**Nowe technologie i sztuka**

*O nowoczesnych formach kontaktu ze sztuką oraz o tym skąd wiadomo, że dzieło sztuki jest dobre, rozmawiamy z Robertem Kaczmarskim, założycielem portalu Pikoteka.com*

**Pikoteka.com to internetowy sklep ze sztuką. Skąd taki pomysł?**

Od lat byłem związany z rynkiem reklamy a w reklamie naturalne jest, że kreacje i pomysły często krążą wokół sztuki. W sposób oczywisty często naszymi podwykonawcami byli fotografowie, często graficy, absolwenci Akademii Sztuk Pięknych.

Pierwsze pomysły dotyczyły fotografii. Zaczęło się od tego, że chcieliśmy wesprzeć fotografów w sprzedaży ich artystycznych zdjęć. Na tamtym etapie projekt wydał się jednak zbyt absorbujący i w efekcie odłożyliśmy go na bok. Po jakimś jednak czasie postanowiliśmy do niego wrócić. Zaczęliśmy myśleć nie tylko o fotografiach, ale także o malarstwie czy rzeźbach. Na plan pierwszy wysunęła się ostatecznie idea reprodukcji dzieł twórców znanych z historii sztuki, tych największych, najbardziej uznanych, konkretnie udostępnienia tych dzieł odbiorcom w postaci najwyższej jakości druków pigmentowych.

**Przecież w internecie jest bardzo dużo miejsc zajmujących się sztuką.**

To prawda. Jest dużo stron internetowych zajmujących się sztuką, są też i zawsze były domy aukcyjne. Jednak nasze podejście jest nieco inne. Chcemy, żeby sztuka była dostępna, żeby wysokiej jakości dzieła sztuki można było kupić w przyzwoitych kategoriach cenowych. Co się zaś tyczy reprodukcji to naczelną myślą było przygotowanie ich w najwyższej możliwej jakości, zarówno w odniesieniu do samego druku jak i papieru, na którym ten druk będziemy wykonywali.

Między innymi dlatego zainteresowaliśmy się najnowszymi technologiami wykonywania reprodukcji.

Wysokiej klasy reprodukcje to nic innego, jak nowoczesna forma kontaktu ze sztuką. Tu najciekawszym rozwiązaniem jest technologia druku Gicleé, inaczej zwana drukiem pigmentowym lub art-printem. Bardzo wysoką jakość uzyskuje się dzięki specjalnym pigmentom, druk musi też być realizowany na specjalnym, bezkwasowym papierze. My stosujemy produkty niemieckiej firmy Hahnemühle. Jest to papier, który był używany w przeszłości przez wielu wybitnych artystów. Mając wysokiej jakości plik cyfrowy możemy uzyskać efekt nieosiągalny przy użyciu innych technik drukarskich a także niezwykłą wierność i trwałość koloru.

**Powiedział Pan, że konkurencja jest duża. W obecnych czasach startup, aby mieć szanse na przetrwanie, musi mieć jakąś przewagę konkurencyjną. Każdy może sprzedawać w sieci reprodukcje znanych obrazów, w czym jesteście lepsi?**

Rzeczywiście, każdy może to zrobić, lecz gdy zagłębimy się w szczegóły, okaże się, że nie jest to takie proste. Potrzebna jest wiedza oraz sprawność związana z procesem produkcji a potem sprzedaży. Proszę zwrócić uwagę, że wiele rzeczy, po które mamy zwyczaj chodzić do sklepu potrafilibyśmy zrobić sami.

Po pierwsze trzeba dobrze znać dzieła sztuki, których reprodukcje się oferuje. Chodzi o ich identyfikację, zachowanie wierności kolorów czy dbanie o właściwą jakość pliku. Osobną sprawą są prawa autorskie, zarówno do dzieła sztuki jak i do reprodukcji. Wszystkie nasze reprodukcje mają uregulowany status prawny. Ważnym źródłem są dla nas muzea, które chętnie uwalniają swoje zbiory do domeny publicznej. Rozumieją to jako wypełnianie swojej misji. Dobrym przykładem jest tu na przykład Muzeum Narodowe w Warszawie. Ale, nie ma co ukrywać, przodują w tym galerie i muzea amerykańskie a na zachodzie Europy liderami są na pewno Holendrzy. Mamy z nimi kontakt, korzystamy z ich zasobów.

**Na jakim etapie w tej chwili jest wasz projekt?**

Uruchomiliśmy galerię i sklep: pikoteka.com, jest on już dostępny dla każdego miłośnika sztuki. Można już przeglądać i kupować reprodukcje dzieł sztuki, fotografie i dzieła oryginalne. Chcemy też być dostawcą dla hoteli, restauracji, biur i instytucji publicznych. Chcemy również wchodzić we współpracę z architektami wnętrz, których postrzegamy jako naszych naturalnych sprzymierzeńców i odbiorców lub pośredników w sprzedaży naszych produktów.

Bardzo ważne dla nas jest to, że nie chcemy być tylko sklepem, ale również galerią. Nie tylko miejscem, gdzie się kupuje, ale również miejscem, gdzie można się czegoś ciekawego o sztuce dowiedzieć. Chcemy, żeby kontakt naszych klientów ze sztuką odbywał się w pewien, wymyślony przez nas sposób. Będziemy oferować naszym klientom informacje, o dziełach sztuki, o autorach, o czasach, w których żyli. Dzięki tej funkcji naszego portalu chcemy bardziej angażować naszych użytkowników, chcemy budzić świadomość tego, co powoduje, że dane dzieło sztuki jest interesujące. Dodatkowo nasz portal umożliwia zaplanowanie wizyty w wybranym muzeum i zakup biletów do niego. Dotyczy to wielu muzeów z całego świata.

W tej chwili na stronie oferujemy około dwóch tysięcy obrazów i zdjęć, jesteśmy gotowi do udostępnienia kolejnych trzydziesty tysięcy. To oczywiście zdarzy się w kolejnych miesiącach naszego działania. Mamy przekonanie, że będzie to, jeśli nie największa to jedna z największych baz sztuki w polskim internecie.

**To dość duże przedsięwzięcie, czy dacie radę organizacyjnie i kapitałowo?**

Oczywiście, zdajemy sobie sprawę ze skali wyzwań. Wielkość rynku dla naszych produktów w Polsce jest w naszej ocenie znacząca. Obsłużenie go przy zachowaniu wysokiej jakości to poważne wyzwanie. Planujemy w kolejnym kroku udostępnić sprzedaż naszych produktów w całej Europie, a to już jest naprawdę duże wyzwanie. Między innymi dlatego bardzo istotne jest dla nas wsparcie funduszu inwestycyjnego Assay, który wnosi nie tylko komponent inwestycyjny, ale także wsparcie biznesowe.

Mamy też dynamiczną, młodą, zaangażowaną załogę, która ma poczucie misji. Tylko dzięki temu możemy uniknąć czekającej na nas, bardzo groźnej pułapki. Polega ona na tym, że ogromna część sztuki, która oferowana jest do sprzedaży w internecie, to dzieła, niestety, słabej jakości. Nic dziwnego, skoro w polskiej edukacji tak niewiele czasu i środków przeznacza się na nauczanie historii sztuki, kreatywności i procesu twórczego. W szkołach uznaje się, że sztuka to nie jest przedmiot do nauczania. Dlatego przed nami jest też ogromna misja edukacyjna. Tylko w ten sposób będziemy w stanie zrobić coś, co w Polsce jeszcze nikomu tak naprawdę nie udało się – skutecznie promować sztukę jako jeden z podstawowych składników życia każdego z nas.