ricerca di ulteriori contatti commerciali.

Anche su questo punto alcuni liutai hanno dichiarato di riscontrare delle differenze rispetto al passato, quando il volume degli ordini che si ricevevano era decisamente superiore. Da alcuni intervistati ciò è stato messo in relazione al recente deteriorarsi delle condizioni economiche generali; altri lo hanno attribuito a fenomeni di saturazione del mercato, altri ancora all’intensificarsi della concorrenza sul piano locale e mondiale. Questi fenomeni avrebbero indotto i commercianti a maggiore accuratezza nel processo d’acquisto degli strumenti.

Una volta evaso l’ordine, gli strumenti vengono inviati al commerciante dal liutaio ricorrendo ai vari corrieri mondiali.

Al momento di perfezionare la vendita, la tendenza del commerciante a “mercanteggiare” sul prezzo varia in funzione della durata della relazione, dell’esperienza del liutaio, dei volumi di acquisto e, secondo alcune opinioni espresse, anche del Paese di provenienza del commerciante stesso.

Ricevuto lo strumento i commercianti, attraverso i *workshop* insediati presso i propri negozi o la rete dei liutai e restauratori di fiducia, valutano se esso abbia subito danni durante il trasporto, ovvero se necessiti di messe a punto particolari per incontrare il favore degli acquirenti locali.

In questa fattispecie, diversamente da quanto si verifica nel caso della vendita diretta al musicista, ricade sul commerciante l’onere di provvedere alle future riparazioni e modifiche chieste dagli acquirenti finali.

A conclusione della descrizione dei due principali canali di commercializzazione degli strumenti cremonesi, si propone una tabella riassuntiva dei vantaggi e degli svantaggi che li contraddistinguono, tanto nella prospettiva del liutaio, quanto assecondando quella del musicista.

Tab. 5.1: Vantaggi e svantaggi dei canali commerciali diretto ed indiretto

Canale DIRETTO	Canale INDIRETTO (Corto e Lungo)
<p>Vantaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Permette al liutaio di trattenere una quota notevole di valore; - Esiste una particolare “consonanza” («<i>cultura dello strumento</i>», cit.) tra liutaio e musicista e dal rapporto scaturiscono stimoli al miglioramento continuo; - Dal rapporto diretto con il musicista il liutaio ricava utili <i>feedback</i> sulle caratteristiche dello strumento e sull'evoluzione del suo comportamento nel tempo; - «<i>E' una forma di pubblicità gratuita molto importante</i>». 	<p>Vantaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrare in contatto con un commerciante è più facile anche per giovani liutai; - Una volta avviata, la relazione con il commerciante può fruttare un flusso di ordini abbastanza costante nel tempo; - Il commerciante si assume gli oneri della vendita e delle riparazioni; - Il commerciante è necessario per penetrare mercati distanti; - I pagamenti da parte dei commercianti sono spesso più affidabili, rispetto a quelli attesi dai musicisti.
<p>Svantaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Per maestri liutai il cui nome non è ancora affermato è molto difficile stabilire un contatto diretto con musicisti professionisti; - Allocare l'intera produzione può richiedere al liutaio uno sforzo maggiore, in termini di ricerca e gestione delle relazioni; - La cura dei rapporti con il musicista assorbe molto tempo ed energie: si tratta di clienti particolarmente esigenti; - L'affidabilità dei pagamenti può essere critica. 	<p>Svantaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il prezzo di vendita dello strumento è inferiore; - Il potere contrattuale dei commercianti nelle trattative sul prezzo, complice anche l'elevata offerta presente a Cremona, è molto forte; - Il liutaio può non ricevere <i>feedback</i> sullo strumento, tende a standardizzare la produzione sulle richieste dei commercianti e rischia di dipendere da un numero ridotto di compratori; - Il nome del liutaio rischia di non diffondersi al di fuori dei mercati nei quali opera il commerciante; - La vendita finale dello strumento potrebbe essere penalizzata dal prezzo elevato fissato dal commerciante.

Fonte: Elaborazioni CERSI su interviste ai maestri liutai, musicisti e commercianti

In generale, la presenza di ciascun liutaio prevalentemente presso l'uno o l'altro canale, ovvero equilibrata in entrambi, rappresenta, in parte, il frutto di decisioni consapevoli da parte di questi e, in parte, delle opportunità che ha saputo cogliere.

Molti degli intervistati hanno indicato come scontato il fatto che, all'inizio della carriera, un giovane liutaio intrattenga rapporti prevalentemente o in via esclusiva con commercianti. Ciò sarebbe spiegato, sia dalla possibilità di avviare con questi rapporti fin dai tempi in cui si lavora come apprendisti presso botteghe altrui, sia dalla superiore facilità con cui è possibile entrare in contatto con dei commercianti, rispetto ai musicisti, quando il proprio nome non è ancora affermato.

La possibilità di vendere a clienti prestigiosi – quali musicisti professionisti e i maggiori commercianti di strumenti musicali a livello mondiale – sembra essere agevolata in maniera decisiva dai riconoscimenti conseguiti dal liutaio nell'ambito dei *concorsi*. Essi infatti rendono noto ad un pubblico più ampio il suo nome e vi danno lustro; inoltre, esistono mercati locali e categorie di operatori che tendono ad attribuire al *curriculum vitae* del liutaio un'importanza del tutto particolare.

5.3 Una ricostruzione del processo di formazione del prezzo di vendita del violino cremonese

La non-rappresentatività dal punto di vista statistico del gruppo di liutai, commercianti e musicisti intervistato previene la generalizzazione delle informazioni di natura quantitativa raccolte. Tuttavia, combinando alcune di esse coi contenuti del *database* degli strumenti ad

arco predisposto per la ricerca, emerge la seguente ipotesi circa la formazione del prezzo di vendita del violino artigianale cremonese.

Essa è basata sull'esame di alcuni casi reali e riferita al solo mercato giapponese – non è generalizzabile a quello statunitense –, prima piazza per importanza per la liuteria contemporanea cremonese (*cf.* Fig. 5.1).

Fig. 5.1: Ricostruzione del prezzo di vendita del violino cremonese nel mercato giapponese secondo i canali diretto e indiretto (lungo e corto)



Sulla base delle interviste condotte presso i costruttori di strumenti ad arco, intermediari commerciali e musicisti e dei contenuti del *database*, è stato ipotizzato un prezzo di 10.000,00 € per un violino cremonese venduto in bottega direttamente ad un musicista.

Le opinioni degli intervistati convergono, invece, verso un'ipotesi di prezzo pressoché dimezzato nel caso in cui l'acquirente sia un commerciante – la scontistica sarebbe cioè compresa nel *range* -40%/-60%, rispetto al prezzo praticato dal liutaio al musicista.

Il prezzo finale di vendita al musicista, in questo secondo caso, si aggirerebbe attorno ai 16.000 € – potrebbe anche essere leggermente superiore nel caso in cui vi sia stato un secondo passaggio di intermediazione commerciale, ma questa eventualità non può essere distinta ricorrendo ai contenuti del *database* degli strumenti ad arco venduti on line. Nell'ipotizzare il prezzo praticato dall'intermediario al dettagliante (9.000,00 €) ed il successivo rincaro, ci si è basati sull'assunto di un guadagno medio di questi operatori non inferiore al 30%.

A partire da quello praticato in bottega al commerciante, quindi, il prezzo dello strumento cremonese venduto nel mercato giapponese attraverso una o più intermediazioni subirebbe un rincaro prossimo al +200%. Sempre rispetto a tale prezzo iniziale, quello pagato dal musicista per l'acquisto diretto in bottega si aggirerebbe attorno al doppio.

6. Le valutazioni dei musicisti professionisti sulla liuteria cremonese

Quand'anche il liutaio (cremonese, ma non solo) si interfacciasse esclusivamente con commercianti di strumenti musicali, resterebbe per lui di grande importanza conoscere le evoluzioni nei gusti e nelle esigenze che si verificano nel mercato a valle, quello formato dagli studenti delle scuole di musica, dai musicisti professionisti e dagli amatori (domanda derivata *versus* domanda primaria).

Per completare dunque l'analisi del canale di vendita degli strumenti ad arco cremonesi contemporanei, sono state condotte interviste in profondità a 27 musicisti professionisti – 13 dei quali suonano come strumento principale il violino, 6 la viola, 6 il violoncello e 2 il contrabbasso. Per maggiori informazioni circa le caratteristiche degli intervistati si rinvia alla descrizione delle attività svolte (*cfr.* Par. 1.2).

Le opinioni fornite circa il rapporto tra liutaio e musicista, il processo di scelta ed acquisto dello strumento e l'identità della liuteria contemporanea, cremonese in particolare, verranno di seguito riportate in maniera sintetica e fedele, organizzate per macroargomenti.

1) *La querelle strumento antico-contemporaneo*

Due intervistati hanno dichiarato di possedere un solo strumento, mentre il numero più elevato di strumenti posseduti sfiora la decina. Tra questi estremi, la media approssimativa del gruppo intervistato si attesta in corrispondenza di 2/3 strumenti. Alcuni intervistati hanno dichiarato di suonare abitualmente strumenti concessi in affitto da parte di fondazioni o altri enti culturali/filantropici.

A determinare il numero degli strumenti posseduti dal maestro concorrono diversi fattori:

- l'attività ed il ruolo dell'acquirente (solista/orchestrale/insegnante);
- le sue disponibilità economiche;
- il repertorio e la particolare circostanza dell'esibizione;
- la necessità di possedere uno o più strumenti di riserva;
- la ricerca di timbri sonori differenti;
- l'attitudine al collezionismo.

Circa i due terzi dei musicisti intervistati possiedono almeno uno strumento contemporaneo. Il numero di quanti possiedono esclusivamente strumenti contemporanei (uno o più) è analogo a quello di quanti detengono solo strumenti antichi o moderni. Più spesso, tuttavia, al possesso di uno strumento di fabbricazione antica o moderna si affianca quello di uno o più esemplari di recente costruzione. Quanto agli strumenti di fattura antica ma anonima, in molti casi vengono scelti per il loro suono, in altri come strumenti di riserva ideali da impiegare quando le condizioni ambientali non sono ottimali (esibizioni all'aperto, condizioni climatiche di eccessiva umidità o troppo secche etc.).

Prevalgono, tra gli intervistati – non distinguendo in questa sede tra quanti ricoprono il ruolo di solista e quanti suonano in formazioni musicali –, strumenti di provenienza italiana, moderna o contemporanea. Certo, il fatto che tutti i solisti ed orchestrali intervistati risiedano o svolgano una parte considerevole della propria attività in Italia rende più semplice instaurare relazioni dirette con costruttori italiani, piuttosto che con liutai attivi in altri Paesi del mondo.

Quasi la metà degli intervistati sono in possesso di almeno uno strumento cremonese – e, restringendo il campo ai soli strumenti di costruzione recente, quelli fabbricati a Cremona rappresentano più della metà degli esemplari.

Se tali sono le caratteristiche degli strumenti suonati dai musicisti interpellati – e nessuno di essi ha dichiarato di meditare di vendere il proprio, frutto di una lunga e laboriosa ricerca –, molti hanno comunque confessato la propria aspirazione al possesso di uno strumento diverso, antico, in specie. Ad impedire l'acquisto dell'oggetto del desiderio, in molte circostanze, è il suo prezzo, enormemente elevato, complici anche fenomeni di natura speculativa. Lo stipendio medio di un orchestrale può rendere tale acquisto molto difficile, quando non addirittura

impossibile, e certo l'irrompere della recente crisi economica non ha fatto che acuire tale situazione.

