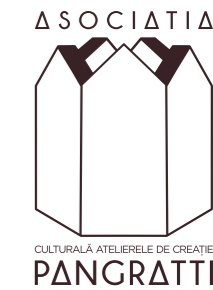


**P.P.R.A.20-21.C.P.**







**PERSPECTIVELE PIEȚEI ROMÂNEȘTI DE ARTĂ 2020-2021 ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI**

# Cuprins

Cuvânt înainte

Înainte de pandemie

Martie-aprilie 2020

Lecții ale crizei trecute

Perspective pentru 2020-2021



precum frumusețea, arta este în ochii privitorului. Precum frumusețea, arta este în ochii privitorului. Precum frumusețea, arta este în ochii privitorului.

# Cuvânt înaintea

*Precum frumusețea, arta este în ochii privitorului. Oamenii sunt cei care îi dau sens și valoare, de aceea cultivarea relației dintre artiști, artă și public și reinventarea ei de-a lungul timpului este esențială, un element neputând exista fără celelalte.*

*Atât publicul larg, cât și colecționarii sau companiile caută să se regăsească în creațiile artistice, fie că o fac vizitând expoziții, cumpărând lucrări pentru colecții private sau comunicând valorile unui brand prin intermediul colecțiilor corporatiste. Motivațiile celor care urmăresc să își cultive această pasiune sunt diverse, însă, de cele mai multe ori, la baza colecționării lucrărilor de artă stă pasiunea.*

*În contextul pandemiei care a afectat și România de la începutul lunii martie 2020, realitatea fiecăruia a devenit alta decât o știam. Distanțarea socială și restrângerea activității economice din mai toate sectoarele, inclusiv cel al activităților culturale, fac ca lumea artei să traverseze o perioadă de adaptare, redescoperire și căutare de noi mijloace prin care să își țină publicul aproape. Arta coboară de pe soclu și simează și se mută în online – singura modalitate de a o mai aduce în atenția publicului astăzi.*

*Nicicând oamenii nu au fost atât de conectați la lumea artei, așa cum sunt acum datorită expansiunii social media și a mijloacelor de comunicare online. Cumpărarea de artă online, din oricare colț al lumii, a devenit posibilă odată cu apariția caselor de licitații care activează exclusiv în mediul virtual, această tehnologizare timpurie devenind un avantaj pentru mediul de business cu artă, odată cu oprirea tuturor activităților din offline. Motivațiile cumpărării de artă pe timp de pandemie sunt totuși altele, pasiunea fiind treptat înlocuită de grija pentru siguranța banilor, arta devenind mai degrabă un mijloc de investiție pe termen lung.*

*Raportul de față își propune o scurtă incursiune în evenimentele care au dus la continuarea creșterii pieței de artă în ultima perioadă și o explorare a modului în care noua situație globală va produce efecte simțitoare asupra tuturor celor implicați – de la artiști, la galerii și case de licitații, la desfășurarea de evenimente artistice, precum și în procesul de cumpărare și motivația de a investi în artă.*

*La fel ca în educație, digitalizarea forțată produsă de pandemie și măsurile de distanțare socială impuse aduce și în lumea artei o schimbare de paradigmă.*

*Ne propunem să punem întrebări, să analizăm din diverse unghiuri și să comparăm contextul actual cu cel al crizei economice din 2008-2009, fără a avea însă răspunsuri sau sfaturi în ceea ce privește adaptarea la lumea post – COVID19, venind doar cu îndemnul de a îmbrățișa această transformare a noastră, a tuturor.*

*Asociația Culturală Pangratti este o organizație non-profit care are drept obiective fundamentale susținerea și promovarea artei românești contemporane de înaltă ținută.*

*Deopotrivă, Asociația lucrează în vederea recuperării istoriei și conservării memoriei culturale a Atelierele de Creație situate în București, Strada Ermil Pangratti.*

*Cu entuziasm și conștiința datoriei față de comunitatea artiștilor plastici, Asociația își propune ca într-un termen mediu să construiască un fond documentar cât mai cuprinzător și cât mai variat, acoperind fiecare atelier de creație și activitatea fiecărui artist găzduit, de la momentul deschiderii în anii '50 și până în prezent. În acțiunile și activitatea sa, Asociația nu își propune să stabilească ierarhii sau ordine de prioritate generale, dar nici să se ghideze după canoane sau alte rânduri "oficiale".*

*În fapt, Asociația este în mod natural interesată de condițiile în care piața de artă din România testează, cu instrumente profesionale adecvate, operele artiștilor "din Pangratti".*

*Sușținem astfel orice acțiune în procesul necesar al profesionalizării pieței de artă din România, un proces pe care Artmark, prin Institutul de Management al Artei, îl gestionează cu responsabilitate, Raportul de față fiind doar cea mai recentă exprimare în acest sens.*

*Florian Nițu  
Președinte al Comitetului Director  
Asociația Culturală Atelierele de Creație Pangratti*




# Înaintea

# de

# Pan

# demie

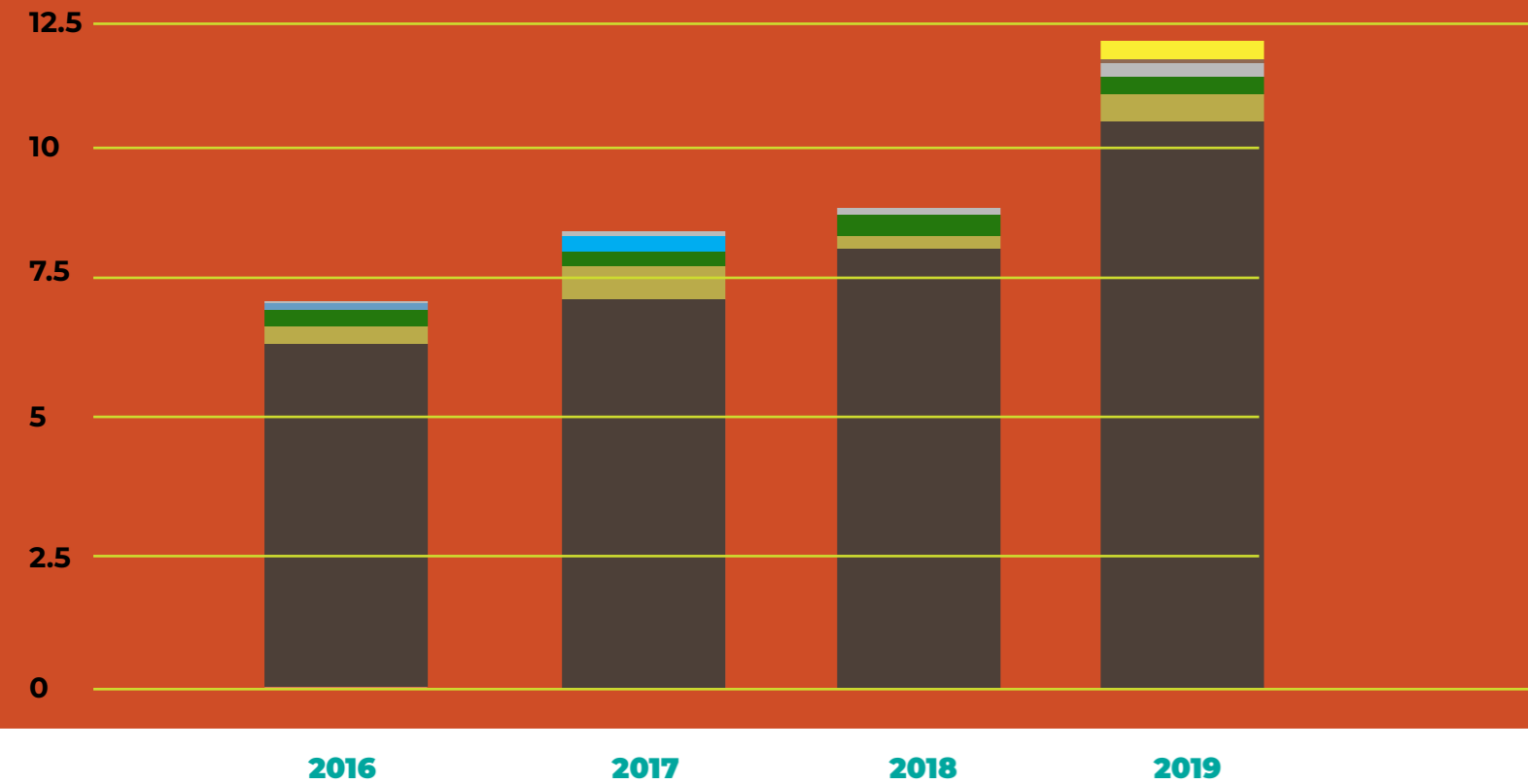
## TRENDURI ÎN PIAȚA ROMÂNEASCĂ DE ARTĂ 2016-2019



Ultimii zece ani ai pieței de artă sunt caracterizați, generic, de creștere, probabil pe fondul revenirii întregii economii românești, ce a finanțat, introducând în circuit, și piața de artă, ca parte a unei mai largi, dar încă restrânse, economii culturale. După o relativă restrângere în anii 2013-2016, perioadă de rearanjare a scenei economice românești sub impactul unor impetuoase politici publice judiciare, piața românească de artă se reînviorează începând cu a doua jumătate a anului 2016 și își reîncepe dezvoltarea și diversificarea, parcurgând o creștere relativă, cu circa 22% în medie pe an, până la sfârșitul lui 2019.



Figura 1.



Distribuția anuală de vânzări publice (milioane EUR) între casele de licitații



Creștere medie de  
**22%**  
pe an

Indicatorul de creștere de 22% pe an are în vedere sectorul vânzărilor publice (prin licitații de artă și obiecte de colecție), singurul trasabil, datorită publicității adjudecărilor sale și prin conservarea publică a rezultatelor tranzacțiilor. Acest sector a funcționat, de regulă, atât drept barometru al pieței vânzărilor private, cât și drept generator al acesteia, impulsționând piața privată în perioade de prosperitate a cererii sau, dimpotrivă, dând acesteia semnal de restrângere, în perioade de penurie a cererii.

