

Raport

Warszawskie galerie 2012

Badanie przeprowadzone
wśród 14 spośród 17 galerii
biorących udział w Warsaw
Gallery Weekend.

Badany okres:
09.2011 – 09.2012

Autor raportu:



WealthSolutions

5 356 000 zł

wartość (brutto) sprzedanych dzieł sztuki w mijającym sezonie

25%

wzrost wartości sprzedaży w stosunku do poprzedniego sezonu

Ok. 400

liczba prac sprzedanych w mijającym sezonie

Warszawskie galerie 2012

Wzorem największych stolic sztuki, takich jak Berlin czy Nowy Jork, także Warszawa doczekała się swojego Gallery Weekendu. Warsaw Gallery Weekend po zeszłorocznej próbnej edycji to wydarzenie na skalę międzynarodową. To również świetna okazja, żeby przyjrzeć się bliżej wiodącym polskim galeriom. Jak funkcjonują, dokąd zmierzają i co planują ich właściciele? Wspólnie postanowiliśmy poszukać odpowiedzi na te i wiele innych pytań.

Rynek sztuki w Polsce wciąż się rozwija i to w dużej mierze dzięki pracy galerii. To one promują polskich artystów w kraju i zagranicą oraz są naszymi wizytówkami na międzynarodowych targach. Im zawdzięczamy to, że świat podbiły takie nazwiska jak: Sasnal czy Ziółkowski. Niniejszy raport stanowi próbę sportretowania galerii, opisanie ich aktywności, skali działania, problemów i nastrojów panujących wśród galerzystów w sezonie wrzesień 2011 – wrzesień 2012. W tym celu organizatorzy Warsaw Gallery Weekendu (łącznie 17 galerii) zostali poproszeni o wypełnienie anonimowych ankiet. Analizę wyników przeprowadziła firma Wealth Solutions, zajmująca się inwestycjami w sztukę i jednocześnie będąca partnerem Warsaw Gallery Weekend.

Co wynika z otrzymanych odpowiedzi? Warszawskie galerie zorganizowały w mijającym sezonie 190 różnych projektów, sprzedały 400 prac o łącznej wartości 5,4 mln zł (o 25 procent więcej niż w sezonie poprzednim). Blisko połowa z galerzystów ocenia ten sezon lepiej od poprzedniego. Pozytywne nastroje widać również w opiniach na temat rozpoczynającego się sezonu, ponieważ 43 proc. ankietowanych uważa, że będzie on lepszy w stosunku do mijającego. Większość z nich uważa, że największą przeszkodą w rozwoju rynku jest brak wystarczającej edukacji i wiedzy o sztuce, a największą szansą jest wprowadzenie rozwiązań prawnych i podatkowych zachęcających do zakupu dzieł sztuki.

Report

Warsaw Galleries 2012

A survey conducted among 14 out of 17 galleries taking part in the Warsaw Gallery Weekend.

The surveyed period:
09.2011 – 09.2012

Author of the report:



WealthSolutions

PLN 5,356,000

(gross) value of the works sold in the passing season

25%

increase in sales value as compared with the previous season

Approx. 400

the number of works sold in the passing season

Warsaw Galleries 2012

Following the example of the greatest art capitals, such as Berlin or New York, now Warsaw has its Gallery Weekend as well. Warsaw Gallery Weekend, which last year was organised as a trial edition, is an event with an international reach. It is also an excellent opportunity to take a closer look at the best Polish galleries; to explore how they function, where they are headed and what are the plans of their owners. Together we decided to look for answers to these and many other questions.

Art market in Poland is constantly developing and to a great extent we owe this to the work of the galleries. It is the galleries that promote Polish artists both in the country and abroad and serve as our representatives on international fairs. They are to be credited for the world success of artists such as Sasnal or Ziółkowski. This report is an attempt to paint a portrait of the galleries, describe their activities, the scope of operation, problems and sentiment among their owners in the September 2011 – September 2012 season. For this purpose, the organisers of Warsaw Gallery Weekend (17 institutions in total) were asked to fill out anonymous surveys. The analysis of the results was performed by Wealth Solutions, an art investment company and a partner of Warsaw Gallery Weekend.

What follows from the collected responses? In the passing season, Warsaw galleries organised 190 different projects and sold 400 works with the total value of PLN 5.4 million (25% more than in the previous season). Almost half of the gallery owners considers this season more successful than the previous one. Positive sentiment is also discernible in the opinion on the next season, as 43% of the respondents believes that it is going to be better than the one which is about to end. Most of them claim that the greatest obstacle to market development is the lack of appropriate education and knowledge about art, whereas the greatest opportunity consists in introducing legal and tax solutions encouraging people to buy works of art

1. **Z iloma artystami galeria współpracuje na stałe? (suma: 139)** / With how many artists does the gallery cooperate on a regular basis? (total: 139)



2. **Projekty zrealizowane w zeszłym roku (suma: 190)** / Projects executed in the previous season (total: 190)

wystawy / exhibitions (106)



wydawnictwa / publications (36)



projekty edukacyjne / educational projects (17)



pokazy filmowe / film showings (15)



projekty w przestrzeni publicznej / projects in the public space (9)



projekty muzyczne / music projects (7)