Chiamati a pronunciarsi in merito alla tradizionale *querelle* che oppone gli strumenti antichi a quelli moderni e contemporanei, i musicisti intervistati hanno spesso fatto rilevare l'eterogeneità interna delle due produzioni (quella antica e quelle moderna e contemporanea), quanto a qualità. "Antico" non sarebbe quindi sinonimo di perfezione sonora a prescindere da qualunque altro elemento: tanto nel caso della liuteria antica, quanto di quelle moderna e contemporanea, è fondamentale che lo strumento sia stato costruito con perizia e con una solida tecnica *ab origine*.

Molti intervistati sono comunque inclini ad attribuire il primato alla produzione antica.

Alcuni hanno ipotizzato l'esistenza di segreti posseduti dai liutai del passato, rimasti tali ancora ai giorni nostri. Più spesso, tuttavia, la differenza tra le proprietà degli strumenti antichi e quelle degli altri è stata imputata, non alla tecnica del liutaio costruttore – che, come si diceva, deve essere ottima in partenza –, quanto alla superiore stagionatura dei materiali, che conferirebbe stabilità allo strumento. Altrettanto fondamentale sarebbe il fatto che lo strumento antico sia sempre stato suonato da ottimi musicisti e restaurato con perizia.

Proprio perché lo strumento evolve e si trasforma nelle mani di chi lo suona, alcuni musicisti hanno dichiarato di trovare stimolante la possibilità di concorrere a determinare il suono di quello contemporaneo che hanno acquistato e che li accompagnerà per tutta la carriera. Per lo stesso motivo, tuttavia, quelli di fattura contemporanea sconterebbero la necessità di un periodo iniziale di "assestamento" – si dice di almeno un anno –, specie nel caso in cui siano stati utilizzati materiali non sufficientemente stagionati.

Se il timbro degli strumenti antichi risulta, anche per questo motivo, comunque diverso da quello dei contemporanei, è pur vero che la preferenza per una determinata qualità del suono rientra nella discrezionalità del musicista, che può per questo motivo preferire questi ultimi ai primi, e viceversa.

Molti intervistati attribuiscono alla produzione liutaria contemporanea un'autonoma dignità e personalità: se essa venisse più estesamente riconosciuta, osservano, ciò potrebbe anche avere un effetto di calmieramento nei confronti dei prezzi elevatissimi cui si vendono gli strumenti antichi. Eppure, il fascino di questi ultimi sembra destinato a permanere, tanto tra i solisti, quanto presso gli orchestrali – un fascino, peraltro, non percepito da sempre, ma che alcuni affermano essersi rafforzato dopo la metà del secolo scorso.

Talvolta, dietro tale fascino si celano motivi di *status* e di prestigio, più che la reale superiorità timbrica dello strumento costruito nel passato. Si può dire che possederne uno suggelli un'importante traguardo nella carriera di un musicista.

Vi è anche da considerare il fatto che la capacità dello strumento antico di rivalutarsi nel tempo è, ad oggi, nettamente superiore, rispetto a quella di uno contemporaneo. Nel caso delle opere di liutai ancora in attività, l'apprezzamento dello strumento al momento della rivendita può superare di poco il tasso di inflazione annuo – fanno eccezione quelle dei liutai tuttora viventi più noti a livello mondiale. La notevole capacità di rivalutarsi degli strumenti antichi (firmati) ne fa invece degli ideali beni-rifugio che sempre più spesso finiscono nelle mani di ricchi compratori dei Paesi emergenti¹⁰.

L'opinione di numerosi intervistati è che gli strumenti di recente fabbricazione siano comunque perfettamente in grado di corrispondere alle esigenze di orchestrali e solisti. La stessa diversa sonorità degli strumenti antichi rispetto a quelli moderni e contemporanei può risultare particolarmente utile ed, anzi, venire esaltata in funzione del ruolo ricoperto dal musicista (se solista o meno), del programma da eseguire, del luogo in cui si suona etc.

¹⁰ Non mancano gli studi economici ed econometrici dedicati alla rivalutazione di questi strumenti. A titolo esemplificativo: Ross, H. M., e S. Zondervan (1989), *Capital gains and the rate of return on a Stradivarius*, Economic Inquiry; Graddy, K., e P. Margolis (2007), *Fiddling with value: Violins as an investment?*, CEPR, Discussion Paper N. 6583.

A tal riguardo, alcuni intervistati hanno sottolineato il fatto che gli strumenti antichi sono particolarmente delicati – necessitano, quindi, di superiori precauzioni se suonati in condizioni ambientali non ottimali – e inadatti a subire forti stress.

Coerenti o meno con le opinioni espresse, gli strumenti che i solisti intervistati notano più frequentemente nelle mani dei loro colleghi sono di antica costruzione; raramente sono contemporanei e, se lo sono, in genere provengono dalla Germania o dagli Stati Uniti.

Gli altri musicisti intervistati dichiarano invece di ammirare sempre più spesso strumenti moderni o contemporanei in mano ai colleghi e, il più delle volte, essi sono di provenienza italiana.

Molti intervistati vedono tale diffusione della produzione recente come il primo segno del futuro roseo che la attende, in virtù della sua qualità intrinseca, della ricerca sonora ad essa applicata, del suo prezzo, decisamente più conveniente, e dell'eventuale ridimensionamento del mito dello strumento antico.

2) Il processo di scelta ed acquisto dello strumento

Anche i musicisti intervistati riconoscono l'esistenza di due principali canali di vendita degli strumenti ad arco, uno diretto, l'altro indiretto.

Tra la frequentazione del maestro liutaio e quella del commerciante, la maggioranza degli intervistati ha dichiarato di preferire la prima. Per le ragioni di tale predilezione da parte del musicista si rinvia al Capitolo 5. Alcuni intervistati hanno anche dichiarato di aver acquistato uno o più strumenti da altri musicisti o da collezionisti.

Nonostante la preferenza per il canale diretto, quando l'oggetto del desiderio del musicista è rappresentato da uno strumento antico o moderno, i soli interlocutori possibili spesso divengono i commercianti specializzati in questo genere di articolo – ma esiste anche la categoria dei liutai che affianca alla vendita di strumenti di propria fabbricazione un'attività di compravendita di pezzi antichi.

Per acquistare, invece, uno strumento di fattura contemporanea, gli intervistati hanno dichiarato di essersi rivolti direttamente al costruttore, al cui nome sono arrivati, in molti casi, sospinti dalle recensioni positive dei colleghi. A conferma dell'importanza del passaparola presso la comunità degli orchestrali e dei solisti quale strumento di promozione per il liutaio, alcuni musicisti hanno dichiarato che, in genere, si conoscono gli strumenti prima del maestro che li ha costruiti.

Gli intervistati si sono dimostrati consapevoli anche del fatto che i rincari applicati da alcuni commercianti al prezzo d'acquisto dello strumento siano davvero molto elevati e non hanno mancato di lamentarsene. La superiore convenienza di prezzo rappresenta in effetti una delle più importanti argomentazioni a sostegno della predilezione per il rapporto diretto con il liutaio da parte del musicista.

Allo stesso modo, alcuni intervistati si sono dimostrati consapevoli del fatto di pretendere molto dalla relazione con il liutaio, al fine di trovare uno strumento che si avvicini quanto più possibile al proprio ideale di perfezione. Se soddisfatti, i musicisti che svolgono attività di insegnamento hanno testimoniato la propria gratitudine al liutaio anche raccomandandone la scelta ai propri allievi – sull'influenza del maestro di musica sul processo di acquisto da parte degli allievi si veda il Capitolo 5.

Interrogati circa i criteri che presiedono alla scelta dello strumento, alcuni musicisti hanno affermato che essi possono differire, a seconda del livello di esperienza dell'acquirente (se professionista o meno) e/o della tipologia di strumento (violino, viola, violoncello o contrabbasso; antico, moderno o contemporaneo; antichizzato o di gusto contemporaneo; copia di celebri esemplari del passato, etc.).

L'importanza del prezzo non è stata taciuta; tuttavia, esso sembra assumere un ruolo meno sensibile per il professionista, rispetto ad un allievo – il primo è disposto in genere ad investire un budget più elevato.

Al primo posto per importanza (cioè rilievo rispetto alla scelta finale) e preminenza (cioè ordine con cui quel particolare attributo viene valutato, in vista della scelta finale) è stata nominata, soprattutto dai professionisti, la qualità del suono. Essa deve soddisfare il particolare gusto del musicista – vi è chi l'ha definita “piena”, “rotonda”, “persistente”, etc.

Considerazioni a parte sono state svolte circa la potenza sonora che lo strumento dovrebbe esprimere – le esigenze di orchestrali e solisti sono, al riguardo, diverse.

Altri criteri nominati dagli intervistati, in ordine sparso, sono: il confort, la versatilità, l'affidabilità, la facilità di emissione, l'assenza di difetti esteriori e di costruzione, la qualità dei materiali impiegati, la garanzia di autenticità, il rispetto di determinati standard e il volume (questo specie nel caso di violoncelli e contrabbassi). L'estetica è stata da molti intervistati relegata in posizione secondaria – ma, ovviamente, essa diviene importante quando si tratta di strumenti decorati, copie o esemplari antichizzati.

Pareri discordi sono stati espressi circa l'importanza della firma a opera di un particolare liutaio: garantirebbe l'autenticità e l'artigianalità dello strumento e giocherebbe a favore della sua rivendibilità, secondo alcuni interlocutori, ma altri sarebbero disposti ad acquistarne di anonimi, se il loro suono li soddisfacesse.

Anche ai certificati è stato attribuito un ruolo “ambiguo”: in genere, al momento dell'acquisto si dà rilievo a quelli che sanciscono l'artigianalità del processo e l'esecuzione a opera di un particolare maestro liutaio (*cfr.* anche Cap. 7).

Stimolati sull'argomento – ma anche, talvolta, in maniera spontanea –, i musicisti intervistati hanno detto la loro circa l'importanza, per un maestro liutaio, di saper suonare lo strumento, oltre che di costruirlo. Vi è stato chi ha raccomandato ai liutai tale capacità, utile per evitare brutte figure in sede di prova dello strumento da parte del potenziale acquirente. Altri intervistati hanno espresso posizioni “intermedie”, dichiarando tale capacità utile ma non fondamentale, nè sufficiente a garantire la costruzione di un buono strumento. Piuttosto, al liutaio è necessaria una speciale sensibilità nei confronti delle proprietà dei materiali che tratta e la capacità di individuare su quale parte dello strumento intervenire per ripararlo e migliorarne la performance. A supporto della messa a punto dello strumento, quand'anche il liutaio non sapesse suonare, intervengono, in genere, musicisti professionisti o amatori, in virtù di rapporti amicali o perché contattati specificamente per la prova. I musicisti intervistati, infatti, hanno dichiarato di ricevere frequentemente simili richieste e, in generale, di aderirvi volentieri, tenuto conto del tempo a disposizione.

3) Il giudizio sulla produzione liutaria cremonese e su quelle rivali

Tutti i musicisti intervistati sono stati in grado di fornire il proprio parere circa la qualità attuale e l'evoluzione della produzione liutaria cremonese, indipendentemente dal fatto di risiedere in città.

