

WYWIAD

Z Rafałem Kameckim, współzałożycielem i prezesem Artinfo.pl, rozmawia Alicja Jagielska-Burduk
Alicja Jagielska-Burduk talks with Rafał Kamecki, co-founder and president of Artinfo.pl

Rafał Kamecki (ur. 1975) – ekspert rynku dzieł sztuki w Polsce. Założyciel i prezes portalu rynku sztuki Artinfo.pl. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, członek zarządu Stowarzyszenia Antykwariuszy i Marszandów Polskich oraz Stowarzyszenia Dziennikarzy RP. Uhonorowany odznaką „Zasłużony dla Kultury Polskiej”, przyznaną przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. W 2020 r. otrzymał nagrodę im. Feliksa „Mangghi” Jasieńskiego za popularyzację idei kolekcjonerstwa w Polsce. Kolekcjoner dzieł sztuki: malarstwa, rzeźby, fotografii.

Jako absolwent Szkoły Głównej Handlowej wybrał Pan drogę, która nie była wówczas typową karierą biznesową. Dziś o rynku sztuki mówi się jako o rynku dóbr alternatywnych, a Pana macierzysta uczelnia organizuje spotkania, szkolenia i studia z zakresu obrotu dziełami sztuki. To zresztą naturalny trend przeniesiony z Zachodu. Czy na początku swojej drogi czuł się Pan pionierem, outsiderem, naśladowcą? Czy może jeszcze kimś innym?

Naprawdę z wielką przyjemnością wracam do dawnych czasów. Była to końcówka lat 90. Studiując na czwartym roku SGH, zdecydowałem się na roczny urlop dziekański i wyjazd do Ameryki. Uczestniczyłem tam w programie, którego celem było przybliżenie amerykańskiej przedsiębiorczości, który stwarzał okazję do spotkań z wyjątkowymi ludźmi, zapoznawał z pracą instytucji rządowych. W sumie mieszkałem u pięciu rodzin, spędzałem z nimi czas wolny, a w ciągu dnia pracy rozmawiałem z przedstawicielami amerykańskiego biznesu. Muszę przyznać, że był to idealny start dla młodego człowieka, kogoś takiego jak ja. Po powrocie, mimo że pracowałem już

WYWIAD

Z Rafałem Kameckim, współzałożycielem i prezesem Artinfo.pl, rozmawia Alicja Jagielska-Burduk
Alicja Jagielska-Burduk talks with Rafał Kamecki, co-founder and president of Artinfo.pl

na wysokim stanowisku w zarządzie dużej niemieckiej firmy, uznałem, że obserwacje poczynione za oceanem można w skrócie opisać: „wolę każdy biznes własny niż najlepszy obcy”. I tak się zaczęło.

W mojej rodzinie kultywowano tradycję kolekcjonowania sztuki. Jednocześnie, kończąc studia na SGH, bardzo chciałem połączyć sztukę z czymś innowacyjnym. Narodził się pomysł strony internetowej, która w sposób idealny opisywałaby rynek sztuki – zgodnie z książkowym pojęciem rynku doskonałego, w którym dostęp do informacji czyni go transparentnym i powszechnym. Szybko jednak się okazało, że firma, która miałaby prezentować ofertę nawet najmniejszego antykwariatu, zlokalizowanego dajmy na to w Ustrzykach Górnych, nigdy nie zbierze informacji od wszystkich. W tamtych czasach nikt nie wierzył w możliwość sprzedawania sztuki przez Internet. Naprawdę nie było zapotrzebowania na świadczenie takich usług. Żeby zatem działać na internetowym rynku sztuki, trzeba było go dopiero stworzyć, a na pewno pobudzić.

Aby przekonać antykwariaty do tego medium, zakładaliśmy im pierwsze prezentacje w sieci. Często były to proste wizytówkowe strony WWW. Również domom aukcyjnym trzeba było pomóc. Zaprojektowaliśmy strony internetowe dla Desy Unicum, Ostoi, Altiusa, współtworzyliśmy zawartość Rempexu. W tamtych czasach domy aukcyjne, aby dotrzeć z ofertą do klienta, wydawały katalogi drukowane na kredowym papierze, których skład opierał się na analogowych reprodukcjach. Ich przygotowanie wymagało mozolnej pracy. Ku zaskoczeniu wielu osób Internet okazał się szybszy. Katalog aukcyjny był gotowy następnego dnia – na stronie Artinfo.pl, a klienci powiadomieni i już przeglądający dzieła wystawione na sprzedaż. Nie zapomnę naszych pierwszych statystyk oglądalności: 120 osób na miesiąc. Później weszliśmy na poziom setek gości naszej strony, aż wreszcie tysięcy. To były fascynujące czasy tworzenia czegoś zupełnie od podstaw. Zatem – tak, byłem pionierem.

