

KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY V ČESKÉ REPUBLICCE

Přehled o stavu jednotlivých odvětví (architektura, design, reklama,
film, hudba, knihy a tisk, scénická umění, th s uměním, TV a rozhlas,
videohry, kulturní cestovní ruch)

Eva Žáková a kolektiv autorů

Autori: Jaroslav Císar, Lenka Dohrnalová, Jaroslav Falus, Jiří Hadaš, Marek
Hejduk, Petr Mošna, Bohumír Nekolný, Ivan Petiška, Tereza Raabová,
Radomíra Sedláková, Zuzana Sedmerová, Jan Skřivánek, Eva Žáková

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

H HUDBA

Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice
Lenka Dohrnalová
2010

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

K KNIHY A TISK

Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice
Petr Mošna
2010

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

U TRH S UMĚNÍM

Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice
Jan Skřivánek
2010

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

F FILM

Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice
Petr Mošna
2010

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

V VIDEOHRY

Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice
Jaroslav Falus
2010

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

T ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ

Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice
Mgr. Jiří Hadaš
2010

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

R REKLAMA

Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice
Mgr. Ivan Petiška, Marek Hejduk
2010

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

D DESIGN

Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice
Zuzana Sedmerová a Lenka Žalová
2010

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

S SCÉNICKÁ UMĚNÍ

Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice
Bohumír Nekolný
2010

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

C CESTOVNÍ RUCH

Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice
Tereza Raabová
2010

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

A ARCHITEKTURA

Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice
Doc. ing. arch. Radomíra Sedláková, CSc.
2011

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

SHRNUTÍ SOUČASNÉHO STAVU A NÁVRH DOPORUČENÍ

Eva Žáková
2011

Studie je vydávána Institutum umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, klasifikační kód projektu: C00P03000004.

Kdo
financuje
tisk
stránky

TRH S UMĚNÍM

**Studie o sociálně ekonomickém potenciálu
kulturních a kreativních průmyslů v České republice**

Jan Skřivánek
2010

Studie je vydávána Institutem umění – Divadelním ústavem v rámci projektu
Ministerstva kultury Sociálně-ekonomický potenciál kulturních, resp. kreativních
průmyslů v ČR, identifikační kód projektu DD07P03OKU004.

Arts
Institute
Institut
umění

OBSAH

AUTOR	3
TRH S UMĚNÍM / JAN SKŘIVÁNEK	4
VYMEZENÍ POJMŮ A PŘEDMĚTU ZÁJMU	4
PŘEDMĚT ZÁJMU TRHU S UMĚNÍM	4
FORMY PRODEJE	4
VÍC NEŽ JEN TRH	5
MINULOST A SOUČASNOST ČESKÉHO TRHU S UMĚNÍM	5
OBDOBÍ PŘED ROKEM 1989	5
90. LÉTA	5
OBDOBÍ 2000 AŽ 2010	6
NOVÁ MÉDIA	7
HRÁČI NA TRHU	8
AUKČNÍ SÍNĚ	8
PRODEJNÍ GALERIE	11
PRIVÁTNÍ OBCHODNÍCI S UMĚNÍM	13
VEŘEJNÉ INSTITUCE A NEZISKOVÉ VÝSTAVNÍ SÍNĚ	14
SOUKROMÍ SBĚRATELÉ	15
LEGISLATIVNÍ PROSTŘEDÍ	15
PROBLEMATIKA VÝVOZŮ A DOVOZŮ	15
DROIT DE SUITE	19
PROBLEMATIKA PADĚLKŮ	20
AUKČNÍ ZÁKON	22
DAŇOVÁ LEGISLATIVA	23
PROFIL OBLASTI TRHU S UMĚNÍM	25

AUTOR

MGR. JAN SKŘIVÁNEK

Absolvent dějin umění na FF MU v Brně a mediálních studií na FSV UK v Praze. Od roku 2007 je šéfredaktorem časopisu Art+Antiques. Od roku 2008 vede jednosemestrální kurz Úvod do mediálních studií a žurnalistiky, který je určen studentům Semináře dějin umění FF MU. Je spoluzakladatelem internetového časopisu Artalk.cz.

TRH S UMĚNÍM

JAN SKŘIVÁNEK

VYMEZENÍ POJMŮ A PŘEDMĚTU ZÁJMU

Trh s uměním lze strukturovat podle předmětu zájmu (s čím je obchodováno) i podle formy (v jakém prostředí se tento obchod odehrává). Důležitou roli také hraje kulturní prostředí a legislativní a daňový rámec, v němž trh s uměním funguje.

PŘEDMĚT ZÁJMU TRHU S UMĚNÍM

Z hlediska předmětu je třeba především rozlišovat trh se současným (v užším slova smyslu s díly žijících autorů) a se starším uměním (s díly, u kterých prodávajícím již není samotný autor). Někdy se pro tyto dvě kategorie používá označení primární a sekundární trh.

Označení „starší umění“ je velice vágní. Používáme jej jen jako pomocný, zastřešující termín pro řadu dílčích segmentů trhu s uměním – od starých mistrů přes umění 19. století až po klasickou modernu, případně i pro některá díla poválečného umění.

V širším slova smyslu je součástí trhu s uměním i obchod se starožitnostmi. Tradičně bývá tímto termínem označováno užité umění (nábytek, porcelán, sklo, ...). Otázkou je, zda mezi starožitnosti řadit i šperky (důležitější roli než historická či umělecká hodnota při určování ceny často hraje ryzost a váha použitých drahých kovů a drahokamů) a zda za součást trhu s uměním považovat i další artikly, které jsou tradičním předmětem sběratelského zájmu, jako jsou mince a poštovní známky.

Pro potřeby této studie svůj zájem omezíme na autorská díla, tedy na umění v užším slova smyslu. Starožitnostmi se budeme zabývat pouze okrajově, výše zmiňované hraniční kategorie ponecháme zcela stranou.

FORMY PRODEJE

Z hlediska formy či prostředí, v němž je s uměním obchodováno, bývá trh s uměním tradičně dělen do tří, respektive čtyř segmentů:

- prodejní galerie;
- aukční síně;
- privátní prodeje;
- černý trh.

V této studii svou pozornost omezíme pouze na první dvě kategorie. Problematikou privátních prodejů a černého trhu se budeme zabývat jen z hlediska jejich dopadu na prodejní galerie a aukční síně.

Pod termínem prodejní galerie zahrnujeme jak galerie zastupující současné autory, tak i obchody se starožitnostmi. Různým typům galerií a specifikům jejich fungování se budeme věnovat dále. Aukční síně se stejně tak mohou zabývat vším od současného umění až po starožitnosti.

VÍC NEŽ JEN TRH

Trh s uměním je přímo či nepřímo navázán na širší struktury kulturního průmyslu. Ovlivňuje jej fungování veřejných muzeí umění a výstavních síní, činnost knižních nakladatelství i akademického prostředí. V této studii si budeme všimnout pouze problematiky fungování veřejných muzeí a výstavních síní.

Trh s uměním samozřejmě funguje v určitém legislativním a daňovém rámci a budeme si tu tudíž všimnout pravidel a institucí, které jeho fungování ovlivňují.

MINULOST A SOUČASNOST ČESKÉHO TRHU S UMĚNÍM

OBDOBÍ PŘED ROKEM 1989

V období komunistické totality byl trh s uměním částečně zatlačen do ilegality. Přerušená tradice vysvětluje i řadu nešvarů, se kterými se současný český trh s uměním potýká. Za posledních 20 let sice prošel výrazným vývojem, řada problémů však přetrvává.

Historie sběratelství a trhu s uměním se teprve postupně stává předmětem zájmu akademické obce a problematika trhu s uměním v éře socialismu zatím není vůbec zpracována. Žijící autoři byli tlačeni k prodejm prostřednictvím prodejny Českého fondu výtvarných umění Dílo, v případě prodejů do zahraničí přes Art Centrum. Monopol na obchod se starším uměním a starožitnostmi měl státní podnik Antikva, který měl pobočky po celé republice.

Neexistence fungujícího galerijního prostředí vedla k tomu, že sběratelé současného umění umělecká

díla nejčastěji nakupovali přímo od umělců, tzv. nákupy z ateliérů. Obchod se starším uměním často hraničil s černým obchodem. Hlavním předmětem zájmu přitom nebyla dnes tolik ceněná klasická moderna, ale zejména starožitnosti, které představovaly atraktivní vývozní artikl.

Státní monopol byl uvolněn až na konci 80. let, kdy vzniklo obchodní družstvo Antikva Nova Praga. Tomu také bylo v říjnu 1989 umožněno uspořádat první oficiální aukci výtvarného umění a starožitností od roku 1957. Podle dobového tisku se stala mimořádnou událostí.

90. LÉTA

Vývoj českého trhu s uměním v 90. letech není zatím rovněž podrobněji zmapován. Média se této problematice prakticky nevěnovala, takže bude třeba vycházet jen ze vzpomínek pamětníků a starých aukčních katalogů. Vzniká velký počet nových výstavních síní, prodejních galerií a aukčních domů.

Současné umění je na okraji zájmu, trh je živěn zejména restitucemi. Na prodej je řada špičkových děl starého umění i klasické moderny, ceny však zůstávají relativně nízko. V prostředí transformující se ekonomiky se nabízí řada jiných příležitostí, do čeho investovat, než utrácet statisíce za obrazy.

Důležitým momentem je vstup majitele TV Nova Vladimíra Železného na trh v roce 1997. Železný začíná budovat univerzální sbírku českého moderního umění – od konce 19. století do současnosti, přičemž disponuje nesrovnatelně vyššími prostředky než ostatní hráči na trhu. Jeho nákupy zvedají ceny a zároveň přitahují pozornost dalších investorů.

OBDOBÍ 2000 AŽ 2010

V letech 2003 až 2005 trh prochází obdobím stagnace. Vyčerpáním restitucí došlo k propadu na straně nabídky a do jisté míry se projevilo i omezení nákupů Vladimírem Železným. Trh s uměním nicméně v této době začal být předmětem pravidelného zájmu médií. V létě 2002 začal vycházet specializovaný časopis Art+Antiques.

V roce 2006 aukční trh zaznamenal řadu cenových rekordů a v následujících letech procházel dynamickým růstem. Ten navzdory ekonomické krizi pokračoval i v roce 2009, poněkud se však změnila struktura prodejů. Sledujeme-li nejen výši celkových obrátů, ale i úspěšnost aukcí a výši cenových nárůstů u jednotlivých položek, byl trh s uměním v letech 2006–2008 v lepší situaci, než je nyní.

Údaje o celkových objemech prodejů jsou k dispozici od roku 2003. Jedná se o celkové obraty aukčních síní včetně aukčních provizí a DPH. Uváděné sumy by tedy měly odpovídat celkovým částkám, které sběratelé v daném roce na aukcích utratili. Do počtů prodaných položek je zahrnuto umění i starožitnosti.

ROK	OBRAT V KČ	POČET PRODANÝCH POLOŽEK	POČET POLOŽEK VYDRAŽENÝCH ZA VÍCE NEŽ 100 TISÍC KORUN	POČET POLOŽEK VYDRAŽENÝCH ZA VÍCE NEŽ 1 MILION KORUN
2003	226 540 000	11 206	342	21
2004	262 630 000	9 805	351	20
2005	274 430 000	9 757	337	28
2006	390 780 000	9 264	498	46
2007	556 850 000	11 635	660	72
2008	663 570 000	11 659	646	87
2009	755 890 000	10 666	699	114

zdroj: Art+Antiques

Celkový obrat českého trhu s uměním v roce 2009 se dá odhadovat na 1 až 1,5 miliardy korun. (Obratem zde rozumíme celkovou finanční hodnotu uměleckých děl a starožitností prodaných za rok na českém trhu s uměním.)

Metodická poznámka:

Informace o prodeji mimo aukční trh jsou neveřejné a souhrnnému sběru dat z této oblasti se nikdo nevěnuje. Neexistuje navíc způsob, jak údaje o prodeji a cenách uváděné jednotlivými obchodníky ověřit. Ředitelka galerijního veletrhu Art Prague, galeristka Iva Nesvadbová odhaduje roční obrat galerijního trhu s uměním na více než půl miliardy, obrat obchodníků se starožitnostmi je podle ředitelky Asociace starožitníků Simony Šustkové 90 až 100 milionů korun ročně.