Le interviste condotte hanno portato a emergere opinioni ampiamente eterogenee a tal riguardo. Secondo alcuni intervistati, infatti, la produzione liutaria cremonese è mediamente di ottima qualità ed è ulteriormente migliorata negli ultimi anni; fiducia viene espressa nei confronti delle nuove generazioni di liutai, mentre si riconosce il merito di quelle che le hanno precedute. Secondo altri, la liuteria cremonese è contrassegnata da notevole eterogeneità interna, quanto a qualità, prezzo e atteggiamento dei suoi operatori.

Secondo alcuni musicisti, essa merita la fama di cui gode e che la rende meta di visite di professionisti e appassionati dello strumento; per altri, invece, essa trae ancora beneficio dai nomi delle grandi famiglie liutarie del passato (Stradivari, Amati, Guarneri, Bergonzi, Ceruti) ma, in realtà, non presenta alcun reale vantaggio competitivo, rispetto alle altre produzioni locali.

Vi è chi la ritiene costosa – ma, in genere, non tanto quanto alcune produzioni straniere. Quali suoi acquirenti d'elezione sono stati citati, in maniera abbastanza omogenea, tanto allievi esperti delle scuole di musica, quanto orchestrali professionisti.

A chi loda i suoi operatori per la scrupolosità e la passione che applicano al processo di produzione e alla ricerca, si contrappone l'opinione di quanti temono che proprio quest'ultima difetti ormai da tempo nella provincia cremonese.

In effetti, tra le critiche mosse alla liuteria cremonese, si rinviene quella relativa alla scarsa sperimentazione che da decenni ormai prevarrebbe nel processo produttivo, appiattitosi sul rispetto di rigorosi standard che non sempre porterebbero, però, ad esaltare le caratteristiche dei materiali di partenza. Anche alla stagionatura dei legni sono stati mossi appunti, come pure all'eccessiva attenzione all'estetica, a scapito della cura per gli aspetti sonori – difetto spesso indotto dal tentativo di corrispondere alle richieste dei commercianti.

Proprio una certa predilezione a trattare con i commercianti, rispetto ai musicisti, avrebbe penalizzato la liuteria cremonese, che da questo genere di rapporti avrebbe ricavato minori stimoli al perfezionamento ed alla sperimentazione.

Per questi motivi la liuteria cremonese sarebbe oggi svantaggiata, al confronto delle altre produzioni locali? Non necessariamente.

Alcuni musicisti, invitati ad indicare da quale località provengano, secondo loro, i migliori strumenti ad arco attualmente in circolazione, hanno dichiarato la propria attitudine a ragionare in termini di scuola di formazione del liutaio, piuttosto che di Paese o città di provenienza dello strumento. Sotto il profilo della capacità di formare liutai, diversi intervistati hanno lodato il livello ed il miglioramento espressi dalla scuola cremonese durante gli ultimi decenni: non è un caso, hanno affermato, che molte delle personalità di spicco dell'attuale panorama liutario a livello mondiale abbiano appreso il mestiere proprio a Cremona.

Altri intervistati hanno ritenuto non corretto assegnare il primato ad una precisa località geografica, quanto piuttosto a singoli liutai capaci – la cui perizia non si sentirebbero di generalizzare ai colleghi che operano all'interno degli stessi confini cittadini o nazionali.

Tra i Paesi citati dai musicisti come patria di validi liutai, oltre all'Italia, figurano la Germania, il Giappone, l'Ungheria, la Romania e, in generale, l'Est Europa, la Francia (specie per quanto riguarda la costruzione di archi), la Svizzera (soprattutto nel campo della restaurazione degli strumenti) e gli Stati Uniti. Sono stati altresì fatti rilevare i progressi compiuti dalla produzione cinese negli ultimi anni, nonostante la prevalenza, in questo Paese, di operatori che adottano una metodologia di lavoro di tipo seriale.

Per permettere alla liuteria cremonese di sostenere la minaccia portata da queste produzioni, alcuni intervistati hanno suggerito di incrementare il giro dei musicisti professionisti che transitano in città – aumentare, cioè, il numero dei concerti pubblici, audizioni, *masterclass* etc. che già oggi si tengono a Cremona grazie all'impegno di diverse istituzioni quali, ad esempio, la Camera di Commercio di Cremona e il Consorzio Liutai A. *Stradivari Cremona*. Ciò gioverebbe, fornendo loro stimoli, ai liutai, in particolare a quelli più giovani, e alla circolazione in tutto il mondo degli strumenti cremonesi, grazie alla quale potrebbe innescarsi un ampio passaparola. Inoltre, si potrebbe avviare in questo modo alla mancanza di occasioni di uso di strumenti appartenenti alle varie collezioni cittadine che soffrono per il lungo tempo di permanenza all'interno di armadi e teche di conservazione e che, viceversa, necessiterebbero di essere suonati più di frequente.

Altri suggerimenti forniti dai musicisti – da quelli che vantano relazioni consolidate, addirittura quotidiane, con la città di Cremona, ma non solo –, riguardano gli aspetti produttivi, come l'incremento della trasparenza del processo di fabbricazione e degli investimenti per migliorare la qualità. A quest'ultimo riguardo, la partecipazione di strumenti cremonesi ai concorsi internazionali dovrebbe essere incoraggiata poiché essa fornirebbe stimoli alla sperimentazione e al miglioramento, grazie al confronto con altri liutai.

La sperimentazione sul suono e la ricerca sul comportamento nel tempo degli strumenti rappresenterebbero, a detta di alcuni intervistati, altri fattori cruciali per il mantenimento del buon nome della liuteria cremonese, anche valorizzando quanto offerto al riguardo dalle più moderne tecnologie.

E ancora, alla comunità liutaria cremonese gioverebbe fare rete per la condivisione del sapere tacito che contraddistingue la patria di Stradivari.

E' stato infine fatto rilevare quanto più supporto potrebbe venire dalla comunità cittadina tutta alla promozione del suo patrimonio artigianale, non tanto in ottica di marketing territoriale, bensì di maggiore consapevolezza e giusto orgoglio per una ricchezza ed un'unicità, quella del saper fare liutario, che ne hanno reso il nome famoso nel mondo. Questo risultato sarebbe alla portata di Cremona, nonostante la sua piccola dimensione: occorrerebbero, ad esempio, più occasioni di intrattenimento e di divulgazione culturale di elevato livello, tanto per gli addetti ai lavori, quanto per gli appassionati. In tal senso, l'apertura del Museo del Violino potrebbe rappresentare un'imperdibile occasione.

7. Indagine sul certificato *Cremona Liuteria*

Rientra tra gli scopi di questo Rapporto quello di presentare dati aggiornati circa l'evoluzione della diffusione del certificato *Cremona Liuteria*, istituito nel 2002 per la valorizzazione della liuteria cremonese nel mondo, e sul valore ad esso attribuito dagli acquirenti.

7.1 Diffusione del certificato *Cremona Liuteria*

Con l'introduzione del certificato *Cremona Liuteria* si perseguiva, allora e tutt'oggi, l'obiettivo di garantire la provenienza degli strumenti costruiti secondo specifiche caratteristiche artigianali e, di conseguenza, tutelare, tanto il liutaio rispetto alla minaccia di vedere commercializzati a proprio nome esemplari contraffatti, quanto l'utilizzatore finale.

Per rendere tale garanzia efficace, il rilascio del certificato è subordinato al possesso di requisiti oggettivi che riguardano, da un lato, il costruttore dello strumento, dall'altro il processo produttivo – quest'ultimo necessariamente rispettoso delle tecniche distintive della tradizione liutaria cremonese e delle sue successive evoluzioni.

Il certificato *Cremona Liuteria* è, nei fatti, un documento articolato in quattro parti: i dati relativi al maestro liutaio costruttore; la descrizione dettagliata dello strumento; tre fotografie di quest'ultimo; e, infine, il bollino numerato emesso dalla S.I.A.E. A seguito dell'approvazione del nuovo disciplinare d'uso nel 2012, è divenuto necessario fornire diciassette fotografie relative alle diverse fasi di costruzione dello strumento al fine di ottenere la certificazione.

Non è opportuno, in questa sede, ripercorrere integralmente le tappe evolutive della storia del certificato, né esplicitarne i relativi requisiti costruttivi. Ci si limita pertanto a fornire di seguito alcune precisazioni utili per la comprensione della sintesi delle opinioni espresse dai liutai e dai commercianti che seguirà.

Tali precisazioni riguardano, in particolare, l'accesso ed il costo della certificazione – del suo significato, già è stato detto. In seguito ad una prima modifica del regolamento d'uso avvenuta nel 2003, è stato vietato ai maestri liutai non consorziati di divenire licenziatari del marchio *Cremona Liuteria* che il certificato riporta. Sino a quel momento, i consorziati divenivano automaticamente licenziatari del marchio e i non aderenti al Consorzio Liutai *Antonio Stradivari Cremona* (di seguito, per brevità, Consorzio) previo pagamento di una somma superiore alla quota consortile. L'ottenimento del certificato per un proprio strumento è sempre stato subordinato al pagamento di un corrispettivo, necessario all'ottenimento del bollino emesso dalla S.I.A.E.

L'approvazione di un nuovo regolamento d'uso del certificato *Cremona Liuteria* ha avuto luogo il 27 Febbraio 2012. Tra le novità introdotte, oltre ad un maggior numero di fotografie a corredo del processo produttivo, il rinnovo della possibilità per i non aderenti al Consorzio di richiedere questa certificazione per i propri strumenti. Non sarà più possibile, inoltre, fare richiesta del certificato dopo l'avvio della costruzione dello strumento.

A seguito dell'approvazione del nuovo regolamento si è anche insediato il nuovo organo di controllo, incaricato di vigilare sull'osservanza del disciplinare.

Come si può notare osservando la Tabella 7.1, dal 2003¹¹ al 2011 il numero annuo di certificati rilasciati dal Consorzio è aumentato del +61,39%. Questo risultato è sicuramente influenzato da diversi fattori, tra cui la crescita dei consorziati (+37,74%), il maggior numero di liutai all'interno dell'ente che ne fanno richiesta (+61,11%) e la superiore notorietà che lo stesso ha raggiunto grazie alla continua attività promozionale del Consorzio.

¹¹ Per il calcolo delle variazioni è stato assunto come base il 2003 in quanto primo anno completo durante il quale è stato possibile chiedere al Consorzio il rilascio di questa certificazione.

L'andamento delle richieste, dopo la forte crescita nel 2003 e nel 2004, mostra negli anni successivi un andamento affatto omogeneo: esso ha raggiunto il valore massimo nel 2006 e nel 2008 (190 certificati rilasciati in entrambi gli anni).