Jakie Pana zdaniem cechy osobowościowe sprzyjają osiągnięciu sukcesu jako pośrednika w handlu dziełami sztuki?

Patrząc na obecną kondycję rynku, mam wrażenie, że powiedzie się każdemu, kto tylko wystartuje. Obroty na rynku dzieł sztuki powiększają się rokrocznie nawet o 70%. Zapanowała prawdziwa moda na kupowanie sztuki, a firm zajmujących się aukcjami przybywa. Mówiąc bardziej konkretnie, przydają się typowe cechy związane z biznesem, czyli konsekwencja i wytrwałość w działaniu. Natomiast nawet najlepsze cechy nie będą wystarczające, jeśli nie zjedną się dwa elementy: trzeba

mieć szczęście i być gotowym. To w dużym skrócie przepis na sukces. Bo można być wyposażonym w wiedzę i umiejętności, ale nie mieć szczęścia do znalezienia się we właściwym miejscu i czasie, żeby te kompetencje wykorzystać. Innym razem ktoś ma to szczęście i pojawia się szansa biznesowa, ale akurat nie jest jeszcze gotowy, żeby ją dobrze wykorzystać.

Na podstawie obserwacji uczestników naszego rynku mogę także stwierdzić, że nie jest potrzebne wykształcenie związane z historią sztuki. Może nawet nie dałoby ono predyspozycji do rozpoczęcia biznesu na tym rynku. Wszyscy właściciele domów aukcyjnych to przedsiębiorcy, nie historycy sztuki. Natomiast mają doskonałą pamięć do obiektów, wyjątkowe wyczucie i wiarę w udane perspektywy rynku. Osoby te stworzyły filary naszej branży: Zofia Szukalska (Agra-Art), Iwona Buchner (Polswiss Art), Marek Lengiewicz (Rempex), Jacek Kucharski (Sopocki Dom Aukcyjny), bardziej współcześnie Juliusz Windorbski (Desa Unicum). Co ciekawe, większość ważnych firm powstawała w 1989 r. i na początku lat 90. Do dziś funkcjonują one z powodzeniem. Nieraz zastanawiam się, kto zastąpi legendy naszego rynku, czy będzie miał te właściwe cechy i predyspozycje do odnoszenia sukcesów przez kolejne 30 lat.

Arinfo.pl poza zajmowaniem się działalnością *stricte* biznesową uchodzi za podmiot wspierający wiedzę o rynku. Dowodzi tego choćby przyznana Panu Nagrodą im. Feliksa Jasińskiego za 2019 r. w kategorii „dziennikarz”. Arinfo.pl przygotowuje także roczne raporty, które stanowią kompendium informacji o rynku aukcyjnym sztuki w Polsce. Jakiej wiedzy najbardziej brakuje w zakresie rynku sztuki?

Raporty Arinfo.pl stały się ważnym elementem naszego rynku. Drukowane są w nakładzie 1500 egzemplarzy i doskonale się rozchodzą. Zazwyczaj zostaje nam kilkadziesiąt tych albumów, bronionych jako „rezerwy federalne”. To dowodzi, jak duży jest głód wiedzy o rynku. Zwłaszcza wśród nowych klientów, w dużej mierze nastawionych na inwestowanie w dzieła sztuki.

Jest to konsekwencja braku pism branżowych. Nie istnieją już takie tytuły jak „Gazeta Antykwaryczna” czy „Sztuka.pl”, od lat nie znajdziemy na półkach zasłużonego „Art and Business”. Najdłużej utrzymywał się „Arteon” z Poznania, ale również podzielił przykre losy innych wydawnictw.

Na tej pustyni wyrósł nasz raport. Publikowany jest od czterech lat, zawiera blisko 350 stron, 250 reprodukcji dzieł, ponad setkę wykresów i tabel, prezentacje domów aukcyjnych oraz rankingi artystów. To prawdziwy niezbędnik dla wszyst-

WYWIAD

Z Rafałem Kameckim, współzałożycielem i prezesem Artinfo.pl, rozmawia Alicja Jagielska-Burduk
Alicja Jagielska-Burduk talks with Rafał Kamecki, co-founder and president of Artinfo.pl

kich uczestników rynku – kolekcjonerów, pracowników domów aukcyjnych i galerii, dziennikarzy.

Stale staramy się go doskonalić. Najnowsze wydanie zyskało odświeżoną, nowoczesną szatę graficzną. Zamieściliśmy także ciekawe porównania Polski z rynkiem światowym, wnioski są wyjątkowo interesujące. Zapraszam do lektury!

Polski rynek sztuki ma już swoją historię. Jaki jest Pana subiektywny ranking jego kamieni milowych?

