
Rapport Hiscox 2020 sur le marché de l'art en ligne

PARTIE 1 : LE MARCHE DE L'ART EN LIGNE



CŒuvre sur la page de couverture :

Ann Craven, *Heart of Gold #1*, 2009 | 11 x 8 1/2 inches (27,9 x 21,6 cm), Édition imprimée Xerox pour White Columns, 2009 | Édition #10 sur 50 plus 10 épreuves d'artiste

Avec l'aimable autorisation de l'artiste, Southard Reid, Londres et White Columns, New York

INTRODUCTION	1
PRINCIPALES CONCLUSIONS	2
VENTES D'ŒUVRES D'ART EN LIGNE	4
CROISSANCE ET RÉPARTITION DES VENTES D'ŒUVRES D'ART EN LIGNE	5
PERSPECTIVES POUR LES 12 PROCHAINS MOIS	7
LES PLUS GRANDES MAISONS DE VENTES AUX ENCHÈRES S'ADAPTENT AU COVID-19	8
CONSOLIDATION DU SECTEUR	10
L'AVENIR DU MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE	12
CHRONOLOGIE	14
DE L'ÉVOLUTION À LA RÉVOLUTION?	18
TENDANCES DES VENTES D'ŒUVRES D'ART EN LIGNE ET CONCLUSIONS	24
MÉTHODOLOGIE	26
PROFIL DES SOCIÉTÉS	27

Introduction



CETTE ANNÉE, LE RAPPORT SUR LE MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE SERA PRÉSENTÉ DIFFÉREMMENT : NOUS PUBLIERONS UNE VERSION PLUS SYNTHÉTIQUE, SUIVIE DE MISES À JOUR ULTÉRIEURES PENDANT L'ANNÉE, CE QUI NOUS PERMETTRA DE MIEUX SUIVRE LES DÉVELOPPEMENTS DU MARCHÉ ET D'AFFÛTER NOTRE ANALYSE DE CERTAINES TENDANCES PARTICULIÈRES.

Le coronavirus (COVID-19) sera-t-il le catalyseur qui permettra enfin d'enflammer un marché de l'art en ligne encore hésitant ? C'est la question que se posent tous les observateurs du marché de l'art.

Je pourrais adopter une posture neutre et trouver de bonnes raisons de dire « oui », « non » ou « peut-être ». Mais je vais oser un « oui », en espérant que ce boom attendu ne sera pas la conséquence d'une frénésie liée à un si long confinement. La principale raison est que la distanciation sociale va perdurer suffisamment longtemps pour modifier notre façon d'acheter de l'art ainsi que bien d'autres choses. Nous ne connaissons plus la joie ni les affres des foires d'art et des vernissages bondés. Les vendeurs vont devoir trouver de nouvelles façons de créer l'étincelle qui nous pousse à acheter TOUT DE SUITE, de peur de rater l'occasion d'acquérir un nouveau trésor qui serait essentiel à nos yeux. Je ne sais pas comment ils le feront, mais je suis sûr qu'ils y parviendront.

Comme chaque année, j'espère que vous trouverez ce rapport utile tandis que nous attendons impatiemment de voir la suite des événements : pour reprendre les mots immortels du Capitaine Jean-Luc Picard
« Les choses semblent impossibles jusqu'à ce qu'elles ne le soient plus ».

Robert Read
Directeur Art et Clientèle Privée,
Hiscox

Principales conclusions

LES VENTES EN LIGNE STAGNENT, MAIS 2020 POURRAIT ÊTRE UNE ANNÉE PIVOT

Les ventes en ligne d'œuvres d'art et d'objet de collection ont stagné en 2019, générant un chiffre d'affaires d'environ 4,82 milliard \$ – soit une hausse de 4% par rapport à 2018. Le taux de croissance de ce marché a régulièrement décliné au cours des dernières années, passant de 12,5% en 2017 à 4% en 2019.



La crise du COVID-19 a forcé le monde de l'art à un arrêt brutal, presque sans avertissement, le marché en ligne est devenu le seul canal de promotion et de vente pour une grande partie du secteur. La majorité des plateformes interrogées s'attendent à un effet positif de l'épidémie sur le marché en ligne à long terme. Est-ce enfin le moment pour le monde de l'art de se tourner vers la technologie numérique ?

CROISSANCE RAPIDE DES VENTES D' « AUTRE OBJETS DE COLLECTION »

Avec 32% des ventes, les œuvres d'art constituent la plus grande part de marché des ventes d'art et d'objets de collection en ligne, devançant sensiblement les ventes de montres et bijoux (23%). Les « Autres objets de collection », tels que les timbres et souvenirs représentent désormais un quart des ventes en ligne et, à mesure que les maisons de ventes aux enchères traditionnelles cherchent en particulier à attirer des jeunes collectionneurs, nous nous attendons à observer un intérêt croissant pour ce segment.

UN MARCHÉ AVEC DES SCHÉMAS DE CROISSANCE DISPARATES

Les plateformes en ligne présentent un large éventail de schémas de croissance ; tandis qu'Heritage Auctions a enregistré un déclin de 0,5% de ses ventes en 2019, les ventes aux enchères en ligne de Sotheby's ont progressé de 55%. Nous avons également constaté des échecs, avec le dépôt de bilan de Paddle8 en mars 2020.