3. **Czy galerie biorą udział w targach sztuki?** / Do the galleries take part in art fairs?

tak / yes

62%

nie / no

38%

4. **Jakich klientów mają galerie?** / What kind of clients do the galleries have?

polskich / Polish

61%

zagranicznych / foreign

39%

5. Jakich klientów mają galerie? / What kind of clients do the galleries have?

stałych / regular

jednorazowych / one-time

56%

44%

**zdecydowanych na zakup
konkretnej pracy lub dzieła artysty /
intent on buying a particular work of art**

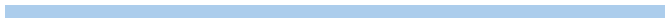
**opierających się na
doradztwie galerii / relying on
professional advice**

56%

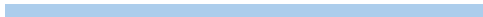
44%

6. Jakie techniki cieszą się największym zainteresowaniem Państwa klientów (Galerie zostały poproszone o wskazanie 3 cieszących się największym powodzeniem) / In what techniques are the clients most interested? (The galleries were asked to indicate 3 most popular techniques)

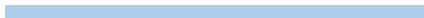
malarstwo / painting (11)



rysunek / drawing (8)



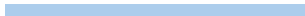
fotografia / photography (7)



video art (6)



rzeźba / sculpture (5)



instalacja / installation (4)



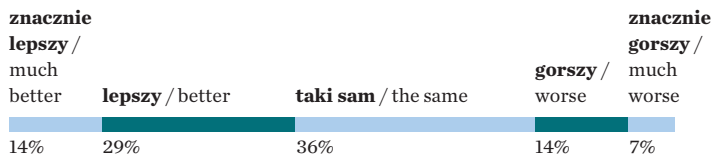
grafika / graphic arts (2)



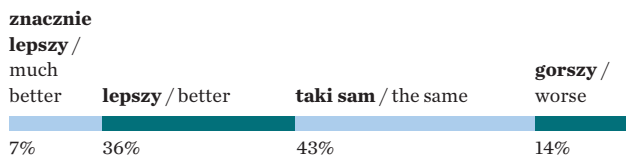
inne / other (1)



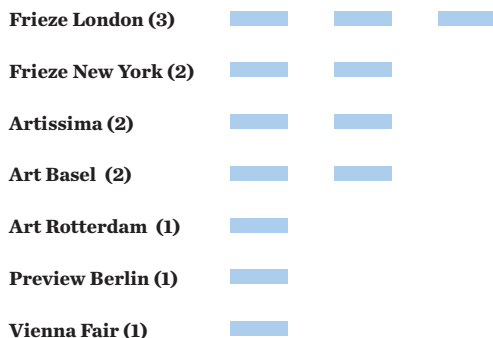
7. Jak galerie oceniają mijający sezon w stosunku do poprzedniego sezonu? / How do the galleries evaluate the passing season as compared with the previous one?



8. Jaki będzie przyszły sezon? / What is the next season going to be like?




9. W jakich targach sztuki galerie uczestniczyły w mijającym sezonie? / In what art fairs did the galleries participate in the past season?




10. Jakie czynniki najmocniej ograniczają lub zagrażają rozwojowi rynku sztuki w Polsce? / What factors do most severely hinder art market development?


Brak wystarczającej edukacji oraz wiedzy o sztuce i rynku sztuki / Lack of appropriate education and knowledge about art and art market (8)



Spekulacje i brak standardów na rynku aukcyjnym / Speculation and lack of standards on the auction market (6)



Brak występujących w innych państwach regulacji prawnych zachęcających do zakupu dzieł sztuki / Lack of regulations encouraging people to buy works of art, present in other countries (4)



Globalny kryzys ekonomiczny / Global economic crisis (4)



Brak zainteresowania mediów rynkiem sztuki / Lack of interest of the media in the art market (2)



Niewłaściwa polityka kulturalna państwa związana z ograniczeniem publicznych środków na kulturę / Inappropriate cultural policy of the state connected with limiting public funds for culture (2)




Brak tradycji kupowania dzieł sztuki w Polsce / Lack of a tradition of buying works of art in Poland (2)




Niski standard życia / Low life standard (1)



Negatywny stosunek do komercyjnego aspektu działalności kulturalnej / Negative attitude towards the commercial aspect of cultural activity **(1)**



Brak profesjonalnego doradztwa / Lack of professional consultancy **(1)**



Inne ukierunkowania inwestycji kapitałowych / Other directions of capital investments **(1)**




Postrzeganie sztuki jako lokaty kapitału / Perception of art as capital investment **(1)**



11. Jakie czynniki mogą wpłynąć pozytywnie na rozwój rynku sztuki w Polsce? / What factor may enhance the development of art market in Poland?

