



# Galeria, czyli przedsiębiorstwo

W Polsce powstaje profesjonalny rynek sztuki, na którym inwestowanie nie będzie loterią, ale racjonalnym biznesem. Jak taki rynek powinien wyglądać i jak go zbudować, mówią: Józef Krzysztof Oraczewski, jeden z najbardziej cenionych w świecie współczesnych malarzy polskich, oraz Monika Anna Turczyńska, dyrektor Orac Gallery

ROZMAWIAŁ  
STANISŁAW KOCZOT

**Ostatnio dużo pan podróżował. Biennale, targi, Włochy, Niemcy... Podróże inspirują pana artystycznie? A może był jakiś inny powód?**

**Józef Krzysztof Oraczewski:** Chodzi o coś innego. Po prostu zmieniam styl działalności. Do tej pory działałem indywidualnie, koncentrowałem się wokół moich artystycznych przedsięwzięć, które zresztą sam organizowałem. Od pewnego czasu robimy to wspólnie, bardziej profesjonalnie, na dużo większą skalę. Przygotowujemy teraz wystawę we Włoszech: jedną w Wenecji, drugą w Padwie.

**Przygotowujemy, robimy... Ma pan jakiś team, który to wszystko organizuje?**

**J.K.O.:** Tak, działamy jako firma Orac Art, za pośrednictwem własnej galerii, razem z dyrektorką Moniką Turczyńską. Przygotowujemy to, czego w Polsce nikt jeszcze nie robił.

**Co to takiego?**

**Monika Anna Turczyńska:** To projekt inwestycyjny polegający na uzyskaniu profitów z wejścia artysty na rynek światowy, tak jak się to dzieje w innych

cywilizowanych krajach. Polska pod tym względem ma dużo do zrobienia, bo w praktyce w naszym kraju ciągle nie ma prawdziwego rynku sztuki.

J.K.O.: Żeby to zrobić, potrzebne są profesjonalne galerie. Takie jak Orac Gallery.

***Mówią państwo o galeriach tak, jakby w Polsce ich nie było. A przecież każde większe miasto ma ich co najmniej kilka.***

J.K.O.: Nam chodzi o profesjonalne galerie sztuki. Według powszechnej opinii galeria to po prostu miejsce, gdzie wiszą jakieś obrazy, większe i mniejsze, mniej i bardziej kolorowe. Klient przychodzi, ogląda, kupuje, czasem pod kolor dywanu lub kanapy. Nie ma to nic wspólnego z prawdziwą galerią sztuki.

***Dlaczego?***

M.A.T.: Profesjonalna galeria to nic innego jak przedsiębiorstwo stworzone po to, by wygenerować pieniądze z możliwości, jakie stwarza rynek sztuki. Opiera się on na artystach, inwestorach i propagatorach sztuki. W ostatecznym rachunku rynek musi wygenerować przebicie, jakie daje dzieło niewylanowanego artysty, który po kilku latach stał się znany i doceniany. Na rynku światowym obraz po mniej więcej 10 latach niejako automatycznie drożeje 10 czy 20 razy. Bywają sytuacje, że przy odpowiednim zaangażowaniu środków, działaniach promocyjnych i oczywiście przy interesującej koncepcji artysty przebicie jest nawet stukrotnie.

***To na świecie. A w Polsce?***

M.A.T.: W Polsce może pięć-sześć osób wie, jak to trzeba robić. Robią to jednak głównie za państwowe pieniądze. A powinni za prywatne, z wszystkimi konsekwencjami podejmowanych decyzji, trafionych lub nie.

***Z perspektywy inwestora dzieła sztuki to ciekawa inwestycja, o potencjalnie wysokich zyskach, choć obarczona sporym ryzykiem. A z perspektywy artysty?***

M.A.T.: Sztuka jest nieprzewidywalna, nie da się jej dokładnie opisać, zmierzyć. Z tej perspektywy patrząc, rynek sztuki jest swego rodzaju sprzecznością. Jeżeli budujemy rynek sztuki, to tak naprawdę chcemy połączyć dwa różne światy. Dla prawdziwego artysty skomercjalizowanie jego prac stwarza dysonans.

J.K.O.: Z tym że to, co jest rynkiem sztuki, praktycznie nie dotyczy artystów, ale galerii sztuki, czyli miejsca komercji, w którym stykają się te dwa światy.

***Potrzebuje ono konkretnych działań, zaplecza finansowego i ludzkiego. Skąd na to wziąć pieniądze?***

M.A.T.: Wejście na rynek światowy kosztuje bardzo dużo. Oznacza ono uczestniczenie w targach sztuki.

Na świecie jest pięć-sześć liczących się targów, w których trzeba brać udział. Koszt uczestnictwa to wydatek rzędu kilkudziesięciu tysięcy euro. To chociażby cena wykupienie stoiska.

J.K.O.: Najważniejsze targi na świecie odbywają się w Bazylei. Koszt to ok. 100 tys. euro. Z tym że udział tylko w jednym targach nie ma większego sensu. Trzeba się wystawiać przez kilka lat.