Licitațiile publice de artă contribuie astfel la multiplicarea, dar și la alimentarea pieței vânzărilor private, într-un raport de 1:2, piața vânzărilor publice reprezentând aproximativ o treime din piața în curs la un moment dat.

Se observă astfel o creștere relativ continuă în ultimii 4 ani, neliniară (acest ultim aspect datorită unor schimbări structurale de piață în 2018). Pe de o parte 2018 vine cu o corecție față de creșterea vertiginoasă a lui 2017 (de aproximativ 33%), iar pe de altă parte casa Goldart își încetează activitatea.

Evoluția constantă se remarcă însă cel mai bine la casele de licitații Artmark (de la 6,4 milioane euro în 2016 la 8,3 milioane euro în 2017, la 8,6 milioane euro în 2018, la 10,4 milioane euro în 2019) și Quadro (de la 62 mii euro în 2016 la 102 mii euro în 2017, la 110 mii euro în 2018, la 290 mii euro în 2019).

Anul 2019 a adus înființarea a două noi case de licitație: **Historic**, care organizează 8 licitații de carte, cu rezultatul totalizat al cărora intră direct pe podium, clasându-se a treia casă ca cifră de afaceri (aproape 500 mii euro), respectiv **Vikart**, ce declară că își dedică activitatea de licitații artei contemporane și organizează o primă licitație în luna decembrie a aceluiași an.



Totodată, nu doar cererea, ci și oferta de loturi de artă (pictură, grafică, gravură, sculptură) este în creștere în perioada 2016-2019. Folosind etalonul adjudecărilor de artă ale casei Artmark, ușor de urmărit deoarece păstrează afișate online rezultatele licitațiilor ultimilor ani (de la 1.564 de loturi de artă în 2016 la 1.797 loturi în 2017, apoi la 1.922 în 2018 și la 2.258 loturi în 2019), se remarcă o creștere medie cu 15% mai multe loturi de artă adjudecate anual de casa Artmark, cu o reducere a creșterii în 2018 față de 2017, când evoluția este de doar 7% (un alt motiv pentru relativa stagnare în 2018 a creșterii începute în 2015/2016 fiind o mai redusă ofertă de artă).

Această evoluție se referă la loturile de artă adjudecate, iar nu la cele puse în vânzare, cantitatea primară de loturi de artă oferite în licitație putând fi extrapolată din rata uzuală de adjudecare a casei Artmark la licitațiile de artă plastică, grafică și sculptură, aceasta fiind în medie 80%.

Se poate constata că absorbția de artă cultă, prin operatori economici autorizați precum casele de licitație, de către consumatorul român de cultură vizuală, este încă, în cifre absolute, foarte mică, de circa 2.000 de loturi de artă pe an – la o populație semnificativă.

## Evoluție număr loturi artă adjudecate (Artmark)

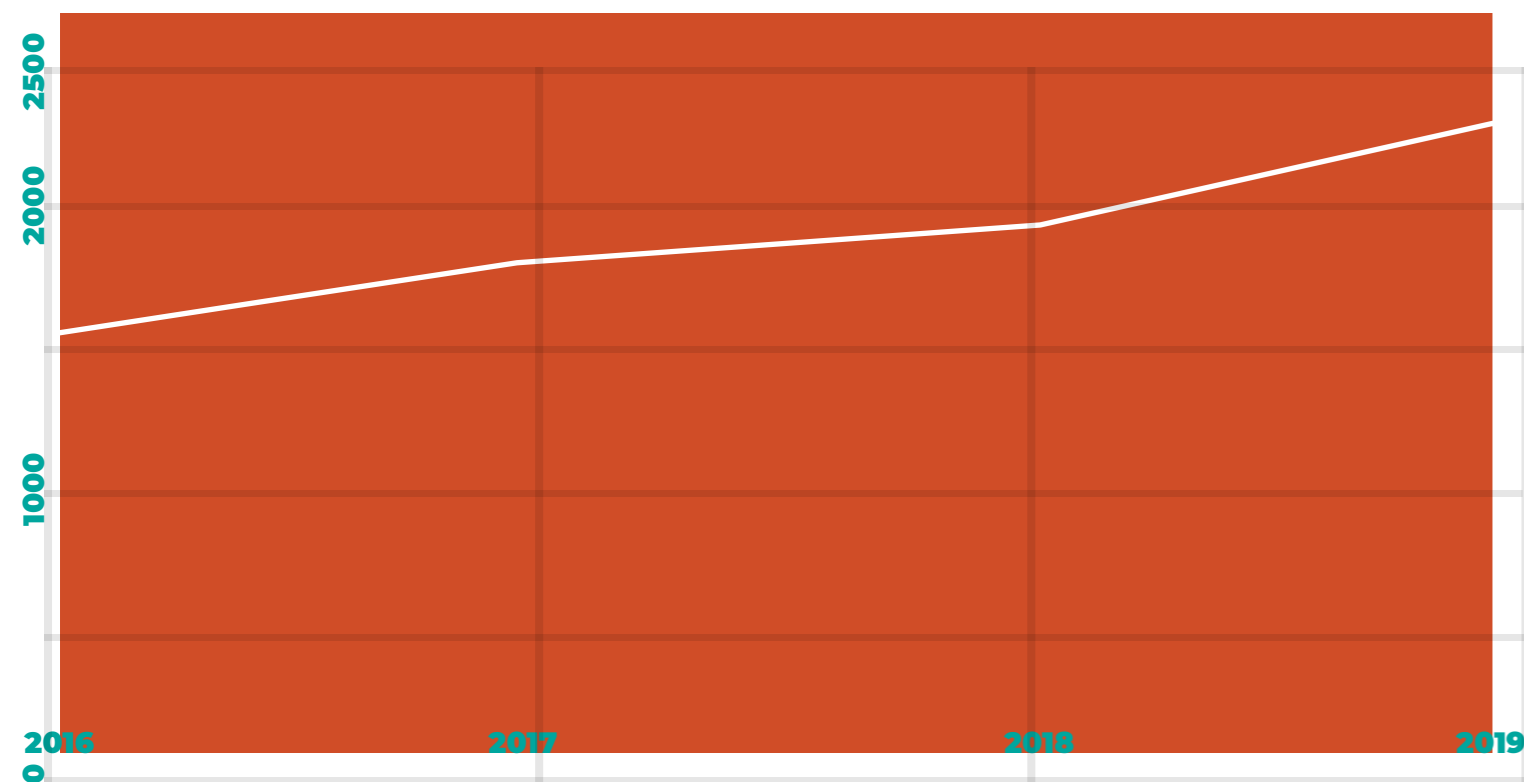
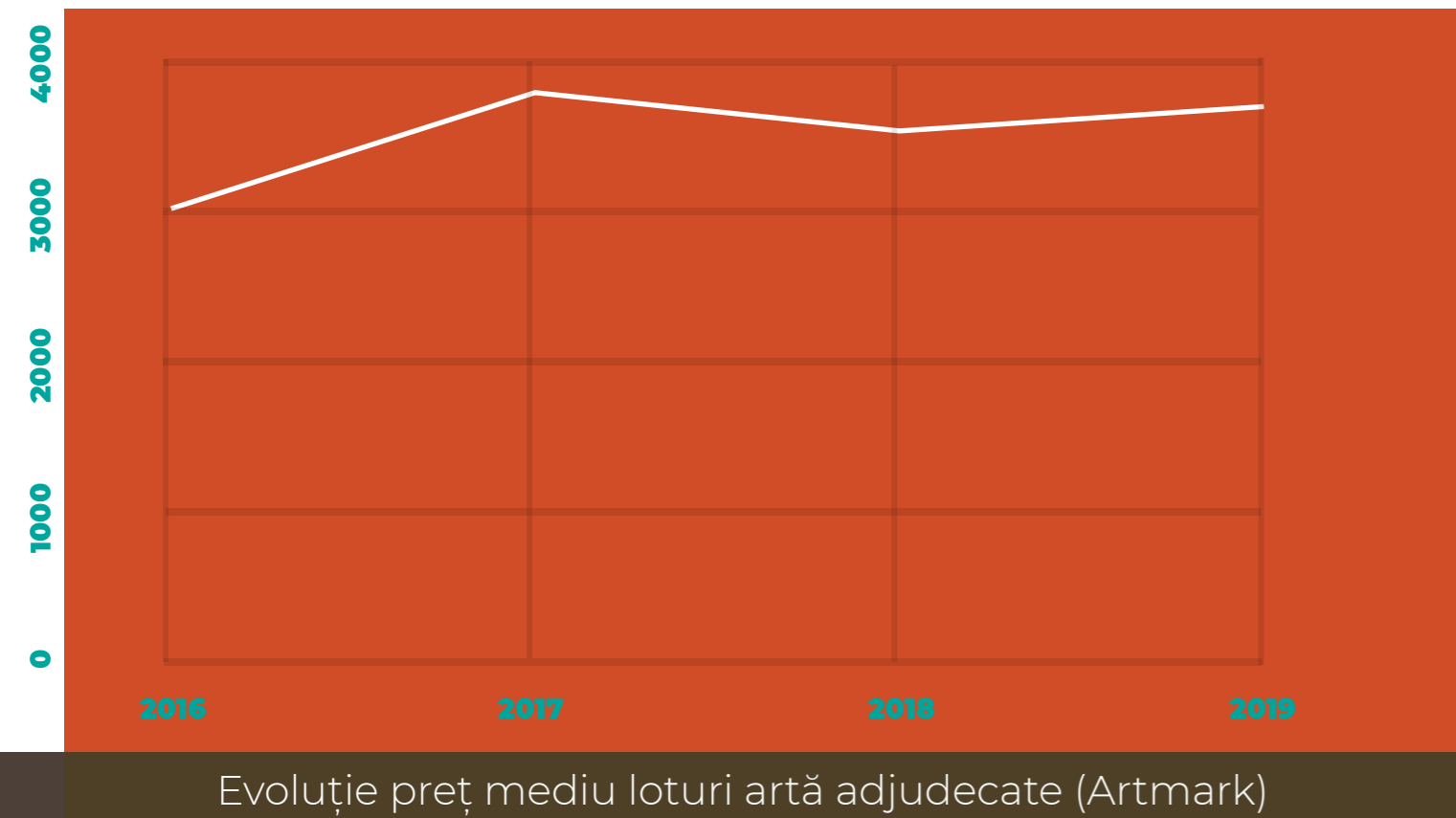


Figura 2.