Jistou míru nepřesnosti vykazují i statistiky aukčního trhu s uměním, které vycházejí z výsledkových listin zveřejňovaných bezprostředně po aukci. Pokud dojde k „zmařené aukci“ (=vydražitel za dílo odmítne zaplatit), aukční síň sama se to často dozví až se zpožděním několika týdnů. Tuto informaci pak většinou ani nikde neuvádí. Do celkového obratu jsou tak započítávána i díla, která ve skutečnosti zůstala neprodaná. V uváděné statistice naopak chybí tzv. poaukční prodeje (díla, která na aukcích zůstanou nevydražena, je často možné za vyvolávací ceny zakoupit ještě v následujících dnech).

NOVÁ MÉDIA

Internet je v současnosti pro obchodníky s uměním zejména komunikačním a propagačním médiem a zdrojem informací. Při první vlně internetového boomu kolem roku 2000 vzniklo několik internetových galerií, obchodujících s uměním. V následujících letech však buď zanikly, nebo se transformovaly v „kamenné obchody“. Tradiční aukční síně a galerie naopak v posledním desetiletí výrazně investovaly do rozšíření a zkvalitnění svých online služeb. Tento vývoj odpovídá situaci na mezinárodním trhu. Kvalitní internetová prezentace je dnes naprostou nezbytností, původní očekávání o přesunu podstatného segmentu trhu s uměním na internet se však nenaplnila.

Všechny aukční síně zveřejňují své aukční katalogy také online, své zboží na webu inzerují často také starožitníci. E-commerce se na druhou stranu v oblasti trhu s uměním příliš nerozšířil. Samostatné online aukce jsou pořádány pouze v případě zboží v nižších cenových kategoriích, zejména se to týká grafik

a drobných starožitností. U dražších věcí většinou zákazníci chtějí nabízené dílo vidět na vlastní oči. Aktivní jsou na tomto poli zejména společnosti 1. Art Consulting, galerie Vltavín a Antikvariát Prošek.

Jistou konkurenci pro starožitníky a aukční síně představují aukční portály Aukro a eBay. Na jednu stranu sice tradičním obchodníkům odčerpávají zákazníky (kupce i prodávající), na druhou však zároveň fungují jako zajímavý zdroj zboží. Jejich prostřednictvím mohou zkušení obchodníci pořídit kvalitní díla, která následně dokážou se ziskem prodat dál. Týká se to opět hlavně drobnějších věcí, grafiky a užitého umění.

Internet napomáhá globalizaci trhu s uměním, neboť díky internetovým prezentacím se o nabízených dílech mohou snadno dozvědět i zákazníci ze zahraničí. Z toho trendu dokážou lépe těžit aukční síně, které jsou jednak zvyklé přijímat nabídky dražitelů i po telefonu, jednak se mohou opřít o rozvinutější infrastrukturu. Díky specializovaným serverům typu artprice.com se informace o chystaných aukcích mohou snadno dostat ke globálnímu publiku. Starožitníci jsou většinou odkázáni jen na přímé návštěvy svých vlastních internetových stránek.

Od začátku roku 2010 na českém trhu působí specializovaný server artplus.cz, který se věnuje problematice trhu s uměním. Jeho základem je databáze aukčních výsledků (momentálně čítá přes 60 tisíc záznamů), která v případě některých aukčních síní sahá až deset let do minulosti. Cílem serveru je napomoci transparentnosti trhu s uměním, neboť svým uživatelům dává možnost snadno si ověřit, jakých cen obdobná díla běžně dosahují. Server má také redakční část a provozuje index českého trhu s uměním, který je modelován po vzoru burzovních indexů. Část služeb serveru je bezplatná, přístup do databáze je však zpoplatněn.

Případová studie

Jako ryze internetová galerie původně vznikla aukční síň WoxArt, kterou v rámci projektu Inkubátor E-konomu pod názvem Art.CZ založili na podzim 2000 dva studenti pražské Vysoké školy ekonomické. Společnost ve svých počátcích fungovala tak, že na internetu nabízela díla několika desítek současných autorů, která však neměla fyzicky k dispozici. Teprve v okamžiku, kdy zákazník v online katalogu označil určitý obraz nebo sochu, galeristé se spojili s autorem a vybrané dílo si vyžádali. Na podzim 2003 začala

společnost pořádat dvakrát do roka klasické aukce s tištěným aukčním katalogem, nejprve ve spolupráci s Galeríí Peron, od roku 2004 pak samostatně.

Zatímco v začátcích galerie Art.CZ nabízela zejména nejaktuálnější umění, včetně děl studentů výtvarných škol, postupem času se těžištěm její nabídky stalo umění autorů generace 60. a 70. let. Koncem roku 2006 si společnost změnila název na WoxArt a od jara 2008 provozuje vlastní výstavní síň v pražských Holešovicích. V loňském roce společnost zaznamenala výrazný propad tržeb (oproti roku 2008 byl obrat jejích aukcí o 43 procent nižší), neboť trh s poválečným uměním byl ekonomickou krizí nejvíce postižen. Koncem června 2010 do společnosti vstoupili noví partneři a její jméno se změnilo na Prague Auctions. Vedle poválečného umění se chce společnost do budoucna soustředit také na klasickou modernu a na umění 19. století. Z internetové galerie současného umění se tak během deseti let transformovala v „kamenitou“ aukční síň pokrývající téměř celou šíři trhu s uměním.

HRÁČI NA TRHU

Jak již bylo řečeno, z hlediska formy prodeje má smysl rozlišovat prodejní galerie, aukční síně a přímé prodeje. Pokud jde o jednotlivé hráče na trhu, často se u nich setkáme s tím, že kombinují funkci galerie a aukční síně, případně na sebe berou roli zprostředkovatele u privátně uzavíraných obchodů. Částečně jde o běžný trend, s kterým se setkáváme i v zahraničí, částečně o nezbytnost vynucenou nevyzrálostí českého trhu a malou finanční silou jednotlivých galerií.

O jednu polovinu obratu českého trhu s uměním se starají aukční síně, o druhou se dělí galerie a obchodníci se starožitnostmi.

AUKČNÍ SÍNĚ

Aukční síně jsou na českém trhu nejsilnějším hráčem. Funguje zde kolem 15 specializovaných společností, příležitostně aukce navíc pořádá i několik galerií a obchodů se starožitnostmi. Zatímco ve světě aukčním síním aspoň částečně konkurují renomované galerie (ne všechna díla jsou vhodná k prodeji v aukci, některé kusy se prodávají lépe privátně), v Česku se naopak stává, že i díla několik měsíců neúspěšně nabízená privátně se následně v aukci prodají za vyšší cenu. Tvrdit, že všechny významné prodeje se odehrávají na aukcích, by nicméně bylo zavádějící.

Dominantní postavení na trhu má pětice aukčních síní, na které v posledních letech připadalo 80 procent celkového obratu aukčního trhu. Z roku na rok se mění jejich pořadí, žádné nové jméno se však do této „velké pětky“ minimálně v posledních pěti letech nedostalo. Jedná se o společnosti 1. Art Consulting, Galerie Art Praha, Dorotheum, Galerie Kodl a Meissner-Neumann.

Společnosti Dorotheum a Meissner-Neumann pokrývají celou šíři trhu od starožitností přes staré mistry a klasickou modernu až po poválečné umění. Ostatní společnosti se specializují na výtvarné umění v užším slova smyslu. Hlavním předmětem je pro ně shodně klasická moderna, tu s většími a tu s menšími přesahy do minulosti a směrem k současnému umění.

Společnost Dorotheum, která je pobočkou stejnojmenného vídeňského aukčního domu, je manažersky řízenou firmou s cca 10 zaměstnanci. Ostatní aukční síně do značné míry stojí a padají na osobě majitele, čímž se podobají spíše prodejním galeriím. Málokdy zaměstnávají víc jak jednoho až tři lidi.

Aukční síně mají své profesní sdružení – Komoru aukčních síní uměleckých děl a starožitností ČR, která se snaží hájit jejich zájmy ve vztahu ke státním orgánům, směrem k veřejnosti však nijak nevystupuje. Komora funguje od roku 2002 a její předsedkyní je ředitelka aukční síně Dorotheum Mária Gálová. Hlavním tématem Komory je příprava nového zákona o veřejných dražbách, neboť stávající legislativa v této oblasti je zcela nevyhovující.

Případová studie

Celkový obrat českých aukčních síní nabízejících umění a starožitnosti činil v roce 2009 750 milionů korun. Na 60 aukcích bylo dohromady prodáno deset a půl tisíce položek – od obrazů přes nábytek až po šperky. Za více než milion korun bylo vydraženo 110 obrazů a dvě sochy, dalších 690 děl překonalo hranici sto tisíc korun. Nejdražší obraz loňského roku – Kupkuv abstraktní olej Zhroucení vertikál – je současně historickým rekordmanem českých aukcí. Všechny obrazy v první desítce se také prodaly za více než 10 milionů korun. V roce 2008 takovýchto obrazů bylo šest, o rok dříve pět. Vůbec poprvé hranice deseti milionů padla v roce 2006, překonal ji tehdy jen jeden obraz.

Počet milionových i stotisícových děl ve srovnání s rokem 2008 vzrostl, zároveň se však poprvé od roku 2006 prodalo méně položek než v předchozím roce. To znamená, že růst táhnou především nejdražší díla,

jejichž ceny stoupají nejrychleji, zatímco střední a nižší segmenty trhu stagnují. Sto nejdražších děl se postaralo o polovinu celkového obrátu trhu. Co do počtu přitom díla nad milion korun představují méně než jedno procento prodaných položek. Pokud vezmeme v úvahu i neprodaná díla, zjistíme, že na méně než půl procenta všech nabízených obrazů a starožitností připadá polovička finančního objemu trhu.

Celkový objem trhu v meziročním srovnání vzrostl o 13,5 procenta. Pokud však budeme počítat jen s díly do milionu korun, klesne údaj o růstu na 5 procent. Zjednodušeně řečeno cena 99 obrazů ze sta loni v meziročním srovnání narostla o pouhých 5 procent, zatímco cena onoho jednoho nejdražšího díla se zvýšila o 15 procent. Vzhledem k tomu, že se prodalo o desetinu méně děl než v roce 2008, bude i onen pětiprocentní nárůst rozdělen značně nerovnoměrně.
zdroj: Ročenka ART+

Nejdražší díla prodaná v letech 1990 až 2010 v aukcích (podle jednotlivých segmentů trhu)

Klasická moderna

	AUTOR	NÁZEV DÍLA / ROK VZNIKU	CENA (V KČ)	AUKČNÍ SÍŇ / ROK PRODEJE
1.	František Kupka	Zhroucení vertikál / 1935	25 960 000	1. Art consulting / 2009
2.	Toyen	Spící / 1937	23 310 000	Galerie pictura / 2009
3.	František Kupka	Výšky IV. / 1938	23 205 000	1. Art consulting / 2007
4.	Josef Šíma	Léda s labutí / 1938	17 228 000	Galerie art praha / 2008
5.	Toyen	Zbytek noci / 1934	15 840 000	Galerie kodl / 2010
6.	František Kupka	Abstraktní kompozice / 1930-35	15 800 000	1. Art consulting / 2007
7.	Josef Čapek	Děvče v růžových šatech / 1916	14 160 000	Galerie art praha / 2007
8.	Emila Filla	Sklenice a noviny / 1914	13 440 000	Galerie kodl / 2009
9.	Toyen	Smutný den / 1942	13 200 000	Galerie art praha / 2009
10.	Emila Filla	Dívka s mandolínou / 1929	12 980 000	1. Art consulting / 2008

Poválečné a současné umění

	AUTOR	NÁZEV DÍLA / ROK VZNIKU	CENA (V KČ)	AUKČNÍ SÍŇ / ROK PRODEJE
1.	Václav Boštík	Kompozice ve žluté / 1990	4 484 000	1. Art Consulting / 2008
2.	Zdeněk Sýkora	2 trojúhelníky / 1973	4 484 000	1. Art Consulting / 2008
3.	Václav Boštík	bez názvu / 70. léta	4 080 000	Dorotheum / 2008
4.	Zdeněk Sýkora	Linie č. 214 / 2002	3 540 000	1. Art Consulting / 2009
5.	Aleš Veselý	Pavoučí věž / 1967-68	3 393 000	WoxArt / 2007
6.	Václav Boštík	bez názvu / 80. léta	2 840 000	Dorotheum / 2008
7.	Zdeněk Sýkora	Linie č. 100 / 1992	2 726 000	WoxArt / 2006
8.	Ladislav Sutnar	Venuše s prstem na rtech / 1966	2 280 000	Dorotheum / 2009
9.	Zdeněk Sýkora	Linie č. 172 / 1999	2 141 000	WoxArt / 2008
10.	Zdeněk Sýkora	Makrostruktura / 1971-72	1 920 000	Dorotheum / 2007

