

MATTEO FERRETTI
Roadmap artistica 2026-2027



Progetto di espansione
ed esposizione nazionale
ed internazionale



"Di chi sono i nostri giorni?"
cit. La Grazia — P. Sorrentino

PROLOGO — IL VIAGGIO

La tua impresa è nata dal tuo coraggio. Ogni mia opera è figlia di una scelta: ascoltare la propria percezione interiore. Trovo in questo una profonda affinità. Ogni percorso internazionale nasce da un atto di coraggio silenzioso: decidere dove dirigere la propria energia.

Il biennio 2026–2027 è un viaggio. Prima di tutto personale, poi collettivo, poi di un collettivo sempre più ampio. Un viaggio che parte dall'Italia, attraversa l'Europa, si estende in Medio Oriente, e si completa in Asia.

L'obiettivo è costruire insieme una presenza comune in contesti autorevoli, selezionati e relazionali — e contaminarli di cultura italiana, di arte, di bellezza.

Insieme possiamo:

- consolidare una presenza internazionale coerente
- attivare relazioni ad alta densità
- generare valore simbolico che si trasforma in valore economico
- creare un racconto riconoscibile, forte, memorabile

Questo progetto invita ogni partner a partecipare a una traiettoria comune. Una traiettoria in cui c'è qualcosa di più profondo: la possibilità di decidere che tipo di impronta vogliamo lasciare.



1. EXECUTIVE POSITIONING

Il biennio 2026–2027 rappresenta una fase di consolidamento e accelerazione internazionale all'interno di un ecosistema culturale elitario, autorevole e ad alta densità relazionale.

Matteo Ferretti opera da oltre venticinque anni ai vertici della scena artistica internazionale: esposto alla *Biennale di Venezia* e a *Pechino*, quotato dalla *Fondazione Stelline* dal 2005, con collaborazioni attive con *Louis Vuitton*, *JW Marriott* e *Crédit Agricole*. Dal 2025 è parte del progetto *NNC Gallery London — VWORLD Europe*.

Il capitale raccolto in questa fase determina l'ampiezza e la profondità di attivazione delle opportunità già in fase avanzata di sviluppo



2. ECOSISTEMA DEGLI EVENTI 2026–2027

Italia — Circuito Istituzionale

Paolo Robles / Bergamo (Giugno 2026) — Mostra presso sede espositiva a Bergamo con architetto e art consultant di profilo internazionale. Apertura verso circuiti nazionali e istituzionali. Target: collezionisti, curatori, professionisti architettonici.

Palazzo Pepoli Campogrande / Bologna (Settembre 2026) – Milano (primavera 2027)
Spazii curatoriali che unisce design, collezionismo e frequentazioni selezionate d'élite.
Target: collezionisti, interior designer, architetti. Audience potenziale: 1.500–3.000 visitatori fisici + 20.000+ impression digitali.

Raffaele Vergine / Varese, Monza, Lugano (autunno 2026/2027) — Tre sedi istituzionali selezionate: spazio sul Lago di Varese, Palazzo Reale di Monza, sede espositiva a Lugano.
Contesti ad elevata cultura visiva con pubblico di collezionisti e istituzioni europee. Audience stimata: 2.000–4.000 visitatori per tappa.

Lux for sale (attualmente già disponibile)

Inserimento nel circuito elitario luxury di vendita e arredamento ville lusso e extra lusso

Nero Lifestyle Club (attualmente già disponibile)

Inserimento nel circuito elitario luxury con più di 100 eventi all'anno in sedi d'eccellenza itineranti italiane.

Europa — Network Internazionale

Noname Collective Gallery / UK (2026–2027) — Gallery internazionale nel network di esposizioni e collezionismo britannico. Target: collezionisti internazionali, operatori d'arte, pubblico europeo. Audience: 5.000–10.000 contatti profilati.

Collaborazioni curate da Ainhoa Fernandez (Marzo–Settembre 2026) — Presenza attiva con contenuti digitali e mostre in sedi europee. Amplificazione cross-canale della visibilità internazionale.

