

ISSN 2451-1005

NR INDEKSU 411760



9 772451 100806

REGION

*Będą opóźnienia
przy obwodnicy Koszalina*
36-37

PRACA

*Nowa funkcja Mariusza
Łuszczewskiego*
40

TECHNOLOGIE

*Gadżety
przyszłości*
70-72

Strefa Biznesu

WRZESIEŃ - PAŹDZIERNIK - LISTOPAD 2018
15 PLN (W TYM 8% VAT)

Pomorze Zachodnie i Środkowe

GŁOS
DIENNIK POMORSKI

DROGA DO SUKCESU

Rozpoznawalne
marki
z Pomorza
25-27

REKORDOWE LATO POGONI SZCZECIN

Blisko 2,5 mln euro
zarobiła Pogoń
na sprzedaży trzech
bardzo dobrych piłkarzy
44-47

Profesjonalni doradcy finansowi
- o trudnej sztuce inwestowania w sztukę
i nie tylko.
s. 30-34

**KIZUK &
MICHALSKA**

A man and a woman are standing in what appears to be an art gallery. The woman, on the left, has long dark hair and is wearing a black long-sleeved top. The man, on the right, has short brown hair and is wearing a dark blue suit jacket over a light blue shirt. They are both looking towards the camera. The background shows white walls with several framed artworks. The woman's hands are resting on a dark brown leather surface in the foreground.

KIZUK & MICHALSKA: SZTUKA INWESTOWANIA



FOT. ANDRZEJ SZKOCKI

Doradzają w zakresie inwestycji gospodarczych, ale też alternatywnych form lokowania pieniędzy. Jako jedni z nielicznych odważyli się wejść w rynek sztuki. Dlaczego było warto?

W co Polacy inwestują najchętniej?

Filip Kiżuk - Najchętniej... w nieruchomości, kruszce, walutę, obligacje skarbowe, czyli aktywa raczej bezpieczne. Lista możliwości jest jednak znacznie dłuższa, kwestia ryzyka.

Na tej liście jest też sztuka. Jako jedna z niewielu firm w regionie, a nawet w Polsce zajmujecie się doradztwem w tym zakresie. Z czego wynika unikatowy charakter tej usługi?

Katarzyna Michalska - Przez długi czas w Polsce sztuka była jedną z najbardziej nieosiągalnych i wymagających form inwestowania pieniędzy, w dodatku była zarezerwowana dla najbogatszych przedsiębiorców. To wygenerowało pewnego rodzaju stereotypy. Choć na pewno jest to trudny rynek, nie potrzeba gigantycznych pieniędzy, by w niego wejść. Potrzebne jest jednak obycie: znajomość zasad funkcjonowania domów aukcyjnych i galerii, znajomość nazwisk i poczucie estetyki. Tyle że nikt nie wymaga tej wiedzy od indywidualnych inwestorów. Od tego są eksperci, doradcy, galerie sztuki, jesteśmy też my.

Czy to nie jest trochę tak, jak we Włoszech? Nie dość, że sztuka to inwestycja długoterminowa, to jeszcze tamtejszy rynek jest mały i obostrzony takimi przepisami, że mało kto chce mieć z nią cokolwiek do czynienia.

K.M. - W Polsce nie jest tak źle, przepisy są bardzo przejrzyste, a nawet sprzyjają inwestorom w wielu kwestiach, do tego rynek jest bardzo różnorodny. Ulokowanie pieniędzy w dzieła sztuki porównałabym do funduszu oszczędnościowego - żeby działał, należy regularnie dokonywać wpłat. Oznacza to, że aby sztuka przynosiła nam dochód, musimy systematycznie powiększać swoją kolekcję, przynajmniej 2 - 3 razy w roku. Liczyłabym, że osiągnięcie korzystnej stopy zwrotu to czas od 5 do 10 lat, w zależności od nazwisk autorów, którym „zawierzyło się” pieniądze.

Nie jest to zbyt iluzoryczna forma oszczędności dla przeciętnego przedsiębiorcy?

F.K. - Jeden z naszych klientów, dzięki pieniądzom ulokowanym w obrazie autorstwa ucznia Jana Matejki, był w stanie opłacić swoje leczenie, gdy dotknęła go choroba. Wartość dzieła latami procentowała,

a w najbardziej potrzebnym momencie okazało się, że znacznie przewyższyła kwotę zakupu. Chyba nie ma lepszego przykładu, by rozwiać wątpliwości sceptyków.

Są artyści, którzy zawsze są w cenie - Picasso, Mark Rothko czy Lucian Freud. Jest też młoda sztuka, której ceny rosną z roku na rok - Sasnał, Natalia LL, Ryszard Grzyb, no i artyści dopiero pojawiający się na rynku. Skąd państwo wiedzą, którego artystę wybrać?