Starší mistři a umění 19. století

	AUTOR	NÁZEV DÍLA / ROK VZNIKU	CENA (V KČ)	AUKČNÍ SÍŇ / ROK PRODEJE
1.	neznámý mistr	Umučení světice / kolem 1390	12 915 000	1. Art Consulting / 2009
2.	Jakub Schikaneder	Na zámeckých schodech / před 1900	8 850 000	1. Art Consulting / 2009
3.	Petr Brandl	David s hlavou Goliášovou / před 1710	5 664 000	1. Art Consulting / 2009
4.	Karel Škréta	Nanebevzetí panny Marie / 1665-68	4 720 000	1. Art Consulting / 2009
5.	Karel Škréta	Slepý Šavel před Ananiášem / kol. 1655	3 776 000	1. Art Consulting / 2009
6.	Antonín Slavíček	Na okořském potoce / 1896-97	3 120 000	Dorotheum / 2009
7.	Adolf Kosárek	Horská krajina v bouři / kolem 1853	2 760 000	Galerie Kodl / 2009
8.	Jaroslav Čermák	Slovenští vystěhovalci / 1851	2 301 000	1. Art Consulting / 2007
9.	Jan Kupecký	Susanne Kupecká / kolem 1710	2 300 000	Meissner-Neumann / 2007
10.	Jan V. Angermeyer	Zátiší s květinami a kanárem	2 242 000	Zezula / 2005

zdroj: Art+Antiques; všechny ceny jsou uváděny včetně aukční provize

PRODEJNÍ GALERIE

Prodejní galerie má smysl rozlišovat podle předmětu jejich zájmu na galerie obchodující výhradně s výtvarným uměním v užším slova smyslu a na obchody se starožitnostmi. Cílové skupiny sběratelů, které se snaží oslovit, jsou značně odlišné a potýkají se též s rozdílnými problémy.

Galerie

Galerie lze dále dělit na galerie obchodující se současným uměním a galerie specializující se na některý ze segmentů staršího umění, tedy stejně jako aukční síně operující na sekundárním trhu.

Ředitelka galerijního veletrhu Art Prague a zároveň majitelka Galerie Gambit, Iva Nesvadbová odhaduje, že v Česku působí na 350 galerií s celkovým obrátem více než půl miliardy korun. Podíl současného umění na tomto obratu podle ní činí 30 až 40 procent, tedy přibližně 200 milionů korun.

Specializované galerie

Podmínkou úspěchu tohoto typu galerií je, že neplní roli pouhého zprostředkovatele, ale sami jsou prodávajícím. Jsou schopny vyhlédnout díla již etablovaných autorů zakoupit z vlastních zdrojů, nějaký čas je podržet a následně se ziskem prodat. To samozřejmě vyžaduje značný provozní kapitál. I v českých reáliích hovoříme o dílech, jejichž pořizovací ceny se pohybují v řádu statisíců a milionů korun.

Aspoň částečně se tuto pozici snaží zastávat Galerie Zdeněk Sklenář, Galerie Jiří Švestka, Obchod s uměním Miroslav Korecký, Galerie Maldoror, Adolf Loos Apartment and Gallery, Galerie Miro, Galerie Kroupa a Galerie Kodl. Hlavním předmětem jejich zájmu je klasická moderna, u galerií Zdeněk Sklenář a Jiří Švestka ještě výrazné osobnosti českého poválečného umění. Na staré mistry se specializuje Galerie Martin Zlatohlávek.

Galerie současného umění

Tradiční model galerií, které exkluzivně zastupují určitý omezený okruh umělců, se v Česku příliš neujal. Tímto stylem fungují pouze galerie Hunt Kastner Artworks a Galerie Jiří Švestka. Do jisté míry ještě Galerie Zdeněk Sklenář, Galerie Vernon, Galerie 5. patro a Prinz Prager Gallery.

Většina galerií funguje spíše jako příležitostné výstavní instituce. Umělcům poskytují výstavní prostor, mají provizi ze zprostředkovaných prodejů, ale uměl-

ce exkluzivně nezastupují. To znamená, že jeho díla mohou současně nabízet i další galerie, případně že umělec prodává i přímo z ateliéru.

Pro již etablované autory může být tato situace výhodná, mladí umělci jí ale trpí, neboť galerie se nesaží dlouhodobě pracovat na propagaci jejich díla. Důvodem tohoto stavu je obecně nízký zájem o současné umění mezi českou veřejností na straně jedné a snaha sběratelů galerie obcházet a nakupovat přímo z ateliérů na straně druhé.

Českou specifičností je, že i díla čerstvých absolventů výtvarných škol jsou nabízena v aukcích. V zahraničí většinou platí, že do aukce se dostávají až díla již etablovaných tvůrců. Jde opět o jeden z důsledků slabosti českého galerijního prostředí.

Ve světě od 70. let roste význam galerijních veletrhů, několikadenních setkání, na kterých mají sběratelé šanci setkat se na jediném místě s nabídkou několika desítek až stovek galerií z větší či menší geografické oblasti. Galerie navíc na veletrzích exkluzivně nabízejí i díla autorů, na které jsou jinak dlouhé pořadníky, čímž čelí vzrůstající konkurenci ze strany aukčních síní.

Nejprestižnější událostí tohoto typu je veletrh Art Basel, který se koná v červnu ve švýcarské Basileji. Na hlavní, přísně výběrový veletrh se před lety dvakrát dostala Galerie Jiří Švestka, v roce 2010 zde vystavovala galerie Hunt Kastner Artworks. Ve stejném termínu se v Basileji koná řada „vedlejších“ veletrhů, kterých se vedle obou již zmíněných galerií v posledních letech účastní ještě Galerie Vernon. V roce 2010 se v Basileji představila také pražská galerie Dvorak Sec Contemporary.

V Praze se od roku 2002 vždy v květnu koná galerijní veletrh Art Prague, kterého se každoročně účastní kolem čtyř desítek galerií z České republiky i ze zahraničí. Problémem veletrhu je nevyrovnaná úroveň vystavujících a malá ochota veřejnosti akci vnímat ne jako výstavu, ale jako nákupní příležitost. Řada významných galerií, zejména z Prahy, se proto veletrhu neúčastní. Pro nové a mimopražské galerie jde nicméně o vítanou příležitost, jak o sobě dát vědět.

Průměrná návštěvnost Art Prague se podle ředitelky veletrhu Ivy Nesvadbové pohybuje kolem čtyř tisíc návštěvníků. Náklady mimopražských galeristů spojené s účastí činí mezi 50 až 150 tisíci korun. Jejich obraty (prodeje přímo na místě během akce a další prodeje po skončení veletrhu) se podle Nesvadbové pohybují od statisíců do dvou milionů korun.

Na podzim 2009 se v Brně uskutečnil první ročník veletrhu Brno Art Fair, organizovaný společností Brněnské veletrhy a výstavy. Na prvním ročníku vedle sebe vystavovaly galerie i obchody se starožitnostmi, další ročníky by již měly být orientovány především na současné umění.

Obchody se starožitnostmi

Kamenné obchody se starožitnostmi fungují v podstatě v každém větším městě. Podle odhadu Simony Šustkové, předsedkyně profesního sdružení Asociace starožitníků, má živnostenské oprávnění na „obchod s kulturními památkami a předměty kulturní hodnoty“ kolem 500 právnických a fyzických osob. Samotná Asociace starožitníků má 350 členů, vedle obchodníků jsou jimi také jednotlivci a specializované firmy příbuzných oborů, jako jsou restaurátoři a umělečtí řemeslníci.

Jednotlivé firmy se liší šíří a úrovní nabízeného zboží. Některé antiky jsou pouhá lepší vetešnictví, jiné připomínají spíše exkluzivní butiky. Výraznější specializace podle období či typu zboží není příliš rozšířená. V obchodu s obrazy jsou pro starožitníky velkou konkurencí aukční síně. Celkový obrát v tomto segmentu trhu Simona Šustková odhaduje na 90 až 100 milionů korun ročně.

Asociace starožitníků pořádá od roku 1998 dvakrát ročně v Praze veletrh Antique, kterého se pokaždé účastní kolem 60 vystavovatelů. Průměrná návštěvnost je kolem 8 tisíc lidí. Náklady vystavovatelů (doprava, pojištění, prodavači, ubytování, ...) se podle Šustkové pohybují mezi 40 až 100 tisíci korun. Celkovou hodnotu prodeje během veletrhu pak odhaduje na 20 milionů korun.

Asociace též organizuje tzv. Rudolfskou akademii, vzdělávací kurzy v oboru určené obchodníkům i sběratelům. Základní kurz je dvouletý, přičemž výuka probíhá formou dvou čtyřhodinových přednášek každý měsíc. Akademii každoročně absolvuje kolem 50 studentů, nejen budoucích starožitníků, ale i lidí, pro které jsou umění a starožitnosti celoživotním koníčkem.

Asociace starožitníků je členem Mezinárodní konfederace obchodníků s uměleckými díly CINO, která sdružuje 32 asociací z Evropy, Spojených států a Austrálie. Výroční mezinárodní konference CINO se v roce 2010 uskutečnila v Praze.

PRIVÁTNÍ OBCHODNÍCI S UMĚNÍM

Důležitou roli na trhu s uměním mají privátní obchodníci s uměním, kteří plní podobnou roli jako specializované galerie či obchodníci se starožitnostmi, neprovozují však vlastní kamenný obchod. Operují ve všech segmentech trhu a obchodují se všemi typy zboží. Někteří zároveň plní roli poradců soukromých sběratelů.

Zajímavým fenoménem posledních let jsou dovozy uměleckých děl ze zahraničí. Privátní obchodníci v galeriích a aukčních síních v západní Evropě vytipoávají zboží, které se na českém trhu prodává za vyšší ceny a to pak zde nabízejí, buď privátně, nebo v aukcích. Týká se to staršího i současného umění, v menší míře i starožitností.

Pokud se na zahraniční aukci objeví nějaké české dílo, většinou proti sobě draží čeští sběratelé, respektive obchodníci. I když mezi pořízením díla a jeho opětovným nabídnutím k prodeji na aukci v Česku často uplyne jen několik měsíců, výrazné cenové nárůsty nejsou nijak neobvyklé.

Případová studie

Příkladem může být dvojice děl Františka Kupky, která prošla českými aukcemi na jaře 2010. Na aukci konané koncem dubna byl Kupkův obraz Rybník z roku 1905 vydražen za 3,6 milionu korun. Dosažená cena odpovídá předchozím výsledkům za raná Kupkova díla na českých aukcích. O pouhých pět měsíců dřív byl ale tento obraz v Paříži v aukci Christie's prodán za 79 tisíc eur (v přepočtu tehdy aktuálním kurzem za 2,05 milionu korun). Kupkův kvas Vertikální a diagonální plány z roku 1951 byl v půlce května v Praze vydražen za téměř 1,48 milionu korun. Šlo o dílo ze sbírky Yvete Saint Laurenta, kterou v roce 2009 v sérii aukcí v Paříži dražila společnost Christie's. Konkrétně tento kvas se prodal na listopadové aukci za 21 250 eur (550 tisíc korun).

VEŘEJNÉ INSTITUCE A NEZISKOVÉ VÝSTAVNÍ SÍNĚ

Z hlediska trhu s uměním fungují veřejná muzea umění a výstavní síně jako nezávislý arbitr kvality. Výstava v určité instituci je potvrzením významu a hodnoty (nepřímo i ceny) daného autora. Pokud jde o sbírkotvorné instituce, pak ve vztahu ke galeriím vystupují zároveň i jako důležitý zákazník.

V České republice platí jen první část tohoto scénáře, neboť muzea umění mají jen velmi omezené prostředky na akvizice. Většina akvizic Národní galerie za loňský rok spadá do kategorie privátních obchodů. NG v roce 2009 nakoupila umělecká díla za téměř 63 milionů korun. Většina této částky (více než 58 milionů korun) šla na výkup několik špičkových děl starého umění a klasické moderny, která NG v 90. letech vrátila potomkům původních majitelům a od té doby je měla jen jako zápůjčky. Loňský rok byl z hlediska nákupů zcela mimořádný, většinou NG do nových akvizic investuje mnohem nižší částky. Moravská galerie v Brně, která je po NG druhým největším muzeem umění u nás a jejímž zřizovatelem je rovněž Ministerstvo kultury, loni na nové akvizice vynaložila pouhých 85 tisíc korun, což je 0,08 jejího rozpočtu.

