

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



Pictura contemporană domina opțiunile de achiziție ale colecționarilor români, în concordanță cu tendințele regionale, urmată 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 că 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 semnalează 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 graduală de la o piață dominată de pasiune către una în care arta începe să fie integrată în gândirea financiară pe termen lung. Chiar dacă motivațiile estetice și culturale continuă să fie dominante, creșterea interesului pentru componenta investițională și pentru construcția patrimoniului indică o schimbare de mentalitate în rândul colecționarilor români. Faptul că piața este susținută preponderent de capital antreprenorial și de segmente profesionale mature, alături de o percepție generalizată de creștere, poziționează arta tot mai clar ca un activ alternativ relevant. În acest context, piața de arta din România începe să 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 bazează în principal pe veniturile proprii pentru achizițiile de arta, ceea ce indică integrarea acestora în viața lor financiară curentă, și nu dependent de câștiguri excepționale sau surse externe. Un segment mai restrâns (13%) utilizează veniturile din investiții, în timp ce moștenirile joacă un rol marginal (6%), sugerând că majoritatea colecționarilor nu se bazează pe capital generațional pentru a-și susține interesul pentru arta.

Colecțiile rămân predominant locale din perspectiva geografică - peste 69% dintre respondenți dețin maximum zece lucrări internaționale. Această distribuție subliniază atașamentul puternic al colecționarilor români față de scena artistică autohtonă, un nivel încă limitat al achizițiilor transfrontaliere, dar și un potențial neexplorat pentru internaționalizarea practicilor de colecționare.

În ceea ce privește spațiile de expunere și de păstrare, locuințele private (81%) rămân principalul spațiu de plasare a lucrărilor de arta, reconfirmând caracterul profund personal și domestic al colecționării în România, precum și legătura emoțională puternică dintre colecționar și obiectul artistic.

Cel mai frecvent și mai credibil canal de achiziție rămâne casa de licitații (31%), confirmând rolul acestui canal de mecanism de validare a valorii și de acces la lucrări cu istoric clar. Achizițiile directe de la artiști, de la galeriile de arta active pe piața primară și pe piața secundară, precum și achizițiile din magazinele de antichități se situează pe poziția a doua, cu ponderi similare (câte 19%), reflectând atât o relație directă cu creatorii, cât și interesul constant pentru lucrări cu valoare istorică sau decorativă. Platformele online (10%) funcționează preponderent ca instrumente de documentare și cercetare, mai degrabă decât ca spații principale de tranzacționare, indicând un nivel încă precaut de încredere în achizițiile digitale.

[Deloitte Romania Art Report](#) oferă o analiză extinsă 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. Față de ediția pilot din 2025, studiul include și o secțiune dedicată profesioniștilor din sectorul artistic - galerii, case de licitații și reprezentanți ai instituțiilor culturale.