Myślę, że nikt dotąd nie zastanawiał się nad takim rankingiem. Polski rynek dzieł sztuki przekroczył 30 lat istnienia, ale nadal nie ma jego podsumowania ani czegoś, co nazwałbym relacjami z dawnych czasów. Gdy spotykam się ze starszymi antykwariuszami, często słyszę pasjonujące opowieści o rynku i jego początkach, ale zawsze zakończone stwierdzeniem, że jeszcze nie czas głośno o tym mówić. Nie wydano dotychczas żadnych wspomnień antykwariusza czy marszanda. To byłby hit, jeśli nie poskąpiono by szczegółów.

Do kamieni milowych naszego rynku zaliczyłbym w pierwszej kolejności prasę branżową, która odgrywała taką rolę jak obecnie Internet. „Gazetę Antykwaryczną” założył Jerzy Huczowski w 1995 r. Pismo działało do 2006 r., a później pod zmienioną nazwą do 2011 r. „Art and Business” ukazał się wręcz na inaugurację rynku, wraz z transformacją gospodarczą w 1989 r. Również nie przetrwał do dziś, to wielka szkoda. Należy też wymienić Stowarzyszenie Antykwaryuszy Polskich, założone w 1997 r. Ono na szczęście ma się dobrze. Zrzesza 106 członków i od niedawna ma dodane „i Marszandów” do swojej nazwy.

Jestem związany z rynkiem aukcyjnym, najważniejszymi momentami w jego historii są dla mnie przełomowe transakcje. Pamiętam aukcję Polswiss Art, na której sprzedano obraz Henryka Siemiradzkiego *Rozbitek*. To był grudzień 2000 r. Za monumentalny obraz uzyskano wówczas 2,13 mln zł. Przez następne 13 lat było to najdrożej sprzedane dzieło sztuki w Polsce. Dopiero *Polski Hektor* Jacka Malczewskiego, także wystawiony w Polswiss Art, w 2013 r. zdetronizował lidera i podwyższył rekord do 2,6 mln zł.

Wymienię też licytację fotografii *Kolaps przy lampie* Witkacego, sprzedanej za 135 tys. zł. To był rok 2003 i bardzo wówczas liczyłem na to, że dzięki tak głośnej sprzedaży prace fotograficzne zostaną docenione przez kolekcjonerów. Ten rekord również funkcjonował przez 13 lat. W 2016 r. inna fotografia Witkacego, *Potwór z Dusseldorfu*, została sprzedana za 170 tys. zł (wraz z opłatami aukcyjnymi wyniosło to blisko 200 tys.).

Na pewno ważne są wszystkie pierwsze aukcje. W 2003 r. odbyła się Pierwsza Aukcja Fotografii Artystycznej w Polswiss Art, a w 2007 r. zaistniał bliski mi projekt wystaw i aukcji pod nazwą Fotografia Kolekcjonerska.

Mało kto pamięta także o Pierwszej Aukcji Sztuki Współczesnej zorganizowanej przez Rempex w 2005 r. Jak dziś wyglądałby rynek bez handlu sztuką współczesną? A jednak kiedyś rynek aukcyjny zupełnie nie interesował się tym segmentem, był zdominowany przez sztukę dawną i rzemiosło artystyczne. Twórczość współczesna nie cieszyła się uznaniem, w porównaniu z obecnym stanem rzeczy była oferowana za grosze.

Rangę sztuki współczesnej na rynku budowały rekordowe transakcje dzieł Wojciecha Fangora. Praca *M39* pojawiła się na aukcji w 2018 r., a uzyskana wówczas cena 4 mln zł była długo komentowana w środowisku. Było to najdrożej sprzedane dzieło sztuki współczesnej! Kolejna rekordowa cena za pracę Fangora – tak jak poprzednio za motyw rozety – sięgnęła już 6,2 mln zł i została uzyskana w Desie Unicum. Ważne rynkowo wydarzenia i historyczne transakcje dotyczyły rzeźb Magdaleny Abakanowicz. Jej zestaw 20 figur *Caminando* sprzedano w 2019 r. za 6,8 mln zł. Ten historyczny rekord był nie do pobicia przez dwa lata. Aż wreszcie na aukcji w Desie Unicum w 2021 r. sprzedano *Tłum* Magdaleny Abakanowicz, 50 postaci, za 11 mln zł (co wraz z opłatami aukcyjnymi wyniosło 13,2 mln zł). Po raz pierwszy w Polsce sprzedano na aukcji dzieło sztuki za kwotę przekraczającą 10 mln zł. Kolejną rekordzistką była praca Andrzeja Wróblewskiego *Dwie mężatki*. Dzieło jednego z najbardziej poszukiwanych artystów polskiej awangardy wystawiono z estymacją aż 15 mln zł. Jest to najwyższa estymacja, jaką kiedykolwiek otrzymało dzieło sztuki w historii naszego rynku.