De asemenea, creșterea numărului de loturi de artă adjudecate însoțește o creștere a numărului de loturi de artă puse în vânzare și, totodată, ambele antrenează o creștere, aparent, în termeni procentuali, mai mare, a cifrei de afaceri a vânzătorilor acestora prin licitație, așadar că, deși oferta este în creștere, absorbția pare a fi și ea crescătoare, prin urmare că cererea ar fi mai mare decât oferta, la momentele etalon ale perioadei pe care verificăm evoluția.

1 Geographical breakdown of 2019 sales turnover (Sold Lots) <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2019/global-assessment-strong-and-flexible-demand/>



Astfel, iată cum pentru oferta mai sus analizată, în creștere, de loturi de artă (Figura 3), prețul mediu anual sporește la rândul său de la 3.065 euro în 2016, la 3.807 euro în 2017, corectat apoi în 2018 la 3.564 euro, pentru a crește din nou în 2019 la 3.756 euro, marcând așadar o creștere de aproape 22,5% (700 de euro) în 4 ani, iar aceasta în condiții de creștere a ofertei de loturi de artă în piață, ceea ce, la începutul lui 2020, a constituit o premisă serioasă pentru a lua în calcul o evoluție pozitivă a pieței pentru perioada următoare.

Un trend asemănător se verifică și la nivelul tranzacțiilor celor mai importante (top 10) ale anilor cercetați, media acestora evoluând, la nivelul aceluiași adjudecări de loturi ale casei Artmark (doar artă plastică, grafică și sculptură), de la 95.000 euro în 2016 la 116.500 euro în 2017, apoi la 144.750 euro în 2018, pentru a se corecta la 119.000 euro în 2019. La nivelul calitativ al acestor adjudecări importante, un rol mai semnificativ decât trendul a fost jucat însă de unicitatea acestora, precum și de raritatea cu care piese de o asemenea importanță ajung în piață, nivelul de avizare al elitei cererii, ce dispune de finanțe și specialiști, fiind unul sporit, relativ independent de trendurile pieței de masă.

# 11 Grigorescu în



Nicolae Grigorescu, Tărăncuță cu broboadă albă

# topul ultimilor 4 ani

Cele mai importante tranzacții ale anului reprezintă în totalul tranzacțional mai mult de 10% din piața vânzărilor publice, spre deosebire de situația în piețele mature<sup>2</sup>, unde selecția celor mai importanți artiști public cotați realizează cifre de afaceri ce tind către 50% din acest total. Piața românească de artă este încă una extrem de tânără, ale cărei “vedete” muzeale se adu-decă la prețuri în jurul cifrei medii de 100.000 euro, așadar la un multiplu de 30 față de me-dia întregii piețe, spre deosebire de multiplii de până la 10.000 ori mai mari, specifici tranzacțiilor semnificative din piața internațională.



Geta Brătescu, Povești [1961]

Topul rămâne condus, precum în anii trecuți, de **Nicolae Grigorescu**, pictorul național și pre-feratul marilor colecționari, cu 11 prezențe în topurile celor 4 ani trecuți, urmat de Nicolae Tonitza, cu 8 lucrări, în top urcând și două lu-crări de avangardă, una aparținând lui Marcel Iancu și alta lui Arthur Segal, ambele în ultimul an, 2019. Tot în top 10 al perioadei 2016-2019 pă-trund doi artiști contemporani, Ion Țuculescu, cu trei tranzacții în 2016, respectiv tânăra vede-tă internațională **Adrian Ghenie**, cu șapte lu-crări de tinerețe, presărate în fiecare an, dintre care 3 lucrări anul trecut.

2016				2017		
		Titlu	Preț (€)	Autor	Titlu	Preț (€)
1	Nicolae Grigorescu	Țărăncuțe (De la fântână)	320.000	Samuel Mützner	Curtezane din Shi-mabara	160000
2	Adrian Ghenie	Christ	125.000	Nicolae Tonitza	Florăreasa	150.000
3	Theodor Aman	Natură statică cu cirese, caise și tutun	75.000	Nicolae Grigorescu	Bretonă la Brolle	140.000
4	Ion Țuculescu	Mare albastră	65.000	Theodor Aman	După petrecere (Natu-ră statică cu fructe și vin franțuzesc)	130.000
5	Nicolae Tonitza	Intimitate	65.000	Nicolae Tonitza	Copil cu fundă verde	120.000
6	Nicolae Grigorescu	Care cu boi la amiază	60.000	Nicolae Grigorescu	Bărăția din Câmpulung	120.000
7	Nicolae Grigorescu	Fetiță cu bonetă albă	60.000	Theodor Aman	Orientală	95.000
8	Ion Țuculescu	Childhood (Landscape in Ștefănești)	60.000	Ștefan Luchian	Crizantele și dumi-trițe	90.000
9	Ion Țuculescu	La Tache Orange (Pata Orange)	60.000	Adrian Ghenie	Enigma	80.000
10	Adrian Ghenie	Pod	60.000	Nicolae Grigorescu	Car cu boi	80.000
			<b>~ 95000</b>	<b>~116500</b>		

2018			2019			
	Autor	Titlu	Preț (€)	Autor	Titlu	Preț (€)
1	Nicolae Grigorescu	Țărăncuță cu basma albă	340.000	Nicolae Tonitza	Lecția	190.000
2	Nicolae Tonitza	Tătăroaică privind marea	210.000	Nicolae Tonitza	Maternitate	175.000
3	Theodor Aman	Natură statică cu liliac și cutie cu bijuterii	140.000	Adrian Ghenie	Untitled (Autoportret)	150.000
4	Ștefan Luchian	Gălbenele și ulcior	130.000	Nicolae Grigorescu	Car cu boi	140.000
5	Ștefan Luchian	Ulcior cu garoafe	125.000	Nicolae Grigorescu	Cusătoreasă (Sora artis-tului)	110.000
6	Nicolae Tonitza	Afize	125.000	Adrian Ghenie	Untitled	105.000
7	Nicolae Grigorescu	Ciobănaș cu turmă de oi	110.000	Adrian Ghenie	Landscape	85.000
8	Nicolae Grigorescu	Cântecul ciobănașului	95.000	Nicolae Grigorescu	Primăvara în livadă	80.000
9	Theodor Aman	Natură statică cu struguri, cărți și pahar de coniac	92.500	Marcel Iancu	Cathédrale	80.000
10	Adrian Ghenie	Unbound	80.000	Arthur Segal	Port în sudul Franței	75.000
			<b>~144750</b>	<b>~119000</b>		

<sup>2</sup> <https://www.artprice.com/artprice-reports/global-art-market-in-h1-2019-by-artprice-com/artprice-global-art-market-report-1st-semester-2019>



Segmentul de artă contemporană în vânzările publice ale anilor trecuți are de asemenea parte de o creștere treptată, atât ca pondere în totalul adjudecărilor, cât și creștere netă, a ofertărilor în piață, a numărului de licitații de contemporană și a cifrei totale a adjudecărilor.

Evoluția ponderii segmentului de contemporană în vânzările publice 2016-2019 (plecând de la un 15,5% în 2015) poate fi observată în Figura 4:

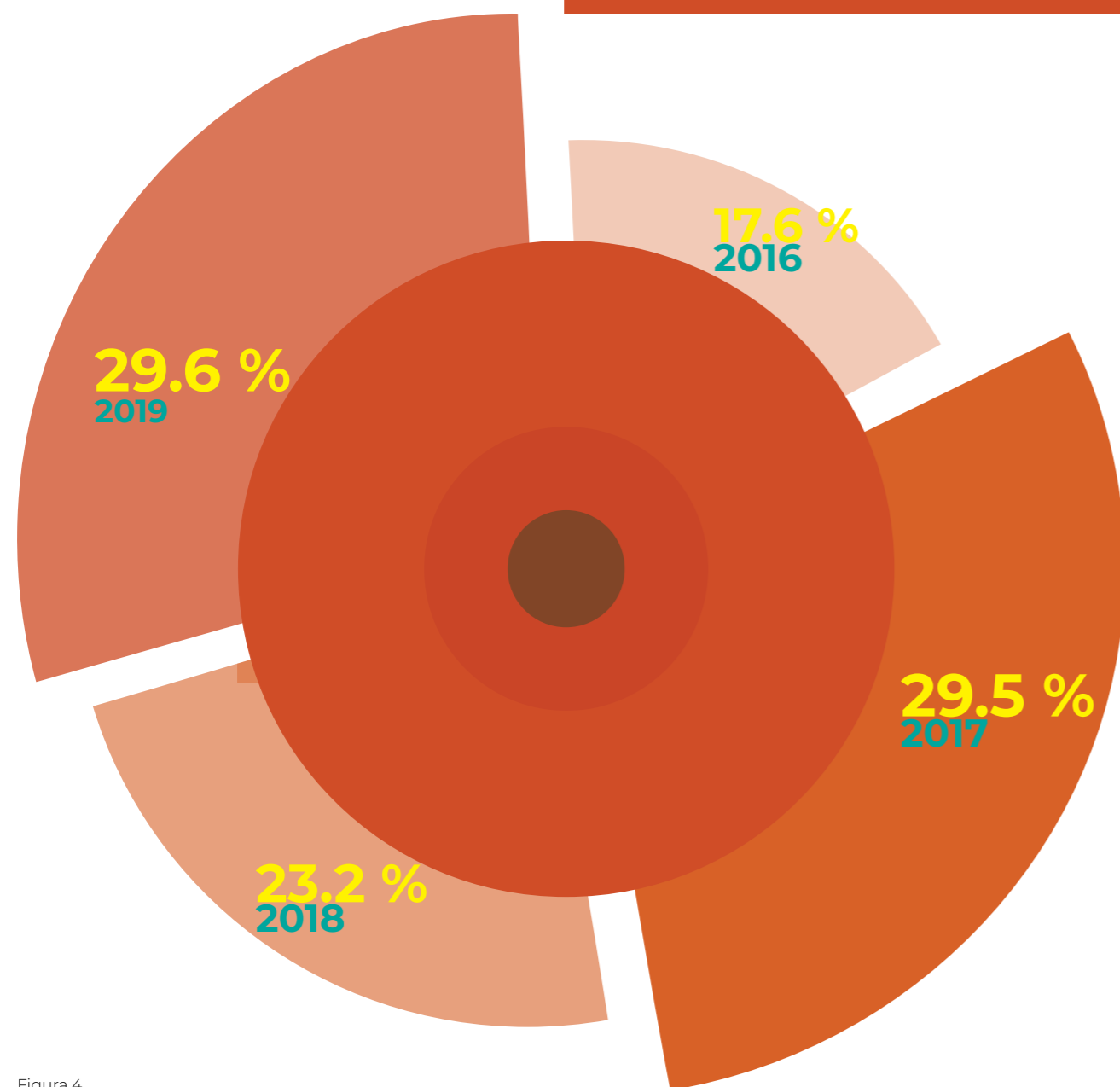


Figura 4.