Tab. 7.1: La richiesta di certificati, Anni 2002-2011

Anno	Numero liutai consorziati	Numero certificati rilasciati	Numero liutai che hanno richiesto certificati	Media certificati per consorziati	Media certificati per liutai utilizzatori	Numero liutai che non hanno richiesto certificati	Numero liutai che hanno chiesto almeno sei certificati
2002	42	64	33	1,52	1,94	9	1
2003	53	101	36	1,91	2,81	17	3
2004	57	168	41	2,95	4,10	16	9
2005	60	145	46	2,42	3,15	14	4
2006	63	190	50	3,02	3,80	13	11
2007	61	146	46	2,39	3,17	15	6
2008	62	190	50	3,06	3,80	12	12
2009	65	147	48	2,26	3,06	17	6
2010	74	180	64	2,43	2,81	10	7
2011	73	163	58	2,23	2,81	15	5

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati forniti dal Consorzio Liutai A. *Stradivari Cremona*

A fronte di ciò, bisogna anche ricordare la parziale adesione degli artigiani cremonesi al Consorzio che, ancora nel 2011, raggruppa circa la metà dei liutai attivi nella provincia di Cremona e, quindi, l'impossibilità fino ad oggi – ad eccezione dell'anno 2002 – per un non consorziato di divenire licenziatario del marchio. In secondo luogo, il numero di consorziati che non certifica alcuno strumento, pur oscillando nel corso del decennio, è ancora abbastanza elevato e si aggira attorno al 20% degli associati nel 2011. Infine, il numero di liutai che richiede con una certa regolarità il certificato per la sua produzione (6 strumenti o più all'anno) è ancora molto contenuto – 6,80% dei licenziatari nel 2011 – e comunque inferiore a quello di chi non lo usa del tutto – ad eccezione del 2008, quando le due categorie hanno esattamente la stessa consistenza (12).

7.2 L'opinione dei maestri liutai sul certificato *Cremona Liuteria*

Innanzitutto, i 17 maestri liutai (su 21 contattati) che hanno accettato di essere sottoposti ad intervista sono stati invitati ad esplicitare i motivi per cui richiedono al Consorzio questo tipo di certificazione. Tra le opzioni di risposta – *“per partecipare alle missioni organizzate dal Consorzio”*, *“dietro richiesta del commerciante”*, *“dietro richiesta del musicista”*, *“perché ci credo”* –, la prima è stata citata come prevalente dalla maggior parte degli intervistati. Del tutto esclusa, viceversa, l'opzione legata ad un'esplicita richiesta da parte dei musicisti.

Alla necessità di prendere parte a missioni organizzate dal Consorzio – gli strumenti con cui i maestri liutai partecipano a queste iniziative devono obbligatoriamente essere marchiati –, gli intervistati hanno affiancato abbastanza frequentemente la richiesta spontanea da parte di un commerciante. Nella generalità dei casi, si tratta di contatti commerciali che i liutai condividono con il Consorzio, cioè di intermediari commerciali che, pur essendo clienti dell'ente consortile cremonese, hanno deciso, per svariate ragioni, di rivolgersi direttamente anche al costruttore.

Gli intervistati hanno in genere indicato come episodi sporadici, invece, le richieste da parte di commercianti che non siano già clienti del Consorzio: quando ciò si è verificato, il richiedente aveva spesso avuto in passato contatti con Cremona e la sua produzione liutaria. Del resto, affinché un commerciante che in passato non ha mai concluso affari con il Consorzio possa

anche solo considerare l'ipotesi di richiederne il certificato, sono necessarie diverse precondizioni: questi deve essere a conoscenza dell'esistenza dell'ente consortile, nonché della certificazione e del suo significato, e deve sapere che il liutaio con cui tratta aderisce al Consorzio stesso. Per questo motivo alcuni intervistati hanno tratteggiato differenze nell'atteggiamento dei commercianti nei confronti del certificato, a seconda che il rapporto con questi sia in atto da un lasso di tempo più o meno lungo: talvolta sono proprio i più recenti contatti commerciali ad aderire "calorosamente" alla proposta del liutaio di allegare questa ulteriore certificazione.

Anche la capacità e la volontà, da parte del liutaio, di proporre al cliente il certificato *Cremona Liuteria* sono emerse nel corso delle interviste. Alcuni liutai hanno affermato di aver spontaneamente proposto la certificazione ai clienti (commercianti o musicisti) perché animati da fiducia sincera in essa o anche come semplice tentativo – magari a fronte di uno strumento tornato invenduto da una missione consortile. In molti casi, hanno osservato, l'accoglienza è stata tiepida.

Quando un commerciante fa esplicita richiesta del certificato *Cremona Liuteria* è più probabile che la sua nazionalità sia asiatica. Ciò confermerebbe la tesi, sostenuta da diversi intervistati, secondo la quale l'utilità e la funzione garante del certificato sarebbero maggiori nei mercati siti lontano da Cremona, o che con essa intrattengono rapporti da minor tempo – come certi Paesi asiatici emergenti. Per quanti svolgono l'attività commerciale in Europa infatti sarebbe più agevole recuperare informazioni su un particolare liutaio, ovvero verificarne l'opera direttamente recandosi presso la sua bottega – lo stesso vale per i musicisti. Farebbe eccezione, sotto questo profilo, proprio il Giappone, principale mercato di destinazione della liuteria cremonese. Tra le ragioni di ciò vi è il fatto che, pur distando da Cremona, i rapporti che da lungo tempo lo legano ai suoi liutai avrebbero reso superflua ogni ulteriore certificazione. Per questo motivo, l'atteggiamento dei commercianti nipponici nei confronti del certificato *Cremona Liuteria* risulterebbe abbastanza tiepido, rispetto a quello esibito da altri Paesi asiatici.

Sempre secondo alcuni intervistati, il certificato godrebbe di maggior popolarità in Asia, rispetto ad altri continenti, perché qui la minaccia di contraffazione sarebbe più intensa.

Alcuni maestri liutai si sono comunque dichiarati impossibilitati nell'indicare chiari trend, quanto alla provenienza geografica delle richieste di certificazione.

Per quanto riguarda invece il loro corso nel tempo, il numero di quanti affermano che la diffusione del certificato è aumentata – fino a sgravare il liutaio dal compito di proporlo, perché glielo richiede spontaneamente il commerciante – è sostanzialmente equivalente a quello di quanti dichiarano di non aver notato alcuna progressione significativa, ma esso non sarebbe mai realmente decollato. Tra i primi, molti hanno sottolineato il contributo dell'attività promozionale del Consorzio alla maggior popolarità del marchio. Vi è anche un elevato numero di liutai che ha dichiarato di non avere percezione alcuna della maggiore o minore richiesta di certificati nel corso degli anni.

Altro è monitorare in che modo si siano evolute la consapevolezza e la corretta comprensione del significato del certificato di proprietà del Consorzio cremonese.

La maggior parte degli intervistati concordano nell'affermare che l'esistenza di questa certificazione sfugge o non è interessante per il musicista, la qualità del suono e il certificato di autenticità del singolo costruttore prevalendo, rispetto a qualunque altra argomentazione di vendita. La presenza del certificato, dunque, non faciliterebbe la vendita al musicista effettuata presso la bottega: tuttavia, alcuni liutai non hanno escluso che, nell'ambito dei successivi passaggi commerciali, a parità di apprezzamento per il suono, un musicista possa essere indotto da un bravo commerciante a preferire uno strumento certificato ad uno non certificato.

Se le percezioni degli intervistati tendono a coincidere quando si tratta di musicisti, le cose vanno diversamente quando si chiede loro dell'atteggiamento tenuto dai commercianti. Secondo alcuni liutai gli intermediari commerciali avrebbero ormai ben chiara la funzione di certificazione di provenienza geografica e tecnica costruttiva del certificato, ne condividerebbero la finalità e la promuoverebbero coerentemente presso i propri clienti. La percezione dei

commercianti si sarebbe modificata nel tempo anche grazie all'attività del Consorzio – del quale sono clienti la maggior parte degli intermediari commerciali che richiedono ai liutai il certificato.

Secondo altri intervistati, pur comprendendo il significato della certificazione, quest'ultima premerebbe alla grandissima maggioranza dei commercianti essenzialmente come ulteriore argomentazione per la vendita. Vi è chi ha affermato che quest'ultimo rappresenta il solo interesse del commerciante nei confronti del certificato, a prescindere dalla comprensione del suo reale valore.

Non solo l'atteggiamento dei commercianti nei confronti del certificato sarebbe mutato nel tempo: lo stesso sembra essere accaduto anche ai liutai. L'evoluzione non sarebbe stata omogenea per tutti gli intervistati: alcuni, constatato anche l'opportunismo dei commercianti, hanno dichiarato di aver progressivamente ridotto le attese nei confronti del marchio. Maggiori adempimenti per il rilascio della certificazione ed accoglienza tiepida da parte dei clienti avrebbero alimentato in diversi intervistati dei sentimenti di disaffezione. Altri, invece – tipicamente quanti hanno affermato di richiedere il certificato soprattutto per convincimento personale –, hanno dichiarato di credere nella sua funzione e di intravedere in esso un potente strumento di promozione della liuteria cremonese, capace di rafforzare, mettendolo a sistema, lo sforzo di molti singoli. Anche per questo motivo, alcuni liutai hanno dichiarato di meditare per il futuro la certificazione dell'intera loro produzione.

Del resto, questa opzione sembra venire incoraggiata dal nuovo regolamento d'uso il quale, dalla sua entrata in vigore, sancisce l'impossibilità di chiedere il certificato in un momento successivo all'avvio della costruzione dello strumento. Questo dovrebbe indurre i maestri liutai a pianificarne per tempo la domanda, anche in vista di partecipazioni alle iniziative del Consorzio.

Sempre l'approvazione del nuovo regolamento ha indotto alcuni intervistati a sospendere il giudizio sul futuro del marchio. A rafforzare l'autorevolezza e la serietà del nuovo regolamento dovrebbe contribuire in modo decisivo l'attività dell'organismo di controllo per il corretto utilizzo del marchio. L'art. 10 del nuovo regolamento d'uso ne descrive la composizione in questi termini:

- N° 1 membro esterno al Consorzio in possesso di comprovata competenza giuridica, con funzioni di Presidente;
- N° 4 maestri licenziatari del marchio da almeno un biennio, di cui almeno uno componente del Consiglio direttivo;
- N° 2 membri esterni al Consorzio in possesso di un *curriculum* adeguato al ruolo da svolgere¹².

Un numero rilevante di intervistati sembra intenderlo come un importante correttivo, rispetto ad alcune opacità che il marchio ha esibito in passato; per altri le perplessità sembrano destinate invece a permanere.

Resta inteso tra tutti gli intervistati che non potrebbe figurare, tra i compiti della commissione, quello di certificare la qualità dello strumento *tout court*, ma solo la sua origine geografica e il rispetto di una procedura costruttiva artigianale. L'adesione ad una tecnica, convengono molti intervistati, non garantisce infatti, di per sé, la capacità sonora e la qualità dello strumento, ma esse sono in larga parte frutto del *know how* tacito e della bravura di colui che l'ha costruito.

La presenza del certificato attribuirebbe un valore superiore allo strumento?

Un numero ristretto di intervistati ritiene che ciò sia vero a livello immateriale: sostengono, innanzitutto, che esso rafforzi la tutela del liutaio e dell'acquirente nei confronti della minaccia di contraffazioni. Servirebbe, inoltre, a promuovere l'identità della liuteria cremonese e la sua forza risiederebbe nella sua unicità – esistendo ad oggi poche altre iniziative note di certificazione del processo produttivo al di fuori del settore alimentare, e nessuna in ambito artigianale musicale.

¹² Dal medesimo articolo si apprende che i componenti esterni dell'organismo di controllo durano in carica per due anni e possono essere riconfermati, a differenza dei maestri liutai, i quali decadono al termine di ogni mandato biennale.

