

Młodzi z Łodzi na Aukcjach Promocyjnych

W dniu 9 maja odbędzie się Aukcja Promocyjna w czasie której zaoferowane zostaną kolekcjonerom dzieła początkujących, łódzkich artystów. Jest to już ósma taka licytacja, co skłania do refleksji nad sensem i opłacalnością angażowania się firmy profesjonalnie handlującej dziełami sztuki w przedsięwzięcia, których celem nie jest tylko osiągnięcie zysku, ale wspieranie wybranej grupy społecznej, jaką są młodzi artyści.

W 2006 roku łódzki dom aukcyjny Rynek Sztuki zainicjował program promowania twórczości początkujących, łódzkich artystów, przede wszystkim absolwentów Akademii Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego. Celem było umożliwienie rozpoczynającym karierę malarzom, grafikom i rzeźbiarzom zaistnienie na polskim rynku sztuki poprzez wykorzystanie doświadczeń i możliwości działającego od kilkunastu lat domu aukcyjnego. Zamierzając ułatwić zawodowy startu artystom Rynek Sztuki opracował i wdrożył program składający się z trzech elementów:

- Aukcji Promocyjnych
- Galerii Młodych Talentów
- Internetowej Galerii Młodych Talentów

I w takiej postaci, po ponad dwóch latach jego testowania, program funkcjonuje do chwili obecnej.

Pierwszym jego elementem są Aukcje Promocyjne, w czasie których artysta ma możliwość wystawienia i sprzedaży swoich 2-3 prac, ale pod warunkiem zaakceptowania cen wywoławczych, gwarantujących tylko zwrot kosztów poniesionych na wytworzenie dzieła (cena wywoławcza grafik wynosi 20 – 40, a obrazu 100 - 300 zł). W trosce o przejrzystość finansową przedsięwzięcia cała uzyskana z licytacji kwota spod młotka („hammer price”) przekazywana jest artyście. Kupujący musi jednak dopłacić 25% opłaty manipulacyjnej stanowiącej marżę domu aukcyjnego wraz z podatkiem VAT. Rynek Sztuki nie stawia żadnych kryteriów kwalifikacyjnych, zarówno co do treści jak i sposobu wykonania dzieła – sam artysta decyduje, co chce wystawić – małą grafikę, dużych rozmiarów olej na płótnie czy rzeźbę, abstrakcję, realistyczną martwą naturę czy akt. Dlatego na aukcjach pojawiają się bardzo różne obiekty, zarówno pod względem wykonania jak i poziomu artystycznego. Założenie, będące podstawą koncepcji Aukcji Promocyjnych, że niskie ceny wywoławcze są realną zachętą nawet dla początkujących, niezamożnych kolekcjonerów, okazał o się słuszne. Prawdopodobnie, dla masowo kupujących dzieła, istotny był też profesjonalizm twórców, którzy legitymując się dyplomami ASP dawali gwarancję, że stworzone przez nich obiekty spełniają wszystkie kryteria dzieła sztuki. Na dotychczasowych siedmiu Aukcjach Promocyjnych sprzedaż była wysoka (średnia wynosi 88%), zaś wylicytowane ceny osiągały nawet 4 tys. zł (netto). Obrazuje to poniższa lista dziesięciu najdrożej sprzedanych dzieł.

Drugim etapem programu jest wystawa dzieł artysty w Galerii Młodych Talentów. W tym celu Rynek Sztuki udostępnia twórcom niewielką galerię na dwutygodniową wystawę, której towarzyszy standardowa oprawa medialna. Z tej formy prezentacji skorzystało już ponad 30 artystów, którzy w czasie trwania wystaw sprzedali czasami nawet po kilka dzieł. Rekordy należą do Małgorzaty Makarewicz i Marzeny Żurkowskiej, które w czasie swoich 2-tygodniowych wystaw sprzedały odpowiednio 12 i 5 obrazów.

Należy jednak podkreślić, że ceny sprzedaży dzieł na wystawach nie są już tak niskie jak wywoławcze na Aukcjach Promocyjnych tylko zbliżone do wylicytowanych.

