



יצירות המיוצגות בגלריה גבעון. מימין: עבודה של גיל מרקון שני, משמאל: עבודה של משה גרשוני



# השקעה יצירתית

האם בישראל של שנת 2013 אפשר לעשות כסף מאמנות? בדקנו ארבע גלריות מייצגות, בניסיון לראות האם הוותק, האמנים והמיקום יוצרים נוסחה שמאפשרת לבעלי הגלריות בארץ להתפרנס בכבוד. המסקנות לא מעודדות

אורי אלון

לאמנות יש קיום כלכלי גם מחוץ למטרופולין, ואם להיות ספציפיים, אפילו מחוץ למרכז תל אביב? וגם: איך מושפעים עסקי הגלריות ממצב השוק, ובמה שונה בעצם ניהול גלריה מניהולו של כל עסק אחר? לצורך כך, בחרנו גלריה ותיקה, טרנדית, יוקרתית ופריפריאלית, שכל אחת מהן מייצגת את הענף הקלאסי בצורה קצת שונה, וניסינו לפענח: האם יש עדיין כסף באמנות?

הוותיקה העבירה את עסקיה לאינטרנט. גלריות חדשות שנפתחו באחרונה הן בכלל קואופרטיבים של אמנים, כמו הבית האדום, חנינא ואלפרד. גלריות שהצטרפו לענף לאחרונה בחרו להתרחק ממתחמי האמנות הוותיקים בתל אביב, ותקעו יתד דווקא ברומה המפויח. בחרנו ארבע גלריות שמייצגות את הענף וניסינו לברר: כמה עולה להחזיק גלריית אמנות בישראל? האם ואיך ניתן לייצר בה רווח? האם לגלריות פרטיות

דמה שהפריחה בעולם האמנות הישראלי בשנים האחרונות - ירידי אמנות, חללי תצוגה חדשים, אמנים מקומיים שזוכים להכרה בחו"ל - לא מיתרגמת לעסקים טובים ולרווחים, וגם לא לפריחה תואמת בעולם הגלריות. למעשה, נדמה שהפך הוא הנכון: באחרונה נסגרו גלריות מוכרות בתל אביב, כמו דן, גלריה 39, וגלריה קישון. גלריית בינט



## הוותיקה

### גלריה גבעון

**בעלים:** נעמי גבעון ונורית וולף

**מיקום:** רחוב גורדון, מרכז

תל אביב

**ותק:** 39 שנים

**התמחות באמנות:** מודרניזם קלאסי עם דגש על אופקים חדשים, קבוצת "עשר פלוס", בוגרי בצלאל והמדרשה. בין היתר, מוצגות בגלריה עבודות של משה גרשוני, משה קופפרמן, רפי לביא, נורית דוד, רן סלוין, ארזי ישראלי, גבי קלזמר, סיגלית לנדאו, ענת צורקמן, גיל מרקו שני, מיכה אולמן ועוד. מחירי היצירות נעים בטווח רחב של 75-150 אלף דולר לעבודות של גרשוני ולנדאו, ועד 2,000-5,000 דולר לרישומים וצילומים קטנים של קופפרמן ומרקו שני.

לפני כשנה התראיינה **נעמי גבעון** לאחר העיתונים הכלכליים וציינה כי "צריך הכנסות ממכירות של לפחות 100 אלף שקל בחודש כדי להחזיק בארץ גלריה, ופי שלושה אם רוצים גם להרוויח". כיום, היא שבה ואומרת כי המספרים לא השתנו – נהפוך הוא. "העלויות אפילו עלו בכמה אחוזים", היא מציינת.

לדברי גבעון, תקופות של שפל כלכלי לא משפיעות על הרווחיות, שכן הצלחתה הכלכלית נמדדת בטווח של שנים. "כיוון



## נעמי גבעון, גלריה

### גבעון: "ליחסי ציבור

### במובן הקלאסי אין

### בעינינו ערך, ואנחנו

### משקיעים בפיתוח

### הקשרים האישיים.

### ההתעניינות

### מצד מוזיאונים

### בחו"ל והשתתפות

### בביאנלות חשובות

### משפיעות על

### המכירות לאספנים

### בחו"ל וגם על שווי

### היצירות בישראל"

שאנחנו רוכשים את יצירות האמנים, אנחנו מרוויחים יחסית יותר מכל מכירה. מצד שני, גם העמלות שאנחנו גובים נמוכות יותר. רכשנו הרבה לאורך השנים ועדיין רוכשים. זה חלק מהתמיכה שלנו באמנים. יש גלריות שעובדות רק בעמלות ואז השיווק יותר אגרסיבי, כי אין להן ממה להיבנות. שם צריכים למכור יותר".