A livello economico, invece, la generalità degli intervistati ha dichiarato di vendere gli strumenti certificati *Cremona Liuteria* e quelli non certificati allo stesso prezzo.

Quanto alla condotta del commerciante, in generale gli intervistati hanno dichiarato di non sapere se questi chieda o meno un prezzo superiore per gli strumenti certificati, rispetto a quelli non certificati. Molti intervistati hanno anche detto di non sapersi pronunciare sulla maggiore, minore o identica tendenza dei primi a rivalutarsi nel tempo, rispetto agli strumenti non marchiati. Si spera di contribuire a soddisfare tali curiosità nel prossimo paragrafo (cfr. Par. 7.3).

7.3 L'opinione dei commercianti sul certificato *Cremona Liuteria*

Come già segnalato altrove tra le cautele all'interpretazione dei dati, a maggior ragione in questa circostanza l'esiguità del numero dei rispondenti non consente di generalizzare le informazioni acquisite, nemmeno nei casi in cui i giudizi siano stati espressi in forma numerica (susceptibili, quindi, di essere sottoposti a procedimenti statistici per il calcolo di medie aritmetiche).

La consultazione è avvenuta presso un gruppo di 37 commercianti di strumenti musicali, formato dai contatti forniti dal Consorzio e dai maggiori siti Web per numero di nominativi individuati consultati per la compilazione del *database* usato nel presente studio. A questi è stato sottoposto un questionario volto ad indagarne il rapporto con la liuteria cremonese, in particolare con quella certificata *Cremona Liuteria*, e, in generale, il ruolo che diverse tipologie di garanzie allegate agli strumenti hanno, rispetto al buon esito della vendita e alla definizione del prezzo. Per maggiori informazioni circa le caratteristiche dei rispondenti (10) ed il processo di somministrazione si rinvia al Paragrafo 1.2.

Il gruppo di commercianti intercettato per questa consultazione acquista in media ogni anno un numero di strumenti cremonesi (certificati e non) compreso tra 2 e 25: il maggior *buyer* di strumenti cremonesi ha sede negli Stati Uniti.

Il numero medio degli strumenti cremonesi acquistati annualmente da questi commercianti si aggirerebbe attorno alle 9 unità; tuttavia la non rappresentatività dal punto di vista statistico di questo gruppo di rispondenti rende scarsamente informativa l'esposizione del valore medio. Nel dettaglio, quindi, un commerciante ha dichiarato di acquistare in media 2 strumenti cremonesi all'anno, uno di acquistarne 4, uno 5, uno 6, uno 8, uno 10, uno 14 ed uno 25. Restano esclusi da questo elenco i due rispondenti non clienti del Consorzio, i quali hanno affermato di non comprarne alcuno – ad onor del vero, nella sezione del questionario riservata ai commenti in forma libera, uno di questi ha dichiarato di aver recentemente visitato la manifestazione *MondoMusica* a Cremona, di esser stato colpito dalla bellezza degli strumenti degli artigiani locali esposti, di nutrire rimpianto per non averne comprati già allora e di meditarne per il futuro l'acquisto.

Il numero di strumenti mediamente acquistati dall'intermediario commerciale sarebbe influenzato dall'esistenza di accordi tra questi ed il Consorzio cremonese per l'organizzazione di eventi presso la sede del commerciante. Da un lato, l'ospite è vincolato ad un acquisto minimo di strumenti portati per l'esposizione; dall'altro, come riferito proprio da uno di questi, vi sarebbero ricadute positive, in termini di vendite degli strumenti ad arco *made in Cremona*, che si protrarrebbero ben oltre la durata dell'evento promozionale.

«Our yearly purchases of newly made Cremonese instruments sometimes vary from one or two to six and more. When we host the Cremona Exhibition or Cremona Violinmaking exhibition, it attracts interest which often results in sales throughout the year and not necessarily during the show.»

Le domande della successiva sezione del questionario sono state rivolte solo a quanti hanno dichiarato di acquistare almeno uno strumento cremonese l'anno.

Innanzitutto, si è voluto accertare quanta parte di tali acquisti fosse accompagnata dal certificato *Cremona Liuteria* e quanta ne fosse, viceversa, sprovvista. Due commercianti hanno risposto che tutti gli acquisti di strumenti artigianali cremonesi che effettuano recano questa certificazione. Si tratta di alcuni tra i più recenti contatti commerciali avviati dal Consorzio che

svolgono la propria attività in Paesi asiatici particolarmente dinamici: ciò confermerebbe alcune delle opinioni illustrate nella sezione precedente, *cfr.* Par. 7.2.

Il resto del gruppo ha affermato di comprare, sia strumenti cremonesi certificati che non certificati e di rivolgersi, per l'acquisto dei primi, in maniera abbastanza simmetrica, tanto al Consorzio, quanto direttamente ai singoli costruttori consorziati – con una leggera predilezione per la relazione con l'ente consortile. Un solo commerciante ha dichiarato di condurre le proprie trattative esclusivamente con il Consorzio.

Interrogati in merito ai destinatari in via privilegiata, a loro avviso, della produzione liuteria cremonese certificata, quasi tutti gli intervistati hanno collocato al primo posto i musicisti professionisti – preferendoli alla categoria degli studenti e degli altri commercianti. In due casi i musicisti sono stati posti a pari merito con gli studenti delle scuole di musica; in un solo caso questi ultimi sono stati preferiti ai primi.

Questi risultati sono influenzati, con ogni probabilità, dal prezzo di vendita degli strumenti cremonesi. E' vero, infatti, che essi risultano a volte meno costosi, se comparati ad altre produzioni artigianali europee e d'oltre oceano, ma certo il loro prezzo è superiore a quello degli strumenti di fabbricazione seriale cui spesso gli studenti ricorrono all'inizio del loro percorso di studi.

Per poco meno della metà dei rispondenti a questa sezione del questionario gli strumenti cremonesi formerebbero anche oggetto di rivendita ad altri commercianti – gli altri escludono questa ipotesi.

In seguito è stato chiesto agli acquirenti di strumenti cremonesi certificati di esprimere il proprio livello di accordo rispetto ad una serie di benefici potenziali offerti dal marchio alla vendita, ordinandoli.

Maggior successo hanno riscosso le opzioni relative alla *garanzia di origine geografica* e all'*associazione con il nome di Cremona* e con la sua tradizione. Moderato consenso hanno riscosso anche quelle legate ad una *superiore garanzia, relativamente alla tecnica di costruzione* dello strumento, e alla *tracciabilità* dello stesso. Gli interpellati hanno citato anche la *possibilità di interagire con un unico soggetto*, a fronte dell'offerta di strumenti confezionati da una pluralità di liutai – opzione che più direttamente riguarda l'attività del Consorzio –, mentre scarso sembra essere il ruolo del marchio nel permettere al commerciante di spuntare un prezzo di vendita superiore.

Ciò trova puntuale riscontro nel quesito successivo, quello dedicato al prezzo cui si vendono gli strumenti cremonesi certificati, rispetto a quelli non marchiati – con esso si tenta anche di soddisfare la curiosità espressa al riguardo da alcuni liutai.

Più della metà dei commercianti interrogati hanno affermato che il prezzo di vendita delle due categorie di strumenti è esattamente equivalente, mentre quanti hanno affermato che quello dei primi è leggermente superiore hanno indicato una percentuale approssimativa di ricarico pari al 10% del valore di vendita.

Sempre nell'ambito dei quesiti attorno al valore economico del certificato *Cremona Liuteria*, si è voluto sondare il parere dei commercianti in merito alla tendenza di questi strumenti a rivalutarsi nel tempo, rispetto a quelli non marchiati. E' emerso che, per quasi tutti i rispondenti, gli strumenti marchiati presenterebbero una tendenza *lievemente superiore* a quella degli strumenti privi di certificato a rivalutarsi nel tempo. Un solo commerciante ha escluso che, tra l'una e l'altra categoria, esista differenza alcuna, mentre uno di essi ha affermato che tale tendenza sarebbe "*considerevole*".

Alcuni liutai intervistati avevano dichiarato di non conoscere con quali argomentazioni i commercianti cui cedevano i propri strumenti (certificati e non) provvedevano poi alla loro valorizzazione presso i clienti. Da questa consultazione è emerso come l'*associazione con la storica tradizione liuteria cremonese* sia la principale, seguita a pari merito dal *nome e dallo stile inimitabile del costruttore*, dall'*ottima qualità sonora* dello strumento e dalle *iniziative promozionali* della liuteria di Cremona, organizzate in genere con cadenza annuale.

I commercianti hanno riferito anche di enfatizzare presso la propria clientela il fatto che questi strumenti rappresentino un *ottimo investimento*, come anche la loro *bellezza* e, qualora certificati, la presenza di una *garanzia di costruzione artigianale*.

Esulando dalla promozione della sola liuteria cremonese ed estendendo il ragionamento alla vendita in generale di strumenti ad arco artigianali, ai commercianti è stato chiesto di indicare quali siano, a loro avviso, le argomentazioni/garanzie che massimizzano la probabilità di concluderla con successo. Le opzioni proposte riguardavano la *reputazione del maestro liutaio*, il *luogo fisico di produzione* dello strumento, la *garanzia di artigianalità del processo produttivo*, la presenza di *test scientifici acustici*, la *qualità delle materie prime* utilizzate, l'offerta di un *servizio di assistenza post-vendita* ed un buon *rapporto qualità/prezzo*.

Quest'ultima ha raccolto i migliori risultati, tanto in termini di somma dei giudizi numerici, quanto di frequenza di quelli più elevati (i commercianti erano invitati ad assegnare un valore da 1 a 4, ove 1 esprimeva il ruolo poco significativo di quel particolare item, rispetto alla probabilità di concludere con successo la vendita; all'estremo opposto, un voto pari a 4 indicava un'influenza decisamente maggiore). La segue, a breve distanza, la garanzia di artigianalità del processo produttivo, poi della qualità delle materie prime, l'assistenza post-vendita e la reputazione del costruttore.

Risultano minore consenso il luogo fisico di produzione dello strumento – che, quindi, sembra assumere rilievo soprattutto quando si tratta di Cremona, se si confrontano questi risultati con le precedenti argomentazioni di vendita dei commercianti – e, ancora più staccati, gli eventuali test acustici a corredo della vendita.

Le stesse opzioni – con la sola esclusione di quella relativa al rapporto qualità/prezzo – sono state proposte sotto forma di garanzie offerte al cliente. A ciascuna di esse è stato chiesto ai commercianti di assegnare un punteggio da 1 a 4 che ne quantificasse l'importanza, rispetto alla possibilità di chiedere per lo strumento un prezzo di vendita maggiore (1 = *minore importanza*; 4 = *massima importanza*; hanno risposto al quesito nove commercianti su dieci).

Emerge il primato spettante al buon nome e alla fama del costruttore – quindi, al certificato di autenticità rilasciato da questi a corredo dello strumento. Giovano anche il luogo fisico di produzione dello strumento – che assumeva un ruolo viceversa secondario, rispetto alla probabilità di concludere con successo la vendita –, la qualità dei materiali e la garanzia di supportare il cliente nella manutenzione e nel restauro dello strumento dopo il suo acquisto. Ancora una volta, i test acustici conseguono il peggior risultato, mentre decresce il ruolo della garanzia di artigianalità del processo produttivo – coerentemente con l'osservazione dei commercianti esposta in precedenza, stando alla quale la presenza del certificato *Cremona Liuteria*, che in questa fattispecie ricade, non provocherebbe variazioni significative nel prezzo di vendita degli strumenti cremonesi.

