

Arta e merită să încante priviri și să descante suflete. Tot ea este văzută de cunoscători și drept o investiție capabilă să țină piept cu brio crizelor economice ori politice.

Și, dincolo de componenta financiară, aceeași artă poate fi privită inclusiv ca având o componentă educațională. Sunt toate aceste motive suficiente pentru a transforma nu doar oamenii, ci și companiile în colecționari de artă? Sau mai e ceva?

DE CRISTINA ROȘCA

La nivel internațional, colecțiile corporate de artă sunt tot mai des subiect de discuție, mai ales în contextul postpandemic și al importanței valorilor de diversitate, echitate și incluziune (DEI).

Tot mai multe corporații explorează modul în care programele de artă pot deveni un instrument pentru a atrage angajații înapoi la birou sau pentru a reflecta angajamentul lor față de principiile DEI prin selecția lucrărilor de artă din colecții”, afirmă Andrei Breahnă, fondatorul galeriei GAEP.

Cele mai remarcabile colecții corporate, adaugă el, nu se limitează doar la decorarea spațiilor, ci pun accent pe oameni: creează medii inspiraționale pentru angajați și susțin creația artiștilor contemporani.

Un exemplu emblematic este colecția JPMorgan Chase, un punct de referință de peste 60 de ani. În 1959, David Rockefeller, președintele de atunci al Băncii Chase Manhattan, a lansat programul „Art at Work”, axat pe susținerea artiștilor momentului. Datorită acestei inițiative, colecția include astăzi lucrări valoroase semnate de Andy Warhol, Sol LeWitt, Robert Rauschenberg și mulți alții, explică Andrei Breahnă.

„Istoric, colecțiile corporate de artă au evoluat semnificativ. Acestea au apărut în anii 1950 ca



Lucrări din expunerea Art Set by GAEP la sediul MASIA by COS, București, 2024-2025; foto: Cătălin Georgescu

inițiative personale ale liderilor de companii, transformându-se între anii '60 și '70 în instrumente strategice pentru branding și poziționare.”

Un deceniu mai târziu, în anii '80, colecțiile au devenit tot mai mult un mijloc de atragere a talenților și de creștere a nivelului de angajament al angajaților. De exemplu, în SUA, în 1984, peste 500 de companii aveau programe dedicate de achiziții de artă. Iar jumătate din firmele din Fortune

500 colecționau artă la mijlocul anilor '90. „Astăzi, arta înseamnă mai mult decât decorarea birourilor. Ea este un catalizator pentru creativitate, un simbol al angajamentului față de cultură și un mijloc de inspirație pentru angajați.”

În cazul României lucrurile stau puțin diferit, dar asta și din considerente istorice.

„La nivel internațional, există o adevărată tradiție în lumea afacerilor în a colecționa artă. Vorbim de o tradiție care s-a instituționalizat

și care a generat chiar o piață specifică, cu experți, cu un discurs public. Există inclusiv asociații ale colecționarilor și ale colecțiilor de organizație, cum ar fi, de exemplu, IACCCA – Asociația Internațională a Colecțiilor Corporative”, spune Florian Nițu, managing partner al casei de avocatură Popovici Nițu Stoica & Asociații (PNSA), unul dintre cei mai importanți actori din avocatura de business. De-a lungul a trei decenii de activitate, firma a adunat o impresionantă colecție de artă.

Avocatul spune că există și în România o istorie a colecțiilor corporate, doar că e o istorie scurtă.

„Ar trebui să facem dreptate dând recunoaștere publică unor evenimente și acțiuni de pionierat din anii '90. Abia după 2000 însă, acestea s-au înmulțit și sofisticat, fie că vorbim de colecții și proiecte în sprijinul artei promovate de unele bănci și instituții financiare - de exemplu Unicredit și proiectul Pavilion, BCR cu One Night, BRD cu Scena 9 -, fie că vorbim de antreprenori locali și de companiile lor, precum Catena, Sensiblu sau Mulberry.”