Evoluția ponderii segmentului de contemporană în vânzările publice  
2016-2019

Acestea înregistrează în medie 26,4% în vânzările ultimilor doi ani, aproape dublă față de cea din 2014-2015, însă net sub media europeană a piețelor estice comparabile, precum Polonia, ce afirmă în 2018 o pondere a segmentului de artă contemporană de circa 50-55%<sup>3</sup>, pe fondul unei penurii de artă istorică valoroasă, blocată în colecții de tradiție ori muzee.

Raportat la cifre nete, se observă o creștere abruptă a volumului de adjudecări de artă contemporană în 2017 – 2,79 milioane euro față de 1,67 milioane euro în 2016, de asemenea o revenire în 2019 – 2,8 milioane euro față de 2,2 milioane euro în 2018. Aruncând o privire detaliată asupra rezultatelor licitațiilor Artmark de artă contemporană în 2017, sesizăm o diferență substanțială față de 2016. Pe fondul unei ușoare creșteri a numărului de loturi de artă contemporană puse în vânzare, se remarcă o atitudine mai îndrăznească, mai asumată, a organizatorului selecțiilor licitațiilor, constând în introducerea treptată de loturi mai semnificative ale artiștilor momentului, în detrimentul celor de trafic lejer, ce alcătuiau în trecut grosul licitațiilor de artă contemporană. Pe de altă parte, sporirea volumului ofertei în licitații poate însemna și o mai bună colaborare a platformelor de licitații cu unele galerii din piața primară a artei contemporane ce, ulterior unei lungi perioade de excluziune ori de tatonare de la distanță a pieței vânzării publice, au acceptat colaborarea lucrativă cu platformele de licitații, utilizându-le avantajele acolo unde acestea puteau să le fie de folos.



### Evoluția artei contemporane în vânzările publice 2016-2019

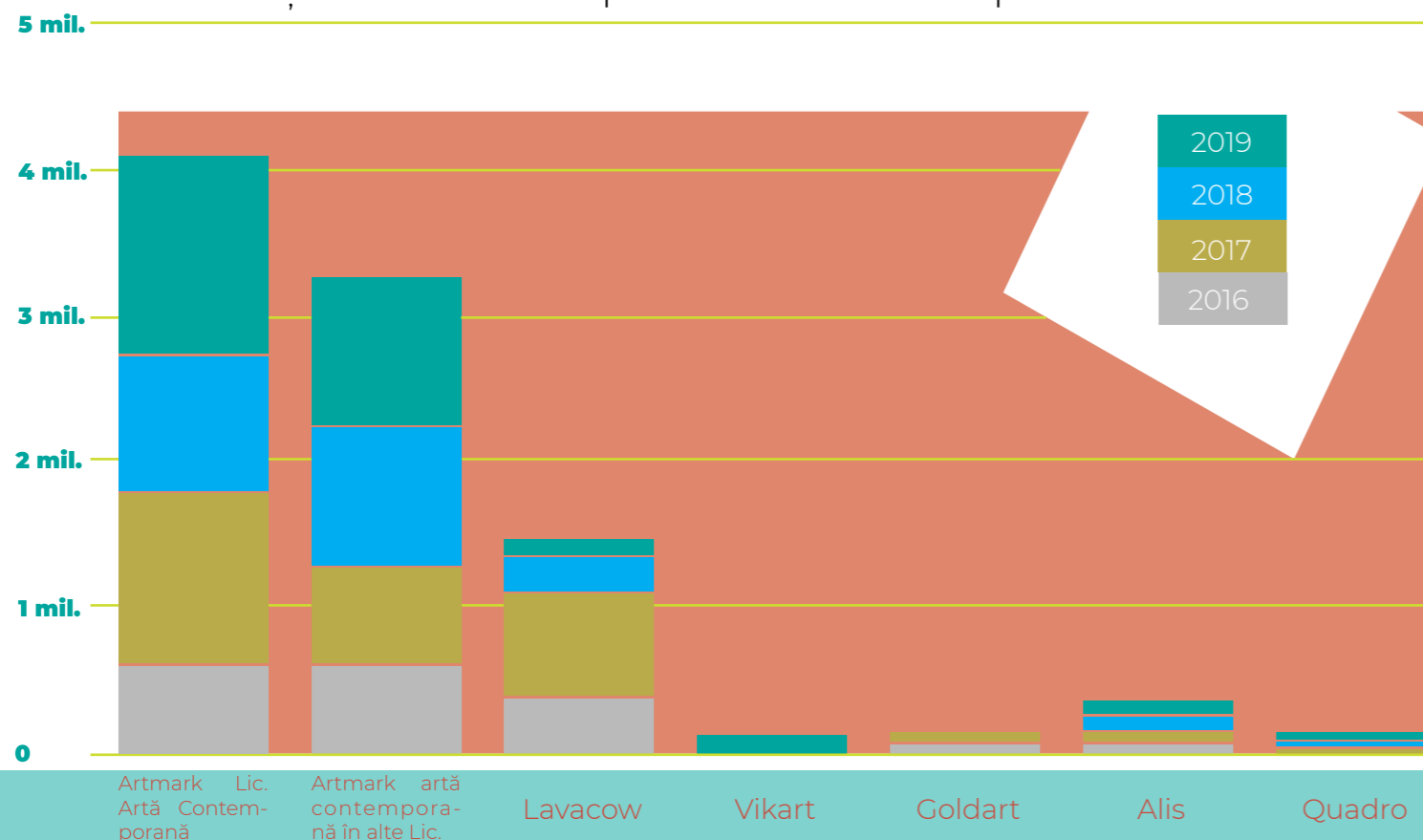


Figura 5.

Evoluția ponderii segmentului de artă contemporană în licitații, precum și a vânzărilor publice în perioada 2016-2019, constată dominarea pieței de un singur jucător. Are astfel loc împărțirea pieței românești de artă, pe modelul internațional, între o casă mare (A10 by Artmark) și mai multe case mici, specializate (artă contemporană – Vikart, focus pe artă supercontemporană – Lavacow, carte și manuscris – Historic, ori accent pe artă transilvăneană – Quadro). Această situație nu este însă o noutate, casa Artmark dominând piața vânzărilor publice, cu peste 75% cotă de piață, cu începere din 2011, deci de 10 ani.