Da ultimo, le stesse opzioni – depurate ulteriormente di quella relativa all'offerta di assistenza post-vendita – sono state sottoposte ai commercianti affinché indicassero quelle che più incrementano il valore dello strumento agli occhi dei musicisti nel medio-lungo termine.

Se i commercianti fanno leva sul buon nome del costruttore per richiedere un prezzo maggiore, probabilmente ciò avviene perché l'esperienza suggerisce loro che i musicisti attribuiscono proprio a questo un grande valore (collegato a questo nel Capitolo 5, dedicato alla descrizione dei canali di vendita, è stato osservato come spesso i musicisti giungano alla bottega del liutaio – ma lo stesso vale per il negozio del commerciante – avendo già in precedenza sentito parlare di lui o provato i suoi strumenti).

Tutte le altre opzioni seguono con un certo scarto; la seconda per importanza sarebbe la garanzia di artigianalità del processo produttivo, seguita dalla provenienza geografica dello strumento (a conferma che vi sarebbe, da parte di questi, una tendenza a ragionare secondo le varie scuole di formazione liutaria) e, a distanza ancora maggiore, dalla certificazione della qualità dei materiali utilizzati e dall'offerta di test comprovanti il suono.

Vi è da far rilevare come queste opzioni di risposta abbiano totalizzato punteggi più elevati quando riportate come possibili argomentazioni per la vendita, rispetto al caso in cui esse

fungessero da fattori incrementali del prezzo o del valore dello strumento agli occhi del musicista.

A conclusione di questo capitolo dedicato al certificato *Cremona Liuteria*, si propone una tavola sintetica dei suoi punti di forza e di debolezza attuali, quali emersi dalle interviste ai maestri liutai e dai questionari sottoposti all'attenzione dei commercianti (*cfr.* Tab. 7.2):

Tab. 7.2: Punti di forza e di debolezza attuali del certificato *Cremona Liuteria*

Punti di FORZA
<ol style="list-style-type: none">1. Fornisce al liutaio una tutela giuridica contro il rischio di eventuali contraffazioni;2. Offre all'acquirente una garanzia di origine e di artigianalità del processo produttivo;3. Può agevolare il liutaio nella vendita al commerciante;4. Aiuta la vendita al cliente finale del commerciante;5. Trae forza dall'associazione con la tradizione liutaria di Cremona ed è uno strumento di promozione per la città;6. Rappresenta una forma di certificazione unica nel suo genere;7. E' un importante strumento di promozione nei Paesi asiatici emergenti.
Punti di DEBOLEZZA
<ol style="list-style-type: none">1. Il suo significato non viene sempre correttamente inteso dagli acquirenti;2. I clienti, specie se musicisti professionisti, danno preminenza al certificato di autenticità del maestro liutaio. In parte ciò potrebbe dipendere dal fatto che il certificato <i>Cremona Liuteria</i> è di tipo standardizzato, mentre ciò che essi ricercano in uno strumento sono uno stile ed un'identità unici;3. Ha un costo;4. La sua richiesta nel tempo non è significativamente aumentata, specie nel principale mercato di destinazione della liuteria cremonese. A tutt'oggi essa è legata prevalentemente alle missioni del Consorzio e sono pochi gli aderenti che vi ricorrono con continuità;5. Per il liutaio risulta difficile spiegare la simultanea presenza sui mercati di suoi strumenti certificati e non certificati;6. Attualmente il certificato è causa di discussioni all'interno della liuteria cremonese.

Fonte: Elaborazioni CERSI

Allegati

Tab. 1: Distribuzione mondiale delle imprese della liuteria per Paese e tipologia di attività (in valori assoluti)

Paese/continente	Produzione artigianale	Produzione artigianale più commercio			Commercio			Produzione industriale più commercio				Produzione artigianale e industriale più commercio		Altre attività	Totale
	M	M+R/S	M+W/D	M+D/W+R/S	D/W	R/S	D/W+R/S	F	F+R/S	F+D/W	F+D/W+R/S	M+F	M+F+D/W+R/S	Altro	
EUROPA															1.150
Austria	1		4	11			2			1			1	3	23
Belgio	6	5	3	2						1			4	2	23
Bulgaria	3	1		1									1	3	9
Croazia				1								1	1	1	4
Cipro	1		1	1											3
Repubblica Ceca	3	3	1	2									1	1	11
Danimarca			2	7	3								2	4	18
Finlandia	4	2		1			1						1		9
Francia	31	8	5	30	2		2		1		1	1	3	25	109
Germania	49	15	21	60	11	2	5	2	1	1		4	13	42	226
Grecia		1											1	1	3
Ungheria	3	1		2											6
Islanda	1														1
Irlanda	3	1	1	2									1	3	11
Italia	95	27	10	28	3		5		2			4	6	16	196
Lituania			1												1
Lussemburgo				1											1
Malta							1								1
Olanda	8	1	5	15								1	2	10	42
Norvegia	1	1	1	3										3	9
Polonia	5	1	1	2											9
Portogallo	1	1		1									1		4
Regno Unito	71	11	18	51	14	12	25			1	3	4	8	71	289
Romania		1	1		1		2		1				1		7
Russia	2													1	3
Serbia	1			2											3
Slovacchia	1		2	2				1			1		1		8
Slovenia	2	2											1	2	7
Spagna	8	4	5	6			1			1			5	2	32
Svezia	7		1	9									2	2	21
Svizzera	7	3	5	28	1		3						2	10	59
Ucraina	2														2
NORD AMERICA															526
Canada	16	4	2	16	2	2	1			1			3	19	66
Stati Uniti	64	28	27	137	18	12	46	1		8	2	1	31	85	460
CENTRO E SUD AMERICA															36
Argentina	5			5						1					11
Brasile	3	1	1	2	1					1			1	3	13
Colombia	1		1												2
Ecuador													1		1
Messico	2	1		3							1		1		8
Venezuela	1														1
ASIA															108
Cina	1		2	4	2		3		1	5		2	5	1	26
Corea	1		1	2			4						3	1	12
Georgia			1												1
Giappone	4	1		10	4	1	4						1		25
India				1				1		3			3	5	13
Indonesia				1											1
Iran														1	1
Israele	1	2		1			1							1	6
Malesia							1								1
Singapore			1	1			1						1		4
Tailandia				1											1
Taiwan		1					3	2			2		2	2	12
Turchia	2		2											1	5
AFRICA															6
Egitto			1												1
Sudafrica	2		2				1								5
OCEANIA															50
Australia	5	3		13	1	2				1			6	7	38
Nuova Zelanda	5	3	1	1			2								12
Totale per categorie	429	133	130	466	63	31	114	7	6	25	10	18	116	328	1.876

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *The Strad* 2011

**Tab. 2: Distribuzione delle imprese della liuteria in Italia
per regione e provincia italiane e tipologia di attività (valori assoluti)**

Regioni italiane	Produzione artigianale	Produzione artigianale più commercio			Commercio			Produzione industriale più commercio				Produzione artigianale e industriale più commercio		Altre attività	Totale
	M	M+R/S	M+W/D	M+D/W+R/S	D/W	R/S	D/W+R/S	F	F+R/S	F+D/W	F+D/W+R/S	M+F	M+F+D/W+R/S	Altro	
CAMPANIA															2
Napoli	1														1
Salerno														1	1
EMILIA ROMAGNA															14
Bologna	1	1		2											4
Cesena	1														1
Ferrara	1		1												2
Modena	1														1
Parma	1			1											2
Piacenza				1											1
Reggio Emilia	1			1											2
Rimini				1											1
FRIULI VENEZIA GIULIA															3
Gorizia									1						1
Udine	1													1	2
LAZIO															7
Roma	1	1	1	2		1							1		7
LIGURIA															6
Genova	2			2										2	6
LOMBARDIA															123
Bergamo	1														1
Brescia	1	1													2
Cremona	56	21	3	12	2	1						1	5	5	106
Milano	6		2		1	1									10
Monza-Brianza														1	1
Varese	1			1										1	3
MARCHE															1
Ancona	1														1
PIEMONTE															5
Alessandria							1								1
Cuneo	1														1
Torino			1			1									2
Verbania												1			1
PUGLIA															3
Bari									1						1
Lecce	1														1
Taranto												1			1
SICILIA															1
Siracusa	1														1
TOSCANA															15
Arezzo	1														1
Firenze	4	2	1	2								1		1	11
Lucca	1	1													2
Massa-Carrara	1														1
TRENTINO ALTO ADIGE															3
Bolzano														1	1
Trento	1													1	2
VENETO															13
Padova	4		1											1	6
Treviso				2											2
Venezia	1													1	2
Verona	2														2
Vicenza				1											1
Totale per categorie	95	27	10	28	3	0	5	0	2	0	0	4	6	16	196

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *The Strad* 2011

Tab. 3: Principali Paesi esportatori di strumenti ad arco a livello mondiale, Anni 2007-2010 (valori assoluti in US \$ e in %)

	Esportatori	Export 2007 (US \$)	Export 2007 (%)	Export 2008 (US \$)	Export 2008 (%)	Export 2009 (US \$)	Export 2009 (%)	Export 2010 (US \$)	Export 2010 (%)	Export cum ulato 2007-2010 (US \$)	Export cum ulato 2007-2010 (%)	Var.% 2007-2008	Var.% 2008-2009	Var.% 2009-2010	Var.% 2007-2010
1.	Cina	45.285,00	39,58%	50.242,00	42,60%	47.556,00	44,08%	54.268,00	41,64%	197.351,00	41,94%	10,95%	-5,35%	14,11%	19,84%
2.	Germania	17.954,00	15,69%	17.867,00	15,15%	14.694,00	13,62%	22.475,00	17,25%	72.990,00	15,51%	-0,48%	-17,76%	52,95%	25,18%
3.	Stati Uniti	8.245,00	7,21%	8.319,00	7,05%	12.763,00	11,83%	14.850,00	11,40%	44.177,00	9,39%	0,90%	53,42%	16,35%	80,11%
4.	Regno Unito	9.382,00	8,20%	8.225,00	6,97%	4.936,00	4,58%	6.190,00	4,75%	28.733,00	6,11%	-12,33%	-39,99%	25,41%	-34,02%
5.	Romania	7.540,00	6,59%	6.502,00	5,51%	5.958,00	5,52%	5.144,00	3,95%	25.144,00	5,34%	-13,77%	-8,37%	-13,66%	-31,78%
6.	Francia	4.133,00	3,61%	3.092,00	2,62%	3.364,00	3,12%	4.423,00	3,39%	15.012,00	3,19%	-25,19%	8,80%	31,48%	7,02%
7.	Italia	4.931,00	4,31%	5.043,00	4,28%	4.856,00	4,50%	4.288,00	3,29%	19.118,00	4,06%	2,27%	-3,71%	-11,70%	-13,04%
8.	Panama	1.701,00	1,49%	1.912,00	1,62%	1.586,00	1,47%	2.771,00	2,13%	7.970,00	1,69%	12,40%	-17,05%	74,72%	62,90%
9.	Hong Kong	222,00	0,19%	167,00	0,14%	122,00	0,11%	2.297,00	1,76%	2.808,00	0,60%	-24,77%	-26,95%	1782,79%	934,68%
10.	Rep. Ceca	3.201,00	2,80%	2.888,00	2,45%	1.626,00	1,51%	1.911,00	1,47%	9.626,00	2,05%	-9,78%	-43,70%	17,53%	-40,30%
11.	Altri Paesi	11.808,00	10,32%	13.673,00	11,59%	10.413,00	9,65%	11.698,00	8,98%	47.592,00	10,11%	15,79%	-23,84%	12,34%	-0,93%
	Totale	114.402,00	100,00%	117.930,00	100,00%	107.874,00	100,00%	130.315,00	100,00%	470.521,00	100,00%	3,08%	-8,53%	20,80%	13,91%