Trzecim i ostatnim elementem, wieńczącym program promocyjny jest wirtualna Internetowa Galeria Młodych Talentów (IGMT), dostępna z głównej strony Rynku Sztuki (www.ryneksztuki.lodz.pl). Klient zainteresowany zakupem dzieła, może go dokonać albo w oparciu o zdjęcie i opis na stronie, albo umówić się na oglądanie w galerii. Obiektów nie ma na miejscu, ale decydujący się na wystawienie swego dzieła w IGMT artysta zobowiązuje się

do dostarczenia ich do galerii Rynku Sztuki w przeciągu 24 godzin od zamówienia. Dalsze reguły są takie same jak przy wszystkich zakupach przez internet - na podstawie zamieszczonej na stronie Rynku Sztuki oferty klient dokonuje wyboru, przelewa należność i odbiera osobiście lub zamawia dostarczenie dzieła pod wskazany adres. W przypadku zakupów powyżej 1.000 zł, transport opłaca sprzedający. W ciągu roku z wirtualnej galerii sprzedawanych jest kilkadziesiąt pozycji w cenach jak w Galerii Młodych Talentów.

Podsumowanie dwu i półrocznego okresu działania programu promującego twórczość młodych artystów wypada dość dobrze zarówno dla nich jak i organizatora przedsięwzięcia. Dzięki programowi młodzi artyści przestali być anonimowi - notowania sprzedawanych na Aukcjach Promocyjnych dzieł można znaleźć w Art & Business, Artinfo.pl i Artprice.com. Zarówno aukcjom, które są objęte patronatem lokalnych mediów jak i wystawom towarzyszą liczne informacje lub nawet artykuły w prasie, radio i TV. Artyści mając możliwość zaistnienia na rynku sztuki i sprawdzenia swoich możliwości, zdobywają doświadczenia w kontaktach z domem aukcyjnym, galerią i kolekcjonerami. Tym samym najważniejsze założenie programu polegające na ułatwieniu im zawodowego startu jest spełniane. Wbrew obawom przedstawicieli Rynku Sztuki program promocji nie okazał się działalnością charytatywną. Dzięki zaangażowaniu artystów w przygotowanie i pomoc przy prowadzeniu aukcji znacznie obniżono koszty przedsięwzięcia, które dodatkowo zaowocowało dużym nagłośnieniem medialnym wzmacniającym markę firmy. Poniższa tabela prezentuje wyniki dotychczasowych siedmiu Aukcji Promocyjnych, w których wzięło udział ponad 100 artystów. Z oferowanych 950 dzieł sprzedano ponad 840, a uzyskana ze sprzedaży kwota ponad 300 tys. zł powędrowała do kieszeni młodych artystów. Rynek Sztuki zainkasował ponad 76 tys. zł. z tytułu pobieranej marży (Tabela 1). Do tego należy doliczyć marże ze sprzedaży kilkadziesiątu dzieł z GMT i IGMT rocznie, co w sumie powoduje opłacalność przedsięwzięcia pod względem ekonomicznym.

Dodatkowym, niespodziewanym efektem programu promocyjnego było stworzenie swego rodzaju mody na kupowanie dzieł młodych, łódzkich artystów. Kolekcjonerzy, dotychczas nie zainteresowani sztuką początkujących malarzy, nagle odkryli szerokie pole do twórczych poszukiwań. Znaczące kolekcje zawierające dzieła powojennej awangardy czy nawet Ecole de Paris wzbogaciły się o obrazy Agnieszki Borkowskiej, Bartłomieja Jarmolińskiego czy Tomasza Kozłowskiego, zaś amatorzy malarstwa realistycznego odkryli twórczość Wojciech Piekarskiego, nie bez przyczyny zwanego Mistrzem Tkaniny z Chechła (tam mieszka obecnie). Ceny wywoławcze dzieł młodych artystów, w czasie licytacji ulegały zwielokrotnieniu i po siedmiu aukcjach można mówić o powstaniu grupy twórców, którzy zaczynają odnosić rynkowe sukcesy. Cenom sprzedaży daleko do osiągniętych przez wiodących współczesnych jak Nowosielski, Gierowski czy Fangor, ale biorąc pod uwagę młody wiek i krótki czas istnienia na rynku „młodzi z Łodzi” systematycznie i coraz drożej sprzedający swoje dzieła są swego rodzaju fenomenem na skalę ogólnokrajową. Ukazują to wyniki pierwszej dziesiątki, ujmujące rezultaty VI i VII Aukcji Promocyjnych, dwóch, które odbyły się w 2008 roku (Tabela).