K.M. - Sztuka nie znalazła się w naszej ofercie przypadkowo, to część naszych prywatnych zainteresowań. Na bieżąco śledzę wyniki aukcji największych światowych domów aukcyjnych jak: Christie's

Nie potrzeba gigantycznych pieniędzy by wejść w rynek sztuki. Potrzeba obycia i znajomości zasad, ale od tego są eksperci

i Sotheby's. W Polsce również mamy kilka domów aukcyjnych: Desa Unicum, Rempex czy Agra-art, wyniki ich sprzedaży bywają równie ciekawe. Obserwacja pozwala na wyłonienie pewnych trendów. Stale też współpracujemy ze specjalistami. To prawda, że są autorzy, którzy zawsze się sprawdzają w charakterze inwestycji, ale zamiast inwestować w obraz Picassa, można zainwestować np. w jego serigrafie czy rysunki. Tak naprawdę, najważniejsze jest poznanie potrzeb naszego klienta - ile ma lat, na jaki okres chce zainwestować, jakim budżetem dysponuje, jak stabilne życie prowadzi i w końcu co mu się podoba.

Czy nasz region to dobra przestrzeń na tego typu działalność?

F.K. - Odwiedzając naszych klientów w ich siedzibach, coraz częściej zauważamy, że dzieła zdobią ich gabinety. Przedsiębiorcy zaczynają się otwierać na rodzaj alternatywnych inwestycji. Warto na początek kupować obrazy, zdając się na głos ekspertów, ale również mieć na uwadze swoje gusta. Dobrze jest mieć coś co nam się podoba – niezależnie od wyceny danej sztuki. Jednak to specyficzny rynek i rozumiem, że nie każdy go poczuje.

No właśnie, wasza oferta przecież obejmuje całe spektrum możliwości inwestycyjnych: kupno, sprzedaż, subskrypcja, wymiana, wykonanie lub wykup. Zapewniamy też: pośrednictwo gospodarcze, porady prawne, pomagacie też przy pozyskiwaniu finansowania dłużnego. Na którym z tych obszarów działacie najaktywniej?

F.K. - Obecnie jest to doradztwo w szeroko rozumianym zakresie gospodarczym. Mieści się w tym finansowanie, realizacja dużych inwestycji (budowa hoteli, zakładów produkcyjnych,) obsługa prawna i restrukturyzacyjna. Na podstawie własnej analizy rynku wnioskujemy, że „coś” zaczyna się dziać na rynku. Rośnie liczba problemów w spółkach i przedsiębiorstwach. Dziś w dobrym tonie jest nie płać za odebrane usługi w terminie. Przedsiębiorcy opóźniają płatności i rozliczenia, co pociąga za sobą cały łańcuch konsekwencji. Naszym zadaniem jest pomoc w egzekwowaniu zaległości i podreperowaniu płynności finansowej. Sprawdzamy wszystkie dostępne możliwości finansowania i wskazujemy najlepsze. Czasem formą pożyczki jest po prostu pozyskanie karencji w spłacie zobowiązań.

To wszystko brzmi, jakby rynek zwalniał. Nadchodzi kolejny kryzys?

K.M. - Na pewno spowolnienie gospodarcze. Widzimy, że rynek ma coraz większe problemy. Pojawiają się zatory płatnicze. Branża budowlana jest tu odpowiednim przykładem. Już jest tak łatwo o finansowanie

bankowe, a zapotrzebowanie na pożyczki rośnie. Do tego rosną koszty utrzymania pracowników, których na tym rynku brak. Korporacje rezygnują z kontraktów rządowych - koszty realizacji szacowane kilka miesięcy wcześniej nie pokrywają się z bieżącymi szacunkami. Pojawia się coraz więcej wniosków o upadłość. W pewnych kwestiach trzeba zachować ostrożność.

Czyli doradczacie nie tylko w kwestiach finansowych?

F.K. - Na pewno jest to jeden z głównych problemów, z jakim zgłaszają się do nas przedsiębiorcy – brak płynności finansowej, ale nie jedyny. Badamy potrzeby klienta i wskazujemy procesy, które usprawnią jego działalność. Czasem rozwiązaniem jest wniosek o restrukturyzację lub propozycja zmian związanych z zarządzaniem. A czasem wystarczy dodać jedną parę rąk do biura, by udrożnić działania całej firmy.

Usługi Kiżuk & Michalska są zarezerwowane tylko dla dużych działalności? Kim

jest wasz klient?

K.M. - Pracujemy zarówno z klientami indywidualnymi, jak i firmami. Głównie są to mali i średni przedsiębiorcy. Lubię nazywać naszą usługę protekcją gospodarczą – składając wniosek o restrukturyzację czy nawiązując dialog z wierzycielami, chronimy naszych mocodawców, ale dajemy także realne korzyści wierzycielom. Był moment, że wśród naszych klientów dominowała branża budowlana, później transportowa, obecnie zakres jest olbrzymi. Jesteśmy otwarci na wszystkich.

Nawet na jednoosobowe działalności?

- W szczególności na nie. Bardzo lubimy pracować z jednoosobowymi firmami. Najczęściej to biznesy rodzinne, zatrudniające po 2 - 3 pracowników. Wśród nich są też rolnicy. Odwiedzają nas w biurze całymi rodzinami, przychodzą nawet z dziećmi. Panuje bardzo przyjacielska atmosfera, dzięki czemu naprawdę zżywamy się z klientem.

Agata Maksymiuk

agata.maksymiuk@polskapress.pl