בגבעון לא מציגים אמנים צעירים שזה עתה סיימו את בתי הספר לאמנות. "יש גלריות שמתאימות לזה וגלריות שטובות להמשך הדרך", מציינת גבעון ומוסיפה שאין פירוש הדבר שכל יצירה בגלריה נמכרת בעשרות אלפי דולרים. "סטודנטים שיוצאים מבית הספר ללא כל הכרה מבקשים על עבודותיהם סכומים מאוד דומים לסכומים שאנחנו נוקבים בהם ליצירות שלנו. לא מצאתי שהמחירים שלהם נמוכים. אם אפשר למצוא רישום מצוין של גרשוני באלפיים דולר, וזה המחיר שדורש אמן חדש, אז זה די דומה". את עיקר מאמצי השיווק משקיעים בגלריה בחו"ל והתוצאות בהתאם – 60% מהמכירות בגלריה הן לאספנים בחו"ל. "אנחנו פועלים בעיקר מהטריטוריה שלנו. יצאנו בעבר לירידים וללא הואיל. אנחנו מחפשים גלריות מייצגות לאמנים שלנו בחו"ל, מקבלים חיזוקים מתצוגות של האמנים שלנו בתערוכות ובמוזיאונים בחו"ל. ליחסי ציבור במובן הקלאסי אין בעינינו ערך, ואנחנו משקיעים בפיתוח הקשרים האישיים עם אנשי עולם האמנות ובתקשור האג'נדה האמנותית. התעניינות מצד מוזיאונים בחו"ל, השתתפות בביאנלות בינלאומיות חשובות – כל אלה משפיעים על המכירות לאספנים בחו"ל וגם על שווי היצירות בישראל".

## הטרנדית

### פינברג פרוג'קטס

**בעלים:** אורי פינברג

**מיקום:** רחוב המפעל, קריית

המלאכה, תל אביב

**ותק:** שנה וקצת

**התמחות באמנות:** בשלב ההרצה וגיבוש הקו האמנותי, כרגע מציגים (לא אקסקלוסיבי) יצירות של ליאת אלבלינג, עידו מרקוס, קובי אסף, ינאי סגל, אולף קונמן, תמר קרוון, אלעד קופלר ועוד. אמנות עם יסוד אוניברסלי ופן חזותי-ויזואלי חזק. שווי עבודה ממוצע – 3,000 דולר.

צילום: דורון גולן



יצירות המיוצגות בגלריית זימר. עבודה של Philippe Pasqua

נגישים למעמד הביניים ולרוב הציבור שמנסה לשרוד, אמנות היא מותרות".

פינברג מצביע גם על תופעה נוספת וייחודית לישראל: "אספנים ישראלים שרוצים לרכוש עבודות, מנסים להגיע לאמנים ישירות כדי לחסוך את מחיר התיווך של הגלריה. זה דבר שלא מקובל בחו"ל וזו תופעה שקשה לי עדיין להבין". פינברג מודע לחשיבות מיקומה של הגלריה ומודע לכך שגלריות רבות, כמוהו, בוחרות לצאת מחוץ למתחמי האמנות המוכרים. לדבריו, המיסוי הגבוה הוא מכשלה נוספת בדרכן של גלריות להצלחה. "המיסוי הוא מהגבוהים בתל אביב, והוא זהה למיסוי של חנויות בגדים או כל עסק קמעונאי אחר. צריך להבין שיש הבדל מהותי, שכן 99% מהמבקרים בגלריות לא רוכשים דבר. הם לא לקוחות. אנחנו תורמים לתדמית העיר ומשתתפים בסיורי גלריות, ואין שום התחשבות בהוצאות שלנו".

