

nr 14, wrzesień 2005

ENGLISH
VERSION
page 28

Sztuka we wnętrzach biurowych

Matejko na godziny

Wywiad z Coldwell Banker Polska

WYROK:

LIDER



Wynajem dzieł sztuki

Matejko na godziny

Co skłania zarządców nieruchomości do wynajmowania dzieł sztuki? Przede wszystkim możliwość zmiany wystroju co kilka miesięcy.

Idea wypożyczania obrazów do biur powstała w Europie Zachodniej. Pierwszą (i na razie jedyną) firmą tej branży w naszym kraju jest polsko-holenderska galeria Art Office, która powstała w Warszawie w 1999 roku. Właściciele mają licencję od artystów na obrót dziełami sztuki. Galeria nie posiada własnych prac. Wszystkie są powierzone w depozyt - pracownicy mają prawo je pokazywać, wynajmować, a większość również sprzedąć. Te galerie, których główną działalnością są wystawy i sprzedaż prac, traktują wynajem jako zajęcie dodatkowe. Dekorowanie biur dziełami uznanych artystów to nie tylko wzbogacanie wystroju wnętrza, ale również promocja współczesnej sztuki. Około 30 - 40 proc. pieniędzy z wynajmu trafia do twórców, reszta idzie na pokrycie kosztów pracy galerii i zysk. Artyści są w bardzo różnym wieku - począwszy od 80-latków, którzy studiowali jeszcze przed wojną, po dwudziestoparolatków, świeżo po studiach. Art Office współpracuje również z Galerią Zachęta, która udostępniła część swojej kolekcji do wynajęcia.

Bez troski wynajem

Krystyna Stańczyk, dyrektor Art Office, przekonuje, że dla biur wynajem dzieł sztuki jest korzystniejszy, niż ich zakup.

- Najbardziej atrakcyjna jest możliwość zmiany. Po roku czy

kilku miesiącach można zmienić grafiki i obrazy - dlatego nie mają szans się znudzić. Klient odwiedzający firmę zazwyczaj sądzi, że dzieła sztuki na ścianach są jej własnością. Prestiż firmy rośnie, gdy wystrój co jakiś czas się zmienia, pojawiają się nowe obrazy i grafiki. Połączenie sztuki i biznesu zawsze dobrze się kojarzyło.

Wynajmowanie obrazów jest również praktyczne. Kiedy zmienia się cały wystrój biura - meble i kolory ścian - stare obrazy przestają pasować i jeśli korporacja jest ich właścicielem, pojawia się problem.

Zmieniają się również adresy. Firmy przenoszą się do nowych siedzib. W takiej sytuacji rzeczy, które ma się na własność, są niewygodne. Trzeba je przewieźć, a do nowych wnętrz trudno dopasować stare meble. Podobnie





Polączenie sztuki i biznesu zawsze dobrze się kojarzyło.

jest z obrazami, grafikami i rzezbami. W obydwu przypadkach, jeśli dzieła są wynajęte, można oddać je do galerii, która zaproponuje coś innego.

Dla prawników i doradców finansowych

Dzieła sztuki najchętniej wynajmują duże kancelarie prawne i firmy usługowe, które nie mają własnego produktu (doradztwo finansowe, consulting, leasing). Od czasu do czasu pojawiają się klienci nietypowi, np. firmy reklamowe i komputerowe. Korporacje, które mają własny produkt - buty, kosmetyki czy kserokopiarki - nie są częstym klientem galerii. Ich biura zdobią zazwyczaj zdjęcia produktów. Podobnie nieczęsto dzieła sztuki pojawiają się u deweloperów i architektów, którzy na ścianach umieszczają swoje projekty. Klientami rzadko są banki (chyba że trzeba udekorować biuro zarządu), gdyż w oddziałach styl i kolorystykę określają sztywne wytyczne korporacyjne.

- Nasze doświadczenia pokazują, że wyjątkiem wśród producentów są firmy farmaceutyczne, które chętnie dekorują swoje biura dziełami sztuki - mówi Krystyna Stańczyk.

Na jakich zasadach?

Naturalne jest, że galerii najbardziej oplaca się wynajmować dzieła sztuki na długie okresy. Ale rynek ma swoje prawa i zdarza się, że klient potrzebuje prac na kilka tygodni, np. żeby udekorować salę konferencyjną przed ważnym spotkaniem. Najczęściej obrazy i rzeźby są wypożyczane na rok albo pół roku, choć zdarzają się również współprace kilkuletnie. W tym czasie prace mogą być wymieniane, ale klienci nie zawsze korzystają z tej możliwości. Czasami przedłużają umowy i chcą pozostawić ten sam zestaw. Pracownicy galerii wcześniej oglądają wnętrza, ➤



Jeszcze kilka lat temu w biurach dominowały zimne kolory.