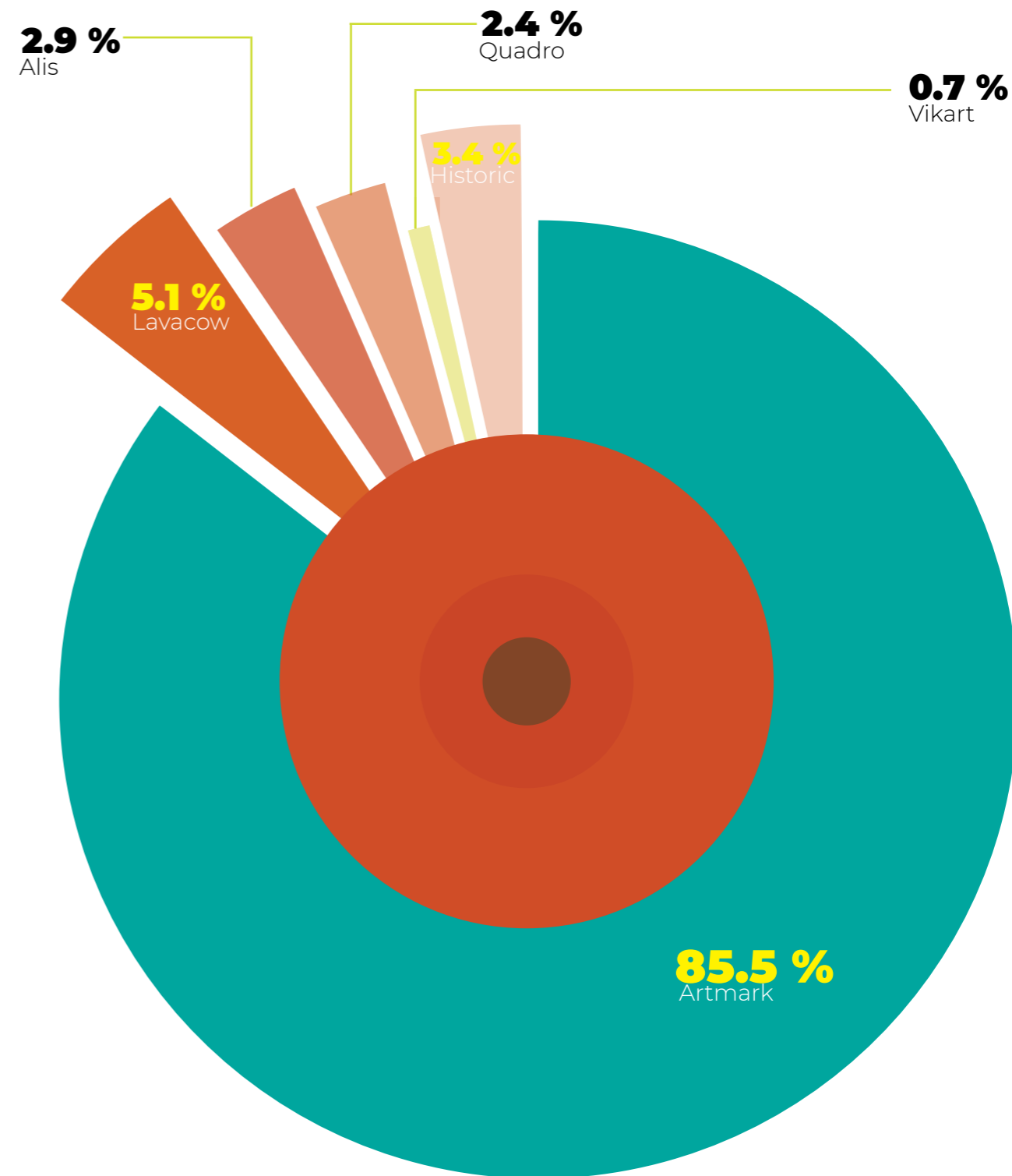


Figura 6. Evoluția vânzărilor publice 2016-2019

# Prima platformă românească de licitare online

În 2011, cu ajutorul unui software inovator realizat de ArtGames, Artmark lansa o platformă experimentală de licitare online, ce oferea celor aflați la distanță posibilitatea de a viziona live cum decurge licitația și de a licita remote în timp real. Printre primele realizate la nivel european<sup>4</sup>, această platformă de licitare online se adăuga canalelor clasice de participare la licitație (prezență în sală, telefonic și ofertă scrisă prealabilă).

Figura 7.

Artmark-adjudecări	2016	2017	2018	2019
Nr. loturi adjudecate online	1.159	1.393	2.700	2.354
Total adjudecări online	1.709.648	2.600.235	2.422.570	3.264.410
% din totalul adjudecărilor (nr. loturi)	30,9	35,75	56	50
% din totalul adjudecărilor (valoare)	28,27	32,88	30	32
Total participanți online (unici/licitație)	482	693	1021	1248

În 2019, o parte semnificativă din oferta Artmark se licitează respectiv se adjudecă online, prin platforma Artmark Live, așa cum indică fig. 7.

Referim, pentru claritate, la toate tipologiile de loturi adjudecate prin licitație, nu doar la loturile de artă (fine arts), așadar și istorie, carte, vinuri, artă decorativă, bijuterie, ceasuri, icoane etc.; ne-a părut mai relevantă includerea tuturor tipologiilor, pe de o parte pentru a indica amploarea fenomenului în online, iar pe de altă parte pentru faptul că tranzacționabilitatea online privește încă, majoritar, loturile de valori mici, iar nu piesele semnificative care, în mod tradițional, se pretează inspectării fizice prealabile și licitării în sală, ce oferă marilor colecționari confortul unui mai direct control al procesului de ofertare.

Concluziile sunt însă importante: la nivelul casei Artmark, circa 50 din adjudecări se petrec deja online și acestea reprezintă aproximativ o treime din valoarea adjudecată anual de casa de licitație. Impresionant este și trendul de creștere a numărului de participări online, cu o medie de 35% pe an, ceea ce ne indică conturarea unei noi generații de cumpărători de artă și obiecte de colecție, cu predilecție istorice și simbolice,

o generație a celor interesați de relația directă cu obiectul de artă, nemediată de intermedierea vizibilă a unui vânzător de artă ori măcar de contactul lămuritor cu un specialist. Căci, din perspectiva generației online, asta face platforma online a casei de licitație, pune în relație directă clientul final cu obiectele de artă propuse de vânzătorul inițial, fără mijlocirea unuia sau mai multor intermediari – ceea ce, finalmente, va conduce și la o ieftinirea a accesului la obiectul de artă, pentru cumpărătorul final, acesta având de achitat doar costul de utilizare a platformei online și garanțiile operatorului platformei.

Astfel că anul 2020 debutează sub bunele auspicii ale unui sfârșit de 2019 pozitiv, semnificând trenduri de creștere moderată, organică, în toate direcțiile.

~50% din adjudecări Artmark  
2019  
din online

<sup>4</sup> Prima licitație online Christie's datează din 2012, câtă vreme Sotheby's organizează prima licitație online în 2016. Este notabil că ambele case de licitație începuseră să colecteze oferte online pentru licitațiile lor fizice cu câțiva ani înainte. Vezi „Art Markets and Digital Histories”, Claartje Rasterhoff, Sandra van Ginhoven, p. 124.

# Lunile martie aprilie 2020

## Prima confruntare cu efectele pandemiei

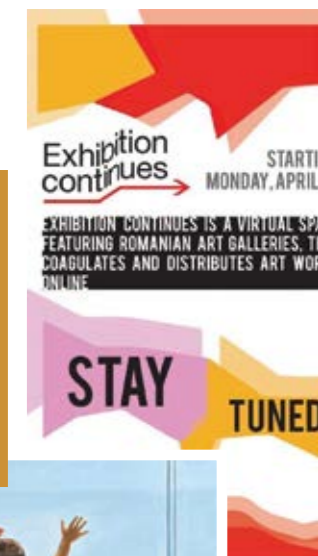
Primele luni în care piața de artă s-a aflat sub incidența măsurilor de prevenire a extinderii pandemiei și a temerii de relaționare socială, între care vizitarea unei expoziții sau participarea la evenimente sociale și, mai ales a restrângerii treptate a activității economice, însoțite de năruirea unor planuri de business, precum și de grija zilei de mâine – au fost martie și aprilie.

O succintă survolare a pieței românești de artă indică o întrerupere totală a activității de bază în sectorul pieței primare, a galeriilor, al căror rost esențial este să promoveze arta contemporanilor din portofoliu prin expoziții, în propriile incinte ori la târguri de profil, precum și încercări, de o eficiență redusă, de a substitui activitatea expozițională fizică cu promovări punctuale online, de tip online shop sau prin social media.

Un demers laudabil în social media, îl reprezintă încercarea de a coagula, sub aceeași platformă de promovare online, denumită Exhibition Continues, după un model importat, cu începere din 20 aprilie, o pleiadă de 11 repute galerii de artă contemporană (Suprainfinit, H'art, Gaep, Sector 1, Mobius, Anca Poterasu, Plan B, Galeria Posibilă, Sabot, Galeria Jecza, Sandwich).

De asemenea, o platformă online de artă contemporană a anunțat și Galeria Galateca – Contactless Art Wall, iar alte galerii de artă contemporană au preferat, în această perioadă de inactivitate socială, cu aparente disponibilități de timp pentru studiu și documentare, să dedice un accent organizării de cursuri ori de artist talks online.

Măsura în care aceste noi abordări vor aduce, în sine, tranzacții semnificative – sau măcar suficiente pentru a finanța activitatea curentă a artiștilor din portofoliu este încă nesigură, însă cu siguranță fiecare galerie se adaptează, continuă vânzările sale private, independent de organizarea expozițiilor-suport. În aceeași măsură și casele de licitații au renunțat (ori au fost silite să renunțe) la organizarea propriilor expoziții, precum și la sălile fizice de licitație, și s-au concentrat pe unica soluție posibilă, aceea de a organiza licitații în online, fie dezvoltând un canal propriu, fie recurgând la ajutorul integratorilor internaționali de licitații online, precum Invaluable, LiveAuctioneers etc.



Maria Bordeanu, Reflection IV (Ravello) [2020]



Dintre cele șase case de licitație existente în 2019, doar trei au continuat activitatea în prima perioadă a pandemiei, la data raportului – **A10 (Artmark)**, **Alis** (București) și **Quadro** (Cluj), fiecare folosind propriile facilități online, dezvoltate funcțional anterior contextului pandemic.

În ceea ce privește licitațiile lunilor martie-aprilie, surprinzând așteptările mai sceptice ale unora dintre jucătorii bursei de artă, cele 4 licitații organizate de casa Alis au evoluat, în ciuda puținelor mijloacelor de participare, la cote normale, în timp ce Licitația Quadro de Primăvară, organizată la începutul lui aprilie, a marcat un rezultat bun pentru arta transilvăneană, de 97.045 euro, nu mult diferit de totalul licitației omoloage din 2019 (care a fost de 111.610 euro).

Casa de licitații A10 (denumirea sub care Artmark a reorganizat în 2019 activitățile sale de vânzare prin licitație), constrânsă exclusiv la vânzarea online, dar beneficiind de o platformă proprie, testată începând din 2011 și numărând deja mii de abonați activi, a avut pe 24 martie 2020 cea mai bună Licitație de Primăvară din ultimii cinci ani, caracterizată printr-o rată de adjudecare de peste 90% (94,2%) și o cifră totală de adjudecare de 1,25 milioane euro – față de Licitația Artmark de Primăvară din martie 2019, unde totalul de adjudecare a fost de 1,03 milioane euro și o rată de adjudecare de 87,9%. Studiată îndeaproape, remarcăm inclusiv câteva vânzări importante, precum cea a unei picturi de mari dimensiuni de Nicolae Grigorescu, “Țărăncuță cu fuior pe cale”, adjudecată pentru 220.000 euro, reprezentând cea mai valoroasă tranzacție Grigorescu din ultimul an și jumătate (de la adjudecarea în octombrie 2018 a “Țărăncuței cu basma albă” pentru 340.000 euro). Apoi, Licitația de Bijuterii Importante din 26 martie este, indubitabil, licitația de bijuterii cu cele mai bune rezultate din tipologia sa, de licitații de bijuterii și pietre prețioase, soldându-se cu o cifră totală a vânzărilor de 557.450 euro și o rată de adjudecare de 76,5%, raportat la poziția secundă, ocupată de Licitația-Maraton de Cearsuri și Bijuterii din decembrie 2016, ce a totalizat un 391.595 euro și o rată superioară de adjudecare, de 85,11%. Nu este mai puțin adevărat că Licitația de Bijuterii Importante din 26 martie a fost, totuși, unică în tipologia sa, fiind, de fapt, prima licitație dedicată de casa A10 bijuteriilor importante, decorate cu pietre, îndeosebi diamante, de carataje semnificative, ca urmare a inițierii de către A10 a unor colaborări cu importanți designeri și dealeri de bijuterie importantă din străinătate.

