

Sztuka to przyszłość marketingu

Elżbieta Wojtczak*

CU COMMUNICATION UNLIMITED

Sztuka cieszy się w polskim społeczeństwie rosnącą popularnością. To naturalny proces, który jest konsekwencją wzrostu zamożności, poziomu życia i wykształcenia. Coraz bardziej stajemy się również wrażliwi na to, co nas otacza.



Desa Unicum to dom aukcyjny nr 1 w Polsce. W ramach naszej strategii otwieramy świat sztuki na nowych klientów.

Rekordowe wzrosty

Trend ten znajduje odzwierciedlenie na rynku sztuki, który od kilku lat przeżywa niespotykany wcześniej boom. Obserwujemy to z bliska, ponieważ na stałe współpracujemy z galeriami sztuki, instytucjami kultury oraz największym domem aukcyjnym w Polsce – DESA Unicum.

W 2020 roku obroty na polskim rynku aukcyjnym wzrosły o ponad 30 procent. To wyraźny sygnał, że sztuka staje się nie tylko obiektem zainteresowań estetycznych, ale też istotnym sposobem na lokatę i pomnożenie kapitału.

Media w ostatnim czasie chętnie interesowały się rekordami aukcyjnymi, z których większość padła właśnie w DESA Unicum. Wystarczy wspomnieć o płótnie Tamary Łempickiej za ponad 4 miliony złotych czy obra-

zie M22 Wojciecha Fangora, wylicytowanym za ponad 7,3 miliona złotych, co jest absolutnym rekordem sprzedaży obrazu w Polsce.

Nie tylko dla milionerów

Warto pamiętać, że sztuka nie musi kosztować milionów. Coraz większą popularnością cieszą się prace młodych artystów, które można mieć już za kilkaset czy kilka tysięcy złotych. Wiele z nich spektakularne wzrosty wartości ma jeszcze przed sobą. Rynek tzw. „młodej sztuki” bywa dla istotnej części klientów pierwszym krokiem w kierunku rozwoju kolekcji.

Obserwujemy ten proces od lat, współpracując z Warsaw Gallery Weekend. Podczas tego wydarzenia niezależne, warszawskie galerie zapraszają do siebie niezależne warszawskie galerie przygotowują wydarze-

nia specjalne, zapraszając do siebie nie tylko stałych bywalców, ale też osoby wcześniej niezwiązane ze światem sztuki.

CU Art wspólnie z DESA Unicum organizuje spotkania DESA & Friends, w ramach których zaproszeni goście mają okazję obejrzeć wystawę przedaukcyjną w towarzystwie ekspertów, podyskutować o sztuce, a następnie przyrzeć się aukcji lub nawet wziąć w niej udział.

Sztuka ma moc

Każde z tych spotkań utwierdza nas w przekonaniu, że sztuka ma w sobie moc. Jest nośnikiem emocji, których wszyscy potrzebujemy. Uwodzi, zaskakuje, prowokuje do myślenia, zadaje pytania, nie daje o sobie zapomnieć. Przykłady rynku amerykańskiego czy rynków zachodnioeuropejskich wskazują wyraźnie, że sztuka – obok sportu czy muzyki – staje się coraz istotniejszym elementem współczesnego marketingu. Dziś nie tylko imprezy piłkarskie czy festiwale rockowe, ale też najważniejsze targi sztuki i wystawy przyciągają jak magnes miliony fanów z całego świata.

CU Art Travel czyli podróże VIP ze sztuką

Agencja Communication Unlimited, mająca wieloletnie doświadczenie w pracy z instytucjami kultury, galeriami i największym domem aukcyjnym w Polsce, dobrze rozumie to zjawisko. Od trzydziestu lat wspólnie z naszymi klientami budujemy komunikację marketingową opartą o emocje świata sportu czy muzyki rozrywkowej. Teraz wykorzystujemy te kompetencje do budowania silnych marek wykorzystując siłę sztuki. Niedawno powołaliśmy do życia innowacyjny projekt CU Art Travel, w ramach którego organizujemy ekskluzywne wyjazdy do najlepszych muzeów i instytucji wystawienniczych ze światowymi kolekcjami sztuki. Jest to oferta zarówno dla klientów indywidualnych, jak i nowy pomysł na wydarzenia firmowe typu incentive.

WARTO WIEDZIEĆ:

- Wartość rynku aukcyjnego w Polsce wzrosła w 2020 roku o ponad 30 procent.
- Aktualny rekord sprzedaży aukcyjnej obrazu w Polsce to M22 Wojciecha Fangora, wylicytowany w Desa Unicum za ponad 7,3 miliona złotych. Przykłady z rynków zachodnioeuropejskich i USA pokazują, że sztuka jest ważnym elementem komunikacji marketingowej. Pozwala markom dotrzeć nie tylko do najlepiej sytuowanych odbiorców o wysokim potencjale zakupowym, ale też do aspirującej klasy średniej.



Spotkania z cyklu DESA & Friends organizowane z myślą o ludziach biznesu to doskonały sposób, by w kameralnym gronie wejść do świata sztuki i kolekcjonerstwa na najwyższym poziomie.



Dla Suzuki, partnera Warsaw Gallery Weekend, sztuka (obok sportu i muzyki) jest efektywną platformą dotarcia do nowych odbiorców.