Łódź, 2 maja 2009 r.

Wojciech Niewiarowski

Tabela 1

Najdrożej sprzedane obrazy na Aukcjach Promocyjnych I – VII

- 1. Anna Kunka**(ur.1980) Czarny(2006) *sygn.p.d.* akryl, płyta 90x120 200,-* **4.200,-**** (APIV)
- 2. Bartłomiej Jarmoliński**(ur.1975) Kąpiel(2005) *sygn.p.d.* akryl, płyta 80x80 250,- **4.000,-** (APVI)
- 3. Wojciech Piekarski**(ur.1980) Akt(2008) *sygn.dat.l.g.* ol.pł. 100x80.5 200,- **3.900,-** (APVII)
- 4. Wojciech Piekarski** Martwa natura z młynkiem do kawy(2008) *sygn.dat.l.g.* ol.pł. 50x70 150,- **3.600,-** (APVII)
- 5. Wojciech Piekarski** Martwa natura ze skrzypcami(2008) *sygn.dat.p.g.* ol.pł. 80x60 150,- **3.400,-** (APVII)
- 6. Łukasz Leszczyński**(ur.1981) Ul.Narutowicza 32(2008) *sygn.na odwrociu* ol.pł. 80x70 200,- **2.900,-** (APVI)
- 7. Radosław Pacholczyk** Toro(2008) *sygn.na odwrociu* akryl,pł. 150x50 200,- **2.600,-** (APVI)
- 8. Anna Kunka-Kawelczyk** Miasto(2008) *sygn.p.d.* ol.pł. 73x99.5 200,- **2.300,-** (APVI)
- 9. Wojciech Piekarski** Martwa natura z Marszałkiem(2008) *sygn.dat.p.g.* ol.pł. 56x71 150,- **2.300,-** (APVI)
- 10. Bartłomiej Jarmoliński**(ur.1975) Nothing realny matters(2008) *sygn.l.d.* akryl,pł. 120x100 250 **2.100,-**(APVII)

*/ cena wywoławcza, **/cena wylicytowana, bez 25% opłaty manipulacyjnej
W nawiasie podany jest numer Aukcji Promocyjnej.

Tabela 2

Top 10 młodych artystów z Łodzi

Pozycja	Imię i nazwisko (data urodzenia)	Sprzedaż ogółem	liczba dzieł sprzedanych	Srednia cena	Najdroższy obraz w 2008 r.*
1.	Wojciech Piekarski(1980)	16.800	6	2.800	Akt, ol.pł. 100x80.5 3.900
2.	Bartłomiej Jarmoliński(1975)	11.500	6	1.975	Kąpiel akryl, płyta 80x80 4.000
3.	Anna Kunka-Kawelczyk(1980)	6.950	6	1.160	Miasto ol.płyta 73x99.5 2.300
4.	Agnieszka Borkowska(1978)	6.800	6	1.130	Bez tytułu ol.pł 81x100 1.400
5.	Łukasz Leszczyński(1981)	5.700	3	1.900	Ul.Narutowicza 32 ol.pł. 80x70 2.900
6.	Radosław Pacholczyk(1978)	4.830	4	1.210	Toro akryl,pł. 150x50 2.600
7.	Sylwia Szyszkowska-Sitarek(1978)	4.040	5	810	Szlaki przetarte II ol.pł. 81x60 1.200
8.	Katarzyna Miller(1978)	3.540	5	710	Bez tytułu akryl,pł. 100x100 1.300
9.	Marzena Żurkowska-Pełka(1977)	3.520	6	590	Jaka ona...2 akryl,pastel,ol.pł 101x81 1700
10.	Małgorzata Makarewicz(1978)	2.310	3	770	Akt z jarzębiną olakryl,tusz,pł. 80x120 1.600

*/ cena wylicytowana, bez 25% opłaty manipulacyjnej