CHRISTIE'S, SOTHEBY'S ET HERITAGE RÉALISENT UN CHIFFRE D'AFFAIRES EN LIGNE DE 1 MILLIARD \$

Le chiffre d'affaires en ligne de ces trois maisons de ventes aux enchères est passé de 636 millions \$ en 2015 à 1,0 milliards \$ en 2019, soit une augmentation de 58% (ce qui représente un taux de croissance composée annuelle de 12,1%).

La crise du COVID-19 a considérablement boosté les ventes en ligne, Sotheby's affichant une augmentation de 131% du nombre de lots vendus en ligne à ce stade de l'année (mai 2020), et une augmentation de 74% du prix moyen par rapport à 2019. Heritage Auctions a déclaré une augmentation de 10% de ses ventes en ligne sur les cinq premiers mois de l'année.

LES GRANDES GALERIES POURRAIENT S'IMPOSER COMME DES ACTEURS MAJEURS DU MARCHÉ EN LIGNE

Environ 63% des plateformes en ligne s'attendent à ce que les opérateurs existants du marché de l'art, tels que les galeries, s'imposent comme des acteurs majeurs en ligne, lorsqu'ils se tourneront enfin vers la technologie numérique.



EST-CE ENFIN LE MOMENT POUR LE MONDE DE L'ART DE SE TOURNER VERS LA TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE ?

Au cours des derniers mois, nous avons vu de nombreuses galeries adopter des solutions technologiques, des salles d'exposition privées en ligne à la réalité virtuelle. Toutefois, certaines grandes galeries comme David Zwirner et Hauser & Wirth ont porté le concept de galerie en ligne à un autre niveau, en offrant aux petites galeries et aux foires d'art la possibilité d'exposer et de vendre via leurs plateformes digitales, transformant ainsi ces grandes galeries en plateformes de vente en ligne tierces.

CONSOLIDATION ET CONVERGENCE

Une grande majorité des plateformes (67%) pensent que le marché de l'art en ligne sera dominé par une poignée d'acteurs internationaux dans les cinq prochaines années. Alors que les dix plus grandes plateformes représentent approximativement 68% de l'ensemble du marché en ligne, 48% de celles que nous avons interrogées pensent qu'il existe une réelle possibilité qu'un acteur extérieur vienne bouleverser le marché. Les conditions de marché durcies en raison du COVID-19 pourraient accélérer la consolidation potentielle, ou même déclencher une vague d'acquisitions par les acteurs les plus solides, notamment les maisons de ventes aux enchères traditionnelles désireuses de développer leur présence en ligne.

4%

de croissance des ventes en ligne en 2019, mais le COVID-19 a rapidement boosté les ventes en ligne.

63%

des plateformes en ligne s'attendent à ce que les grandes galeries soient les nouveaux leaders du marché en ligne.

48%

des plateformes en ligne pensent que le bouleversement du marché par un acteur extérieur est très probable dans les cinq prochaines années.

Ventes d'œuvres d'art en ligne

Le marché de l'art et des objets de collection en ligne a connu une croissance modérée de 4% en 2019, mais cette situation pourrait rapidement évoluer car le monde de l'art est contraint de commercer davantage en ligne.

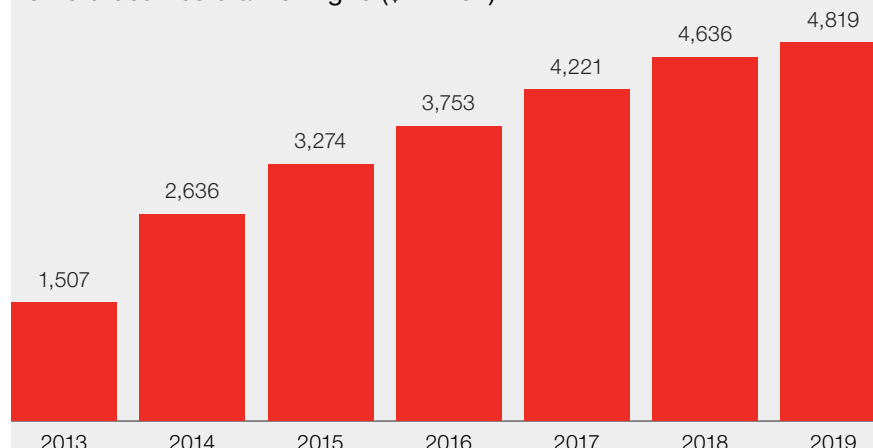
L'an dernier, les ventes du marché de l'art en ligne ont atteint environ 4,82 milliards \$, soit une augmentation de 4% par rapport aux 4,64 milliards \$ enregistrés en 2018. Depuis 2015, nous observons un déclin régulier des taux de croissance de marché, qui, pour les ventes en ligne, est passé de 24,1% en 2015 à 9,8% en 2018.