Kamieniem milowym polskiego rynku sztuki może się okazać nadchodzące wejście Desy Unicum na Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie. Umocni to pozytywne postrzeganie naszego rynku w oczach inwestorów i instytucji finansowych.

Patrząc w przyszłość, spodziewam się także przełomowych wydarzeń wokół rynku NFT i technologii *blockchain*. W czasie otwarcia Warszawskich Targów Sztuki podpisaliśmy memorandum dotyczące partnerstwa Artinfo.pl oraz GPW w zakresie tokenizacji dzieł sztuki. Polska Giełda Papierów Wartościowych jako instytucja uznana na świecie za twórcę rynku kapitałowego w naszym regionie stwarza możliwości obrotu dziełami sztuki na zasadzie rozdrobionej własności. Na partnera i konsultanta wybrała Artinfo jako ważnego gracza na rynku sztuki, posiadającego odpowiednie doświadczenie, zasoby oraz kompetencje.

WYWIAD

Z Rafałem Kameckim, współzałożycielem i prezesem Artinfo.pl, rozmawia Alicja Jagielska-Burduk
Alicja Jagielska-Burduk talks with Rafał Kamecki, co-founder and president of Artinfo.pl

Wszyscy pytają Pana zapewne o wzrosty na rynku sztuki w okresie pandemii, o to, w co inwestować, a który z segmentów rynku jest już przeszłością. Z jednej strony pod względem zainteresowań nabywców (czyli także w aspekcie kolekcjonerskim), z drugiej pod względem inwestycyjnym. Meble? Coś jeszcze?

Polski rynek dzieł sztuki w niczym nie odbiega od światowych trendów. Najbardziej droższą kategorią są dzieła z najwyższej półki cenowej. To one są poszukiwane jako lokaty inwestycyjne lub trafiają do najlepszych kolekcji. Od lat mamy stale rosnące ceny dzieł Stażewskiego, Wróblewskiego, Opałki czy Fangora. W sztuce dawnej mówimy o dziełach Malczewskiego, Chełmońskiego, Podkowińskiego i Brandta. Analizy tych artystów prezentujemy w corocznych raportach Artinfo.pl. Równocześnie największą popularnością cieszą się obiekty najtańsze, prace z grupy artystów młodej sztuki i młodych pokoleń. To w nich nabywcy upatrują najwięcej potencjalnych zysków na przyszłość. Co dzieje się z całym środkiem? Tu najmniej jest emocji i wzrostów. Ten segment rynku pozostaje w stagnacji i najbardziej cierpi na rozwarstwieniu zakupów na obiekty najdroższe i te tworzone przez wschodzącą gwiazdę rynku.

Ponadto mamy całe działy przedmiotów aukcyjnych, które popadły w zapomnienie. Meble są oczywistym przykładem, choć niełaska rynku nie dotyczy dizajnu z okresu od lat 60. do 80. Tu nawet można mówić o modzie na PRL i polskie wzornictwo. Komplet mebli projektu Rajmunda Teofila Hałasa, wyprodukowany w Bydgoskich Fabrykach Mebli w latach 60., sprzedano ostatnio na aukcji za 40 tys. zł. Pojedynczy fotel projektu Romana Modzelewskiego z lat 70. potrafi kosztować nawet 80 tys. zł. Dla mebli z innych epok nastał jednak trudny okres, nikt już nie wyposaża współczesnych wnętrz w antyki. Sprzedaż szafy barokowej graniczyć może z cudem, jeśli wcześniej nie odstraszy klienta wizja wniesienia i ponownego złożenia takiego mebla. Podobnie jest ze srebrami, platerami, dawną porcelaną, wyrobami z fajansu czy nawet szkła i obiektami typu *varia*. Już od lat nikt nie organizuje tematycznych aukcji tych przedmiotów.

Specyficznym rynkiem są aukcje broni. Nie jesteśmy świadkami tego rodzaju wydarzeń, handel przeniósł się bowiem w sferę prywatnych transakcji i wymian kolekcjonerskich. Trudny los podzieliły także aukcje ikon, samowarów, zegarów, zegarków i wielu innych obiektów rzemiosła artystycznego. Zupełnie niedoceniona jest także tkanina – z wyjątkiem gorących nazwisk, jak w przypadku tkanin i abakanów Magdaleny Abakanowicz.

Dawniej także rzeźba nie cieszyła się zainteresowaniem. Dziś panuje hossa w tym segmencie rynku. Od zawsze powtarzaliśmy, że rzeźba jest zdecydowanie niedo-

szacowana. Zajęło to kilka lat, ale dziś najdrożej sprzedanym dziełem sztuki w Polsce jest właśnie praca rzeźbiarska.