כמובן שהוא לא חולם על יציאה מתל אביב. "תל אביב היא מותג. מתחם קריית המלאכה מתפתח ויהפוך למתחם אמנות תוסס בשנים הקרובות. אם

לגלריה אספנים בכירים, מישראל וגם מחו"ל. לדבריו, בניגוד לגלריות ותיקות ומבוססות, הגלריות החדשות דווקא מושפעות מאוד מתהפוכות השוק. "המצב כיום לא פשוט, אנחנו עדים לתופעה של גלריות שנסגרות כל כמה חודשים – גם כאלה שנחשבו לחזקות", הוא אומר. "השוק עובד בצורה בעייתית – אין מספיק אספנים ישראלים, המחירים גבוהים ולא

**אורי פינברג, פינברג פרוג'קטס: "גלריות נסגרות כל כמה חודשים, גם כאלה שנחשבו לחזקות. השוק עובד בצורה בעייתית – אין מספיק אספנים ישראלים, המחירים גבוהים ולא נגישים למעמד הביניים ולרוב הציבור שמנסה לשרוד, אמנות היא מותרות"**

**אורי פינברג,** בוגר המדרשה לאמנות ובעל תואר שני בניהול מוסדות אמנות מסאתב'ס בניו יורק, צבר את ניסיונו הניהולי והאוצרותי בעבודתו בגלריות הניו יורקיות המפורסמות, "לורין אוגוסטיין" ומייקל וורנר. "חזרתי לישראל עם שליחות ורצון להשמיע את קול האמנים הישראליים בזירה הבינלאומית, בגלריה שמציבה סטנדרטים ודפוסי עבודה בינלאומיים".

לדבריו, עלות הפתיחה והתפעול של גלריה גדולה היא כמיליון שקל בשנה, "כאשר לוקחים בחשבון עלויות שיווק סטנדרטיות, בלי הוצאות על ירידי אמנות יקרים ותערוכות בחו"ל", הוא מוסיף. שם המשחק הוא אורך נשימה. "לגלריות הוותיקות קל יותר, הן מחזיקות עבודות שאפשר למכור ולייצר נזילות, וקל להן לגבש רשימת אספנים. בדרך כלל, דרושות לגלריות שלוש־ארבע שנים עד שהן מתבססות ומגיעות למצב רווחי".

פינברג חותר להציג בגלריה שלו אמנות רלוונטית ועדכנית של אמנים ישראלים לצד אמנים בינלאומיים, ולייצג אמנים טריים לצד ותיקים, כך הוא מקווה למשוך

יצירות המיוצגות בגלריית פינברג פרוג'קטס. מימין: עבודה של עידו מרקוס, משמאל: עבודה של קובי אסף



לפה קשה לנו להביא אנשים, אז אני חושש שלפריפריה לא יבוא קהל כלל".

**מהי אסטרטגיית השיווק שלך?**

"פעילות אינטנסיבית באינטרנט, נסיעות לירידים ואיתור שווקים בחו"ל. הוצאות השיווק הן סביב ה־50 אלף דולר בשנה. ככל שמתפתחים יש הוצאות נוספות". לדבריו, ככל שהאמן נחשב יותר, כך עולות הוצאות הביטוח והשינוע, הקטלוגים ועוד. "כגלריה חדשה, הוצאות השיווק שלנו נמוכות יחסית והשנה נגמרה בנקודת איזון. אני מקווה שבשנה הבאה גם נרוויח".

## היוקרתית

**גלריה זימק**

**בעלים:** שי וארז זימק

**מיקום:** כיכר המדינה, תל אביב

**ותק:** שנתיים

**התמחות באמנות:** אמנות ישראלית ובינלאומית ריאליסטית עכשווית. טווח מחירים רחב מאוד - מ־3,000 ועד 300 אלף דולר. הרוב נע בין 20 אלף דולר ל־50 אלף דולר. כיום מוצגות בגלריה שתי עבודות בשווי של 280 אלף דולר כל אחת של האמן הבינלאומי **פיליפ פסקואה**. בין האמנים המפורסמים שהוצגו בגלריה עד כה: **עופר ללוש**, **יגאל עוזרי**, **יאן ראוכברגר**, **ערן שקין**.