Lucrări din expunerea Art Set by GAEP la sediul Macromex, București, 2024-2025; foto: Cătălin Georgescu

O carte de vizită alternativă



Lucrare din expunerea Art Set by GAEP la sediul Civitas, București, 2024-2025; foto: Cătălin Georgescu

Aceste inițiative au dat naștere unor proiecte permanente asociate, precum Senso Art, galerie de artă, Art Encounters, bienală de artă contemporană și Muzeul de Artă Recentă.

Când vine vorba de relația dintre artă și avocați, Florian Nițu spune că istoria este „fabuloasă”. El face o călătorie în timp, în era interbelică sau chiar înainte.

„Mă gândesc la mari avocați interbelici sau predecesori ai acestora, precum Henri Trembiski, Emil Otulescu ori Constantin Basiliade, care l-au colecționat și susținut pe Nicolae Tonitza (și Grupul Celor Patru).”

Alte nume de avocați menționate de el ar fi Hurmuz Aznavorian, Jean Gad, Vintilă Ștefănescu, Alexandru Haldner și Vasile Pavlu. Ei au susținut cu achiziții constante opera lui Theodor Pallady și pe cea a lui Francisc Șirato, construind fiecare colecții impresionante.

Vladimir Diaconu, Eugen Crăciun și Ernest Morgenstern, la rândul lor avocați de mare ținută, i-au colecționat pe Iosif Iser ori pe Gheorghe Petrașcu.

„Iar aceste câteva nume din secolul trecut sunt doar exemple din sutele de avocați români iubitori și promotori de artă, colecționari.”

Apoi a venit comunismul și această relație a fost întreruptă, pentru a fi reluată începând cu anii '90. „După Revoluție, relația aceasta dintre avocatul colecționar/promotor și artist s-a reluat. Iar ultimii 10-15 ani, în particular, au permis formarea unor mari colecții în rândul avocaților. Vorbim de o recuperare a unui model cultural istoric, care s-a produs astfel într-o perioadă relativ scurtă.”

PNSA sărbătorește trei decenii de activitate, iar colecția de artă a firmei aniversează și ea anul acesta 30 de ani de la lansare. „Dar nu vorbim doar de o colecție de artă, ci de un Ecosistem Artistic.”

Florian Nițu spune că sunt zeci de proiecte PNSA venite să susțină

fenomenul artelor plastice, proiecte care au avut un efect formator în primul rând pentru toți avocații implicați, dar și pentru artiști, iubitori de artă, pentru piața culturală în general.

„Facem proiecte pentru susținerea tinerilor artiști. Cel mai recent este Catalogul 35/35, realizat împreună cu Asociația Cred în România, prin care ne-am propus să oferim recunoaștere publică, dar și o platformă de promovare unor tineri artiști români valoroși, a căror operă încă nu este suficient de cunoscută.”

Casa de avocatură realizează și proiecte de recuperare a memoriei culturale a mișcării artistice românești. „Nu în ultimul rând, ne implicăm în procesul de profesionalizare a pieței de artă locale.”

PNSA furnizează asistență juridică pro bono pentru pregătirea de standarde, documentații de licitație în piața de artă, contracte și regulamente de consignare, asigurare, evaluare, contracte de drepturi de autor, asistență în vederea protecției drepturilor de suită etc.

„Investind în educația estetică, în cultivarea gustului artistic, în consumul de producție culturală, de artă, am reușit, în timp, să dezvoltăm și în interiorul companiei

competențele necesare, apetența și spiritul de colecționar.” Pe aceste baze, treptat, în mod natural, organic, s-a construit PNSA Art Collection, care cuprinde câteva sute de lucrări.

„Am cumpărat exclusiv arta epocii noastre. Noi acționăm ca investitori în artă, însă nu suntem motivați economic, ci ne dorim susținerea acestui mediu.”