Totodată, pe 14 aprilie 2020, casa A10 organizează Licitația de Icoane, ce include reputata colecție ieșeană Leon Logotheti, de asemenea un succes: total de adjudecare de 221 mii euro, rată de adjudecare de 94%; icoana “Maica Domnului cu Pruncul”, Țara Românească, din perioada Mihai Viteazul, se adjudecă pentru 10.000 de euro, egalând recordul din mai 2017 pentru o icoană pe lemn, iar icoana pe glajă “Isus Hristos Împărat și Mare Arhiereu”, de la 1802, posibil de Popa Sandu de la Iernuțeni, adjudecată pentru 5.000 de euro, marchează un record de licitație

pentru registrul icoanelor pe sticlă. Astfel, Licitația recentă de icoane devine licitația de artă sacră cu cele mai bune rezultate de până azi, dintre toate cele patru licitații Artmark dedicate în trecut tematicii religioase (licitația de icoane post-brâncovenești din aceeași lună a anului trecut strângând o cifră totală de 127 mii euro și o rată de adjudecare de 86,6%). Poate, însă, comparația este injustă: pe de o parte pentru că aplicăm comparația unor selecții de nivel calitativ diferit, ultima colecție de artă sacră fiind evident mai valoroasă, pe de altă parte pentru că o audiență, o cerere, pentru o tematică relativ nou-abordată de A10, se construiește, astfel că reușita necesită un număr minim de proiecte de licitație etc. Cert este numai faptul că rezultatele Licitației de Icoane au fost la fel de valoroase precum exponatele, precum și că așteptările unora dintre colecționari, prealabil zilei licitației, au fost cel mult moderate, în context.

Care să fie motivele evoluției pozitive a licitațiilor de artă din primele două luni ale contextului pandemic? Am enumera, în opinia noastră, 3 motive principale (în fapt 3 grupe de motive). Primul dintre acestea este cel factual, cu care începem, și anume buna premisă a construcției anilor precedenți, care nu poate fi înlăturată din calculul rezultatului martie-aprilie 2020. Creșterea relativ liniară 2015/2016-2019, bizuită pe o revenirea treptată a economiei, dar și pe o marketare cantitativă a ofertei constante de artă românească, stă la baza formării cererii/audienței licitațiilor din martie și aprilie, vizavi de care, într-o anumită măsură, mai ales în privința mării Licitații de Primăvară din martie 2020, jocurile au fost făcute cu începere din februarie, așadar pe planul înclinat al receptării calității selecției licitației încă din februarie 2020.

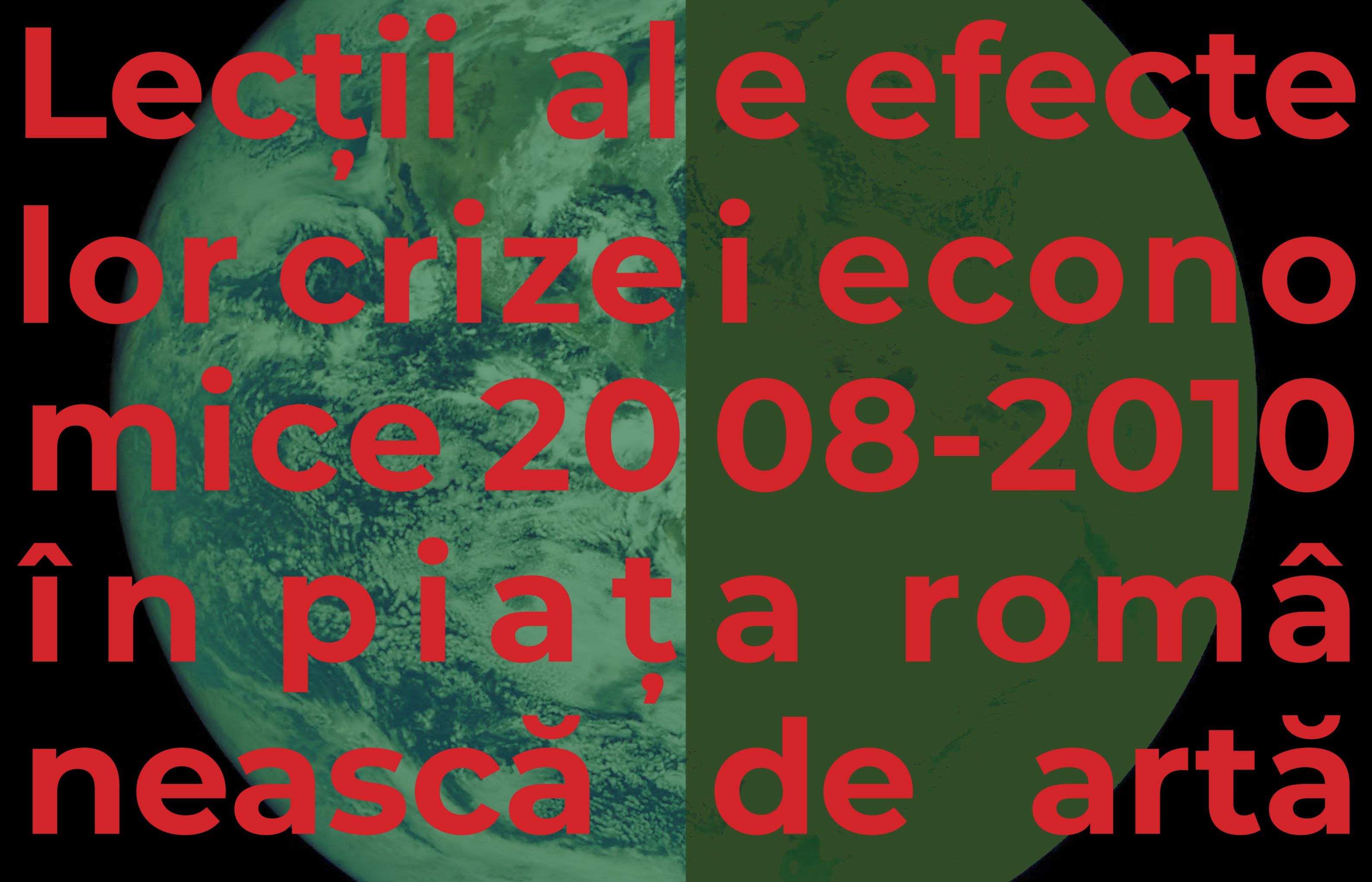
Un alt motiv este apoi, probabil, cel al resursei suplimentare de timp de care au beneficiat clienții și prospecții uzuali ai ofertei pieței de artă, de regulă oameni ocupați și foarte ocupați, care au putut să evalueze meritele ofertei de artă din perioada-etalon, paranteza de timp deschisă de inactivitatea socială impusă creându-le posibilitatea practică de a nu rata, așa cum se petrecea frecvent, eventualele oportunități ale ofertei de artă curente. Putem asuma că unii participanți la licitațiile lunilor martie-aprilie nu ar fi reușit să participe la aceleași tranzacții de artă dacă viața socio-economică ar fi continuat uzual și ar fi fost absorbiți de vortexul ei permanent și lucrativ.

Cel mai probabil însă, principalul motiv al continuării trendului crescător de piață în primele luni de context pandemic este altul. El survine atât din lecțiile crizei economice 2008-2010, cât și din instinctele economice de a conserva valoarea banilor în recipiente sigure, în fața posibilității unei viitoare inflații<sup>5</sup>, în contextul în care statele ar încerca să facă față nevoii bugetare pe calea creșterii cantității de bani în circulație. Pentru aceeași perspectivă se pregătesc, aparent, și băncile, unele dintre acestea anunțând dobânzi negative pentru anumite emisiuni și categorii de depozite<sup>6</sup>. În mod tradițional, arta de patrimoniu, aurul și pietrele prețioase au jucat, de-a lungul secolelor, în situații similare, în pragul multor crize, interne ori internaționale, acolo unde și performanța financiară a emisiunilor statale este pusă sub semnul întrebării, rol de valori de refugiu, păstrând, până la regularizarea piețelor și până la stabilizarea valorii monedei, valoarea financiară a economiilor, la nivelul dinaintea crizei.



5 <https://www.economist.com/finance-and-economics/2020/04/18/covid-19-could-lead-to-the-return-of-inflation-eventually>; a se vedea de asemenea Raportul JP Morgan – Europe Emerging Markets Research – Romania – Covid-19 shocks inflation and fiscal, 14 aprilie 2020.

6 <https://www.bursa.ro/opinii-vom-ajunge-si-la-dobanzi-negative-45591932>  
<https://www.bursa.ro/opinii-vom-ajunge-si-la-dobanzi-negative-45591932>



**Lecții ale efectelor  
crizei economice 2008-2010  
în piața română  
de artă**

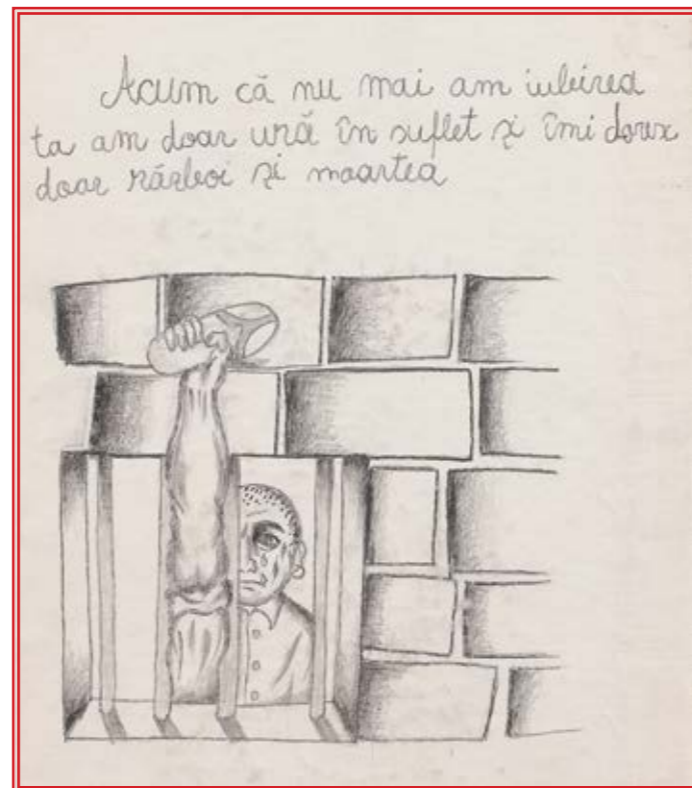


# 27.04%

## Randament mediu anual al pieței de artă în ultimii 15 ani

Nu a trecut într-atât de mult timp încât să nu ne amintim, poate nu cauzele, dar care au fost consecințele imediate și mediate ale crizei financiare din 2007-2008, ajunse la noi prin 2008-2009, precum: înghețarea pieței imobiliare, într-o formidabilă ascensiune și plenitudine la momentul 2008, sistarea creditelor bancare și dobânzi mici sau negative pentru depozite<sup>7</sup>, refluxul dividendelor străine din piețele românești și reticența investitorilor străini de a cuteza într-o piață marginală, dezabuzarea și dezinteresul bursei pentru tranzacții, ajunsă la o minimă tranzacțională istorică<sup>7</sup>, dar mai ales deprecierea accelerată a leului în relație cu euro ori dolarul (în context ne reamintim involuntar și de revalorizarea prin denominare a monedei naționale, petrecute în urma anterioarei inflații prelungite, când am trecut, în 2005, de la leul vechi ROL la leul nou RON).