Na pytanie o segmenty, które czekają na swój moment wzrostu, śmiało mogę odpowiedzieć, że będzie to np. rysunek – od sztuki dawnej, czyli takich mistrzów jak Matejko, poprzez prace na papierze Witkacego, Brunona Schulza, aż do Strzemińskiego i Wróblewskiego. Na świecie ten rodzaj obiektów ma bardzo wysokie ceny. Na pewno typowałbym również fotografię, która nie ma dotąd szczęścia, ale jej popularność i przystępność mogą być atutem. Na świecie funkcjonuje olbrzymi jej rynek. Aby się o tym przekonać, wystarczy wybrać się na Paris Photo, gdzie wystawia się rokrocznie ponad 200 galerii z całego świata.

Klasa średnia była kiedyś siłą napędową rynku, dziś ona ubożeje czy wręcz się pauperyzuje. Nieraz wzrost cen na rynku jest tak duży, że przedstawiciele klasy średniej mogą już tylko sprzedawać, a nie kupować. Czy to właśnie sprzyja sytuacji, w której karierę rynkową robią twórcy prezentujący prace dość miłą pod względem artystycznym? Czy rzeczywiście jest tak, jak niektórzy mówią, że nabywcy nie mają kapitału kulturowego albo że ten kapitał maleje? A może dopiero jesteśmy przed poważnym jego wzmocnieniem?

Wraz z gwałtownie rosnącymi cenami część klientów zauważa, że faktycznie nie stać już ich na uzupełnianie kolekcji. Kolekcjonerzy przyznają się do mieszanych uczuć: z jednej strony kupowali z nadzieją, że prace będą drożały, z drugiej strony chcieliby dalej móc kupować. A jednak ceny są wyraźnie wyższe, często pojawia się blokada psychiczna przed zapłaceniem sumy kilkakrotnie przewyższającej te zapamiętane sprzed lat.

Zastanawialiśmy się, kto w takim razie będzie kupował, skoro wartość obiektów sztuki tak mocno idzie w górę. Odpowiedzią na to jest rosnący kapitał kulturowy. Kolekcjonerzy go posiadają, dlatego nie zaprzestaną kupowania. Wysokie ceny mogą być pomocne, już teraz obserwujemy, że klienci, sprzedając pojedyncze dzieła z kolekcji, uzyskują znaczne środki na kolejne zakupy. To mechanizm samofinansującej się i wiecznie żywej kolekcji.

Podobno nigdy nie byliśmy narodem interesującym się sztuką. Na tle francuskich czy brytyjskich przykładów wypadamy faktycznie blado. Ale ostatnie lata pokazują zmiany. Polacy ruszyli do nadrabiania zaległości. Liczba nowych klientów na rynku jest olbrzymia, a ich potencjał zakupowy niespodziewanie wysoki. Klienci zaskakują zarówno nas, jak i samych siebie – tym, ile są gotowi wydać. Z początkowo zaplanowanych 100 tys. zł w krótkim czasie przechodzą do licytacji pojedynczych

WYWIAD

Z Rafałem Kameckim, współzałożycielem i prezesem Artinfo.pl, rozmawia Alicja Jagielska-Burduk
Alicja Jagielska-Burduk talks with Rafał Kamecki, co-founder and president of Artinfo.pl

obiektów za miliony złotych. Sami nie spodziewając się takich decyzji, są pochłonięci emocjami, podejmują bardzo odważne kroki i nie boją się naprawdę konkretnych sum. Mając możliwości finansowe, w krótkim czasie chcą zbudować reprezentacyjną kolekcję. Obecny wzrost cen w dużej mierze wynika właśnie z tych tendencji. Jesteśmy na początku procesu bogacenia się Polaków w sztukę.

Porozmawiajmy trochę o liczbach. Z corocznych raportów Artinfo możemy się dowiedzieć, ile odbyło się aukcji, ile obiektów sprzedano, a ile oferowano na rynku aukcyjnym. Ja jednak chciałabym zapytać, ilu w Polsce jest pośredników w handlu dziełami sztuki, oczywiście tych zinstytucjonalizowanych prawnie.

W tym względzie najlepiej opisany jest rynek aukcyjny. Faktycznie stale monitorujemy liczbę licytacji i wystawianych obiektów, znamy wszystkie domy aukcyjne i galerie działające na tym polu. W 2020 r. było 51 firm organizujących licytacje dzieł sztuki. Do tej grupy zaliczamy klasyczne domy aukcyjne, galerie oraz fundacje i stowarzyszenia z ich aukcjami charytatywnymi.