Le déclin de croissance s'explique par plusieurs facteurs : D'abord, le marché de l'art mondial a connu un ralentissement l'an dernier, Sotheby's, Christie's et Phillips ayant enregistré une baisse de valeur de 20% de leurs ventes aux enchères. Les données du Rapport Art Basel 2020 dressent le même tableau, en estimant que les ventes mondiales

d'art ont chuté de 5% sur la même période. Cependant, comme nos lecteurs le constateront dans ce rapport, malgré un déclin général des ventes aux enchères, Christie's et Sotheby's ont toutes deux profité d'une croissance positive des ventes en ligne, notamment dans le segment uniquement en ligne. Ensuite, et surtout, il existe toujours une réticence tenace d'une grande partie des acteurs du commerce de l'art à entrer réellement dans l'univers du numérique et à saisir les possibilités qu'il a à offrir, ce qui a contribué à la faiblesse de la croissance globale des ventes en ligne l'an dernier.

Alors que le marché de l'art mondial est confiné à l'heure où nous rédigeons ce rapport, que tous les lieux et événements, des musées aux foires d'art en passant par les ventes aux enchères sont fermés, reportés ou annulés, le monde de l'art a opéré une migration vers le marché en ligne, donnant lieu à un éventail large et novateur d'initiatives en ligne.

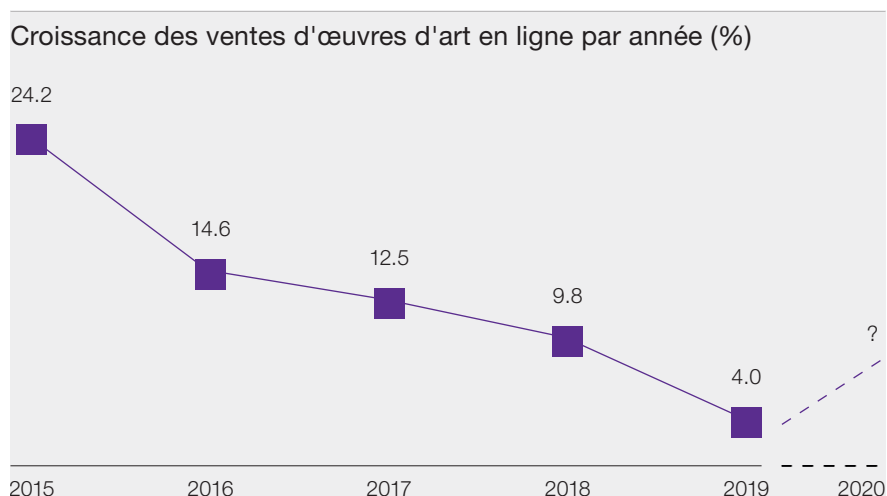
Vente d'œuvres d'art en ligne (\$ million)



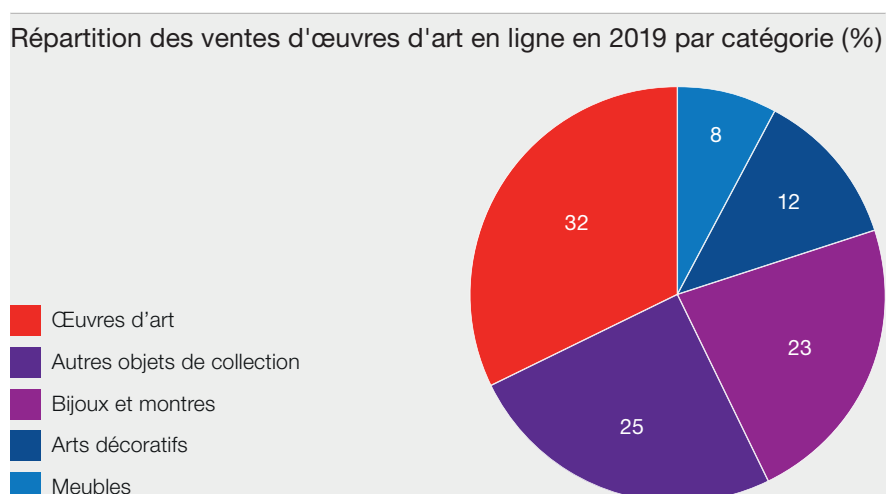
Méthodologie : L'estimation des ventes en ligne dans le monde cette année repose sur des données de vente publiquement disponibles, ainsi que sur les chiffres provenant d'une enquête réalisée auprès des principales plateformes de vente en ligne d'objets d'art et de collection, mentionnées en annexe au présent rapport. Ces plateformes de ventes d'œuvres d'art en ligne ne représentent pas l'ensemble du secteur de la vente en ligne d'œuvres d'art et d'objets de collection, c'est pourquoi nos estimations sont plutôt prudentes.

Croissance et répartition des ventes d'œuvres d'art en ligne

Croissance des ventes d'œuvres d'art en ligne par année (%)



Répartition des ventes d'œuvres d'art en ligne en 2019 par catégorie (%)



Il est hautement improbable que le monde de l'art reprenne ses vieilles habitudes lorsque nous sortirons de la crise. La distanciation sociale a imposé une nouvelle forme d'engagement en ligne qui pourrait modifier pour toujours la façon dont le marché de l'art et ses acteurs conçoivent leur présence numérique.

Les ventes d'œuvres d'art ont représenté 32% des ventes en ligne d'art et d'objets de collection en 2019, avec une forte croissance des « autres objets de collection ».

Représentant un pourcentage d'environ 32%, les ventes d'œuvres

d'art ont constitué la plus grande part de marché des ventes en ligne selon les plateformes participantes, à noter que les « autres objets de collection » (comme les pièces, les timbres, les livres rares, les cartes et les souvenirs) comptent tout de même désormais pour un quart du marché.