UAU Dubai — Hub di Eccellenza

Renaissance Business Bay Hotel (posticipato da Aprile 2026 - nuova data in definizione)

Location istituzionale con 11 spazi eventi e 1.031 mq di area meeting. Capacità fino a 600 persone. Target: imprenditori, manager, professionisti corporate. Audience cumulativa stimata: 15.000–25.000 contatti profilati.

The Banc Dubai (primavera 2027) — Privé club dedicato a membri selezionati, company

events e experience di alto profilo. Target: imprenditori, professionisti C-Suite, community business elite. Audience: 3.000–8.000 membri diretti e cross-network.

Fahed + Architects (primavera 2027) — Partner architettonico di riferimento per attivazioni

artistiche integrate nello spazio urbano di Dubai. Target: studi internazionali di design, developer, collector network B2B.

Media — Copertura Editoriale Luxury

Nero Lifestyle Magazine — Rivista luxury con contenuti editoriali su arte e cultura. Reach:

20.000–35.000 lettori profilati nel segmento luxury.

Forte Magazine — Magazine culturale con audience orientata ai linguaggi artistici. Reach:

15.000–30.000 lettori.

The Victor Magazine — Piattaforma editoriale su lusso e lifestyle metropolitano. Reach:

30.000+ utenti profilati.



Contesto / Partner	Tipo	Audience Stimata
Raffaele Vergine – Lago di Varese	Mostra istituzionale	2.000–4.000 visitatori
Raffaele Vergine – Palazzo Reale Monza	Mostra istituzionale	2.000–4.000 visitatori
Raffaele Vergine – Lugano		2.000–4.000 visitatori
Campogrande Concept	Mostra istituzionale & Art Dealer	1.500–3.000 visitatori
Nero Lifestyle - Club	Lobby	15.000 iscritti
Lux For Sale - Club	Lobby	5.000 iscritti
Paolo Robles – Bergamo	Mostra nazionale	1.500–2.000 visitatori
Renaissance Business Bay Dubai	Events business	300–800 per evento
The Banc Dubai	Private members	1.000–3.000 membri
Fahed + Architects Design B2B		
Mostra internazionale & network		5.000–10.000 contatti
Nero Lifestyle Magazine	Media editoriale	20.000–35.000 lettori
The Victor Magazine	EAU Media editoriale	500.000 + utenti
Forte Magazine	Media editoriale	15.000–30.000 lettori
Noname Collective Gallery UK		
Mostra internazionale & network		5.000–10.000 contatti
Ainocha Fernandez		
International Art curator & Gallery Collaboration	3/5 + Gallerie partner Internazionali	
Social & Cross-media Amplificazione digitale prevista 80.000–120.000 + impression		

Il rapporto con media e magazine garantisce copertura editoriale sincronizzata con le tappe del progetto, integrando il racconto fisico con una presenza digitale e internazionale costante.

Altri eventi in itinere

Connessione nascente con *Forbes Italia*

Mostra per inaugurazione spazio brand *Paul Piquout - Milano*

Progetto *Albedo Experience - Asia* (Hong Kong - Singapore - Shanghai - Pechino - Seul)

4. STRUTTURA FINANZIARIA — ALLOCAZIONE DEL CAPITALE

Il piano finanziario è strutturato in modo trasparente: ogni voce corrisponde a un contesto specifico già attivato o in fase avanzata di negoziazione. La roadmap è modulare: ogni livello di investimento sblocca un perimetro preciso di attivazioni.

L'investimento è strutturabile come sponsorizzazione pubblicitaria conforme alla normativa vigente, con possibilità di deducibilità integrale secondo le condizioni applicabili al soggetto investitore.