Na początku działalności Artinfo.pl (rok 2000) często rozmawiałem z prezesem Rempeksu, Markiem Lengiewiczem. Wtedy wspólnie doliczyliśmy się 18 firm zajmujących się aukcjami. Pamiętam jego zaskoczenie i zadowolenie, że tak wiele podmiotów działa na rynku, wówczas nie potrafiliśmy sobie wyobrazić, że może być ich więcej. Organizowano prawie 100 aukcji rocznie, które przynosiły obrót rzędu 40-60 mln zł. Obecnie w branży aukcyjnej działa ponad 50 firm. Nadal filarami rynku jest dziesięć domów aukcyjnych, a cztery z nich – Desa Unicum, Polswiss Art, Agra-Art i Sopocki Dom Aukcyjny – wypracowują blisko 90% wartości obrotu całego rynku. Pod względem liczby wystawianych i sprzedawanych obiektów wszyscy uczestnicy rynku działają na nim bardziej równomiernie.

Do listy pośredników w handlu dziełami sztuki zaliczyć należy także klasyczne galerie. Nie tak łatwo je policzyć. Do Stowarzyszenia Antykwariuszy i Marszandów Polskich należy ponad 100 członków, głównie właściciele galerii i antykwariatów. Wszyscy są aktywnie związani z obrotem dziełami sztuki. Duża część antykwariuszy nie jest jednak zrzeszona. Tu z pomocą przychodzi indeks galerii prowadzony przez Artinfo.pl. Prezentuje on listę 3479 firm. Część z nich to instytucje wystawiennicze lub niekomercyjne galerie, takie jak BWA lub domy kultury. Z tej pełnej liczby wyodrębniłbym ok. 1200 podmiotów związanych z pośrednictwem w handlu dziełami sztuki.

To wszystko wygląda dość pokaźnie. Rynek aukcyjny w 2021 r. według naszych prognoz przekroczy wartość 600 mln zł. Wartość sprzedaży w galeriach i antykwariatach zgodnie przyjmowana jest na podobnym poziomie. Jeśli dołączymy do tego

wartość transakcji prywatnych, odbywających się bezpośrednio między kolekcjonerami, a także transakcje pozaaukcyjne w domach aukcyjnych, można śmiało ogłosić, że polski rynek dzieł sztuki wart jest obecnie nawet 1,2-1,5 mld zł.

To kolejne pytanie o liczby. Ilu jest w Polsce kolekcjonerów, czy może nabywców dzieł sztuki? Jaki jest stosunek liczby nabywców do liczby kolekcjonerów? Dom aukcyjny Desa Unicum, największy podmiot na krajowym rynku pod względem obrotu, wskazuje, że ma zarejestrowanych 20 tys. klientów, oczywiście w tej liczbie także tych, którzy kupują incydentalnie.

Próby oszacowania liczby kolekcjonerów w Polsce są podejmowane od początku istnienia rynku. Na początku XXI w. ostrożnie oceniano, że jest to blisko 1000 osób, w tym okazjonalni nabywcy uczestniczący w aukcjach. Wówczas wydawało się to bardzo dużo. Rynek był z dzisiejszej perspektywy mocno niszowy i przeznaczony dla wąskiej grupy odbiorców. Dziś w bazie Artinfo.pl mamy blisko 19 tys. subskrybentów naszego newslettera. Znaczna część tych osób uczestniczy w handlu dziełami sztuki lub przynajmniej planowała kiedyś zakup na aukcji. Myślę, że na podstawie ostrożnych szacunków, uwzględniających także obrót galeryjny, można mówić o 15 tys. nabywców-kolekcjonerów, którzy co najmniej kilkakrotnie kupili dzieło sztuki. Samych nabywców, w tym jednorazowych, jest zdecydowanie więcej. W wielu gospodarstwach domowych znajdziemy obrazy na ścianach. Nawet jeśli zostały kupione w lokalnej galerii lub od zaprzyjaźnionego twórcy, to takich właścicieli z pewnością jest więcej niż 500 tys. w całym kraju.

To i tak bardzo niewiele na tle krajów Europy Zachodniej. W naszym ostatnim raporcie zaprezentowaliśmy wyliczenia Eurostatu, wskazujące na poważne dysproporcje między Polską a resztą świata. Analiza opiera się na zestawieniu wydatków na sztukę w przeliczeniu na jednego mieszkańca danego regionu. Największy wynik w Europie uzyskała Wielka Brytania, przy populacji 65 mln wartość wydatków na dzieła sztuki wyniosła na jednego mieszkańca aż 173 euro. Dla całego obszaru Unii Europejskiej otrzymujemy 36 euro, a dla Polski i regionu Europy Wschodniej – zaledwie 1 euro i 69 centów! Tyle średnio wydaje na sztukę mieszkaniac naszej części Europy. Biorąc pod uwagę, że PKB na mieszkańca w Unii Europejskiej wynosi 28 tys. euro, a w Polsce 12 tys., widać, że nasz rynek dzieł sztuki nadal ma wiele do nadrobienia, a poziom zamożności społeczeństwa jest dość wysoki.