Pour les maisons de ventes aux enchères traditionnelles, telles que Christie's, Sotheby's et Phillips, les ventes d'œuvres d'art ont représenté environ la moitié du chiffre d'affaires (soit une moyenne de 51% pour l'ensemble de ces trois maisons) en 2019. Ce chiffre est largement

Croissance et répartition des ventes d'œuvres d'art en ligne (suite)



... À MESURE QUE LES MAISONS DE VENTES AUX ENCHÈRES TRADITIONNELLES CHERCHENT À DIVERSIFIER LEUR BASE DE CLIENTÈLE ET ATTIRER DES COLLECTIONNEURS PLUS JEUNES, NOUS NOUS ATTENDONS À OBSERVER UN INTÉRÊT PLUS MARQUÉ POUR UN SEGMENT PLUS LARGE D'OBJETS DE COLLECTION.

supérieur aux autres catégories, comme les montres et bijoux (23%), les « autres objets de collection » (25%), les arts décoratifs (8%) et les meubles (2%). En comparaison, Heritage Auction, la plus grande maison de vente aux enchères en ligne, a réalisé plus de 90% de son chiffre d'affaires en ligne en 2019 grâce à la vente d'« autres objets de collection », avec une très faible proportion de vente d'œuvres d'art (3%). À l'avenir, à mesure que les maisons de ventes aux enchères traditionnelles chercheront à diversifier leur base de clientèle et attirer des collectionneurs plus jeunes, nous nous attendons à observer un intérêt plus marqué pour un segment plus large d'objets de collection.

Parmi les plateformes de ventes d'art et d'objets de collection, les agrégateurs de ventes aux enchères (comme Invaluable, LiveAuctioneer et the saleroom), ainsi que les plateformes de ventes aux enchères en ligne (comme Catawiki), les ventes d'œuvres d'art n'ont représenté que 19,5% du total des ventes en ligne, les bijoux et montres 25% et les « autres objets de collection » 30%.

Sur les 41 plateformes en ligne interrogées, 31 ont déclaré que les ventes d'œuvres d'art constituent leur segment de ventes le plus populaire, et 13 d'entre elles (42%) lui attribuent plus de 90% de leurs ventes. 58% de ces 31 plateformes ont généré cependant un chiffre d'affaires annuel de moins de 5 millions \$ l'an dernier, ce qui laisse penser que les ventes d'œuvres d'art sont plus fragmentées et réparties sur un plus grand nombre de petites plateformes en ligne.

Perspectives pour les 12 prochains mois



COVID-19 ET PERSPECTIVES

La majorité des plateformes en ligne estiment que si la crise du COVID-19 aura un impact négatif sur l'ensemble du secteur, elle aura néanmoins une influence positive et dynamisera les ventes du marché en ligne au cours des 12 prochains mois.

La grande majorité (80%) des plateformes d'art et d'objets de collection en ligne maintiennent des perspectives positives pour le marché de l'art en ligne dans les 12 mois qui viennent. Ce chiffre est plus élevé que celui relevé dans notre enquête initiale, menée au mois de mars, au moment où l'Organisation mondiale du

commerce a déclaré que le COVID-19 était une pandémie, où 74% des plateformes anticipaient alors des perspectives positives à 12 mois.

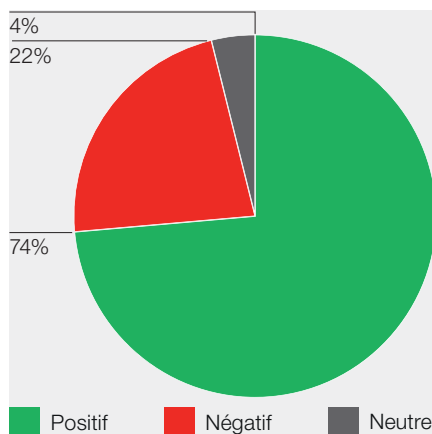
Malgré le choc immédiat que le virus a causé dans l'espace traditionnel, la majorité des plateformes rapportent d'ores et déjà une augmentation du trafic et des ventes, le marché en ligne représentant le seul canal de vente viable.

Mais cette tendance va-t-elle s'installer ou les activités reprendront leur cours normal dès que la pandémie se terminera ? La majorité des plateformes de vente en ligne (65%) indiquent qu'elles pensent que la crise actuelle entrainera une mutation permanente et profonde, car la vente en ligne deviendra une partie intégrante de toute entreprise du secteur de la vente d'art (galeries, marchands, maisons de vente et conseillers). Toutefois, certaines plateformes mettent un bémol, estimant que si les ventes en ligne sont susceptibles de bénéficier de la crise actuelle, les effets ne seront pas ressentis identiquement par tous, car la perspective probable d'un ralentissement économique pourrait nuire aux plateformes en ligne ayant des frais généraux plus élevés. Si cela se matérialise, nous pourrions observer une redistribution des cartes dans le marché de l'art en ligne, poussée par la consolidation, les échecs ainsi que les innovations.