***Z jakiego powodu? Jeden raz na kilka lat nie wystarczy?***

J.K.O.: Nie. Trzeba po prostu zdobyć wiarygodność i pokazać, że nie zniknie się z rynku z dnia na dzień.

M.A.T.: Na targi jeździ się po to, by się pokazać i sprzedawać obrazy. Wcale nie jest tak łatwo na nie się dostać, nie każdy zostanie przyjęty. Trzeba mieć odpowiednią rangę artystyczną i dysponować dużymi możliwościami finansowymi.

***Kto w takim razie jest klientem na takich wielkich, renomowanych targach?***

M.A.T.: W Bazylei w ciągu trzech dni targów ląduje ok. 100 prywatnych samolotów, przede wszystkim kolekcjonerów. Przyjeżdżają ludzie, którzy wiedzą, jak ogromne przebicie można uzyskać na sztuce.

J.K.O.: W Polsce uzyskanie 100 tys. zł za obraz jest wielkim wydarzeniem. Natomiast artysta wchodzący dopiero na rynek światowy zaczyna sprzedawać obrazy od 100 tys. euro. Taka jest różnica między polskim rynkiem a międzynarodowym.

M.A.T.: Na obrazach uznanego artysty można zarobić 10-20 proc. Natomiast na tym, który dopiero wchodzi na rynek, dobrze się zapowiada, przebicie jest ogromne.

”

W Polsce uzyskanie 100 tys. zł za obraz jest wielkim wydarzeniem.

Natomiast artysta wchodzący dopiero na rynek światowy zaczyna sprzedawać obrazy od 100 tys. euro

***Ale jak go znaleźć, tego właściwego, którego obrazy będą warte wielokrotnie więcej niż w momencie debiutu?***

M.A.T.: Z jednej strony to szczęśliwy traf, a z drugiej – ogromna praca na zapleczach galerii.

J.K.O.: Żeby wejść na rynek światowy, trzeba ok. 2 mln dol. Artysta musi mieć za sobą zaplecze, galerię, która go reprezentuje, inwestorów płacących za podstawowe koszty, którzy zarobią na tym w przy-



Monika Anna Turczyński i Józef Krzysztof Oraczewski

fot. Stanisław Kozzot

szości ciężkie pieniądze. Sam artysta nie jest w stanie tego zrobić.

**M.A.T.:** Polska to rynek wschodzący, jesteśmy dopiero na początku drogi. Z jednej strony to plus, bo daje duże szanse na rozwój, ale z drugiej – każdy, kto chce na nim zaistnieć, natyka się na olbrzymie trudności. Nie ma na nim wykształconych mechanizmów rynkowych, nie wiadomo, jak zweryfikować artystę i jego dzieło. Potencjalny kupujący nie wie, czy produkt jest dobry, zły czy przeciętny.

#### **Co jest problemem tego wschodzącego rynku? Edukacja, pieniądze?**

**M.A.T.:** Brak transparentności. Nie istnieją rynkowe zasady rządzące galeriami. Nie ma wykształconego mechanizmu kupna i sprzedaży.

**J.K.O.:** Zainteresowanie sztuką w Polsce jest ogromne, tylko brakuje zaufania, na rynku działa wielu naciągaczy, którzy pod hasłem „sztuka” usiłują po prostu nabrać ludzi.

#### **Jak można to zmienić?**

**J.K.O.:** Poprzez stworzenie profesjonalnych galerii zapewniających jakość wystawianych prac, gwarantujących stabilność cen oferowanych przez artystów, finansujących ich, gdy trzeba będzie zrealizować przedsięwzięcia promocyjne budujące ich markę. Takie galerie będą w stanie wystawiać artystów na rynku światowym, by mogli być weryfikowani pod względem swojej wartości artystycznej i jakości.

#### **Czy któreś z tych zadań już zostało zrealizowane?**

**J.K.O.:** Chcemy, by Orac Gallery stała się pierwszym przykładem profesjonalnej galerii. Prawdziwa galeria to coś o wiele więcej niż miejsce, w którym wystawia

się i sprzedaje dzieła różnych artystów. To management określonej grupy twórców, dwóch-trzech. Wiadomo, że galeria, która ma pięciu artystów i wprowadza ich na rynek światowy, posiada w zapleczu co najmniej 10 mln dol. Takie są realia. Na początku, po wprowadzeniu artystów na rynek, obrazy sprzedają się po 100 tys. euro. Po trzech-pięciu latach – po 700-800 tys. euro. Zarobek galerii jest olbrzymi.

#### **Czy w Polsce są takie pieniądze?**

**J.K.O.:** Tak, są. Polacy chcą inwestować w sztukę, tylko nie wiedzą, jak to zrobić, by nie zostać oszukanym.

**M.A.T.:** Trzeba zdobyć zaufanie klientów, którzy wiedzą, że gdy kupią obraz, nie stracą na nim, nie skompromitują się. A jednocześnie będą świadomi, że wartość dzieła cały czas rośnie.