Situace MG není až tak výjimečná. Galerie hlavního města Prahy, jejímž zřizovatelem je pražský magistrát, například ve výročních zprávách za roky 2008 a 2009 neuvádí vůbec žádné nové akvizice. Muzea umění často nemají sbírkotvornou činnost jako samostatnou rozpočtovou kapitolu. Kurátoři nemají jasně danou byť minimální částku, se kterou mohou hospodařit, což znemožňuje jakoukoliv snahu o systematické budování sbírek.

Rozšiřování sbírek je financováno převážně z mimořádných dotací, zejména z programu ISO na výkup kulturních památek a předmětů kulturní hodnoty mimořádného významu, který spadá pod Ministerstvo kultury. Z programu ISO byl financován i výše zmíněný nákup restituovaných děl Národní galerií, ministerstvo na něj NG přispělo více než 56 milionů korun. Rok 2009 byl co do objemu proinvestovaných prostředků výjimečný. V roce 2008 dostala například NG na výkup významných děl z programu ISO jen 1 milion korun. Z vlastních prostředků NG do nových akvizic v roce 2009 investovala 6,4 milionu korun (NG loni – bez dotace ISO – hospodařila s částkou 355 milionů korun).

Pokud nakupují současné umění, snaží se většinou veřejná muzea umění galerie obcházet a jednat přímo se samotnými umělci. Přinejmenším nepřímo tak přispívají k oslabování pozice galerií, což z dlouhodobého hlediska není pro žádnou ze zúčastněných stran výhodné.

Slabá pozice prodejních galerií současného umění na druhé straně přispívá k existenci relativně velkého počtu neziskových výstavních síní a alternativních výstavních prostor. Jde v podstatě o galerie, které

mají více či méně vyhraněnou výstavní politiku, které však záměrně rezignují na obchodní rozměr galerijní práce. Tento typ institucí dotváří uměleckou scénu, přispívá k její pestrosti a alespoň částečně supluje roli veřejných muzeí umění a výstavních síní, které jsou na poli současného umění dosti pasivní.

Problémem tohoto nekomerčního modelu fungování je, že nevytváří jasně vymezené struktury, které usnadňují veřejnosti vstup a orientaci na trhu s uměním. Umělci tak sice mají kde vystavovat, mají však problém proniknout mimo úzkou komunitu odborného publika.

SOUKROMÍ SBĚRATELÉ

Zástupci aukčních síní, galeristé i starožitníci se shodují, že nic takového jako typický zákazník, potažmo typický sběratel neexistuje. Umění kupují lidé z nejrozličnějších sociálních vrstev a z nejrozličnějších pohnutek.

Nárůst zájmů o díla prověřených autorů v loňském roce, pozorovatelný zejména na příkladu Václava Špály (v roce 2009 se prodalo víc Špálových obrazů nad milion korun než za předchozích deset let dohromady), naznačuje, že přibývá bohatých kupců, kteří na umění pohlížejí jako na zajímavou investiční příležitost (bezpečný způsob uložení peněz). Striktně rozlišit investiční a sběratelské motivy v chování kupců ale nejde, většinou se jedná o kombinaci obou.

Odmyslíme-li si kupce, kteří systematicky budují sbírky nebo do umění cíleně ukládají peníze, je třeba konstatovat, že v širší veřejnosti je zájem o umění stále poměrně malý. Mít doma aspoň jeden umělecký originál ani zdaleka není samozřejmostí. Rozhodně nemůžeme hovořit o tom, že sběratelství umění by bylo módní záležitostí či společensky vyžadovanou normou.

V západní Evropě a Spojených státech jsme přitom v posledních deseti patnácti letech mohli pozorovat mimořádný nárůst zájmu o umění, a to včetně umění současného, který se projevil jak v návštěvnosti výstav, tak v cenách, za které se umělecká díla prodávají. Před vypuknutím finanční krize na podzim 2008 bylo současné umění nejdynamičtěji rostoucím segmentem mezinárodního trhu s uměním.

Oproti 90. letům již na druhou stranu není sběratelství společensky nikterak stigmatizováno. Sběratelé jsou častěji ochotni o svých sbírkách veřejně hovořit, spolupracují s muzei a galeriemi v oblasti zápůjček,

případně představují své sbírky na samostatných výstavách. Prostřednictvím Galerie Zlatá husa a série putovních výstav zveřejňuje již od roku 2002 svou sbírku Vladimír Železný. Od roku 2006 v Brně funguje soukromé muzeum současného českého umění, Wannieck Gallery.

LEGISLATIVNÍ PROSTŘEDÍ

PROBLEMATIKA VÝVOZŮ A DOVOZŮ

Omezení týkající se dovozů a vývozů uměleckých děl jsou jednou z hlavních překážek rozvoje trhu s uměním. Nejliberálnější legislativu týkající se této oblasti mají Spojené státy a Velká Británie, které jsou i proto centry světového trhu s uměním. Omezení týkající se dovozu jsou především daňového rázu, vývozy však většinou podléhají nějaké formě přímé regulace. Česká legislativa zdaleka není nejpřísnější v Evropě, některá ustanovení jsou však zbytečně restriktivní a vyřízení vývozního povolení je byrokraticky komplikované.

Omezení při vývozu

Vývozy umělecký děl do zahraničí upravuje zákon č. 71/1994 Sb., o prodeji a vývozu předmětů kulturní hodnoty, ve znění pozdějších předpisů (zákon č. 80/2004 Sb.). Manipulace s předměty prohlášenými za kulturní památky, archiválie a předměty, které jsou součástí sbírek muzejní povahy, je upravována ještě dalšími zákony. Zákon č. 71/1994 Sb. se rovněž nevztahuje na díla žijících autorů, která je možné vyvážet bez omezení.

Zákon podmiňuje možnost trvalého vývozu předmětů kulturní hodnoty získáním osvědčení, že se nejedná o kulturní památku. Co jsou „předměty kulturní hodnoty“, zákon stanovuje na základě stáří a ceny. O osvědčení je třeba žádat u uměleckých děl starších 50 let, jejichž tržní cena přesahuje stanovené hranice (u obrazů je to například cena 30 tisíc, u grafik 6 tisíc korun). V kategorii užitého umění je za předměty kulturní hodnoty považována většina předmětů vyrobených před rokem 1938 v ceně nad 20 tisíc korun (u šperků a hodinek je cenová hranice 100 a 50 tisíc korun). V některých specifických kategoriích je časová hranice posunuta hlouběji do minulosti. U zahraničního porcelánu například až k roku 1860. Za předměty kulturní hodnoty jsou dále považována všechna umělecká díla a užitá umění sakrální a kultovní pova-

hy starší 50 let a veškeré archeologické nálezy. Toto vymezení platí až od roku 2004, v původním znění z roku 1994 se zákon vztahoval na ještě širší okruh uměleckých děl a starožitností.

Osvědčení k vývozu vydávají na základě žádosti vlastníka díla muzea a kulturní instituce pověřené Ministerstvem kultury. Pro oblast trhu s uměním jsou to pro různé kategorie Národní galerie v Praze, Moravská galerie v Brně, Uměleckoprůmyslové muzeum a Slezské zemské muzeum. Památky sakrální povahy spadají do kompetence jednotlivých územních pracovišť Národního památkového ústavu. Příslušná odborná organizace má 21 pracovních dní na posouzení žádosti. Pokud se rozhodne osvědčení nevydat, předá věc k posouzení Ministerstvu kultury s návrhem na prohlášení daného předmětu za kulturní památku. Ministerstvo pak má během tří měsíců rozhodnout, zda osvědčení vydá, či zahájí proces prohlášení předmětu za kulturní památku. Pokud je osvědčení vydáno, platí pouze po dobu tří let.

Z hlediska obchodníků s uměním se jedná o časově velmi náročnou a byrokraticky komplikovanou proceduru, která český trh do značné míry uzavírá pro zahraniční zájemce. Schvalování vývozu jediného předmětu může trvat víc jak čtvrt roku, přičemž rozhodnutí příslušných institucí, potažmo Ministerstva kultury je těžké dopředu předjímat. Předměty kulturní hodnoty, u kterých je třeba o osvědčení žádat, jsou vymezeny dosti široce a kritéria určující, jaký předmět může být prohlášen za kulturní památku, jsou velmi vágní. Problematické je rovněž ustanovení, že osvědčení je vydáváno na základě žádosti vlastníka díla. Žádost tak například podle novely zákona z roku 2004 nemůže podat aukční síň, která prodej pouze zprostředkovává. Případný zahraniční zájemce se tak ocitá v situaci, že se rozhoduje o koupi díla, u kterého dopředu neví, zda mu bude umožněn jeho vývoz mimo území České republiky.

Vývoz mimo Evropskou unii podléhá ještě další zákonné úpravě. S odvoláním na nařízení Rady (EHS) č. 3911/92 je upravuje zákon č. 214/2002 Sb., o vývozu některých kulturních statků z celního území Evropských společenství. Kulturní statky, které této úpravě podléhají, jsou podobně jako předměty kulturní hodnoty vymezeny stářím a cenou. Zjednodušeně řečeno jde o umělecká díla a užitá umění starší 50 let, cenové limity jsou však nastaveny výše (pro obrazy je to cena 150 tisíc eur, pro grafiku 15 tisíc eur). Povolení k vývozu vydává Ministerstvo kultury, které je povinno rozhodnout do deseti dnů. K žádosti je ale třeba přiložit platné osvědčení k vývozu podle

zákona č. 71/1994 Sb. Platnost vývozního povolení do zemí mimo EU je 12 měsíců.

Kulturní památky

Kulturní památky jsou pro trh s uměním specifickou kategorií, neboť prohlášení věci za kulturní památku s sebou nese jisté omezení vlastnických práv. Kulturní památky mohou být do zahraničí vyvezeny pouze dočasně na pevně stanovenou dobu (například pro účely výstavy nebo kvůli restaurování) a jen s předchozím souhlasem Ministerstva kultury. O záměru kulturní památku prodat musí vlastník ministerstvo v předstihu informovat. Stát má pak po dobu tří měsíců přednostní právo památku zakoupit do svých sbírek. Pokud vlastník o chystaném prodeji v předstihu neinformuje, Ministerstvo kultury může do tří let od převodu vlastnických práv na nový subjekt požádat soud o zneplatnění tohoto převodu.

Případová studie

V letošním roce stát využil předkupního práva například u obrazu Karla Škréty Zlický kníže Radslav se pokořuje sv. Václavu, který se na své dubnové aukci chystala dražit společnost 1. Art Consulting. Podle aukčního katalogu měla jeho dražba začít na částce 3,3 milionu korun, krátce před aukcí však obraz vykoupena Národní galerie, která za něj nabídla 4,6 milionu korun. Pokud by došlo na aukci, vyšplhala by se cena obrazu patrně ještě výš.

O prohlášení věci za kulturní památku rozhoduje Ministerstvo kultury na základě vlastních podnětů a po konzultaci s příslušnými odbornými pracovišti. Vlastníka věci o zahájení řízení k prohlášení za kulturní památku informuje, umožňuje mu vyjádřit se a seznámit se se shromážděnými podklady. Umělecké dílo však může být prohlášeno za kulturní památku i přes jeho nesouhlas. Děje se tak podle zákona č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči, ve znění pozdějších změn. Za kulturní památky podle tohoto zákona prohlašuje Ministerstvo kultury nemovité a movité věci, popřípadě jejich soubory, „které jsou významnými doklady historického vývoje, životního způsobu a prostředí společnosti od nejstarších dob do současnosti, jako projevy tvůrčích schopností a práce člověka z nejrůznějších oborů lidské činnosti, pro jejich hodnoty revoluční, historické, umělecké, vědecké a technické, které mají přímý vztah k významným osobnostem a historickým událostem“.

Toto vymezení je velmi vágní, neboť zákon o památkové péči zvlášť nerozlišuje nemovité a movité pa-

mátky, ani umělecká díla a předměty pouze historického významu. Za kulturní památku českého státu tak může být prohlášeno prakticky jakékoliv umělecké dílo pouze na základě své umělecké kvality. Dané dílo přitom nemusí mít vůbec žádný vztah k českému státu či české kultuře. Stačí, že se shodou historických okolností ocitlo na území českého státu.