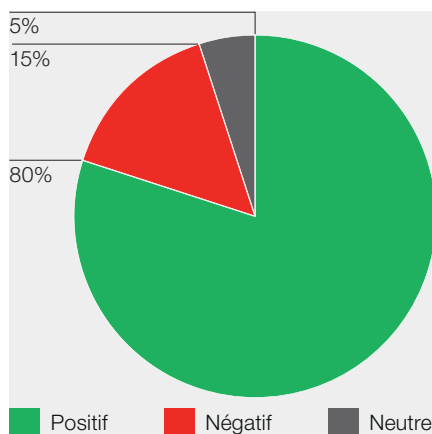
80%

des plateformes d'art en ligne pensent que les ventes en ligne vont augmenter au cours des 12 prochains mois.

Crise du COVID-19
(mars)*



Crise du COVID-19
(mai)*



*Étude menée en mars (lorsque l'épidémie de COVID-19 a été déclarée pandémie), puis deux mois plus tard en mai.

Les plus grandes maisons de ventes aux enchères s'adaptent au COVID-19



SOTHEBY'S A ENREGISTRÉ UNE AUGMENTATION DE 131% DU NOMBRE DE LOTS VENDUS EN LIGNE À CE STADE DE L'ANNÉE ET UNE AUGMENTATION DE 74% DU PRIX MOYEN PAR RAPPORT À 2019.

LES MAISONS DE VENTES AUX ENCHÈRES SE LANCENT DANS UNE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE EN QUÊTE DE CROISSANCE EN LIGNE

Christie's, Sotheby's et Heritage ont réalisé un chiffre d'affaires en ligne de 1 milliard \$ en 2019. Depuis 2015, nous suivons l'activité en ligne de ces trois maisons de vente aux enchères et leurs ventes ont augmenté de 58% – passant de 636 millions \$ en 2015 à 1,0 milliards \$ en 2019 (soit un taux de croissance annuel moyen de 12.1%). Toutefois, les trois maisons de vente aux enchères présentent des schémas de croissance nettement différents.

SOTHEBY'S

Dans le prolongement de l'acquisition de Sotheby's par Patrick Drahi en juin 2019, la maison de vente aux enchères a poursuivi sa restructuration afin de répondre aux demandes et aux attentes des clients d'une maison de ventes aux enchères du 21^è siècle. Les activités seront désormais organisées selon deux divisions globales : « beaux arts et luxe » et « art et objets ». Si les ventes aux enchères en direct resteront vraisemblablement son activité principale, Sotheby's étudie des possibilités de développement de nouveaux canaux de vente, comme les places de marché, le e-commerce et même la vente au détail. L'impact de cette stratégie s'observe déjà dans la croissance des ventes aux enchères uniquement en ligne ; en 2016 (année du lancement), à peine 17 ventes en ligne étaient organisées, pour un chiffre d'affaires de 6,5 millions \$, mais en 2019, pas moins de 129 ventes aux enchères ont été organisée en ligne, pour un

chiffre d'affaires de 80 millions \$. Le taux de croissance en ligne a considérablement accéléré pendant la crise du COVID-19, avec 37 ventes aux enchères en ligne depuis le début du confinement (20 mars 2020), générant un chiffre de 53,8 millions \$¹, contre seulement 6,3 millions \$ sur la même période en 2019. Sotheby's a enregistré une augmentation de 131% du nombre de lots vendus en ligne à ce stade de l'année, et une augmentation de 74% du prix moyen par rapport à 2019.

Les ventes en ligne ont concerné toutes les catégories d'œuvres d'art et d'objets de luxe, et offrent de nouveaux formats innovants, tels que les ventes hebdomadaires de montres en ligne, présentées sous forme de vente récurrente avec une nouvelle sélection de montres dévoilées tous les sept jours. La décision récente de Sotheby's d'ouvrir une nouvelle place de marché pour les galeries reconnues, dénommée « Sotheby's Gallery Network », marque les nouvelles ambitions de la maison de ventes aux enchères.

CHRISTIE'S

Christie's a été relativement précoce à proposer des ventes uniquement en ligne, à savoir dès 2011. En 2013, elle en a organisé 51, avec un pic en 2016 à 118. Depuis, Christie's a proposé entre 85 et 88 ventes en ligne par an, et ces ventes ont généré 86,1 millions \$ en 2019, sur un total de chiffre d'affaires en ligne de 270,4 millions \$ (ventes uniquement en ligne et enchères en ligne). Alors que Sotheby's consolide sa présence en ligne, Christie's suivra vraisemblablement le même exemple, ayant déjà annoncé un programme étendu de nouvelles ventes en ligne en mai (généralement



DES VENTES HYBRIDES EN DIRECT ET EN LIGNE POURRAIT RASSEMBLER LES COLLECTIONNEURS AU DELÀ DES CATÉGORIES ET DES FRONTIÈRES, CRÉANT UNE NOUVELLE TENDANCE SANS PRÉCÉDENT.

¹Au 10 mai 2020.