**J.K.O.:** I właśnie to gwarantuje galeria.

#### **W jaki sposób?**

**J.K.O.:** Na przykład artyście, który żyje ze sztuki, w pewnym momencie zaczyna brakować środków na jedzenie, na ogrzewanie, na paliwo do samochodu. Obraz, który wcześniej chciał sprzedać za 100 tys. zł, sprzedaje wtedy nawet za 10 tys. zł. Natomiast jeżeli reprezentuje go galeria, wówczas to ona zagwarantuje mu środki na życie i nigdy się nie zgodzi na obniżenie ceny za obraz. Kosztuje on 100 tys. zł i już, taka jest jego realna wartość. Na tym polega relacja między artystą a galerią, tak wygląda przełożenie sztuki na rynek. Galeria gwarantuje minimalną cenę sprzedaży, zapewnia wartość obrazu w przełożeniu na pieniądź. Galeria tworzy zaufanie do inwestycji w sztukę. Rynek musi funkcjonować na zasadzie rekomendacji, jaką daje galeria jako instytucja, a nie według widzimisię arty-



sty, który może nagle przestać pracować, obniżyć cenę obrazu, zając się czymś innym. I ludzie mają świadomość, że inwestowanie w coś, za czym stoi jedynie artysta, ze swoimi wzlotami i upadkami, jest zbyt ryzykowne.

#### **W jaki sposób finansuje się Orac Gallery?**

M.A.T.: Na razie ze sprzedaży obrazów Krzysztofa Oraczewskiego, który ma ustaloną markę. Cały czas szukamy kogoś, kto na zasadzie partnerstwa będzie chciał dołączyć do tej inicjatywy. Zaplecze materialne już mamy, budujemy kontakty z galeriami z całego świata. Będziemy prezentować zagranicznych artystów w Polsce. Wiadomo, że nikt nam nie przywiezie tych największych, ale mniej znanych – czemu nie. Dzięki nam będzie można zobaczyć, jak wygląda sztuka na świecie. Klient, który do nas przychodzi, musi wiedzieć, że na tej inwestycji nie straci, ale wręcz na niej zyska. W galerii będą obrazy nie tylko Krzysztofa Oraczewskiego, lecz również innych artystów, polskich i zagranicznych.

#### **Żeby jednak powstał prawdziwy rynek sztuki w Polsce, jedna profesjonalna galeria chyba nie wystarczy?**

J.K.O.: Oczywiście, że nie wystarczy. W Berlinie działa ok. 300 galerii, naprawdę profesjonalnych jest prawie 200, z czego 50 funkcjonuje fantastycznie.

#### **Jakie jest kryterium profesjonalizmu galerii?**

J.K.O.: Podstawowym kryterium jest udział w międzynarodowych targach sztuki, jakość sztuki i wiarygodność galerii. Wszystkie te kategorie są stosunkowo łatwe do zweryfikowania, bo jeśli galeria reprezentuje słabych artystów, nie jest w stanie ostać się na targach, nikt nie kupi dzieł, które prezentuje. Bardzo ważna jest oryginalność pomysłu. Absolutna, stuprocentowa wiarygodność, jeśli chodzi o technikę przekazu. A także to, o czym czasami się zapomina – stabilność w stosunku do czasu eksploatacji dzieła sztuki, czyli pewność, że za chwilę ono się po prostu nie rozpadnie.

#### **A jak wygląda w Polsce nie tyle rynek sztuki, ile sama sztuka?**

J.K.O.: Sztuka polega na przekazywaniu idei, które z artysty wypływają. Nie chodzi o to, by powielić to, co ktoś inny ma do powiedzenia. To nie jest oryginalne działanie artystyczne. Ale jest ono stosunkowo łatwe i bezpieczne, zapewnia sukces, pozwala budować kariery niektórych artystów. Drugi typ kariery, bardzo w Polsce popularny, opiera się na artystach ilustracyjnych, którzy nie mają własnej

”

Żeby wejść na rynek światowy, trzeba ok. 2 mln dol. Artysta musi mieć za sobą zaplecze, galerię, która go reprezentuje, inwestorów płacących za podstawowe koszty, którzy zarobią na tym w przyszłości ciężkie pieniądze

koncepcji, ale za to pięknie malują piękne konie, kobiety, ptaki. Nie ma w tym odrobiny pomysłu, który wynikałby z budowania świata przez sztukę. Sztuka to nie jest tylko farba rzucona na płótno. To jest gest, energia, to odniesienie do tego, co nas otacza. Sztuka to nie epigonizm, powielanie cudzych pomysłów czy ilustrowanie świata. Wiadomo, że kobieta w tańcu, koń w galopie czy statek pod żaglami zawsze są piękne. Ale czy jest to sztuka? To tylko piękny element ilustracji świata. To jest tylko warsztat. Z drugiej strony jaki sens ma malowanie tak jak Degas czy Picasso? Dopiero pokazanie czegoś, co jest efektem umysłu, a nie tylko ręki, daje szansę na zaistnienie w przestrzeni sztuki i wyróżnienie się z setek tysięcy dobrych artystów. ●