Stát má samozřejmě právo a povinnost chránit své kulturní dědictví, otázkou však je, zda toto dědictví občas nedefinuje příliš široce a zda je třeba trvat na zákazu trvalého vývozu kulturních památek. Zatímco případnou necitlivou přestavbou nemovité kulturní památky vznikají na kulturním dědictví státu nenapravitelné škody, není jasné, jaké škody vznikají, pokud by byl určitý obraz například v soukromé sbírce ve Francii, místo v České republice.

Případová studie

Prohlášení uměleckého díla za kulturní památku v určitých případech znamená dramatické snížení jeho tržní ceny, neboť zákazem trvalého vývozu se okruh potenciálních kupců snižuje prakticky jen na zájemce z České republiky. Pokud jde o díla českého umění, není to až takový problém. Status kulturní památky naopak může cenu též zvýšit, neboť je formálním potvrzením významu a kvality díla.

V případě děl zahraničního umění však stát vlastníky díla mnohdy vážně poškozuje, aniž by jim poskytoval adekvátní kompenzaci. Morálně problematický je tento postup zejména tehdy, když jsou za kulturní památky prohlašována díla, která byla v minulosti nacisty či komunisty ukradena původním majitelům. Původní vlastník či jeho potomci se tak například v rámci restitucí domohou navrácení svého majetku, stát jim však znemožní s ním volně nakládat. Český stát si tak jako své kulturní dědictví nárokuje umělecká díla ze soukromých sbírek lidí, jejichž životy nedokázal ochránit, přičemž se tak děje na úkor jejich potomků či příbuzných.

Dovozy

Dovoz uměleckých děl a starožitností ze zemí Evropské unie není ze strany českých úřadů nijak regulován, ani není zatížen clem či DPH. Dovozy z nečlenských států sice rovněž nepodléhají clu, jsou však podle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, zatíženy DPH. Je-li dovozcem koncový majitel, platí sníženou sazbu DPH, přičemž za základ daně je považována pořizovací cena díla. Obchodníci s uměním mohou využít zvláštního režimu podle § 90 zmíněného zákona, podle nějž odvádějí DPH v základní

sazbě, avšak pouze z rozdílu mezi pořizovací cenou a očekávanou cenou při opětovném prodeji na našem území.

Stávající úprava platí teprve od roku 2004. Před vstupem České republiky do Evropské unie podléhaly zdanění v základní sazbě DPH (v té době ve výši 22 %) veškeré dovozy uměleckých děl ze zahraničí. To posilovalo izolaci českého trhu s uměním a zároveň tlačilo sběratele umění k tomu, aby díla získaná v zahraničí do České republiky dováželi ilegálně, neboť stát legální dovoz kulturních statků de facto sankcionoval, a to poměrně vysokými finančními částkami.

Případová studie

Nejznámějším případem krácení daně při dovozu uměleckých děl je kauza Vladimíra Železného. V roce 1998 se měl vyhnout platbě DPH za několik obrazů českých mistrů zakoupených v Londýně a za obraz Marka Chagalla zakoupený ve Spojených státech tím, že je nechal do Česka dopravit českoamerickým galeristou Georgem Novotným, který tato díla při dovozu deklaroval jako svůj osobní majetek. Stát tím měl být podle obžaloby na dani zkrácen o 6,8 milionu korun. Právníci Vladimíra Železného požadovanou daň krátce po sdělení obvinění v dubnu 2001 doplatili, Městský soud v Praze mu přesto v srpnu 2007 uložil dvouletý podmíněný trest a pokutu 5 milionů korun, kterou však odvolací soud v květnu 2009 zrušil. V květnu 2010 Vladimír Železný uspěl s dovoláním u Nejvyššího soudu, který tím kauzu vrátil Vrchnímu soudu k opětovnému projednání.

Vladimír Železný se hájí tím, že obrazy od Novotného skutečně koupil až v Česku, a zároveň argumentuje, že výběr DPH při dovozu uměleckých děl je v rozporu s dohodou UNESCO o osvobození dovozu vzdělávacích, vědeckých a kulturních materiálů od dovozních cel a poplatků, jejímž je Česká republika signatářem. Pokud by s touto argumentací u soudu uspěl, znamenalo by to, že v rozporu s touto dohodou je i stávající praxe výběru DPH.

Vstup České republiky do Evropské unie a s ním spojené osvobození dovozů uměleckých děl z členských zemí od DPH znamenal výrazné otevření trhu s uměním importům ze zahraničí. Do České republiky byla v posledních letech vrácena řada špičkových děl českého umění, která byla vyvezena do zahraničí mnohdy již před několika desítkami let či která čeští autoři vytvořili během svého pobytu v zahraničí (zejména díla Františka Kupky, Josefa Šímy a Toyen). Ojedinele jsou k nám za účelem dalšího prodeje do-

váženy i obrazy významných zahraničních autorů (Georges Braque, Oskar Kokoschka, Maurice Vlaminck, Camille Corot).

Množství a kvalita těchto importů zpochybňují nutnost restriktivních opatření při vývozu. Zákaz trvalého vývozu kulturních památek bývá obhajován tím, že by veškerá kvalitní díla vykoupili zahraniční zájemci. Situace na trhu s uměním dokazuje, že taková obava nemá věcný základ. Ve skutečnosti jsou častější dovozy než vývozy, neboť díla českých autorů se na českém trhu prodávají lépe než v zahraničí. Mezi desítkou nejdražších děl vydražených v roce 2009 na českých aukcích byla minimálně polovina importy ze zahraničí, a to včetně dvou nejdražších obrazů.

Případová studie

Importy děl zahraničních autorů k prodeji na zdejších aukcích jsou novým fenoménem na českém trhu s uměním. Byť většina nabízených děl byla podle výsledkových listin prodána za velmi dobré ceny, je otázkou, nakolik mají takovéto dovozy budoucnost. Není důvod, proč by čeští sběratelé, pokud mají o taková díla zájem, nenakupovali za nižší ceny přímo v zahraničí. Některé prodeje i proto vzbuzují pochybnosti, zda k nim ve skutečnosti vůbec došlo.

Obraz Oskara Kokoschky London Chelsea Reach, který se stal v roce 2008 s cenou 21,5 milionu korun nejdražším dílem českých aukcí, byl o rok později za stejnou cenu neúspěšně nabízen na aukci v Londýně. Cena realizovaná v Česku je totiž podle mezinárodních přehledů Kokoschkovým aukčním rekordem. Podobným příkladem je obraz Georgese Braque Ovoce, džbán a dýmka, který se v žebříčku nejdražších děl roku 2009 umístil s cenou 11,5 milionu korun na osmém místě. Začátkem letošního roku byl neúspěšně nabízen na aukci v Londýně, přičemž předaukční odhad počítal s částkou 7,7 až 10,4 milionu korun (bez aukční provize). Vysoká cena, které obraz v Česku v roce 2008 dosáhl, byla o to překvapivější, že jen o půl roku dříve bylo toto dílo na aukci v Londýně vydraženo za necelých 8,5 milionu korun.

DROIT DE SUITE

Droit de suite (tzv. právo na slušné vypořádání) umělcům a jejich dědicům dává nárok na provizi z opětovných prodejů jejich děl. Jde o novou legislativu, která po celém světě vzbuzuje značné emoce. Do českého práva byla začleněna bez jakýchkoliv kontroverzí zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském. Paragraf 24 tohoto zákona uzákoňuje právo na odměnu při

opětném prodeji uměleckých děl, pokud cena přesáhne částku 1 500 eur. Do ceny 50 tisíc eur činí tato odměna 4 % z prodejní ceny, při vyšších cenách se postupně snižuje až na 0,25 % z ceny nad 500 tisíc eur. Celková výše odměny však nesmí přesáhnout 12,5 tisíc eur. Právo na odměnu přechází po smrti autora na jeho dědice. Zaniká až po uplynutí 70 let od smrti autora.

Zákony *droit de suite* v současnosti platí v 53 zemích světa. Chybí však například ve Spojených státech a Číně, což tamním obchodníkům s uměním dává konkurenční výhodu. Legislativa členských států EU vychází z evropské směrnice 2001/84/EC (platí to i pro český autorský zákon, byť byl přijat o 17 měsíců dříve). Podle této směrnice musely evropské státy uvést příslušné zákony v platnost nejpozději k 1. 1. 2006. V přechodném období do roku 2012 však bylo možné, aby se vztahovaly jen na žijící autory, nikoliv na dědice autorských práv. Této výjimky využila například Velká Británie.

Obhájci *droit de suite* argumentují morálním nárokem autorů na podíl z pozdějšího docenění jejich díla, neboť cenový rozdíl mezi prvním a opětovným prodejem je často velmi výrazný. Odpůrci naopak zdůrazňují zejména praktické problémy při výběru odměn. Podle kritiků je celé schéma přínosné pouze pro úzkou skupinku nejdražších autorů a pro organizace pověřené výběrem odměn.

V České republice odměny na základě licence Ministerstva kultury vybírá občanské sdružení Gestor – ochranný svaz autorský. Podle výroční zprávy za rok 2008 (zpráva za rok 2009 nebyla 1. 8. 2010 stále ještě k dispozici) sdružení v tomto roce na odměnách vybralo necelých 16,6 milionu korun a autorům a dědicům vyplatilo celkem 10,6 milionu korun. K 1. 10. 2009 bylo do evidence sdružení řádně přihlášeno 302 autorů nebo dědiců autorských práv. Sdružení je však oprávněné vybírat odměny i jménem autorů, kteří nejsou jeho členy, nebo v případě autorsky neurčených děl, u kterých se nedá prokázat, že jde o práce starší 70 let. Odměny se domáhá i tehdy, kdy jde o prodej z pozůstalosti, tedy kdy prodávajícím je dědic autorských práv, který by měl být konečným příjemcem vymáhané odměny.

Na vlastní provoz může sdružení podle usnesení členské schůze vynakládat maximálně 20 % z vybrané částky. Odměny, o které se autoři nepřihlásí do tří let od chvíle, kdy byly Gestorem vybrány, jsou převáděny do Rozvojového a podpůrčího fondu a mají být využity ve prospěch rozvoje umění.

Plátcem odměny jsou podle zákona prodávající a obchodník společně a nerozdílně. Zákon uvádí, že odměna se vypočítává z kupní ceny. Výklad tohoto pojmu je předmětem soudních sporů mezi Gestorem a některými aukčními síněmi. Konečná cena, kterou kupující v aukční síni zaplatí, se skládá z kladívkové ceny (částka, za kterou je dílo v aukci přiklepnuto), provize aukční síně a DPH z této provize. Rozdíl mezi kladívkovou a konečnou cenou bývá 15 až 20 %. Podle Gestora se má autorská odměna počítat z konečné ceny, snížené pouze o příslušnou DPH. Aukční síně naopak argumentují, že provize je poplatkem za jejich služby, takže při výpočtu odměny je třeba vycházet z kladívkové ceny.

PROBLEMATIKA PADĚLKŮ

Problematika falz a padělků je poměrně hojně diskutovaným tématem, ve skutečnosti je ale do jisté míry zveličená. Pokud člověk nakupuje prostřednictvím renomovaných galerií a aukčních síní, je riziko, že koupí falzum, poměrně malé. A když se tak stane, má velkou šanci, že je obchodník v zájmu ochrany svého jména vezme zpět. Větším nebezpečím je, že naletí podvodníkům, kteří se jej budou snažit záměrně oklamat. Ti sázejí spíše na naivitu kupujících a jejich touhu udělat „skvělý obchod“, než na to, že by nabízená falza byla neodhalitelná. Rizikové jsou proto zejména prodeje mimo etablované struktury trhu s uměním, například privátní prodeje bez možnosti konzultovat dílo s nezávislým odborníkem.

Galerie a aukční síně konzultují díla, která přijímají do prodeje, s odborníky a falzům se snaží vyhýbat. Ne všichni obchodníci jsou v tom však stejně důslední a je skutečně jen na kupujících, aby si zjistili, komu je a komu není možné důvěřovat. Žádný nezávislý arbitr, který by obchodníky kontroloval, zde neexistuje. Média v této roli rovněž selhávají, neboť zpravodajství o trhu s uměním se zaměřuje prakticky jen na cenové rekordy. Z hlediska českého práva je prodej padělků postížitelný, jen pokud je možné prodávajícím či obchodníkovi prokázat, že si byl vědom, že se nejedná o originál. Posudky znalců tak mnohdy slouží jen jako alibi zúčastněným („Jak jsem já neoborník mohl vědět, že jde o padělek, když znalec mi zde napsal, že je to originál?“), nikoliv jako nástroj k dobrání se skutečného stavu věcí.