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *United Nation COMTRADE***Tab. 4: Principali Paesi importatori di strumenti ad arco a livello mondiale, Anni 2007-2010 (valori assoluti in US \$ e in %)**

	Importatori	Import 2007 (US \$)	Import 2007 (%)	Import 2008 (US \$)	Import 2008 (%)	Import 2009 (US \$)	Import 2009 (%)	Import 2010 (US \$)	Import 2010 (%)	Import cum ulato 2007-2010 (US \$)	Import cum ulato 2007-2010 (%)	Var.% 2007-2008	Var.% 2008-2009	Var.% 2009-2010	Var.% 2007-2010
1.	Stati Uniti	36.926,00	28,18%	29.948,00	23,46%	25.790,00	22,64%	28.432,00	23,75%	121.096,00	24,60%	-18,90%	-13,88%	10,24%	-23,00%
2.	Giappone	18.457,00	14,08%	28.921,00	22,65%	16.566,00	14,54%	17.239,00	14,40%	81.183,00	16,49%	56,69%	-42,72%	4,06%	-6,60%
3.	Regno Unito	7.145,00	5,45%	6.763,00	5,30%	13.708,00	12,03%	6.904,00	5,77%	34.520,00	7,01%	-5,35%	102,69%	-49,64%	-3,37%
4.	Germania	5.781,00	4,41%	6.107,00	4,78%	6.404,00	5,62%	6.578,00	5,50%	24.870,00	5,05%	5,64%	4,86%	2,72%	13,79%
5.	Corea	5.062,00	3,86%	4.734,00	3,71%	4.617,00	4,05%	5.279,00	4,41%	19.692,00	4,00%	-6,48%	-2,47%	14,34%	4,29%
6.	Canada	5.969,00	4,56%	5.505,00	4,31%	3.257,00	2,86%	4.559,00	3,81%	19.290,00	3,92%	-7,77%	-40,84%	39,98%	-23,62%
7.	Hong Kong	1.657,00	1,26%	1.424,00	1,12%	1.920,00	1,69%	4.233,00	3,54%	9.234,00	1,88%	-14,06%	34,83%	120,47%	155,46%
8.	Australia	3.190,00	2,43%	4.028,00	3,16%	2.623,00	2,30%	3.900,00	3,26%	13.741,00	2,79%	26,27%	-34,88%	48,68%	22,26%
9.	Francia	2.502,00	1,91%	2.909,00	2,28%	2.657,00	2,33%	3.388,00	2,83%	11.456,00	2,33%	16,27%	-8,66%	27,51%	35,41%
10.	Spagna	3.818,00	2,91%	3.574,00	2,80%	2.697,00	2,37%	3.150,00	2,63%	13.239,00	2,69%	-6,39%	-24,54%	16,80%	-17,50%
11.	Altri Paesi	40.535,00	30,93%	33.754,00	26,44%	33.698,00	29,58%	36.036,00	30,11%	144.023,00	29,25%	-16,73%	-0,17%	6,94%	-11,10%
	Totale	131.042,00	100,00%	127.667,00	100,00%	113.937,00	100,00%	119.697,00	100,00%	492.343,00	100,00%	-2,58%	-10,75%	5,06%	-8,66%

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *United Nation COMTRADE***Tab. 5: Andamento trimestrale delle esportazioni e delle importazioni di strumenti musicali dalla e verso la provincia di Cremona, Anni 2007-2011 (valori assoluti in €)**

	Export	Import
I Trim. 2007	714.674,00	1.622,00
II Trim. 2007	864.672,00	4.715,00
III Trim. 2007	448.595,00	11.790,00
IV Trim. 2007	774.126,00	33.559,00
Tot. 2007	2.802.067,00	51.686,00
I Trim. 2008	643.981,00	54.519,00
II Trim. 2008	635.036,00	74.527,00
III Trim. 2008	439.412,00	38.166,00
IV Trim. 2008	725.603,00	35.829,00
Tot. 2008	2.444.032,00	203.041,00
I Trim. 2009	640.701,00	4.884,00
II Trim. 2009	792.199,00	13.257,00
III Trim. 2009	394.708,00	14.552,00
IV Trim. 2009	965.033,00	107.700,00
Tot. 2009	2.792.641,00	140.393,00
I Trim. 2010	612.434,00	54.583,00
II Trim. 2010	822.275,00	55.341,00
III Trim. 2010	699.558,00	97.942,00
IV Trim. 2010	863.654,00	39.819,00
Tot. 2010	2.997.921,00	247.685,00
I Trim. 2011	649.983,00	85.716,00
II Trim. 2011	894.024,00	83.767,00
III Trim. 2011	463.701,00	152.617,00
IV Trim. 2011	924.678,00	188.414,00
Tot. 2011	2.932.386,00	510.514,00

Fonte: Elaborazioni CERSI su dati *COEWEB*

Tab. 6: Classificazione degli strumenti in vendita on line su siti specializzati per classe di prezzo e tipologia di lavorazione (tutti i *nominativi*; valori assoluti, classi in €)¹³

Violino								
Lavorazione	nc	0-2.000	2.000-4.000	4.000-8.000	8.000-15.000	15.000-25.000	>25.000	Totale
Maestro	29	10	50	135	182	72	11	489
Bottega	2	8	19	25	6	2		62
Seriale		3	7	1				11
Totale complessivo	31	21	76	161	188	74	11	562
Viola								
Lavorazione	nc	0-2.000	2.000-4.000	4.000-8.000	8.000-15.000	15.000-25.000	>25.000	Totale
Maestro			11	30	69	13	1	124
Bottega		1	7	3	3			14
Seriale		3	4					7
Totale complessivo	0	4	22	33	72	13	1	145
Violoncello								
Lavorazione	nc	0-2.000	2.000-4.000	4.000-8.000	8.000-15.000	15.000-25.000	>25.000	Totale
Maestro	18		11	28	47	32	24	160
Bottega	3		4	15	13			35
Seriale			4	13	1			18
Totale complessivo	21	0	19	56	61	32	24	213

Fonte: Elaborazioni CERSI

Tab. 7: Classificazione degli strumenti cremonesi in vendita on line su siti specializzati per classe di prezzo e tipologia di lavorazione (valori assoluti, classi in €)

Violino								
Lavorazione	nc	0-2.000	2.000-4.000	4.000-8.000	8.000-15.000	15.000-25.000	>25.000	Totale
Maestro	12		1	22	82	23	4	144
Bottega				3	3			6
Seriale								
Totale complessivo	12	0	1	25	85	23	4	150
Viola								
Lavorazione	nc	0-2.000	2.000-4.000	4.000-8.000	8.000-15.000	15.000-25.000	>25.000	Totale
Maestro				1	9	1	1	12
Bottega				1	1			2
Seriale								
Totale complessivo	0	0	0	2	10	1	1	14
Violoncello								
Lavorazione	nc	0-2.000	2.000-4.000	4.000-8.000	8.000-15.000	15.000-25.000	>25.000	Totale
Maestro	2				10	14	8	34
Bottega				1	1			2
Seriale								
Totale complessivo	2	0	0	1	11	14	8	36

Fonte: Elaborazioni CERSI

¹³ Qualora nella fascia di prezzo dello strumento riportata sul sito Web non sia indicato l'estremo superiore lo strumento ai fini delle rielaborazioni sul prezzo è stato etichettato come "non classificabile" (nc).

Tab. 8: Strumenti di maestro liutaio in vendita on line su siti specializzati per Paese di provenienza e classe di prezzo (valori assoluti, classi in €)

Paese	nc	0-2.000	2.000-4.000	4.000-8.000	8.000-15.000	15.000-25.000	>25.000	Totale
Australia				1	2			3
Belgio				2	3	1	1	7
Bulgaria		1	3	7	3			14
Canada		2	3	5	8	2		20
Cina			4	11				15
Francia	2			5	9	2	2	20
Germania	4	1	10	19	14	2		50
Giappone		2			1			3
Grecia					1			1
Irlanda				1				1
Italia	15		2	37	139	57	20	270
<i>di cui cremonesi</i>	14		1	23	101	38	13	190
Messico				1				1
Nuova Zelanda				1	2			3
Polonia	1		10	6	17			34
Regno Unito		1	1	8	13			23
Repubblica Ceca				4	1			5
Romania		1	5	2				8
Serbia			1					1
Singapore					1			1
Slovacchia			1					1
Spagna				4		1		5
Stati Uniti	24	1	29	76	83	50	13	276
Svezia					1			1
Svizzera						2		2
Ungheria	1	1	3	3				8
Totale complessivo	47	10	72	193	298	117	36	773

Fonte: Elaborazioni CERSI

Tab. 9: Tipologia di strumento di maestro liutaio in vendita on line su siti specializzati suddiviso per Paese di provenienza e classe di prezzo (valori assoluti, classi in €)

Violino								
Paese	nc	0-2.000	2.000-4.000	4.000-8.000	8.000-15.000	15.000-25.000	>25.000	Totale
Australia					1			1
Belgio					2	1		3
Bulgaria		1	2	7	1			11
Canada		2	3	5	4	1		15
Cina			1	7				8
Francia	2			2	5	1	1	11
Germania	3	1	2	8	4	1		19
Giappone		2			1			3
Irlanda				1				1
Italia	12		2	35	111	35	6	201
<i>di cui cremonesi</i>	12		1	22	82	23	4	144
Messico				1				1
Nuova Zelanda				1				1
Polonia			9	3	5			17
Regno Unito		1	1	7	6			15
Repubblica Ceca				3	1			4
Romania		1	5					6
Serbia			1					1
Singapore					1			1
Slovacchia			1					1
Spagna				4		1		5
Stati Uniti	12	1	21	51	39	30	4	158
Svezia					1			1
Svizzera						2		2
Ungheria		1	2					3
Totale complessivo	29	10	50	135	182	72	11	489

Fonte: Elaborazioni CERSI

Tab. 9: Tipologia di strumento di maestro liutaio in vendita on line su siti specializzati suddiviso per Paese di provenienza e classe di prezzo (valori assoluti, classi in €) (segue)

<i>Viola</i>								
Paese	nc	0-2.000	2.000-4.000	4.000-8.000	8.000-15.000	15.000-25.000	>25.000	Totale
Australia					1			1
Belgio				1	1			2
Bulgaria			1		1			2
Canada					2			2
Cina		2		1				3
Francia				3	4			7
Germania			3	2				5
Grecia					1			1
Italia				1	15	4	1	21
<i>di cui cremonesi</i>				1	9	1	1	12
Nuova Zelanda					1			1
Polonia			1	2	3			6
Regno Unito				1	6			7
Repubblica Ceca				1				1
Stati Uniti			3	18	34	9		64
Ungheria			1					1
Totale complessivo	0	0	11	30	69	13	1	124