Zmiany prawne (wprowadzenie przejrzystych ulg podatkowych przy zakupie dzieł sztuki oraz obniżenie stawki VAT) / Change in the legal provisions (*introduction of transparent tax reliefs for those buying works of art and lowering of the VAT rate*) **(10)**



Podniesienie poziomu, prestiżu i zasięgu krytyki artystycznej / Raising the level, prestigious character and reach of artistic criticism **(5)**



Poprawa edukacji na temat sztuki / Improvement of art education **(4)**



Umiejdzynarodowienie rynku sztuki w Polsce / Introducing international relations to the Polish art market **(2)**



Wzrost zamożności Polaków / Increase in the Poles' affluence **(2)**



Promocja galerii zajmujących się sztuką współczesną / Promotion of contemporary art galleries **(2)**




Kreowanie zainteresowania sztuką / Creating interest in art **(1)**



Więcej inicjatyw sponsorskich, mecenatu / More sponsorship initiatives and patronages **(1)**



Rozbudowa sieci publicznych instytucji sztuki współczesnej wraz z środkami na zakupy do ich kolekcji / Extending the network of public contemporary art institutions and providing funds for purchasing works to their collections **(1)**




Zmiany w rynku aukcyjnym / Changes in the auction market **(1)**



Indywidualizacja gustów / Shaping of individual tastes in art **(1)**



Budowa Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie i prezentacja stałej kolekcji sztuki współczesnej / Construction of the Modern Art Museum in Warsaw with a permanent contemporary art exhibition **(1)**





WealthSolutions



Jesteś zainteresowany inwestycjami w sztukę?

Napisz do nas: sztuka@wealth.pl lub wejdź na www.wealth.pl

Are you interested in investing in art?

Please contact us: sztuka@wealth.pl or visit our website www.wealth.pl

Sztuka jako inwestycja

Według firmy doradczej Deloitte blisko połowa dzieł sztuki na świecie jest kupowana nie tylko z powodów emocjonalnych i estetycznych, ale również w celach inwestycyjnych.

Inwestycje w dzieła sztuki są szczególnie popularne wśród osób zamożnych. Bankowi doradcy obsługujący takich klientów uważają sztukę za niezbędny element oferty, a Deutsche Bank i UBS to najwięksi sponsorzy prestiżowych targów, takich jak Art Basel, Art Basel Miami czy Frieze Art Fair. Co ciekawe, liczba dolarowych milionerów, mimo kryzysu gospodarczego, wzrosła w ostatnich 4 latach o blisko 30%. Tym samym rośnie liczba chętnych do posiadania własnej kolekcji, która będzie cieszyć oko, a przy okazji zyskiwać na wartości.

Osoby z nieco mniejszym kapitałem mają do dyspozycji specjalne fundusze, które zamiast akcji czy obligacji, kupują obrazy. Takie grupy inwestycyjne zarządzane przez ekspertów z rynku sztuki szybko zyskują na popularności — dysponują już kwotą blisko 1 miliarda dolarów wobec 760 milionów w roku 2010. Zainteresowanie inwestorów nie powinno dziwić. Największe fundusze, takie jak Fine Art Fund czy Collectors Fund, mogą się poszczycić rocznymi zyskami rzędu ok. 25 procent.

W Polsce niestety nie ma tradycji kolekcjonowania dzieł sztuki i co za tym idzie — inwestowania w nią. Czy jest szansa, żeby to zmienić? Oczywiście, a wydarzenia takie jak Warsaw Gallery Weekend mogą się do tego przysłużyć. Edukacja, wspólne promocyjne przedsięwzięcia galerii, udział w nich instytucji finansowych i większa obecność informacji z rynku sztuki w mediach to dobra droga. Ważna jest również dostępność na rynku odpowiedniej oferty inwestycyjnej, której do tej pory w Polsce brakowało. Dzięki takim zmianom oraz wspólnemu wysiłkowi można stworzyć w Polsce pozytywną modę na kolekcjonowanie i inwestowanie w sztukę.

Art as an investment

According to the Deloitte consulting firm, almost half of the works of art bought globally are purchased not only for emotional and aesthetic reasons, but also for investment purposes.

Investing in art is particularly popular among the wealthy. Bank advisors assisting such clients are of the opinion that art is an essential element of the investment offer, while Deutsche Bank as well as UBS are the main sponsors of prestigious fairs, such as Art Basel, Art Basel Miami or Frieze Art Fair. What is interesting, the number of people whose assets total millions of dollars, despite the economic crisis, increased in the past 4 years by close to one-third. Thus, the number of those interested in owning private collections — which please the eye and, additionally, gain in value — is also growing.

Those with slightly lower capital may invest in special funds which instead of stocks or bonds buy paintings. Such investment groups, managed by art market experts are quickly becoming increasingly popular — they have already accumulated almost 1 billion dollars, as compared with 760 million in 2010. This interest among investors is not surprising. The largest funds, such as the Fine Art Fund or the Collectors Fund, boast annual profit at the level of 25%.

Unfortunately, in Poland, there is no tradition of collecting art or, consequently, — investing in art. Is it possible to change this situation? Naturally, and events such as the Warsaw Gallery Weekend will aid this transformation. Education, joint promotional activities organised by the galleries, participation of financial institutions and more information about the art market in the media are all a good start. The availability of an appropriate investment offer on the market — which so far has been lacking in Poland — is also very important. With such changes and joint effort it is possible to create a positive trend in collecting art and investing in art works in Poland.