Podobná je i pozice soudních znalců. Stávají zákon č. 36/1967 Sb., o znalcích a tlumočnících, nepočítá s možností domáhat se na znalci náhrady škody. Pokud vydá chybný posudek, riskuje pouze své jméno. K zodpovědnosti by mohl být hnán, jen kdyby se

mu podařilo prokázat nekalý úmysl. Vymezení oboru a specializace znalce může být navíc zcela obecné. Znalec, který má jako svou specializaci zapsané „výtvarné umění“, se může například vyjadřovat k umění předkolumbovské Ameriky, italské renesanční keramice i tvorbě Emila Filly. Netřeba zdůrazňovat, že sotva může být odborníkem ve všech těchto oblastech. De jure však mají jeho posudky stejnou autoritu jako posudky skutečných expertů.

Na českém trhu s uměním proto mají soudní znalci prakticky nulový kredit. Respektováni jsou někteří konkrétní znalci, samotný institut soudního znalce však nikoliv. Stále rozšířenější je praxe, kdy aukční síně a galerie místo soudních znalců oslovují specialisty z muzejního prostředí, kteří sice nedisponují kulatým znaleckým razítkem, kteří však mají u sběratelů patřičnou autoritu. Často jde například o historiky umění, kteří o určitém autorovi napsali monografii nebo připravili jeho výstavu.

Ministerstvo spravedlnosti si je těchto problémů vědomo a připravuje novelu zákona o znalcích a tlumočnících. Nejdůležitější změnou je, že je v ní počítáno s povinným pojištěním soudních znalců za případnou škodu způsobenou výkonem své činnosti do výše jednoho milionu korun. V případě koupe padělku, který znalec prohlásil za originál, by se na dotýcném bylo možné domáhat náhrady škody. Kvalitu znalců by tak nepřímo kontrolovaly i pojišťovny, které by neměly zájem uzavírat pojistky se znalci, jejichž posudky jsou nespolehlivé. Samotní znalci by tím zároveň byli více motivováni, aby se vyjadřovali jen k věcem v rámci své skutečné kvalifikace.

S tématem padělků volně souvisí i problematika chybných atribucí. O padělcích hovoříme zejména v souvislosti s uměním od 19. století dále. V případě děl starých mistrů se setkáváme spíše s kopiemi či s díly ve stylu toho či onoho umělce. Vytvořit přesvědčivé falzum obrazu starého několik století je ostatně mnohem těžší a cenově méně lukrativní než v případě děl modernistů. Jednoznačné určení autorství je přesto mnohdy zcela nemožné. Mimo jiné i kvůli rozdílné umělecké praxi v minulosti (koncept autorského originálu v dnešním slova smyslu je až relativně pozdního data.). Rozšířeným nešvarem obchodníků jsou příliš ambiciózní atribuce. Každé dílo jen trochu podobné tvorbě určitého mistra bývá vydáváno rovnou za jeho vlastnoruční práci. Pro začínající sběratele může být tato praxe velmi matoucí a mohla by být vnímána i jako pokus o podvod. V případě starých mistrů je proto nanejvýš důležité rozlišovat, o jakou autoritu se uváděná autorská atribuce opírá.

Případová studie

V květnu 2006 byla například na jedné z pražských aukcí za necelé dva miliony korun vydražena krajina uváděná jako dílo významného holandského krajináře Jana van Goyena. Obraz měl podle aukčního katalogu dobrou provenienci a byl mimo jiné v roce 2005 zařazen na výstavu Holandská krajinomalba 17. století v Moravské galerii v Brně. Co však aukční síň dražitelům již nesdělila, bylo, že na zmíněné výstavě byl obraz prezentován nikoliv jako dílo van Goyena, ale jako práce jednoho z jeho následovníků – van der Hulsta. Přesto nejde říct, že by se ze strany aukční síně jednalo o podvod. Ani připsání van der Hulstovi totiž nelze považovat za stoprocentně průkazné. Celá kauza je především názornou ilustrací toho, jak rozdílně funguje muzejní svět a trh s uměním. Zatímco historici umění dnes oceňují a studují i tzv. menší mistry, pro obchodníky jsou nadále zajímavá jen velká jména.

Nejkurióznější padělatelskou kauzou posledních dvaceti let je případ Bohumila Samuela Kečíře, který se dostal na veřejnost na jaře 2007, kdy na něj upozornila TV Nova. Nešlo zde o prodej falešných obrazů vydávaných za díla nějakého slavného autora, ale o vytvoření rozsáhlého díla a celé falešné identity neexistujícího umělce. Kečířovi, který měl žít v letech 1904 až 1987 na Moravě, o jehož životě však neexistují vůbec žádné doklady, dokonce v Rakousku vyšla odborná monografie. Pozadí celé kauzy se dosud nepodařilo zcela objasnit, předpokládá se však, že šlo o podvodné schéma zaměřené především na rakouské sběratele a obchodníky s uměním.

AUKČNÍ ZÁKON

Pořádání aukcí upravuje zákon č. 26/2000 Sb., o veřejných dražbách, který však není modelován pro potřeby trhu s uměním. Jelikož úvodní ustanovení zákona jsou společná pro dobrovolné i nedobrovolné dražby (nařízené například kvůli exekuci), jsou pasáže vymezující základní pojmy, povinnosti dražebníka a okolnosti dražby zbytečně formalistní. Pořadatele aukcí zákon též zatěžuje značnou byrokracií. Aukční síně obchodující s výtvarným uměním zákon ve směr ve větší či menší míře obcházejí. Ministerstvo pro místní rozvoj, které má problematiku dražeb na starost, to toleruje.

Metodická poznámka:

Pojmy aukce a dražba jsou obecně považovány za synonyma (je s nimi tak zacházeno i v této studii), z hlediska českého práva je však situace komplikovaná.

vanější. Dražební zákon dražby považuje pouze za nástroj prodeje. Vůbec nepočítá s možností nákupní aukce (něco chci a čekám na nejlepší nabídku), implicitně tak zavádí aukce jako samostatnou kategorii. Pořádání aukcí je v české legislativě definováno jen velice vágně, samostatný aukční zákon neexistuje. Dražební zákon rovněž vůbec nepočítá s možnostmi internetových aukcí.

Část aukčních síní se ve svých dražebních vyhláškách na zákon č. 26/2000 Sb. odvolává, v praxi však některé jeho paragrafy ignoruje či interpretuje velmi volně. Část společností zákon obchází zcela, tím že své aukce prohlašuje za neveřejné, otevřené pouze pro členy „klubu dražitelů“. Členství v klubu přitom v praxi neznamená nic jiného než zaregistrování se jako účastník aukce. Česká legislativa termín neveřejná dražba nezná a příslušné živnostenské povolení, na základě kterého aukční síně vykonávají svou činnost, hovoří jen o „provádění dobrovolných dražeb movitých věcí podle zákona o veřejných dražbách“.

Případová studie

Zákon například požaduje, že účastníci dražby musí své nabídky činit ústně (nahlas vyslovit, kolik za dražené dílo nabízejí). Samotné zvednutí dražebního čísla, což je běžná praxe, totiž podle zákona nestačí („podání je perfektní až ústní nabídkou“). Zákon též předepisuje přesnou formulku, kterou musí licitátor pronést, než může položku odklepnout. Před třetí výzvou musí z jeho úst zaznít: „Neučiní-li někdo z přítomných účastníků dražby podání vyšší, než bylo podání naposled učiněné účastníkem dražby (označení účastníka dražby, který učinil nejvyšší podání), udělím mu příklep.“ Nedodržení těchto nařízení přitom zákon uvádí jako důvod k tomu, aby soud vyslovil neplatnost dražby, pokud o to některý z účastníků dražby požádá.

Zákon o veřejných dražbách vstoupil v platnost 1. 5. 2000, od té doby byl již 11krát novelizován, naposledy v červnu 2009. Teprve v roce 2006 byl například do zákona doplněn klíčový odstavec umožňující aukčním síním vybírat odměnu od vydražitele (aukční provizi). Do září 2006 byla tato praxe v rozporu se zákonem. Stávající znění zákona je však pro aukční síně obchodující s výtvarným uměním a starožitnostmi stále nevyhovující.

Ministerstvo pro místní rozvoj si je této situace vědomo a ve spolupráci s dražebníky připravuje novelu zákona, která by měla podpořit „vlastnické dražby“

a přispět k celkové liberalizaci a zjednodušení dražeb. Pravidelných schůzek se zástupci ministerstva se za Komoru aukčních síní účastní její předsedkyně, ředitelka společnosti Dorotheum Mária Gálová. Zatím poslední takováto schůzka se uskutečnila v dubnu 2010. Návrh novely se zapracovanými připomínkami dražebníků by měl být v blízké době předložen k mezirezortnímu připomínkovému řízení.

DAŇOVÁ LEGISLATIVA

Prodejní galerie (galerie i starožitníci), jejichž roční obrát činí víc než 1 milion korun, jsou povinny přihlásit se k platbě DPH podle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty. Zákon respektuje specifickou povahu obchodu s uměním a starožitnostmi a umožňuje odvádět daň podle zvláštního režimu, který upravuje § 90 (Zvláštní režim pro obchodníky s použitým zbožím, uměleckými díly, sběratelskými předměty a starožitnostmi). Základem DPH zde není prodejní cena, ale pouze přírůstek snížený o daň z přírůstku. Přírůstkem je myšlen rozdíl mezi prodejní a pořizovací cenou. Obchodníci odvádějící DPH ve zvláštním režimu si na druhou stranu nemohou odečítat DPH na vstupu.

Možnost zvláštního režimu zavedl až zákon o DPH z roku 2004, předchozí zákon z roku 1992 ji neznal. Paragraf o prodeji zboží v nezměněném stavu zákona z roku 1992 sice reálně procento daňové zátěže pro galeristy a starožitníky trochu snižoval, i tak však povinnost odvádět DPH z ceny nabízeného zboží jejich pozici značně ztěžovala. Minimální obrát, od kterého byla nutná registrace k platbě DPH, byl na druhou stranu až do roku 2004 vyšší (1,5 milionu korun za tři po sobě jdoucí měsíce). Většina obchodníků si hlídala, aby se přes tuto částku nedostala a povinnost odvádět DPH se na ně tak nevztahovala. Zákon o DPH z roku 1992 tak ale prodejní galerie nepřímo vylučoval z obchodu s nejdražším zbožím. Nabízet jej mohli maximálně v komisi.

Případová studie

Za dílo vydražené v aukci za 100 tisíc korun zaplatí koncový zákazník včetně 20% aukční provize 120 tisíc korun (provize se standardně pohybuje od 15 do 20 % ceny na sále). DPH, kterou musí aukční síň odvést, je počítána jen z této provize. Při 20% sazbě DPH aukční síň zaplatí čtyři tisíce korun. Její příjem z celé transakce tak činí 16 tisíc korun. V analogické situaci je obchodník nabízející zboží v komisi. Předmětem zdanění je jen jeho provize.

Obchodník, který by byl plátcem DPH ve standardním režimu, by při prodejní ceně 120 tisíc korun dosáhl příjmu 16 tisíc korun, jen pokud by dílo sám zakoupil za pouhých 84 tisíc korun. Při využití zvláštního režimu podle § 90 stávajícího zákona se galeristé a starožitníci, na které se vztahuje povinnost platit DPH, ocitají v podobné pozici jako aukční síně a obchodníci nabízející díla v komisi. Pokud dílo zakoupí za 100 tisíc a prodají za 120 tisíc korun, jejich příjem bude 16 tisíc korun, neboť DPH odvedou pouze z rozdílu mezi pořizovací a prodejní cenou.

Pokud nejde o soustavnou činnost, jsou příjmy z prodeje movitých věcí podle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, osvobozeny od daně. Příjem z prodeje uměleckých děl a starožitností například z rodinné sbírky tedy stát nijak nedaní. Osvobození se nevztahuje na příjmy z prodeje movitých věcí, pokud jsou nebo byly zahrnuty do obchodního majetku pro výkon podnikatelské a jiné samostatné výdělečné činnosti poplatníka, a to do pěti let od jejich vyřazení z obchodního majetku.