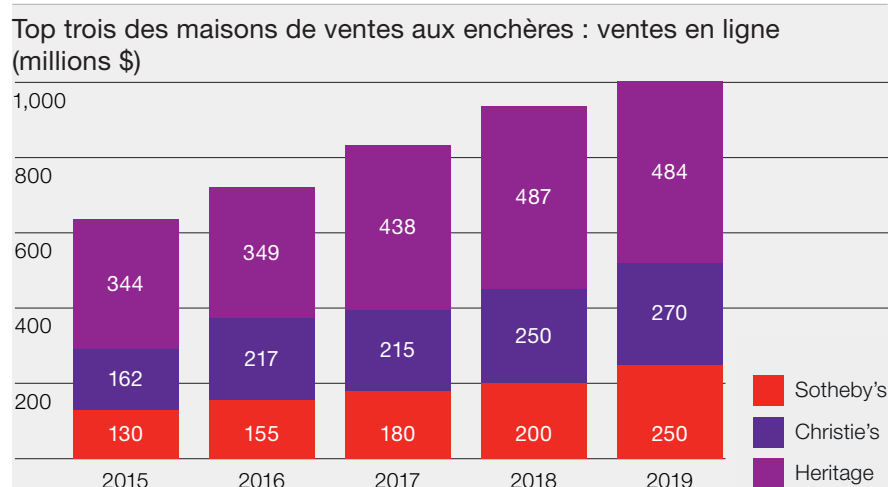
HERITAGE AUCTION A RAPPORTÉ UNE AUGMENTATION DE 10,2% DE SES VENTES EN LIGNE ENTRE LE 1ER JANVIER 2020 ET LE 13 MAI 2020, CE QUI SEMBLE INDICER QUE LA MAISON DE VENTES AUX ENCHÈRES A RÉUSSI À RELEVER LES DÉFIS POSÉS PAR LE COVID-19.

l'une des périodes les plus intenses de ventes aux enchères dans le marché de l'art). Christie's semble décidée à poursuivre cette tendance, ayant déjà dévoilé un nouveau concept de vente aux enchères sur le principe d'une course de relais pour le mois de juillet, dénommé *ONE: A Global Sale of the 20th Century*. Première de son genre, cette vente proposera des chefs d'œuvres du 20^e siècle ensemble, dans le cadre d'une organisation hybride de vente en ligne en direct, rassemblant les collectionneurs au-delà des catégories et des frontières. Cette vente est une forme repensée des ventes conventionnelles du soir et sera menée depuis les quatre principales salles de ventes de Christie's situées dans quatre fuseaux horaires différents : Hong Kong, Paris, Londres et New York. Les enchérisseurs auront la possibilité de participer en ligne, via le canal d'enchères en ligne LIVE de Christie's et, lorsque les directives gouvernementales locales le permettent, les clients et enchérisseurs par téléphone seront

admis dans les salles de ventes.
HERITAGE AUCTIONS

Heritage Auctions a bâti l'une des plus solides entreprises de vente d'art et d'objets de collection en ligne au monde, générant un chiffre d'affaires en ligne de 484 millions \$ en 2019 (semblable au chiffre d'affaires de 2018). Même si la croissance de ses ventes n'a pas été aussi forte que celle de Sotheby's (+25,5%) et Christie's (+8%) l'an dernier, Heritage a été l'une des pionnières sur le marché des ventes en ligne dès 1999. Les ventes en ligne ont représenté 58% du total des ventes d'Heritage en 2019. Pour Sotheby's, ce chiffre n'est que de 4.4%, ce qui laisse penser qu'il existe de grandes perspectives de croissance en ligne pour un grand nombre de maisons de ventes aux enchères traditionnelles, si elles sont prêtes à exploiter la technologie numérique.

Top trois des maisons de ventes aux enchères : ventes en ligne (millions \$)



Consolidation du secteur



La crise du COVID-19 pourrait accélérer la consolidation tant attendue du marché de l'art en ligne et constituer une occasion en or pour les opérateurs traditionnels de s'implanter dans le marché en ligne.

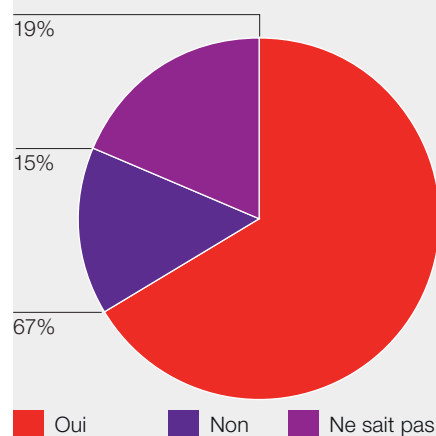
Certaines plateformes en ligne présentent une croissance en stagnation, tandis que d'autres luttent pour rester à flot. Le marché en ligne a déjà fait sa première victime cette année avec le dépôt de bilan de Paddle8 au mois de mars. Fondée en 2011 et rapidement devenue la coqueluche des premières générations de plateformes en ligne, son dépôt de bilan fait suite à un procès à son encontre pour détournement des fonds d'une vente aux enchères caritative. Même s'il ne s'agit pas d'une conséquence directe de la pandémie, cela montre que certaines plateformes d'art et places de marché en ligne ont des difficultés à prospérer et à construire un modèle durable, et la crise actuelle, avec la récession annoncée, pourrait accentuer davantage la pression sur ces entreprises.

Environ 67% des plateformes d'art en ligne interrogées cette année ont répondu qu'elles s'attendaient à davantage de consolidation du secteur dans les 12 prochains mois (un pourcentage légèrement inférieur à celui de 71% observé en 2019). Malgré des prévisions de croissance optimistes des ventes en ligne dans l'ensemble, certaines plateformes pourraient tout de même connaître des difficultés en raison de frais généraux élevés et d'une pression sur leur trésorerie, ainsi que d'un accès limité aux financements externes². Des réductions de coûts importantes sont à prévoir.