➤ przedstawiają propozycje, dopytują, na czym klientowi zależy i czego sobie życzy. Takie przygotowania są pracochłonne, ale gwarantują trwałość współpracy. Miesięczny abonament za wynajem dzieła sztuki jest zróżnicowany - od 36 do 120 zł za miesiąc (płaci się z góry za 6 albo 12 miesięcy). Wynajmując drogi obraz przez trzy lata klient płaci mniej więcej tyle, co wartość połowy obrazu. W wypadku tańszych dzieł (ok. 45 zł za miesięczny wynajem) zwykle już po trzech latach klient mógłby je kupić.

Krok po kroku

W cenie najmu zawarte jest doradztwo pracowników galerii, transport obrazów, prezentacje oraz ubezpieczenie prac od podstawowych ryzyk (klęsk żywiołowych i kradzieży z włamaniami), a także zawieszenie prac na standardowym gwoździu. Galeria oferuje również - płatne dodatkowo - profesjonalne systemy zawieszania, które stosuje się w galeriach. Pracownicy Art Office przychodzą do biurowca i oglądają wnę-

trze, które mają być udekorowane. Rozmawiają z zarządcą, który mówi o swoich oczekiwaniach. Określa rodzaj sztuki - obrazy, grafiki, rzeźby, fotografie. W rozmowie ustala się także wstępną kolorystykę oraz to, czy prace mają być abstrakcyjne czy figuratywne. Potem pracownicy galerii przygotowują ofertę w kilku wersjach dla każdego pomieszczenia. Zarządca nie musi sobie wyobrazić, jak proponowane dzieła będą wyglądały w jego wnętrzach - może zobaczyć dzieła sztuki na konkretnej ścianie, nad meblem, w rogu, przy wejściu, czyli tam, gdzie mają się pojawić. W biurowcach zdarzają się ściany albo wnęki o nieregularnych kształtach, można więc także zamówić prace o nietypowych formatach: np. tzw. jamniki (wąskie obrazy o długości 2m), koła czy trójkąty.

Niektórzy kupują

Zdarza się, że właściciel biurowca przychodzi do galerii chcąc kupić, a nie wynająć. Obraz albo rzeźba pasuje do jego

wystroju i chce mieć dzieło na własność. Kupować wolą np. hotele.

- W odróżnieniu od biurowców, osoby przebywające w hotelach zmieniają się i nie ma tutaj obawy, że obraz albo rzeźba bardzo szybko się znudzi - mówi dyrektor Stańczyk. - Występuje również większe ryzyko zniszczenia prac. Jeśli obraz zaginie albo zostanie zniszczony, odpowiada za to zarządca budynku. Tego problemu nie ma w nowoczesnych, dobrze zabezpieczonych biurowcach.

Popyt na radosne kolory

Z doświadczenia Krystyny Stańczyk wynika, że szansa na udekorowanie biur nie mają prace smutne, ponure czy przerażające, a więc budzące negatywne emocje i niemiłe skojarzenia. Zarządcy biurowców nie wynajmują również aktów. Największym zainteresowaniem cieszy się to, co jest przyjemne dla oka. Powodzenie mają prace zrobione techniką przypominającą rysunek dziecka. Tematyka prac jest ra-

czej stała, bo potrzeby odbiorców zmieniają się powoli. Ewolują za to kolory. Jeszcze kilka lat temu w biurach dominowały zimne kolory, szczególnie niebieski. Biurowce sprawiały wrażenie obiektów chłodnych i sterylnych, głównie za sprawą materiałów stosowanych do budowy i wystroju wnętrz - szkła i chromu. Teraz najwięcej jest naturalnych barw ziemi i kolorów do tej pory przeznaczonych głównie dla domu. Obrazy powinny być przede wszystkim dopasowane do stylu pomieszczeń biurowych.

- W nowoczesnych biurowcach można niekiedy spotkać wnętrza stylizowane na dawne. Właścicielom takich biur też proponujemy współczesne obrazy, ale oprawione w ramy w stylu epoki - mówi Krystyna Stańczyk.

Obrazy w holu

Najczęstsze zlecenia to dekorowanie części reprezentacyjnej biura. Projekt ogranicza się zazwyczaj do recepcji, części głównego korytarza i sali konferencyjnej. W recepcji często wiszą firmowe loga, więc dekorując pozostałe ściany trzeba się do nich dopasować. Czasami pracownicy galerii sugerują przedstawienie kwiatu albo szafki, by meble i prace artystyczne lepiej się komponowały. Zdarza się, że w przypadku małych biur dekorowane są wszystkie pomieszczenia - recepcja, korytarze, dwie sale konferencyjne, open space, gdzie pracują ludzie, gabinet szefa, a nawet kuchnia. Ale takie kontrakty zdarzają się rzadko. Ostatnio wśród zarządców warszawskich biurowców pojawiło się również zainteresowanie wynajmowaniem dzieł sztuki do dekoracji holi głównych.

- Ubolewam, że nie jest to jeszcze zbyt powszechną praktyką, bo korytarze i lobby windowe straszą pustkami - podsumowuje Krystyna Stańczyk.

Magdalena Fabijańczyk