Contesto / Partner	Periodo	Budget	Stato
Renaissance Business Bay Hotel – Dubai	Aprile 2026	10.000 €	Confermato
Paolo Robles – Bergamo	Gugno 2026	5.000 €	Confermato
Campogrande Concept – Bologna - Milano	2026-2027	15.000 €	Confermato
Raffaele Vergine – Varese, Monza, Lugano	2026-2027	15.000 €	In attivazione
Nero Lifestyle Club	2026	18.000 €	Da attivare
Lux for Sale 2026	2026	8.000 €	Da attivare
Ainhoa Fernandez – Spain - Europa	Mar–Set 2026	10.000 €	In corso
Noname Collective Gallery – UK - WW	2026–2027	20.000 €	In corso
Fahed + Architects – Dubai	2027	15.000 €	Da attivare
The Banc Dubai	2027	15.000 €	Da attivare
Nero Lifestyle Magazine		(compreso nel costo del club)	
Forte Magazine	2026	4.000 €	Da attivare
The Victor Magazine	2027	6.000 €	Da attivare
<p><i>NB: con Nero Lifestyle N3 esposizioni Luxury in sedi da concordare con l'investitore. Oltre all'inserimento nel circuito eventi luxury itineranti (100+ eventi/anno in sedi d'eccellenza nazionali), presenza editoriale su Nero Lifestyle Magazine e accesso al network hospitality, abbiamo considerato la creazione di tre esposizioni in altrettante sedi appartenenti al circuito ma che verranno selezionate assieme all'investitore.</i></p> <p style="text-align: right;"><i>Budget allocato per N3 eventi: 100.000 €</i></p> <p style="text-align: right;">Totale programma biennale: 246.000 €</p>			



5. SOGLIE DI ATTIVAZIONE

La roadmap prevede tre livelli di ingresso, ciascuno con un ritorno proporzionale in termini di visibilità, patrimonio e leva relazionale:

82.000 €

Ingresso Attivazione immediata degli eventi già confermati: *Renaissance Business Bay Hotel Dubai - Paolo Robles - Campogrande - Raffaele Vergine - Lux for Sale - Forte Magazine - No Name Gallery UK.*

Aumento del 25% in 24 mesi del valore economico delle opere garantito.

Ritorno Silver: presenza del partner nei materiali comunicativi e nell'ecosistema relazionale attivato. N 1 opere fisiche del valore di 15.000 €

118.000 €

Attivazione coordinata del circuito EAU: *The Banc - Fahed - Victor Magazine.*

Include mostre istituzionali, media partnership nazionali ed internazionali presenza negli hub privati d'élite in EAU.

Aumento del 50% in 24 mesi del valore economico delle opere garantito.

Ritorno Gold: presenza massiva del partner nei materiali comunicativi - posizionamento privilegiato come partner durante le inaugurazioni, N 3 opere fisiche del valore di 15.000 € cad. - accesso relazionale ad alta densità.

236.000 €

Percorso completo con attivazione simultanea dell'intero circuito comunicativo, inclusione nel programma Nero Lifestyle Club e accesso prioritario al progetto ALBEDO EXPERIENCE — Asia (Hong Kong · Singapore · Shanghai · Pechino · Seul). Raddoppio in 24 mesi del valore economico delle opere garantito.

Ritorno Deluxe: presenza totale del partner nei materiali comunicativi e spazio riservato durante gli eventi in presenza - il partner entra come co-costruttore di un'infrastruttura culturale scalabile e replicabile in più mercati nell'immediato futuro come nello specifico il progetto asiatico *Albedo Experience*. N 6 opere fisiche del valore di 15.000 € cad. - accesso relazionale costante su tutte le infrastrutture costruite (circa 120.000 contatti altospendenti targhettizzati)

APPROFONDIMENTO 1 — VALORIZZAZIONE DELLE OPERE

Quotazione artistica — come funziona il valore nel mercato dell'arte

Nel mercato dell'arte, il valore di un'opera non è stabilito contrattualmente - si costruisce attraverso i contesti. Questa è una caratteristica strutturale del settore, riconosciuta a livello internazionale da collezionisti, case d'asta, gallerie e curatori istituzionali.