Dzieła sztuki wracają na nasz rynek, tendencja przywożenia ich z różnych stron świata trwa od lat 90. Czy sztuka polska jest zbyt tania, by wzbudziła zainteresowanie kolekcjonerów światowych? Oczywiście nie dotyczy to takich twórców

WYWIAD

Z Rafałem Kameckim, współzałożycielem i prezesem Artinfo.pl, rozmawia Alicja Jagielska-Burduk
Alicja Jagielska-Burduk talks with Rafał Kamecki, co-founder and president of Artinfo.pl

jak np. Tamara Łempicka. A może to kwestia promocji, nie cen? Tym samym, czy wzrosty cen na polskim rynku, które później uwidaczniają się w notowaniach światowych, np. w Artprice czy Artnet, sprawiają, by zainteresowanie polską sztuką (wiem, że artyści nie lubią tego sformułowania i uważają je często za nietrafione) nie było tylko polską domeną?

Kiedys jeden z właścicieli galerii zrelacjonował mi rozmowy na temat sprzedaży prac Jarosława Modzelewskiego. Zgłosił się do niego klient zagraniczny, który docenił wysoki poziom obrazów. Podjął rozmowy na temat sprzedaży wszystkich prac z wystawy. Doszło do wymiany informacji, marszand starał się nie przeszarżować z cenami przy takim zleceniu. Podał atrakcyjne, ale nadal rynkowe ceny na płótna malarza. Kolekcjoner jednak odpowiedział, że wstrzyma się z zakupem do czasu wzrostu cen. W obecnej chwili prace wydają się za tanie, aby trafiły do jego kolekcji, nabrał też wątpliwości co do trafności zakupu, skoro artysta nie jest dostatecznie wypromowany, co ma odzwierciedlenie w niskich cenach. Czyli – w tym przypadku polska sztuka okazała się „za tania”.

Dziś rynek jest inny. W notowaniach Artprice widać, że na międzynarodowym rynku są przykłady prac, których rekordy zostały ustanowione właśnie w naszym kraju. I choć z powodzeniem handlują nimi zagraniczne domy aukcyjne, to jednak polski kolekcjoner był gotów zapłacić najwięcej. Przykładowo, historycznie najdroższa sprzedaż obrazu Mojżesz Kislinga odbyła się w Polswiss Art i wynosiła 756 tys. euro (3,48 mln zł). Dopiero druga pod względem wysokości transakcja należy do paryskiego domu aukcyjnego ADER i wynosi 533 tys. euro (2,45 mln zł). Co więcej, zagraniczne domy aukcyjne Sotheby's czy Christie's mogą tylko nam zdrościć wysokich sprzedaży prac Wojciecha Fangora. Pierwsza dziewiątka najdrożej sprzedanych dzieł w skali całego świata to wyniki polskich domów aukcyjnych. Dopiero w tym roku pojawił się na dziesiątym miejscu dom aukcyjny Sotheby's. Na listopadowej aukcji zatytułowanej Different Perspective pracę M73 Wojciecha Fangora zakupił kolekcjoner, oczywiście także z Polski.

Rekordowe transakcje dokonane w Polsce dotyczą także rzeźb Magdaleny Abakanowicz. Najwyższa sprzedaż to 13 mln zł (2,87 mln euro). Pierwszych pięć miejsc przypisanych jest do Polswiss Art i Desy Unicum. Dopiero na kolejnych miejscach zobaczymy wyniki z domu aukcyjnego Van Ham – cena młotkowa 400 tys. euro – oraz Sotheby's i Christie's – po 330 tys. euro.

Nawet Victor Vasarely, światowej klasy przedstawiciel op-artu, rozpoczyna swój ranking cenowy wynikiem z Sotheby's London – 535 tys. euro, ale zaraz na drugim miejscu notowana jest Desa Unicum – obraz zatytułowany *Nebulus* (1978 r.) sprze-

dano za 2 mln zł plus opłaty, czyli także blisko pół miliona euro. W tyle pozostały takie potęgi jak Christie's, Bonhams czy Ketterer Kunst.

Te notowania pokazują, że nasi artyści nie są już wcale tani, a polscy kolekcjonerzy są gotowi płacić na aukcjach więcej niż ich zagraniczni koledzy. To jest także najlepsza promocja polskiej sztuki za granicą. Nie ma bowiem lepszego marketingu niż lista dziesięciu telefonów do połączenia się przy licytacji polskiego obrazu w Sotheby's lub Christie's. Znamy zaskoczenie w kilku niemieckich domach aukcyjnych, kiedy z estymacji rzędu tysiąca euro cena windowana była do kilkuset tysięcy. Taki polski obraz był niejednokrotnie najdrożej sprzedanym na aukcji dziełem, najliczniej obleganym i najwyższej przebijanym.