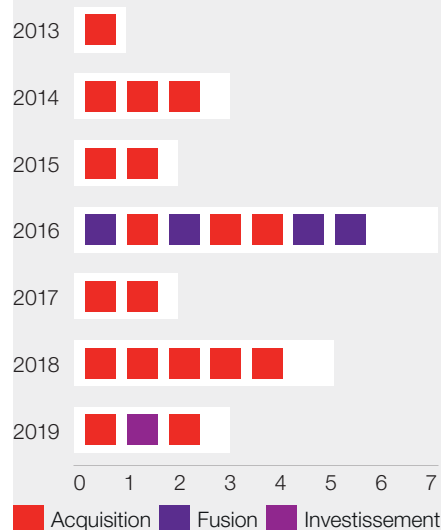
Le résultat d'un secteur en ligne plus concurrentiel pourrait faire de ces sociétés des cibles de choix pour les autres plateformes d'art et d'objets de collection en ligne ou pour les maisons de ventes aux enchères comme Christie's ou Sotheby's. Le marché actuel

pourrait constituer une belle occasion pour les opérateurs traditionnels d'accroître leur présence en ligne, en faisant l'acquisition de plateformes spécialisées dans des segments de niche du marché du luxe et de l'art.

Vous attendez-vous à plus de consolidation dans le secteur de l'Art en ligne comme des fusions et acquisitions d'entreprises d'art en ligne dans les 12 prochains mois ?



Tendances en termes de fusions et acquisitions (nombre de transactions)



²Selon CBInsights, le capital-risque et les investissements en fonds propres ont reculé de 13% au premier trimestre 2020 par rapport au quatrième trimestre 2019, cette situation étant susceptible de se détériorer davantage dans les mois à venir lorsque les impacts de la crise du COVID-19 se feront ressentir.

SÉLECTION DE FUSIONS ET ACQUISITIONS

■ Acquisition ■ Fusion ■ Investissement

Avril 2013	■ Artspace et VIP Art Fair	Artspace, un site web lancé en 2011, qui facilite les ventes en ligne pour plus de 100 galeries et organisations à but non lucratif, acquiert VIP Art Fair, un site web proposant des foires d'art en ligne créé par les marchands James et Jane Cohan et les investisseurs Jonas et Alessandra Almgren la même année.
Août 2014	■ Artspace et VIP Art Fair	Artspace a été acquise en 2014 par Phaidon pour proposer une offre d'art verticalement intégrée comprenant e-commerce, ainsi que édition numérique et papier.
Août 2014	■ Demand Media et Saatchi Art	Demand Media (désormais Leaf Group) acquiert Saatchi Art (en ligne). La transaction aurait été conclue pour 17 millions \$ en espèces et en actions.
Septembre 2014	■ Lauritz.com	Lauritz.com acquiert Stockholms Auktionsverk.
Février 2015	■ Christie's	Christie's acquiert Collectrium, la start-up proposant un outil de gestion des collectionneurs en ligne. La transaction aurait été conclue pour un montant 16 millions \$.
Octobre 2015	■ Auctionata	Auctionata acquiert le service d'évaluation basée à Londres ValueMyStuff (VMS).
Mai 2016	■ Auctionata et Paddle8	Auctionata et Paddle8 fusionnent mettant en commun leurs 800 000 utilisateurs enregistrés et représentant ensemble 150 millions \$ de chiffre d'affaires annuel, dans le but de développer le marché intermédiaire de l'art, des objets de collection et des objets de luxe vintage.
Juin 2016	■ Rise Art et Artfetch	Rise Art acquiert la plateforme de ventes Artfetch pour un montant non communiqué. Artfetch ajoute plus de 70 artistes internationaux au catalogue de Rise Art.
Septembre 2016	■ Saatchi Art	Demand Media, propriétaire de Saatchi Art, rachète The Other Art Fair afin de permettre aux acheteurs d'acheter des œuvres à la fois en ligne et hors ligne. La foire et la galerie en ligne offrent aux acheteurs la possibilité de découvrir des artistes émergents, réunissant deux secteurs importants du marché de l'art.
Octobre 2016	■ Sotheby's	Sotheby's rachète Mei Moses Art Indices, une base de données de ventes aux enchères recensant 45 000 ventes récurrentes, qui fournit un indice des prix de l'art au fil du temps. Sotheby's prévoit d'utiliser la base de données pour fournir à ses clients des informations personnalisées sur ses collections.
Novembre 2016	■ Artnet	La base de données de ventes aux enchères et salle des ventes en ligne Artnet rachète Tutela Capital. Fabian Bocart, cofondateur de Tutela Capital, dirigera Artnet Analytics.
Décembre 2016	■ MutualArt Group	MutualArt.com et The Artist Pension Trust fusionnent pour créer le MutualArt Group, dans le but de promouvoir les ventes d'art, en associant le site Web de MutualArt.com et ses 500 000 membres à la collection de The Artist Pension Trust, composée de 13 000 œuvres provenant de plus de 2 000 artistes.
Décembre 2016	■ Drouot Digital et Expertissim	La société de capital-risque NextStage AM investit 2 millions € dans la maison de ventes aux enchères Hôtel Drouot en vue du lancement de Drouot Digital, une plateforme de ventes aux enchères en direct. Expertissim, elle aussi financée par NextStage AM, est également partie prenante. Ses 80 000 membres et son réseau d'experts viennent s'ajouter aux 120 000 membres de Drouot Live.
Janvier 2017	■ Artnet	Artnet acquiert les droits de propriété intellectuelle de l'entreprise de vente en ligne sur le marché secondaire ArtList, conjointement avec deux de ses trois fondateurs. ArtList, qui a exercé ses activités de janvier 2015 à juillet 2016, aidera désormais Artnet à développer ses ventes privées en ligne.
Avril 2017	■ Artsy	Artsy acquiert ArtAdvisor, une start-up de technologie pour l'art basée à New York.
Janvier 2018	■ Sotheby's	Sotheby's acquiert Thread Genius, une start-up présentant à ses utilisateurs des œuvres d'art sur la base de leurs préférences, grâce à une technologie de reconnaissance d'image.
Février 2018	■ ATG/ Lot-tissimo	Auction Technology Group (ATG) fusionne avec le portail d'art et d'antiquités Lot-tissimo.com.
Février 2018	■ Sotheby's	Sotheby's acquiert Viyet.com, une place de marché en ligne de vente de meubles et d'objets décoratifs vintage et anciens.
Octobre 2018	■ Barnebys	Barnebys acquiert l'entreprise d'évaluation en ligne ValueMyStuff.
Décembre 2018	■ Art.com	Walmart acquiert Art.com.
Mars 2019	■ Artory et Auction Club	Artory, le registre d'art numérique basé sur la blockchain, acquiert Auction Club, une base de données de prix d'enchères de 4 000 maisons de vente internationales accessible uniquement sur abonnement. L'acquisition fusionne les équipes des deux sociétés et rend pour la première fois publics les registres des prix d'enchères d'Auction Club recueillis auprès de 250 entreprises de 40 pays. Les données ont commencé à apparaître dans le catalogue d'Artory en mai 2019.
Octobre 2019	■ Invaluable	Invaluable est l'un des principaux co-investisseurs d'une levée de fonds de 4 millions \$ pour Artmyn, qui financera la distribution à plus grande échelle de sa technologie de scannage d'art.
Novembre 2019	■ Gemini Trust Company et Nifty Gateway	Gemini Trust Company, LLC (Gemini), une bourse de cryptomonnaie et dépositaire, annonce que sa société mère a acquis Nifty Gateway™, une plateforme populaire pour tokens non fongibles (NFT, également dénommés « nifties ») qui alimentent l'économie émergente des objets de collection numériques et des biens virtuels.