Mediile financiare locale s-au văzut nevoite fie să se limiteze, fie să inoveze, să ia în calcul economisirea ori investirea în piețe alternative, ne-tradiționale, altele decât imobiliarul, energia, sectorul bancar ori titlurile de stat, precum au fost pădurile și certificatele verzi, agricultura bio, aurul și arta, îndeosebi de patrimoniu, apoi criptomoneda.



Pentru a cita un articol din Wall-Street, care antama o interesantă comparație, la momentul 2011, între volumele și lichiditatea bursei valorilor mobiliare de la București și piața de artă modernă și transparentă organizată de Artmark cu începere din 2008<sup>8</sup>: „Criza din ultimii ani a adus în atenția multor oameni oportunitatea investiției în artă [...] Oamenii caută active sigure și valoroase în care să își țină banii până la vremuri mai bune sau mai apetisante la nivel de risc. Așa au descoperit arta. Este o piață a produsului cultural, cu valențe investiționale – are consecința de a-și spori rapid valoarea în timp și în stadiul incipient actual. [...] În ultimii 15 ani, randamentul mediu anual pe piața artei a fost de 27,04%, în euro. [...] Ce instrumente au oferit astfel de randamente pe piața de capital, într-un singur an? Cu excepția unor cazuri particulare de companii, nicio piață din lume nu a avut asemenea creșteri în 2010. [...] Așa cum o companie trebuie să aibă indicatori valoroși, o dimensiune, un istoric și o poziționare bună, și în piața artei există active mai mult sau mai puțin valoroase, artiști renumiți sau mai puțin recunoscuți. [...] O altă diferență majoră [...] și care impactează lichiditatea, este imposibilitatea artiștilor de a da faliment.” (Diana Crețu, „Contrariile se atrag în noua economie – Arta și Bursa, față în față”, 19 decembrie 2011, Wall-Street, pag. 50 și urm.)

Reluând concluziile aceleiași lecții, dar adusă în prezentul ce caută nu experimentarea unor registre alternative de investiții, ci protejarea valorii banilor de inflație, analistul economic Adrian Măniuțiu puncta recent<sup>9</sup>, subliniind momentul: „Atunci când o piață este în creștere, de obicei câștigă toată lumea – și este foarte ușor să te iei după cei care dau tonul, dau trendul acelei piețe și să monetizezi și tu pe câștigurile și pe mișcărilor lor. Ei bine, lucrurile se schimbă fundamental atunci când o piață cade sau când traversăm crize. Pentru că totul devine imprevizibil, totul devine extrem de volatil, umblăm pe un strat de gheață foarte subțire ce nu știm când va ceda, iar recomandările nu merg, evident, în zona de investiții de randament, care pot să conțină note speculative [...], ci înspre investițiile care merg spre zona de teaurizare, iar aici ne gândim foarte clar la artă, la bijuterii, metale prețioase – aurul, argintul, iar pentru cei ce doresc un portofoliu mai exotic – și diamantele. Este foarte important să ne gândim la un mix cât mai echilibrat între metale prețioase, bijuterii certificate, validate de experți și lucrări de artă. [...] Să ne gândim mai puțin la creșteri și mai mult la securizare, pentru că de obicei, dacă ne asigurăm valoarea cum trebuie, urmează ulterior și creșterea. Teaurizarea nu înseamnă nimic altceva decât găsirea unor modalități care ne pot fi de folos pentru păstrarea valorii economiilor, banilor [...], iar lucrările de artă [...] reprezintă o formă extrem de stabilă, poate mai puțin cunoscută la noi, [...] mult mai sigură decât o pot reprezenta la un moment dat băncile.”

<sup>7</sup> Raport asupra stabilității financiare, 2009, [www.bnro.ro](http://www.bnro.ro)

<sup>8</sup> <https://www.wall-street.ro/articol/Piete-de-capital/114270/arta-si-bursa-fata-in-fata.html>

<sup>9</sup> Interviu video din data de 14 aprilie 2020

# Perspectiv e

Avem în vedere câteva evoluții simțitoare, rezultante ale mersului înainte al pieței, plecând de la stadiul la care a adus-o anul 2019, și reacțiile la contextul pandemic, atât instituționale, cât și ale jucătorilor privați, dar și probabilele modificări ale conduitei de consum cultural la contextul pandemic.

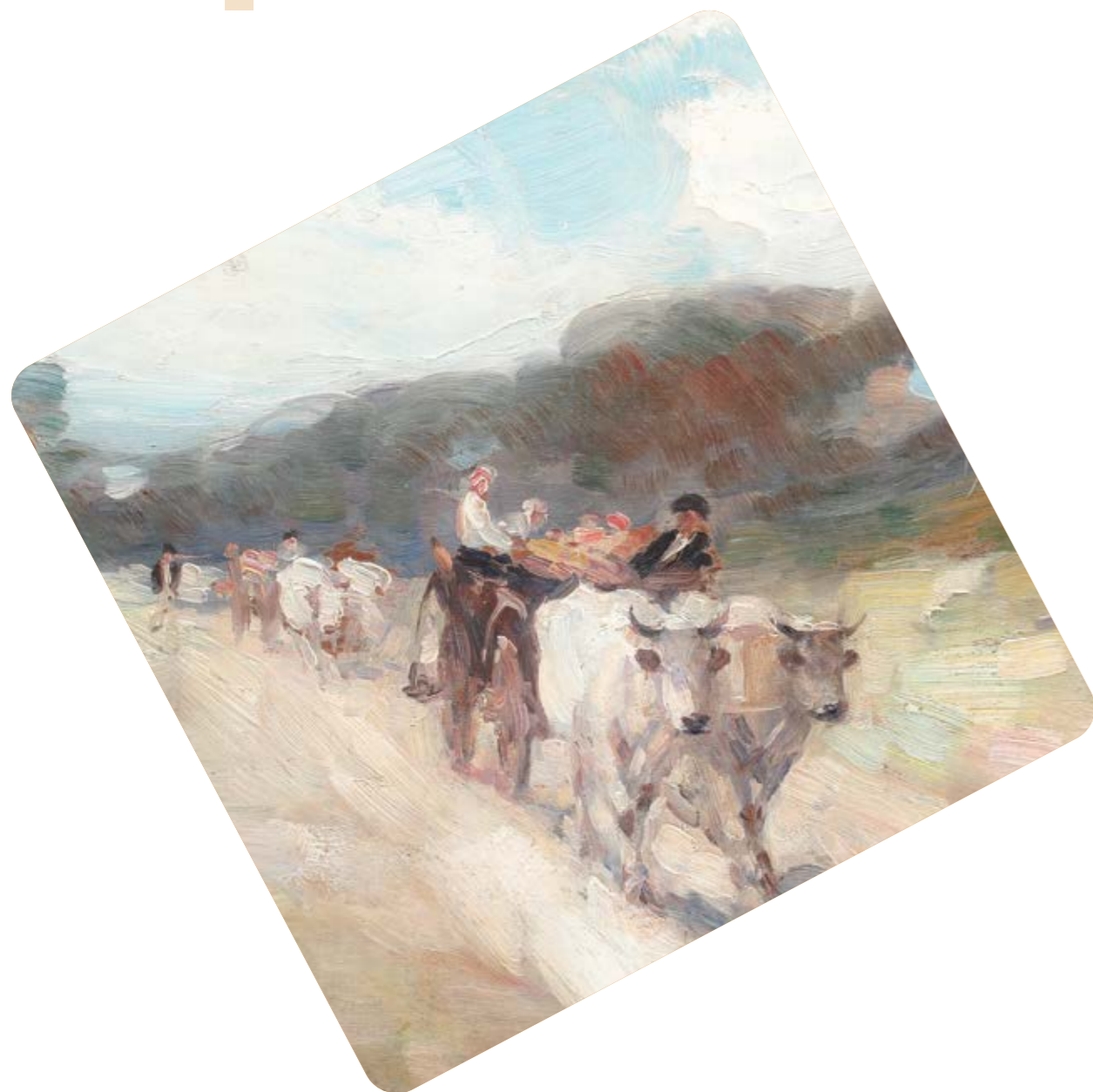
**A. Continuarea creșterii pieței – însă atipică și doar parțial organică (adică doar parțial fondată pe preocuparea pentru înconjurarea cu frumos)**

În consecința analizei de mai sus, se prognozează că, în perioada aproximativă a următorilor doi ani, vor activa în piața românească de artă, uneori în sens contrar, alteleori cumulativ, forțe și motivații opuse, unele datând din perioada anterioară, încetinite ori exacerbate de criză, altele atipice, provocate de așteptări ori nevoi specifice crizei, precum:

**a)** Preferarea tezurizării în fața investiției, așadar a achiziției de risc minim sau zero, sigure, a numelor mari, nu neapărat istorice, de patrimoniu, dar cu siguranță consacrate, ceea ce nu exclude, dar nu preferă, arta contemporană. Prin urmare numele mari, muzeale, precum grupajele valorice didactice, de manual, precum Grigorescu-Andreescu, Aman și Luchian, Pallady-Petrașcu, Tonitza, Băncilă etc., dar și contemporani muzealizați, precum Țuculescu, Baba, Ciucurencu, autori de școală, ori Piliuță-Pacea-Bălașa etc., precum și lucrările catalogate, participante la expoziții, ilustrate în literatura de specialitate, vor avea precădere.