Zainteresowanie zagranicznych kolekcjonerów polską sztuką to tylko kwestia czasu. Przez lata promował ją Andrzej Starmach, uczestnicząc w ArtBasel. Trudno zmierzyć jego wkład w promocję polskiej sztuki, wystarczy powiedzieć, że targi odwiedza rokrocznie ponad 90 tys. kolekcjonerów i znawców sztuki, a na stoisku Galerii Starmach zawsze byli obecni przedstawiciele instytucji i dużych kolekcji.

Obecnie głowy kolekcjonerów rozpala kariera Ewy Juszkiewicz. Z chwilą trafienia pod skrzydła Galerii Gagosian prace artystki są poszukiwane na całym świecie. Prywatni kolekcjonerzy potrafią je licytować do poziomu 2 mln zł. Najświeższy rekord sprzedaży to listopadowa aukcja w Phillipsie w Nowym Jorku. Cena wraz z opłatami przebiła 3,3 mln zł (730 800 dolarów).

Reasumując, polska sztuka współczesna znajduje się w bardzo ciekawym momencie. Jej rozpoznawalność za granicą będzie nadal rosła, a twórczość niektórych artystów dostarczy nam jeszcze wielu emocji.

Od długiego czasu brakuje wzajemnego zrozumienia między rynkiem sztuki a ochroną dziedzictwa, która dotyczy rynku sztuki nie tylko w zakresie wywozu zabytków, ale i np. zakupów dokonywanych przez muzea. Rynek sztuki przechodzić będzie w najbliższym czasie liczne zmiany prawne. Jakich najbardziej potrzebuje, a jakich się boi?

Kolekcjonerzy – zwłaszcza bardzo zamożni – oczekują rynku stabilnego i przejrzystego. Sami prowadzą działalność w swoich branżach i stamtąd czerpią wiedzę, jak powinien funkcjonować zdrowy rynek. Spodziewają się dobrych relacji między przedstawicielami ochrony dziedzictwa, ministerstwem a marszandami. Uważają, że taka współpraca jest naturalna, że jesteśmy za małym środowiskiem, żeby nie prowadzić wspólnej polityki. Sytuacja rzeczywiście jest bardziej skomplikowana. W dużej mierze z naszej winy, a właściwie braku solidnego przygoto-

WYWIAD

Z Rafałem Kameckim, współzałożycielem i prezesem Artinfo.pl, rozmawia Alicja Jagielska-Burduk
Alicja Jagielska-Burduk talks with Rafał Kamecki, co-founder and president of Artinfo.pl

wania od strony prawnej i jednolitego głosu przy formułowaniu stanowisk. Wiem jednak, że są w instytucjach osoby rozumiejące specyfikę naszego rynku, pozytywnie do nas nastawione.

Z kolei środowisko antykwariuszy najbardziej obawia się gwałtownych zmian. Rynek dzieł sztuki jest konserwatywny, słabo przyswaja nowe wymagania i procedury, np. związane z przeciwdziałaniem praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu (AML). Stowarzyszenie Antykwariuszy i Marszandów Polskich organizować będzie w najbliższym czasie cykl szkoleń i roześle swoim członkom interpretacje nowych przepisów.

Redakcja „Santander Art and Culture Law Review” nie może nie zapytać o już realizowaną, a może dopiero w przyszłości możliwą współpracę takich podmiotów jak Artinfo.pl z nauką.

Od początku istnienia Artinfo duży nacisk kładziemy na informację i edukację. Nie odmawiamy propozycjom wykładów i spotkań. Od 2008 r. współtworzymy dwusemestralne studia podyplomowe w Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego. Kierunek „rynek sztuki i antyków” wykształcił już wielu kolekcjonerów, a także obecnych marszandów. Od niedawna powstał także nowy kurs uzupełniający: „Dzieło sztuki jako dobro inwestycyjne”. Nie mogło na nim zabraknąć obecności Artinfo. Omawiamy wyniki rynku dzieł sztuki w Polsce, analizujemy rankingi artystów oraz wykresy sprzedaży, szeroko prezentujemy autorski ranking Artinfo TOP 1000, czyli spis tysiąca najdrożej sprzedanych obiektów w historii rynku – od 1989 r.

W najbliższych miesiącach zacieśni się nasza współpraca z Giełdą Papierów Wartościowych w Warszawie. Jako partner GPW będziemy chcieli przybliżyć rynkowi zagadnienia związane z tokenizacją dzieł sztuki. Nowa technologia będzie wspierać handel dziełami sztuki poprzez wykorzystanie rozproszonej własności. Tokenizacja przyniesie rynkowi nowych uczestników oraz demokratyzację dostępu do inwestowania w sztukę. Czy rynek może bardziej urosnąć? Właśnie tak, dzięki przełomowym rozwiązaniom i nowym technologiom, które przyciągną na rynek dzieł sztuki całkowicie nowych klientów.

Bardzo dziękuję za udany wywiad!