

Studiu Deloitte România despre piața locală de artă: pictura contemporană domina opțiunile de achiziție. Colecționarii îmbină criteriile estetice cu un interes investițional în creștere



Pictura contemporană domina opțiunile de achiziție ale colecționarilor români, în concordanță cu tendințele regionale, urmata de pictura clasică (54%), arată cea de-a doua ediție a studiului [Deloitte „Romania Art Report”](#), realizat în colaborare cu Asociația RAD și cu casa de licitații Artmark. Percepția asupra pieței de artă din România este una predominant orientată spre creștere, peste 80% dintre respondenți considerând ca este în dezvoltare sau în curs de maturizare.

Motivațiile de achiziție continuă să fie dominate de considerente estetice și emoționale (41%), confirmând faptul că relația personală cu arta rămâne principalul motor al colecționării. Implicarea culturală (25%) ocupă poziția secundară, reflectând dorința colecționarilor de a susține scena artistică, de a participa activ la viața culturală și de a-și construi o identitate prin artă. Totodată, interesul pentru planificarea patrimoniului (*legacy planning*) (14%) și pentru dimensiunea investițională (12%) indică o conștientizare tot mai accentuată a valorii pe termen lung a artei, atât din perspectiva emoțională, cât și financiară. Deși rămân secundare față de motivațiile estetice, acestea semnaleză o tranziție graduală către un comportament de colecționare mai structurat, strategic și orientat spre viitor, arată studiul.

„Piața de artă din România se află într-o etapă clară de dezvoltare și consolidare, percepută de majoritatea participanților la studiu ca având o dinamică pozitivă și un traseu vizibil către maturitate. Deși colecționarea rămâne profund personală, cu lucrările plasate majoritar în locuințe private și achizițiile motivate în primul rând de criterii estetice și emoționale, observăm o diversificare a comportamentelor. Pictura contemporană domină preferințele, alături de un interes constant pentru pictura clasică, ceea ce conturează o identitate de colecționare, ancorată în prezent, dar validată cultural. În același timp, structura colecțiilor rămâne predominant locală, indicând atât loialitatea față de scena românească, cât și un potențial încă neexploatat de internaționalizare”, a declarat **Corina Dimitriu, Partener, Deloitte România**.

Potrivit studiului, baza de colecționari devine din ce în ce mai diversă din punct de vedere profesional. Antreprenorii (18%) se conturează drept cel mai numeros segment individual, reflectând un interes în creștere din partea profilurilor orientate spre capital și investiții. Profesioniștii din mediul corporatist (13%), specialiștii din domeniul artei și culturii (13%), reprezentanții profesiilor liberale (12%), precum și un segment IT (7%) aflat în

expansiune contribuie la creșterea pluralității socio-economice a pieței de arta.

„Datele arata o tranziție graduala de la o piața dominata de pasiune catre una în care arta începe sa fie integrata în gândirea financiara pe termen lung. Chiar daca motivațiile estetice și culturale continua sa fie dominante, creșterea interesului pentru componenta investiționala și pentru construcția patrimoniului indica o schimbare de mentalitate în rândul colecționarilor români. Faptul ca piața este susținuta preponderent de capital antreprenorial și de segmente profesionale mature, alaturi de o percepție generalizata de creștere, poziționeaza arta tot mai clar ca un activ alternativ relevant. În acest context, piața de arta din România începe sa funcționeze nu doar ca spațiu cultural, ci și ca indicator al evoluției capitalului privat și al apetitului pentru valoare pe termen lung”, a declarat **Alexandra Smedoiu, Partener Deloitte și lider al programului [Deloitte Private în România](#)**.

Din perspectiva surselor de finanțare, 72% dintre respondenți se bazeaza în principal pe veniturile proprii pentru achizițiile de arta, ceea ce indica integrarea acestora în viața lor financiara curenta, și nu dependent de câștiguri excepționale sau surse externe. Un segment mai restrâns (13%) utilizeaza veniturile din investiții, în timp ce moștenirile joaca un rol marginal (6%), sugerând ca majoritatea colecționarilor nu se bazeaza pe capital generațional pentru a-și susține interesul pentru arta.

Colecțiile ramân predominant locale din perspectiva geografica - peste 69% dintre respondenți dețin maximum zece lucrari internaționale. Aceasta distribuție subliniaza atașamentul puternic al colecționarilor români față de scena artistica autohtona, un nivel înca limitat al achizițiilor transfrontaliere, dar și un potențial neexplorat pentru internaționalizarea practicilor de colecționare.

În ceea ce privește spațiile de expunere și de pastrare, locuințele private (81%) ramân principalul spațiu de plasare a lucrurilor de arta, reconfirmând caracterul profund personal și domestic al colecționarii în România, precum și legatura emoționala puternica dintre colecționar și obiectul artistic.

Cel mai frecvent și mai credibil canal de achiziție ramâne casa de licitații (31%), confirmând rolul acestui canal de mecanism de validare a valorii și de acces la lucrari cu istoric clar. Achizițiile directe de la artiști, de la galeriile de arta active pe piața primara și pe piața secundara, precum și achizițiile din magazinele de antichități se situeaza pe poziția a doua, cu ponderi similare (câte 19%), reflectând atât o relație directa cu creatorii, cât și interesul constant pentru lucrari cu valoare istorica sau decorativa. Platformele online (10%) funcționeaza preponderent ca instrumente de documentare și cercetare, mai degraba decât ca spații principale de tranzacționare, indicând un nivel înca precaut de încredere în achizițiile digitale.

[Deloitte Romania Art Report](#) ofera o analiza extinsa a comportamentului, intereselor și perspectivelor colecționarilor români de arta. Studiul a fost efectuat în colaborare cu Asociația RAD și cu Artmark, în rândul a 343 de respondenți chestionați în martie 2026. Fața de ediția pilot din 2025, studiul include și o secțiune dedicata profesioniștilor din sectorul artistic - galerii, case de licitații și reprezentanți ai instituțiilor culturale.