**ליאור יהל אוהד**, ממקימי ומנהלי זימק, מספרת כי בעלי הגלריה הגיעו מתחום של אספנות ומסחר באמנות. "הגלריה הוקמה עם השקעה ראשונית, היא מפרנסת את עצמה וכיום העסק רווחי. עם זאת, צריך לקחת בחשבון כי 'הרווח' הוא תוצאה של נוסחה מאוד עדינה שמושפעת ממכירה או אי מכירה של יצירה אחת או שתיים. למעשה, זו השקעה לטווח ארוך וצריך הרבה סבלנות עד שמרוויחים מאמנות. אלה קשרים שמעמיקים, מוניטין שנבנה. אבל לטווח רחוק אפשר להרוויח מזה באופן מספק".

לדעת אוהד, למיקומה של הגלריה במרכז הקניות של עשירי ישראל, ולאו דווקא במתחם המזוהה עם אמנות, אין קשר להצלחת הגלריה. "כשהתקבלה ההחלטה לפתוח גלריה אמנותית עלתה שאלת המיקום. היינו מודעים לציניות ולספקנות שהמיקום הזה יעורר, אבל החלטנו לפתוח כאן בכל זאת, בשל הנוחות הלוגיסטית ויופיו של החלל. היינו יחידים באזור וחשבנו להיות חלוצים. אני

מסתובבת בהרבה תערוכות ופתיחות, אותם אנשים שמגיעים למתחמי האמנות מגיעים גם לכאן".

בזימק משקיעים לא מעט בשיווק. "התוכנית השנתית כוללת חמש או שש תערוכות יחיד, שתיים־שלוש תערוכות קבוצתיות, אירועים מיוחדים לאספנים, ערבי אדריכלים והשתתפות בארבעה־חמישה ירידים בעולם. אנחנו יוצרים ומחזקים קשרים עם אוצרי מוזיאונים שבהם אנחנו מקרמים את האמנים שלנו, יוצרים שיתופי פעולה עם בתי מכירה לאמנות, מדרבנים את האמנים שלנו להיות אקטיביים מבחינת תרומות לעמותות ולמיזמים חברתיים. בקשרי מדיה קלאסיים אנחנו משקיעים חלק זניח".

הצלחתה העסקית העתידית של הגלריה, מסכמת אוהד, תלויה באופן ישיר ב"טיב הסחורה" שהיא מציגה. "אנשים לא קונים אמנות כי זה צורך בסיסי כמו אוכל וגדל", הם קונים מתוך אהבה ומשיכה ליצירות איכותיות. ולכן אין כאן מקום לפשרות וגלריה טובה צריכה להיות נאמנה לקו האמנותי שלה ולהציג אותו באופן המיטבי".

## הפריפריאלית גלריה טל

**בעלים:** עדי גרינפלד

**מיקום:** כפר ורדים, גליל מערבי

**ותק:** 11 שנים

**התמחות באמנות:** אמנים מתולדות האמנות הישראלית, במה לאמנים מקומיים, אמנים מהגליל ואמנים צעירים. בין היתר הוצגו בגלריה עבודות של **אפרים משה ליליאן**, **שמואל כץ ואהרון גלעדי**, **חנה מחותן**, **ורדה יתום**, **דליה מאירי**, **עורד פינגרש**, **אחמד כנעאן** ועוד. בימים אלה מוצגת במקום תערוכת יצירות של דוד מסר. טווח המחירים: 2,000־10,000 דולר ליצירה.

**עדי גרינפלד**, כלכלנית במקצועה, פתחה את גלריה טל בבית פרטי בכפר ורדים כמיזם לזכרו של בנה טל ז"ל, שהיה אמן צעיר. "זה התחיל כתערוכה. לא חשבנו על עסק", היא מספרת. "רק אחר כך הלכתי ללמוד אוצרות, מתוך כוונה שהמקום לא יהיה רק לעלייה לרגל הנצחה. רציתי משהו חי, דינמי, גלריה פעילה".