Nákup uměleckých děl či výdaje na jejich restaurování podle zákona o daních z příjmů ve většině případů není možné uznat jako náklady. Z pohledu zákona jde o hmotný majetek, bez ohledu na pořizovací cenu. Tyto předměty nelze odepisovat a náklady na jejich pořízení a restaurování lze uplatnit jako výdaj (náklad) až při jejich prodeji.

Umělecká díla a starožitnosti podléhají dědické a darovací dani podle zákona č. 357/1992 Sb., o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí. Převod mezi příbuznými v řadě přímé i pobočné nebo o převod mezi vzdálenějšími rodinnými příslušníky, kteří však nejméně po dobu jednoho roku před převodem žili ve společné domácnosti, je však od těchto daní osvobozen.

PROFIL OBLASTI TRHU S UMĚNÍM

PŘEKLAD PŘÍLOHY Č. 1 STUDIE VYPRACOVANÉ PRO EVROPSKOU KOMISI EKONOMIKA KULTURY
V EVROPĚ, KEA, 2006

TRH S UMĚNÍM

Od samého počátku své existence překračoval trh s uměním hranice jednotlivých států. První aukce se uskutečnily v Benátkách v 16. století, poté se rozšířily do Nizozemí, Velké Británie nebo Francie – malba prodaná v Paříži mohla být nejprve zakoupena v Bruselu či Amsterdamu a o měsíce později opět prodána např. v Londýně. Stejně jako oblast scénických umění (performing arts) může být trh s uměním považován za jistého předchůdce evropského integračního procesu.

Globálním v pravém slova smyslu se trh s uměním stal po druhé světové válce, kdy začala narůstat role Spojených států, které se postupně staly dominantním hráčem na trhu s uměním. V současné době se na trhu s uměním objevují noví silní hráči, například Hongkong v Asii. Evropský trh s uměním neustále roste, i když pomaleji než ve Spojených státech.

STRUKTURA SEKTORU

Na trhu s uměním se pohybují různé kategorie hráčů:

- Umělci jako jsou malíři, sochaři, keramici, kreslíři, scénografové, grafici, ilustrátoři, skláři, atd.
- Distributoři: komerční i nekomerční.

„Komerční distributoři“ prodávají původní díla veřejnosti. Mohou to být obchodníci s uměním/dealeři umění (galerie, starožitnictví, organizátoři specializovaných veletrhů, obchodů a skladů) a aukční síně.

„Nekomerční distributoři“ s původním dílem pracují, prezentují jej veřejnosti, ale neprodávají jej. Patří mezi ně státní a veřejné instituce (veřejná instituce může například koupit dílo současného umění. Příklad uvedený dále v textu pod názvem Studio e ekonomickém dopadu francouzských galerií s uměním ukazuje, že 6% obrátu francouzských galerií je generováno prodejem děl veřejným institucím), muzea, vydavatelé, reklamní agentury, asociace a firmy (firma může koupit dílo a pak jej využít pro svou propagaci, případně dílo zpřístupnit veřejnosti ve speciálně vytvořených výstavních prostorách či na výstavách).

Vývoj struktury trhu s uměním zásadně ovlivnily dvě skutečnosti: rozmach aukčních síní v posledních 50 letech a rozvoj specializovaných akcí.

Rozmach aukčních síní

Do druhé světové války se aukce podílely na trhu s uměním pouze drobným zlomkem. Většina děl byla prodávána dealery. Dnes stojí aukční síně za 52% světového trhu s uměním. V Evropě tento podíl tvoří 46%¹.

Největšími aukčními síněmi jsou Christie's a Sotheby's.

Přestože Christie's nyní patří francouzské skupině French Group Financiere Pinault, působí tato aukční síň v Británii pod hlavičkou Christie's International plc. Byla založena v roce 1766 Jamesem Christiem a organizovala největší světové aukce 18., 19. a 20. století. Sotheby's byla založena v Británii, nyní je ve vlastnictví Američanů a působí ve Spojených státech pod jménem Sotheby's Holdings Inc.

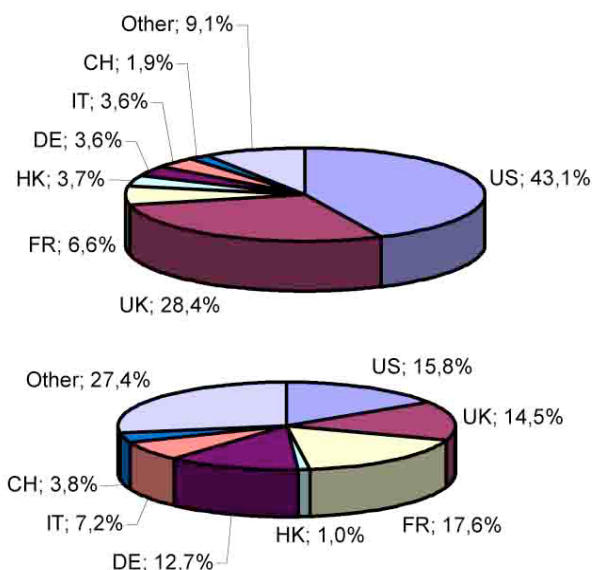
Existuje několik důvodů, proč a jak získaly aukční síně takový význam: cenové strategie, odbornost a profesionalita, schopnost poskytnout klientům patřičné právní poradenství, propagační strategie a schopnost vytvořit ve společnosti trend, díky němuž jsou vnímány pozitivněji než dealeri a galerie.

Především ale aukční síně operují na celosvětové úrovni. Mají své kanceláře po celém světě a nabízejí tak svým klientům velkou řadu míst, na kterých je možné nakupovat a prodávat, a to v právních podmínkách, které zákazníkům vyhovují. Z toho plyne rychlý rozmach jejich aktivit mimo Evropu.

V roce 2005 činil prodejní obrát Christie's 3,2 miliardy dolarů (cca 2,5 miliardy Euro). Podle výroční zprávy Sotheby's činil prodejní obrát této aukční síně v tom samém roce 2,75 miliardy dolarů (cca 2,1 miliardy Euro). Následují grafy týkající se obrátů prodeje aukčních síní a poměru obchodních transakcí v závislosti na regionu.

¹ Zpráva TEFAF The European Art Market in 2002.

Graf č. 41. aukční síně – prodejní obrát a objem obchodních transakcí v jednotlivých zemích



Z grafů vyplývá, že zatímco objem prodeje je relativně vyrovnaný, větší část prodejního obrátu připadá Spojeným státům a Velké Británii. Jak bude vysvětleno níže, vývoj průměrné ceny uměleckých děl prodávaných aukčními síněmi je spolehlivým indikátorem postavení trhu s uměním (s rostoucí průměrnou cenou v rámci aukcí, se zvyšuje snaha o získání významných uměleckých děl do dražby). V posledních několika letech průměrná cena uměleckého díla stoupla ve Spojených státech a naopak klesla v Evropě. To také vysvětluje fakt, že objem prodejů v jednotlivých zemích je vyváženější než prodejní obraty v jednotlivých zemích.

Obě zmíněné aukční síně čím dál více operují na regionální úrovni a vyvíjejí inovativní strategie na rozvojových trzích, především v Hongkongu, Rusku a v Indii².

Stojí za zmínku, že v roce 2005 se Hongkong poprvé zařadil na seznam nejvýznamnějších aukčních míst, a to na 4. místo v celosvětovém žebříčku a předběhl tak Německo a Švýcarsko, tedy dvě země, které v historii představovaly vždy velmi důležitá umělecká centra.

Vedle Christie's a Sotheby's operují na regionální úrovni lokální aukční sítě.

Rozvoj specializovaných veletrhů

V roce 2002 se na veletrzích s uměním na celém světě utratila 1 miliarda dolarů³.

Tradičně je v tomto ohledu světovým centrem Evropa: většina z nejvýznamnějších veletrhů s uměním se koná v Evropě: v Paříži je to FIAC, ve Spojeném království London Frieze, v Berlíně Art Forum a Berlínské Biennale, v Německu Frankfurtý veletrh, veterán mezi veletrhy v Benátkách - Venice Biennale International Exhibition (koná se od roku 1893), Arte Fiera Bologne v Itálii, Art Brussels v Belgii, Art ARCO ve Španělsku atd. V posledních desetiletích v Evropě došlo k významnému rozvoji specializovaných veletrhů.

Tento fenomén lze nahlížet jako reakci na postavení aukčních síní. Veletrhy umožňují uměleckým galeriím a dealerům také působit na celosvětové úrovni. Stejně jako filmový festival v Cannes nebo hudební veletrh MIDEM, umožňují tyto veletrhy každoroční setkání všech profesionálů v oblasti výtvarného umění a znamenají příležitost získat přístup k novým klientům a k novým trhům. Specializované veletrhy jsou také využívány pro propagaci. Uznávaný francouzský specialista na trh s uměním, Raymonde Moulin, považuje veletrhy s uměním za nevyhnutelný „komunikační nástroj každé galerie, která chce rozvíjet mezinárodní strategii“⁴.

Výzvou do budoucnosti je pak zachovat tyto veletrhy na evropském území, to znamená udržet pozici Evropy na mezinárodním trhu s uměním a také z veletrhů těžit ekonomicky, ať už přímo či nepřímo (nepřímý dopad mají veletrhy především na oblast cestovního ruchu).

Kapitola IV této studie představuje přímé a nepřímé ekonomické dopady veletrhu Documenta v německém Kasselu. Zde je uveden příklad maastrichtského veletrhu s uměním.

² Tisková zpráva Christie's z 25. 7. 2006 „Christie's International oznamuje rekord celosvětového prodeje ve výši 1.17 miliardy GBP v první polovině roku 2006, což je o 39% více než za stejné období minulého roku“.

³ Podle citace Davida Kusina v „The Rise and Rise of art fairs“, www.artandantiquesfairguide.com, 2003.

⁴ Raymonde Moulin, „La FIAC balance entre effervescence et muse“, in Libération, 6 October 2005“.

Veletrh s uměním v Maastrichtu

Maastrichtský veletrh s uměním (TEFAF), který se specializuje na holandské malíře 17. století, začal svou existenci v roce 1988. Je považován za nejvýznamnější veletrh s uměním na evropském území a za jeden z nejvýznamnějších celosvětově. Níže následují data týkající se jeho konání v roce 2006:

- veletrhu se zúčastnilo 218 dealerů s uměleckými díly a starožitnostmi z 15 zemí (82% účastníků bylo ze zahraničí),
- odhaduje se, že bylo prodáno zboží za více než 500 milionů dolarů,
- účast veřejnosti se odhaduje na 84 000 návštěvníků, to je 8% nárůst oproti roku 2005,
- polovina návštěvníků byli Holanďané, druhou polovinu pak tvořili návštěvníci z Belgie, Německa, Francie, Spojeného království, Japonska, Austrálie, Brazílie a cca 5% bylo návštěvníků ze Spojených států,
- veletrhu se zúčastnili zástupci 110 muzeí z celého světa, to je 30% nárůst oproti roku 2005,
- veletrhu se zúčastnilo 140 odborníků nejrůznějšího zaměření z celého světa⁵.

Velké množství galerií

Evropská města jsou plná všech možných druhů galerií. Galerie přispívají k propagaci evropských umělců a udržitelnosti evropského umění, jsou magnety pro turisty a hrají roli v ekonomickém rozvoji oblasti, ve které se nacházejí. Data mapující oblast galerií v podstatě neexistují. Nicméně v prosinci roku 2005 vydal Francouzský profesionální výbor uměleckých galerií (French Professional Committee of Art Galleries) na toto téma studii, která představuje průlom v mapování socioekonomického dopadu této neprobádané oblasti⁶. Studie byla vypracována na základě konzultací s 230 galeriemi.

STUDIE O EKONOMICKÉM DOPADU FRANCOUZSKÝCH GALERIÍ S UMĚNÍM

Obrat podle místa prodeje

- 2/3 obratu francouzských galerií jsou generovány soukromými aukcemi konanými na území Francie, 14% prodejem do dalších zemí EU, 13% prodejem do zemí mimo EU a 6% prodejem francouzským státním institucím.

Zaměstnanost

- Francouzské galerie jsou většinou malé podniky zaměstnávající v průměru 3 lidi (14% jich zaměstnává 5 a více).
- Potenciál k najímání více zaměstnanců je vysoký zejména u nově zakládaných galerií a galerií zaměřených na současnou avantgardu.

Návštěvníci

- Francouzské galerie zaznamenaly cca 93 návštěvníků týdně.