**b)** Parte din achiziții fiind destinate tezurării valorii economiilor, pe o perioadă de 1-3 ani, pentru a le feri de inflație ori potențială inflație, lucrările de dimensiuni mari, de regulă evitate, greu de acomodat în interioarele urbane ale marilor orașe aglomerate, fără a fi preferate, vor suscita totuși interes egal, pretându-se depozitării, rezonabile ca și cost, specifice tablourilor, ce ocupă totuși un spațiu minimal de depozitare (cca. 15/mc).

**c)** Probabilitatea realizării de recorduri de autor la etajul superior al clasamentului, adică a celor mai importante lucrări aparținând, cert și garantat, marilor artiști naționali, în paralel cu o subțiere a pieței la etajul valoric median – 50.000-100.000 euro. Acest context va putea aduce, într-o etapă secundară, în cazul unei subevaluări a lucrărilor ce îi corespund, un focus pe acest segment de piață, temporar neglijat, care să îl reбалансиereze, completat de un interes crescut pentru palierul inferior al pieței, acolo unde o lucrare aparținând unui artist interbelic încă poate fi achiziționată cu prețuri în zona 500-1.500 euro.

**d)** În același timp, dar în sens opus, o ieșire din piață sau, mai bine zis, o suspendare a preocupării colecționistice a multora dintre colecționarii cu tradiție, pe fondul și durata unor sensibilități sau blocaje financiare, în favoarea multor nou-veniți, lipsiți de experiență, eventual și de entuziasm, ce caută atent și cartezian să plaseze excedente financiare ori, pur și simplu, economii în lucrări de artă tratate ca și active alternative și de pasaj, de o manieră cât mai diversificată și calculată.

**e)** O orientare a noilor cumpărători, mai puțin avizați, către operatorii economici autorizați și reglementați, ce oferă transparență, service, garanții de seriozitate și autenticitate, de asemenea către experți și specialiști, preferabil toate împreună, într-un one-stop-shop, iar mai puțin către dealeri, ocazii și prieteni.

Această tendință va face bine profesionalizării pieței, dar va concentra marii jucători, în detrimentul micilor antreprenori ai domeniului, ce nu pot oferi garanții profesionale pe măsura lipsei totale de apetit pentru risc al noilor cumpărători; aceștia vor fi mai pretențioși decât colecționarii tradiționali, vor trata vânzătorul de artă precum pe un prestator de servicii într-o piață reglementată, iar nu ca pe un guru, vor pretinde acte, facturi și garanții scrise și vor fi mai puțin receptivi la stratageme de vânzare și fire-sale-uri, vor fi riguroși atenți la drepturile lor și la reglementări, mulți dintre ei urmărind strict teaurizarea în artă și luând în calcul eventualitatea revânzării după stabilizarea piețelor lor de referință.



Andreea Toma, *Addiction (Hrană)* [2020]



**f)** Se va restrânge rolul jucat de galeriile de artă, îndeosebi de cele de artă de patrimoniu și magazine de antichități, în favoarea caselor de licitații, precum și rolul jucat de galeriile de artă contemporană, în favoarea achizițiilor directe din atelierul artistului.

Pe de o parte, galeriilor nu le va fi permis să organizeze expoziții cu public, inclusiv să susțină

expoziții muzeale ale artiștilor din portofoliu, respectiv să se reunească în târguri ori pavilioane de artă, nevizitabile din cauza restricțiilor de agregare socială, iar, pe de altă parte, un segment, cel puțin al noului val de cumpărători, va dori servicii de vânzare și post-vânzare de tip asistențial-corporate și adevărate dosare de achiziție pentru plasamentele în active alternative.

Pe cale de consecință, din păcate, este probabil ca o parte din galeriile de artă de astăzi, care nu vor reuși să se adapteze în următoarele douăsprezece luni noului mediu de business cu artă, așteptărilor noilor cumpărători pentru acte și servicii, preferinței lor pentru achiziții cu doză mică de risc, care nu vor identifica rețete de vânzare privată eficiente, în afara agregării sociale specifice mediului expoziției și evenimentului vernisajului/finisajului, precum nici capitalizarea necesară transferului în online a activității lor, să dispară sau să își restrângă semnificativ importanța, rolul și cota de piață.

Potențiala disrupție va afecta mediul artistic numai temporar, căci în circulația opere de artă, precum în natură, nimic nu se pierde, se poate numai transforma, iar arta importantă va găsi canale alternative pentru a se pune în valoare; se prevăd însă migrații ale unor artiști semnificativi între portofoliile galeriilor, în căutarea acelor soluții de valorificare pe care nu le vor putea asigura galeriile subfinanțate.





## B. Progresul digitalizării pieței

Probabil primul pas în direcția digitalizării a fost făcut în anul 2000, când a apărut primul catalog online de licitație de artă, aparținând casei Alis, și a continuat în decembrie 2002, când s-a lansat casa Monavissa, ce a publicat la rândul ei, pe propriul website, primul ei catalog online de licitație. A continuat apoi cu websiteurile galeriilor, cu începere din 2003, cu Galeria de Interese ș.a.m.d. și, treptat, cu promovarea prin social media a acestora.

Digitalizarea a continuat în 2011, când casa Artmark a propus pentru prima dată, unei tinere piețe românești de artă, un canal inedit, experimental, de participare la licitație, în timp real, prin internet, din confortul propriei case ori de la birou, prin ridicarea unei palete electronice, semnalizate în sala de licitație live, pe un ecran distinct, încât să poate fi sesizată instantaneu, atât de către cel care conduce licitația, cât și de către participanții în sala fizică de licitație; acest proces a fost aprofundat în 2013-2014, o dată cu lansarea unei case de licitații destinate artei contemporane tinere – Lavacow, la care procesul de automatizare este dus un pas mai departe, încât nu doar catalogul de licitație era publicat online, ci și licitarea se desfășura, de către participant, doar online, într-o sală virtuală de licitație.

În această sală virtuală, redesenată în online, erau replicate întocmai procesele de licitare din sala fizică de licitație, inclusiv aducând în sala virtuală avataruri ale participanților (desenate de artistul contemporan Pisica Pătrată), dar și prin robotizarea conducătorului licitației (comisarul de licitație), care conduce live licitația, folosind rutine de AI (artificial intelligence). Tot restul de procese de administrare a serviciului de licitație, adjudecare, facturare, certificare, încasare, totul cu excepția livrării și, pentru doriți, a expoziției, se petrece în online.




## C. O eventuală liberalizare a cadrului legislativ cu privire la artă

Cu mare întârziere, integrarea europeană și aquis-ul comunitar, instrumentalizate doar fragmentar și cu excepții semnificative în materia patrimoniului cultural mobil, din motive de mentalitate și birocrație, vor concretiza europeanizări/modernizări notabile în ceea ce privește:

- a) transparența inventarelor de bunuri culturale mobile ale muzeelor naționale și locale, aflate în proprietate publică, ce vor deveni accesibile atât cercetătorilor, cât și publicului larg interesat;
- b) creșterea treptată a interesului în direcția punerii în valoare a artei românești, prin expoziții și publicații, mai multe și mai semnificative, adresate publicului, nu doar în direcția conservării acestuia, orientate către justificările interne ale sistemului;
- c) promovarea culturii vizuale românești în străinătate, prin îngăduirea exportului de artă, încurajarea colecționării artei românești de către iubitori de artă străini, susținerea unor programe expoziționale și a unor schimburi culturale intereuropene etc.

Primul catalog  
2000  
online de licitație

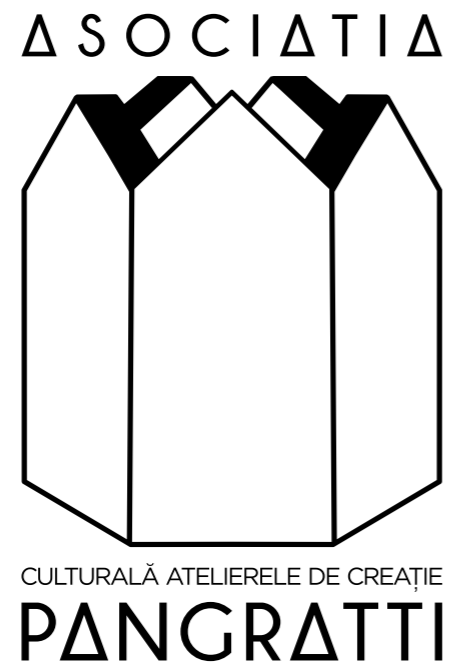




Se estimează că următoarea etapă de digitalizare a pieței românești și/sau regionale de artă va consta cel puțin în consacrarea unuia sau unor mari marketplace-uri online, fie de specialitate, fie de segmentată generalitate, avansate tehnologic, bine finanțate și bine servitate, ce nu este exclus să preia rol dominant de piață în circa 2-4 ani. În condițiile în care clientela se va diversifica pe orizontală, este posibil ca, cel puțin pentru o parte a noului val de cumpărători, atenți, calculați, neavizați, un argument hotărâtor în tranzacționare să îl joace accesibilitatea tichetului, a prețului de pornire, așadar rețeta democratică a licitației publice, în defavoarea negocierii de budoir specifice rețetei de vânzare privată. O șansă de platformă de tip marketplace pentru toate categoriile de artă o vor avea și casele mari de licitație, dacă sunt avantajate de o clientelă numeroasă și un canal deja funcțional de tranzacționare online.

Arthur Segal, Port în sudul Franței [1944]





[www.pangratti.ro](http://www.pangratti.ro)