כיום מפיקה גרינפלד שלוש־ארבע תערוכות בשנה. עם זאת, בעקבות ניסיונה הגובר בשטח האמנות והבנתה ככלכלנית, ויתרה בשנת 2005 על התכנית להרוויח



והכריזה על הגלריה, בינתיים, כמיזם שלא למטרת רווח. "סקרתי את כל האפשרויות וראיתי שאם אני רוצה להרוויח, אני חייבת להתפשר מבחינה אמנותית".

כדוגמה לדילמה שבפניה ניצבה, מספרת גרינפלד על תערוכתה של ורדה יתום, יוצרת שעבודותיה עוסקות בשואה. "היא מציגה פסלים ויצירות שמבחינה ויזואלית יכולים להראות גרוטסקיים. ידעתי שאם אציג תערוכה שלה, לא אמכור אף אחד מהפריטים. זה הפרדוקס. אני רציתי להציג אמנות בלי פשרות".

כיום, לדברי גרינפלד, פועלת הגלריה ללא ציפייה לרווח, אך גם ללא הפסדים. "אנחנו מציגים בבית שהוא חלל תצוגה אלטרנטיבי. יש תרומה של המשפחה, תקציב מינימלי שנועד לכסות את ההוצאות לקיום המקום. הוצאות משתנות, על קטלוגים ופרסום, אני גובה מהאמנים שמציגים. מדי פעם אנחנו עובדים עם גופים גדולים, לפעמים אני מסבסדת קבוצות אמנים צעירות. אני בונה מודלים כלכליים שונים לכל אמן, ולפעמים גם מוכרת יצירות. תמחור האמנות הוא דבר מסובך שנתפר לפי האמן, הטכניקה, הגודל ומגמות השוק".

גרינפלד גאה בכך שכמעט ואינה מוציאה כסף על פרסום וכי שמה של הגלריה הולך לפניה. "אין לי תקציב



יצירות המיוצגות בגלריית טל. מימין: דוד מסר, פרידה Adieu, שמן על בד, 1992. משמאל: עבודה של אפרים משה ליליין, אסתר ועוזרותיה, תחריט, 1911

ליחסי ציבור, תקציב הפרסום שלי מגיע למאות שקלים ועם זאת תערוכות שלי מופיעות בכרוניקה של עיתון הארץ לצד הגלריות הבכירות בתל אביב. אמנים צעירים שמקבלים אצלנו חשיפה, זוכים להציג אחר כך גם במוזיאונים ובגלריות". גרינפלד, שלמדה אוצרות באוניברסיטת תל אביב ואת הסטאו' שלה עשתה במוזיאון תל אביב, מודעת לנקודת התורפה שבמיקום הגלריה שלה, ולכן מקפידה מאוד לשמר את הקשרים שיצרה עם אושיות עולם האמנות בעיר. מאמצי השיווק שלה מתבססים, בין היתר, על קשרים אישיים שיצרה. "שקלתי לפתוח שלוחה של הגלריה בתל אביב", היא מודה. "האופי שבו אני עובדת והשקפת העולם שלי לא היו משתנים, אבל שכר הדירה, הארנונה ויתר ההוצאות היו עולים מאוד. לדעתי, גם בתל אביב לא הייתי מצליחה להיות רווחית, שכן נדרשת השקעה גדולה ובתל אביב יש יותר תחרות".

לדבריה, יש יתרונות למיקום בכפר ורדים. "אנשים נדלקים על הרעיון ובאים מהמרכז לתערוכות, במסגרת החופשה שלהם בצימר. יש גם כאלה שמגיעים במיוחד בגלל האמנות ובגלל הקשרים, אבל מרבית המבקרים הם צרכני תרבות מכפר ורדים ואזור הצפון. אני נהנית גם מזה שאני ליד תפן והמוזיאון הפתוח".



## עדי גרינפלד, גלריה

**טל: "הצגנו תערוכה**

**של ורדה יתום,**

**שעבודותיה עוסקות**

**בשואה. היא מציגה**

**פסלים ויצירות**

**שיכולים להיראות**

**גרוטסקיים. ידעתי**

**שלא אמכור אף**

**אחד מהפריטים. זה**

**הפרדוקס. אני רציתי**

**להציג אמנות**

**בלי פשרות"**