La quotazione di un artista contemporaneo è determinata da una combinazione di fattori: il calibro delle sedi espositive in cui l'opera viene presentata, i profili curatoriali associati all'artista, la qualità dei collezionisti e delle istituzioni che acquisiscono le opere, e la coerenza della presenza internazionale nel tempo.

Ciascuno di questi fattori è osservabile, tracciabile e, in misura significativa, governabile attraverso un programma di attività ben strutturato.

Nel caso di Matteo Ferretti, la quotazione ufficiale - stabilita dalla **Fondazione Stelline** nel 2005 e progressivamente aggiornata in coerenza con gli sviluppi curatoriali - fornisce una base documentata di riferimento. La proiezione di un incremento del 25% al livello Silver, del 50% al livello Gold e di un raddoppio al livello Deluxe nell'arco di 24 mesi non costituisce una garanzia contrattuale. È una stima di mercato conservativa, fondata sul seguente ragionamento.

Un programma di 12-13 eventi di alto profilo tra **Italia, Europa, Emirati Arabi e Asia** - che attraversa musei istituzionali, club privati d'élite, strutture ricettive luxury e media internazionali - collocherebbe le opere dell'artista davanti a un pubblico stimato di oltre 700.000 contatti qualificati tra collezionisti, curatori e acquirenti istituzionali. Questo livello di esposizione, combinato con l'attivazione del network **NNC Gallery London**, genererebbe realisticamente non solo un incremento di quotazione ma le condizioni per un riposizionamento strutturale dell'artista all'interno del mercato internazionale.

In questo contesto, i valori di apprezzamento indicati nel documento devono essere intesi come stime prudenti, basate su precedenti documentati nel mercato dell'arte contemporanea, e non come impegni giuridicamente vincolanti. L'acquisizione di opere da parte del partner alla quotazione attuale — prima dell'attivazione del programma — rappresenta una forma di creazione di valore misurabile e storicamente coerente con le dinamiche del settore.



6. RITORNO PER IL PARTNER

Posizionamento Strategico

Il partner condivide una presenza primaria nel racconto internazionale del progetto, associando il proprio nome a circuiti curatoriali europei selezionati, contesti business d'élite a Dubai, network architettonici e culturali internazionali, media luxury di fascia alta.

La visibilità generata è qualitativa e posizionata — non solo quantitativa. Genera autorevolezza percepita, riconoscibilità internazionale e accesso relazionale qualificato.

Asset Tangibili e Patrimonio Artistico

Il partner riceve un nucleo di opere fisiche del corpus dell'artista: patrimonio culturale collezionabile con prospettiva di valorizzazione nel tempo. L'avanzamento del posizionamento internazionale dell'artista incide direttamente sulla percezione e sul valore delle opere detenute. L'investimento genera un doppio effetto: attivazione della traiettoria e valorizzazione del patrimonio acquisito.

Leva Relazionale ad Alta Densità

Il progetto attiva ambienti ad alta concentrazione decisionale: imprenditori, family office, collezionisti, architetti e developer, network europei e mediorientali. Il partner accede a questo ecosistema in modo diretto e qualificato.

Effetto Moltiplicatore

Con l'accesso alla piattaforma completa e la prospettiva di sviluppo del progetto ALBEDO EXPERIENCE la posizione evolve: da partecipazione a infrastruttura, da presenza a influenza, da visibilità a co-costruzione. Il partner diventa parte attiva di un sistema culturale replicabile e potenzialmente generativo nel lungo periodo.

Beneficio Fiscale

L'investimento viene strutturato come sponsorizzazione pubblicitaria con possibilità di deducibilità integrale, consentendo di integrare il valore simbolico e relazionale con un vantaggio fiscale concreto.

APPROFONDIMENTO 2 - STRUTTURA LEGALE E FISCALE

Inquadramento giuridico e fiscale — struttura della sponsorizzazione

Il modello di partnership proposto nell'ambito di questa roadmap è strutturato come contratto di sponsorizzazione pubblicitaria, in conformità con la normativa italiana ed europea applicabile.