O parte dintre aceste lucrări sunt expuse în birourile companiei. Altele sunt împrumutate pentru expoziții publice sau private.

Dar avocații nu sunt singurii colecționari. Omul de afaceri Ovidiu Șandor, cunoscut pentru businessurile imobiliare, este un cunoscut colecționar de artă contemporană și este totodată cel care organizează Bienala Art Encounters.

Un alt nume important în domeniu este cel al lui Roger Akoury, care acum mai bine de șase ani a deschis MARE, Muzeul de Artă Recentă. Numele omului de afaceri originar din Liban a fost multă vreme legat de cel al grupului farma A&D Pharma, ce cuprindea, printre altele, lanțul de farmacii Sensiblu. El, alături de ceilalți antreprenori fondatori, a vândut businessul în urmă cu câțiva ani către fondul de investiții Penta Investments, într-una dintre cele mai mari tranzacții locale, evaluată la 350-400 de milioane de euro. Antreprenorul a vândut și un alt

business pe care l-a cofondat, retailerul de optică medicală OPTIblu, pentru a-și concentra atenția în ultima perioadă pe zona de artă de care e pasionat. El e, de altfel, și colecționar de artă. Una dintre cele mai recente investiții cunoscute ale sale este MARE - Muzeul de Artă Recentă, care și-a deschis porțile la început de octombrie 2019 în cartierul Primăverii din București.

„După cunoștințele mele, sunt în România câteva zeci de colecții corporative de cel puțin câteva sute de lucrări fiecare. O colecție mare înseamnă minimum 500-600 de lucrări, dar sunt și unele mai mari”, spune Florian Nițu.

În cazul României, piața de artă este în creștere, dacă ne referim la numărul galeriilor înființate în ultimii 10 ani și la colecțiile private, existând, în același timp, potențial de dezvoltare, crede Andrei Breahnă.

Pe de altă parte, segmentul colecțiilor corporative se află în fază incipientă, adaugă el, iar nivelul de conștientizare a importanței artei pentru dezvoltarea societății, semnificativ mai ridicat în țările occidentale comparativ cu România, este un element care face diferența.

„În acest context, în timp ce continuăm să răspundem solicitărilor companiilor pentru achiziții de lucrări, am lansat și serviciul Art Set, un «abonament»

de artă care include expoziții reînnoite periodic, tururi ghidate, workshop-uri tematice în funcție de prioritățile firmei (de exemplu, de learning & dezvoltare, schimbare de mindset) - destinate angajaților sau clienților -, întâlniri cu artiștii și chiar comisionarea de lucrări.”

Practic, în loc să dețină lucrări de artă, firmele devin gazdele acestora. Crearea colecțiilor corporative implică o direcție strategică prioritizată clar și, implicit, un buget consistent - un angajament, o investiție pe termen lung. „Art Set (prin închirierea de lucrări) este o soluție alternativă (achiziției), într-o societate încă nepregătită pentru un pas atât de amplu și curajos.”

O colecție de artă corporative este o expresie a reputației companiei, spune Andrei Breahnă.

Cele mai bune colecții corporative la nivel mondial demonstrează că arta poate avea un impact profund asupra vieții oamenilor, contribuind la educație și la îmbunătățirea calității mediului de lucru.

„Colecțiile Deutsche Bank, UBS, Microsoft, UniCredit Group, Société Générale sau Samsung arată cum arta este folosită strategic pentru a crea medii inspiraționale, a reflecta valorile corporative și a întări angajamentele față de comunitate și cultură.”

Colecțiile corporative oferă companiilor oportunitatea de a îmbina estetica și funcționalitatea, putând fi percepute deopotrivă drept un gest de prestigiu sau investiție, precum și ca un simbol al responsabilității sociale și al dedicării față de inovație și creativitate, adaugă el.

În România, deși acest tip de investiție e încă la început, trendul este ascendent.

De altfel, întreaga piață de artă e tânără, iar asta nu poate să însemne decât că viitorul se întrevede promițător.