<i>Violoncello</i>								
Paese	nc	0-2.000	2.000-4.000	4.000-8.000	8.000-15.000	15.000-25.000	>25.000	Totale
Australia				1				1
Belgio				1			1	2
Bulgaria					1			1
Canada					2	1		3
Cina		1		3				4
Francia						1		1
Francia/U.S.A.							1	1
Germania	1		5	9	10	1		26
Italia	3			1	13	18	13	48
<i>di cui cremonesi</i>	2				10	14	8	34
Nuova Zelanda					1			1
Polonia	1			1	9			11
Regno Unito					1			1
Romania				2				2
Stati Uniti	12		5	7	10	11	9	54
Ungheria	1			3				4
Totale complessivo	18	0	11	28	47	32	24	160

Fonte: Elaborazioni CERSI

Tab. 10: Maestri liutaio in ordine decrescente per prezzo medio di un violino in vendita sul mercato giapponese¹⁴ (valori assoluti e in €)

Maestro liutaio	Paese	Città	N. strumenti	Prezzo medio
1.	Italia	Cremona	1	36.133,25
2.	Italia	Cremona	2	30.504,51
3.	Italia	Cremona	2	28.383,73
4.	Italia	Modena	1	26.477,17
5.	Italia	San Polo d'Enza	1	25.977,60
6.	Italia	Cremona	1	23.979,32
6.	Italia	Cremona	1	23.979,32
7.	Italia	Cremona	1	22.326,78
8.	Italia	Cremona	1	22.322,16
9.	Italia	Modena	1	21.838,06
10.	Italia	Mantova	2	20.981,91
11.	Italia	Cremona	2	19.958,22
12.	Italia	Cremona	1	19.268,87
13.	Italia	Mantova	1	18.883,72
14.	Italia	Cremona	1	18.582,82
15.	Italia	Vicenza	1	17.910,56
16.	Italia	Jesi	1	17.624,80
17.	Italia	Cremona	3	16.945,01
18.	Italia	Cremona	5	16.724,54
19.	Italia	Cremona	1	15.485,68
20.	Italia	Cremona	1	15.415,10
20.	Italia	Cremona	1	15.415,10
21.	Italia	Bologna	1	14.987,08
22.	U.S.A.	Minneapolis	1	14.925,46
23.	Italia	Cremona	1	14.687,34
24.	Italia	Cremona	1	14.557,93
25.	Italia	Cremona	1	14.497,53
25.	Giappone	Tokyo	1	14.497,53
26.	Italia	Cremona	2	14.453,30
26.	Italia	Cremona	1	14.453,30
27.	Italia	Cremona	3	14.444,52
28.	Italia	Cremona	2	14.213,67
29.	Italia	Parma	2	14.180,05
30.	Italia	Cremona	1	13.488,21
31.	Italia	Cremona	1	13.420,92
32.	Italia	Cremona	3	13.123,63
33.	Italia	Cremona	1	12.845,92
33.	Italia	Milano	1	12.845,92
33.	Italia	Cremona	1	12.845,92
34.	Bulgaria	Kazanlak	1	12.589,15
34.	Italia	Cremona	1	12.589,15
34.	Francia	Parigi	1	12.589,15
34.	Singapore	Singapore	1	12.589,15
35.	Italia	Cremona	1	12.388,54
35.	Italia	Cremona	1	12.388,54
35.	Italia	Cremona	1	12.388,54
35.	Italia	Cremona	1	12.388,54
36.	Italia	Bologna	2	12.387,13
36.	Italia	Cremona	1	12.387,13
37.	Italia	Cremona	1	11.646,34
38.	Italia	Cremona	1	11.561,32
39.	Italia	Cremona	1	10.490,95
39.	Italia	Cremona	1	10.490,95
40.	Italia	Parma	3	10.432,10
41.	Italia	Cremona	1	10.093,22
42.	Italia	Cremona	1	9.634,44
43.	Spagna	Oviedo	5	9.203,94
44.	Italia	Piacenza	1	8.992,14
45.	Italia	Cremona	1	7.764,23
46.	Cina	Beijing	1	4.020,52
Totale strumenti			84	15.610,34

Fonte: Elaborazioni CERSI

¹⁴ Il nome del maestro liutaio è stato reso anonimo.

Al numero 34 vengono riportati due strumenti costruiti dal medesimo maestro liutaio che presentano lo stesso prezzo medio di vendita ma che sono stati realizzati in due paesi diversi.

Tab. 11: Maestri liutai in ordine decrescente per prezzo medio di un violino in vendita sul mercato statunitense¹⁵ (primi 50 *nominativi*; valori assoluti e in €)

Maestro liutaio	Paese	Città	N. strumenti	Prezzo medio	Maestro liutaio	Paese	Città	N. strumenti	Prezzo medio
1.	U.S.A.	Santa Rosa	2	26.525,80	26.	Italia	Livorno	1	11.368,20
2.	U.S.A.	Chicago	2	24.946,93	26.	Germania	Plauen	1	11.368,20
3.	U.S.A.	Northampton	1	23.368,07	26.	Italia	Milano	1	11.368,20
3.	U.S.A.	Albuquerque	1	23.368,07	26.	Italia	Cremona	1	11.368,20
3.	U.S.A.	Westbrook	1	23.368,07	26.	Polonia	Poznan	1	11.368,20
3.	U.S.A.	Chicago	1	23.368,07	26.	Italia	Ravenna	1	11.368,20
3.	Svizzera	Basilea	1	23.368,07	26.	Italia	Cremona	1	11.368,20
3.	U.S.A.	Plano	1	23.368,07	26.	Italia	Cremona	1	11.368,20
3.	U.S.A.	Concord	2 (1)*	23.368,07	26.	U.S.A.	Battle Ground	1	11.368,20
3.	Canada	Sainte Emelie de L'Energie	1	23.368,07	26.	Italia	Varese	2	11.368,20
3.	U.S.A.	Albuquerque	2	23.368,07	26.	Italia	Cremona	1	11.368,20
3.	Germania	Plauen	1	23.368,07	26.	Italia	Cremona	2 (1)*	11.368,20
3.	U.S.A.	Scottsdale	1	23.368,07	26.	Italia	Cremona	1	11.368,20
3.	U.S.A.	Indianapolis	1	23.368,07	26.	Italia	Cremona	1	11.368,20
3.	Belgio	Bruxelles	1	23.368,07	26.	Italia	Cremona	1	11.368,20
3.	U.S.A.	Salt Lake City	1	23.368,07	26.	Italia	Torino	1	11.368,20
4.	U.S.A.	Los Angeles	3	20.795,97	26.	U.S.A.	Chicago	2 (1)*	11.368,20
5.	Italia	Cuneo	4	19.920,44	26.	Germania	Monaco	2 (1)*	11.368,20
6.	U.S.A.	Minneapolis	3	18.362,49	27.	U.S.A.	Chicago	4	11.334,08
7.	Francia	Montpellier	3	18.274,01	28.	Italia	Firenze	1	11.328,40
8.	U.S.A.	Salt Lake City	2	17.747,07	28.	U.S.A.	Philadelphia	1	11.328,37
9.	U.S.A.	Boston	2	17.558,98	28.	Italia	Genova	1	11.328,37
10.	U.S.A.	Barrington	5 (4)*	17.302,44	29.	Italia	Cremona	3 (2)*	11.253,88
11.	U.S.A.	North Berwick	2	17.253,82	30.	U.S.A.	Barrington	3	11.236,82
12.	U.S.A.	Boston	2	17.142,98	31.	Italia	Cremona	1	11.139,57
13.	U.S.A.	Providence	1	16.992,55	31.	U.S.A.	Raleigh	1	11.139,57
14.	U.S.A.	Rochester	6 (5)*	14.767,06	31.	Canada	Montreal	1	11.139,57
15.	U.S.A.	Boston	4 (3)*	14.082,90	31.	U.S.A.	New York	1	11.139,57
16.	U.S.A.	Edgewood	2	13.279,10	32.	Italia	Cremona	3	11.047,86
17.	Italia	Cremona	1	13.262,90	33.	Italia	Cremona	1	10.917,89
18.	Francia	Vannes	1	12.867,51	34.	Italia	Cremona	2	10.856,33
19.	Italia	Cremona	3	12.589,91	35.	Italia	Cremona	2	10.420,85
20.	U.S.A.	Northampton	1	12.477,58	35.	Italia	Cremona	2	10.420,85
21.	Italia	Cremona	9	12.226,47	36.	U.S.A.	Guilford	2	10.306,53
22.	Italia	Cremona	1	12.126,08	37.	Italia	Brescia	1	10.194,08
22.	Italia	Cremona	1	12.126,08	38.	U.S.A.	Columbus	1	10.138,04
22.	U.S.A.	Minneapolis	1	12.126,08	39.	U.S.A.	Salt Lake City	2	9.563,43
22.	U.S.A.	Gorham	1	12.126,08	40.	Italia	Parma	1	9.473,50
22.	Italia	Cremona	1	12.126,08	40.	Italia	Modena	1	9.473,50
22.	Italia	Cremona	1	12.126,08	40.	U.K.	Maldon	1	9.473,50
22.	U.S.A.	Chicago	1	12.126,08	40.	U.S.A.	Salt Lake City	1	9.473,50
23.	Italia	Cremona	1	12.087,66	41.	U.S.A.	Lawrence	1	9.440,32
24.	Belgio	Bruxelles	2	11.922,89	42.	Canada	Laval	1	9.358,19
25.	U.S.A.	Boston	1	11.697,74	42.	U.S.A.	Boston	1	9.358,19
25.	U.S.A.	Seattle	1	11.697,74	42.	Francia	Montpellier	1	9.358,19
25.	Germania	Fussen	2 (1)*	11.697,74	43.	U.S.A.	Merriam	1	9.191,49
26.	Italia	Cremona	1	11.368,20	44.	Italia	Milano	1	9.062,69
26.	Germania	Kleinsendelbach	1	11.368,20	45.	U.S.A.	Chicago	1	8.720,35
26.	Italia	Canossa	1	11.368,20	46.	Italia	Cremona	3	8.652,23
26.	Italia	Cremona	1	11.368,20	47.	Italia	Cremona	4	8.522,57
26.	Italia	San Gimignano	1	11.368,20	48.	Italia	Cremona	4	8.184,79
26.	Italia	Cremona	2	11.368,20	49.	Italia	Bologna	2	8.147,21
26.	U.S.A.	San Francisco	2 (1)*	11.368,20	49.	Italia	Napoli	2	8.147,21
26.	Italia	Cremona	2	11.368,20	50.	U.S.A.	Los Angeles	1	7.798,49
26.	Italia	Cremona	1	11.368,20	50.	U.S.A.	Indianapolis	1	7.798,49
26.	Italia	Cremona	1	11.368,20					

Fonte: Elaborazioni CERSI

¹⁵ Per alcuni liutai il prezzo medio non è stato calcolato su tutti gli strumenti censiti ma solo su alcuni – quelli indicati tra parentesi – poiché per alcuni esemplari non si disponeva dell'estremo superiore della fascia di prezzo.