Rozsah aktivit

- V průměru francouzské galerie organizují osm výstav a vydají dva katalogy ročně.
- Objem obchodních transakcí je větší než objem transakcí aukčních síní.

Obrat

- V roce 2004 činil průměrný obrat 800 000 Euro před zdaněním.
- Obrat se liší v závislosti na zaměření:
 - cca 500.000 Euro – avantgardní současné umění
 - 840.000 Euro – díla klasiků
 - 1,2 milionů Euro – moderní umění
 - 1 milion Euro – sekundární trh/second market.
- Galerie v Paříži a okolí zaznamenaly vyšší obrat než galerie v ostatních regionech Francie (cca 900.000 Euro oproti 350 000 Euro).

Optimismus

- 42% galerií vidí budoucnost svých aktivit optimisticky, z toho 68% pokud jde o jejich profesionalitu, 55% pokud jde o oblast aktivit.

Překážky

- Práva z dalších prodejů a DPH u importů.

⁵ Zdroje: www.tefaf.org

Bloomberg (Linda Sandler : Maastricht Fair Draws 84,000 Buyers, More Than 100 Private Jets, for Bloomberg, 20 March 2006, <http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=10000088&sid=a2yTZx8yxm50&refer=culture#>).

⁶ Studie byla dokončena na přelomu listopadu a prosince 2005 s využitím dat 230 galerií, z nichž 73% bylo z Paříže a okolí a 27% ze zbytku Francie.

PŘÍJMY⁷ SEKTORU A PO- ZICE EVROPSKÉHO TRHU

Změřit trh s uměním je velmi složité, protože existuje jen velmi málo dat o prodejkách dealerů s uměním a značná část trhu je ilegální. Liší se také způsoby, jakými jednotlivé země i jednotlivé profesní asociace trh s uměním měří.

Na evropské úrovni byl trh s uměním v roce 2002 nadací TEFAF (The European Fine Arts Foundation) odhadnut na 12 miliard Euro. V tom samém roce se obrat trhu s uměním v Evropě a USA celkem odhadoval na 24,6 miliardy Euro.

Prodeje v aukčních síních představují největší část příjmů na trhu s uměním a to jak na globální, tak na evropské úrovni (cca 50%, to jest 5,5 miliardy Euro v EU15).

Na evropském trhu s uměním je na prvním místě Spojené království – 56%, na druhém místě je Francie s 16,8%. Hlavními centry jsou vedle Spojeného království a Francie také Německo, Itálie a Švédsko.

Následující tabulka představuje objem trhu s uměním v Evropě. Bohužel v ní nejsou zohledněny nové členské státy, jelikož tento přehled byl vytvořen před jejich vstupem do EU. Tato jediná obsažná zpráva, ze které tabulka vyplývá, nebyla bohužel od vstupu nových členských států aktualizována.

⁷ Zpráva TEFAF The European Art Market in 2002.

Tabulka č. 45: Evropský trh s uměním v roce 2002:
obrat, počet společností a pracovních míst

ZEMĚ	OBRAT V MIL. EURO			POČET SPOLEČNOSTÍ			PRACOVNÍ MÍSTA		
	AUKČNÍ SÍNĚ	DEA-LEŘI S UMĚNÍM	CELKEM	AUKČNÍ SÍNĚ	DEA-LEŘI	CELKEM	AUKČNÍ SÍNĚ	DEA-LEŘI	CELKEM
Austria	62.27	93.41	155.68	40	900	940	180	2100	2280
Belgium & Luxembourg	74.77	91.39	166.17	20	220	240	100	650	750
Denmark	68.20	83.35	151.55	8	149	157	118	286	404
Finland	17.78	21.73	39.51	4	67	71	53	128	181
France	770.69	1257.44	2028.12	460	13700	14160	2200	23000	25200
Germany	301.93	472.25	774.18	100	900	1000	450	2200	2650
Greece	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Ireland	31.58	38.60	70.18	3	59	62	47	114	161
Italy	204.85	250.37	455.22	28	506	534	400	971	1371
The Netherlands	105.33	70.22	175.55	40	300	340	200	900	1100
Portugal	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Spain	109.88	93.41	203.29	9	161	170	127	309	436
Sweden	150.17	183.54	333.71	19	149	168	267	286	553
UK	3381.69	3381.69	6763.39	754	9463	10217	17123	19940	37063
TOTAL EU	5279.14	6037.40	11316.54	1485	26574	28248	21265	50884	72149
Norway	32.26	39.43	71.69	6	116	122	92	223	315
Switzerland	234.34	390.56	624.90	20	425	445	200	900	1100
TOTAL Europe	5545.74	6467.39	12013.13	1511	27115	28626	21557	52007	73564
US	6900	5600	12500	810	8019	8829	18394	16899	35293
Europe + US	12400	12200	24600	2321	35134	37455	39951	68906	108857

zdroj : Kusin & Company 2002, ve zprávě TEFAF

Poznámka: Z tabulky není jasné, zda obrat aukčních sítí odkazuje pouze na obrat aukčních síní nebo na celkové prodeje uměleckých děl aukčních síní. Protože aukční síně pracují na základě provizí, jejich obrat je samozřejmě výrazně nižší než celkový prodej s uměním. Stejně tak odkazuje stránka Art Price na celkový obrat prodeje s uměním aukčních síní v roce 2005 v hodnotě 5,5 miliardy €, což zřejmě odkazuje na celkové prodeje s uměním a ne na aktuální obrat aukčních síní. Nicméně se zdá, že firmy pokrývající naši studii 30 geografických oblastí mají obrat nižší než 1 milardu €.

TEFAF upozorňuje, že Evropa ztrácí podíl na trhu (7,2% mezi lety 1998 a 2002, zatímco v USA v tom samém období vzrostl podíl na trhu o 7%).

Dalším relevantním indikátorem, jímž lze měřit dynamiku trhu s uměním je vývoj průměrné ceny, za kterou se prodávají umělecká díla v aukčních síních. Se vzrůstající průměrnou cenou za aukci se zvyšuje počet nabízených děl.

V posledních letech v USA tato průměrná cena vzrostla, zatímco v Evropě klesla. Na celosvětové úrovni se nárůst v letech 1998 – 2002 pohyboval okolo 6%, zatímco v tom samém období v Evropě průměrná cena klesla o 3%.

Následující tabulka představuje nárůst cen za umělecká díla a změny míst uskutečněných prodejů.

Tabulka č. 46: Nárůst cen uměleckých děl

ROK	AUTOR	NÁZEV DÍLA	CENA (V MIL. USD)	AUKČNÍ SÍŇ
1954	Canaletto	View of S. Redentore from the Giudecca	0.018	SL
1958	Cézanne	Garçon au gilet rouge	0.618	SL
1967	Monet	La terrasse à Sainte Adresse	1.540	CL
1970	Velásquez	Juan de Pareja	5.524	CL
1980	Turner	Juliet and her nanny	6.400	SNY
1986	Manet	Larue Mosnier au Paveurs	10.080	CL
1987	Van Gogh	Iris flowers	49.000	SNY
1989	Picasso	Les noces de Pierrette	51.671	BG
1990	Van Gogh	Portrait Dr. Gachet	75.000	CNY
1995	Picasso	Angel Fernandez de Soto	26.500	SNY
1998	Van Gogh	Portrait of artists without beard	65.000	CNY
2000	Picasso	Woman with her arms folded	50.000	CNY
2001	Cézanne	La montagne Sainte Victoire	35.000	PNY
2002	Rubens	The child's murder at Bethlehem	68.400	SL
2003	Mantegna	Descent in limbo	25.500	SNY
2004	Picasso	Garçon à la pipe	93.000	SNY
2005	Canaletto	Canal Grande towards the North-East	29.400	SL
2006	Picasso	Dora Maar with a cat	85.000	SNY

Zdroj: Art Sales Index/DW/Die Welt Sat. 12. 8. 2006.

Vysvětlivky:

SL/SNY: Sotheby's Londýn/New York

CL/CNY: Christie's Londýn/New York

BG: Binoche Godeau Paříž

PNY: Phillips New York

ZAMĚSTNANOST

V roce 2002 evropský trh s uměním zaměstnával dle odhadů přímo 72 149 lidí, kteří působili v 28 600 společnostech⁸.

- 27 115 obchodů nebo galerií (95%) zaměstnávajících v průměru dvě osoby.
- 1 511 aukčních síní (5%) zaměstnávajících v průměru 14 zaměstnanců. V závěrečné zprávě z roku 2005 Sotheby's uvádí, že počet jejich zaměstnanců v Evropě byl 253 (z celkových 1443).

Abychom měli srovnání, na trhu v USA působí 8 800 společností, které zaměstnávají přes 35 300 lidí. Jinými slovy, evropský trh generuje více pracovních míst než trh americký. K tomu je třeba doplnit, že:

- 52% všech zaměstnanců v dané oblasti tvoří ženy,
- přes polovinu pracovních pozic tvoří živnostníci nebo spolupracující osoby,
- v průměru 62% lidí pracujících jako dealeři umění má vysokoškolské vzdělání.

Tabulka č. 47: Evropský trh s uměním v roce 2002 – počet zaměstnanců, platy, % částečných úvazků a % žen

ZEMĚ	POČET ZA-MĚST-NANCŮ	PLAT V €	% ČÁSTEČ-NÝCH ÚVAZKŮ	% ŽEN
UK	37,063	37,535	27	46
France	25,200	28,904	11	62
Germany	2,650	30,688	36	64
Switzerland	1,100	42,996	18	59
Total UE	72,149	29,454	28	52
US	35,293	46,898	28	58

Zdroj: Kusin & Company (2002) – ve zprávě TEFAF

SEKUNDÁRNÍ SOCIO-EKONOMICKÝ DOPAD

Trh s uměním generuje významné nepřímé dopady. Související ekonomické aktivity lze rozdělit do tří kategorií:

- Zaměstnání a aktivity spojené s restaurátorstvím a kulturním dědictvím – Kromě jejich vlastní ekonomické hodnoty představují výjimečné a po staletí udržované know-how, které Evropu řadí ve světě na výjimečnou pozici.
- Přidružené aktivity jako například audity, reklama, veletrhy s uměním, bankovnínictví, pojišťovnictví a bezpečnost, doprava, technologie – v roce 2002 utratil trh s uměním za tyto přidružené služby 1,7 miliardy Euro⁹.
- Kulturní cestovní ruch – trhy s uměním zvýšily atraktivitu významného počtu lokalit, jako například Kolín nad Rýnem nebo Maastricht, kam mohou lidé dojet za půl až tři hodiny z Londýna, Paříže, Düsseldorfu nebo Bruselu a navštívit veletrh s uměním.

Následující tabulka ukazuje příjmy generované každou ze tří zmíněných kategorií na evropské úrovni:

Tabulka č. 48: Nepřímý ekonomický dopad evropského trhu s uměním; zdroj: Kusin & Company 2002

OBLAST	VÝDAJE TRHU S UMĚNÍM (V MIL. €)	ODPOVÍDAJÍCÍ PRACOVNÍ POZICE
Audit	166.30	6,094
Reklama	532.16	190,500
Veletrhy s uměním	232.82	5,531
Bankovní poplatky a úroky	83.15	3,047
Ochrana a restaurátorství	116.41	4,266
Pojišťovnictví a bezpečnost	166.30	6,094
Právní poradenství	99.78	3,656
Balení a přeprava	232.82	8,531
Technologie	33,26	1219
CELKEM	1.663.00	60,936

⁸ TEFAF Report op.cit.

⁹ TEFAF Report op.cit.

Poznámka:

Pracovní místa jsou odhadnuta na základě prodejů. Podíl prodeje/zaměstnanci byl odhadnut ve studii British Arts Market z roku 1997, zpracované Market Tracking International pro British Art Market Foundation.

VLIV ELEKTRONICKÉHO OBCHODOVÁNÍ A NOVÝCH TECHNOLOGIÍ

Internetový prodej v této oblasti zatím nezaznamenal nijak významný obrat, nicméně, rozvoj informačních technologií přispěl k radikální změně trhu s uměním, jelikož napomohl globalizaci jako takové a optimalizoval rozvoj nových příležitostí, které jsou hybateli další výkonnosti. Je však třeba říci, že optimální využití nových technologií vyžaduje zkušenosti a také investice. Evropská nadace výtvarného umění (The European Arts Foundation) ve své zprávě uvádí, že mladší evropští dealeri s uměním jsou si vědomi nutnosti investovat do nových technologií.