Qualificazione giuridica

Nel diritto italiano, il contratto di sponsorizzazione è un contratto nominato mediante il quale lo sponsor eroga un corrispettivo economico in cambio del diritto di associare il proprio nome, marchio o immagine alle attività e alle comunicazioni dello sponsee. Si distingue nettamente dalla donazione, dal co-investimento e dal contratto di licenza. Lo sponsee — nel caso specifico Matteo Ferretti — si impegna a garantire la visibilità e l'accesso relazionale concordati; lo sponsor riceve in cambio un insieme definito di benefici commerciali e reputazionali, dettagliati nel presente documento.

Trattamento fiscale - giurisdizione italiana

Ai sensi dell'articolo 109 del Testo Unico delle Imposte sui Redditi (TUIR), i costi pubblicitari e di sponsorizzazione sono integralmente deducibili dal reddito imponibile come spese di esercizio, a condizione che ricorrano i seguenti presupposti: l'inerenza della spesa all'attività d'impresa, la documentazione mediante contratto scritto e regolare fattura, e la corrispondenza a prestazioni effettivamente rese. Laddove tali condizioni siano soddisfatte — come avverrebbe nell'ambito di un accordo correttamente formalizzato con Matteo Ferretti — l'intero importo della sponsorizzazione è deducibile nell'esercizio di competenza, senza limitazioni di importo. Ai fini IVA, le prestazioni di sponsorizzazione sono soggette all'aliquota ordinaria del 22%, integralmente recuperabile dallo sponsor che operi in regime di soggetto passivo IVA.

Acquisizione delle opere — trattamento separato

L'acquisizione delle opere originali prevista nei livelli Silver, Gold e Deluxe costituisce una transazione autonoma e distinta rispetto al contratto di sponsorizzazione. Le opere vengono acquisite alla quotazione ufficiale corrente dell'artista. Sotto il profilo contabile, sono classificabili come beni culturali materiali e possono, in funzione della giurisdizione e della normativa applicabile al soggetto acquirente, beneficiare di disposizioni relative agli investimenti culturali o alla rivalutazione degli asset. Questo elemento andrà valutato individualmente con il consulente fiscale del partner.

Formalizzazione contrattuale

A conferma della partnership verrà predisposto un contratto di sponsorizzazione standard, che disciplinerà: l'identità e gli obblighi delle parti, il piano e le modalità di visibilità, il calendario dei pagamenti, la durata dell'accordo (biennale: 2026–2027), la legge applicabile e il foro competente, nonché le eventuali clausole relative a forza maggiore o recesso anticipato. Il contratto sarà redatto in lingua italiana e inglese e potrà essere esaminato e integrato dal legale del partner prima della sottoscrizione.





Artista visivo contemporaneo, nato a Parma nel 1976, attivo dal 2000 in Europa, USA, Asia e Medio Oriente. La sua ricerca si concentra su materia, colore e gesto pittorico — tre elementi che nella sua pratica diventano un linguaggio capace di attraversare culture e contesti differenti.

Tra le tappe della sua carriera internazionale: la Biennale di Venezia, la Biennale di Pechino, collaborazioni con Louis Vuitton, JW Marriott, Crédit Agricole, valutazione ufficiale Fondazione Stelline (2005).

Dal 2025 appartiene al collettivo Londinese NNC Gallery London Project – VWORLD Europe. Tra il 2023 e il 2024 ha ricevuto un Certificato di Merito Artistico dalla Pinacothèque de Luxembourg ed è stato selezionato come rappresentante per l'Italia presso E.V.A. Gallery - European Visual Arts Gallery, esposizione permanente organizzata dall'Unione Europea.

Il suo lavoro è presente in collezioni private e corporate in oltre 10 paesi tra Europa, Asia, Medio Oriente e Stati Uniti.

Matteo Ferretti

matteoferretti.com | info@matteoferretti.art