L'avenir du marché de l'art en ligne

PERSPECTIVES D'AVENIR

À quoi pourrait ressembler le marché de l'art en ligne à l'avenir ?

La crise actuelle présente de nouvelles perspectives favorables, mais également des menaces à court terme. Le graphique ci-dessous présente certaines tendances clés qui pourraient émerger dans les cinq prochaines années.

Le marché de l'art en ligne se concentrera autour de quelques acteurs principaux

Une grande majorité (67%) des plateformes (contre 76% en 2019) pensent toujours que le marché de l'art en ligne sera dominé par une poignée d'acteurs internationaux dans les cinq prochaines années. On peut déjà observer que les dix plus grandes plateformes interrogées totalisent environ 68% des parts du marché de l'art en ligne, les cinq plateformes dominant ce classement totalisant à elles seules près de la moitié de parts de marché (46%). Comme indiqué plus haut, la crise du COVID-19 pourrait déclencher une vague d'acquisitions par les acteurs les plus solides, notamment les maisons de ventes aux enchères traditionnelles désireuses de développer leur présence en ligne.

Les grandes galeries pourraient s'imposer comme de nouveaux acteurs du marché en ligne

La deuxième tendance la plus fréquemment évoquée par les plateformes en ligne (63%) est que les acteurs existants du marché de l'art (comme les galeries) pourraient devenir les leaders en ligne s'ils se tournent enfin vers la technologie.



Alors que le COVID-19 contraint les galeries et marchands à accélérer leur transformation numérique, nous pourrions assister à l'émergence de plateformes en ligne et de technologies répondant aux besoins des nombreuses galeries qui n'ont pas les moyens de mettre au point leur propre solution sur mesure.

Nous assistons déjà à une prolifération des « salles d'exposition en ligne » (*online viewing rooms*), avec des entreprises de technologie comme Artlogic qui proposent des solutions pouvant être intégrées à un site web existant. Nous pourrions commencer à voir certaines galeries maîtriser de mieux en mieux leur présence numérique, ce qui serait susceptible de modifier leur relation avec les plateformes tierces. Cela pourrait entraîner un changement avec un délaissement des solutions de e-commerce au profit de plateformes publicitaires plus traditionnelles, afin d'orienter le trafic vers les propres salles d'exposition en ligne des galeries.

Le marché évoluera autour de segments de collection spécifiques

Plus de la moitié (56%) des plateformes d'art en ligne (une baisse de 6% par rapport à 2019) estiment que le marché de l'art en ligne restera organisé par types de collection, certaines plateformes dominant des segments particuliers (comme la photographie, les impressions, le mobilier ou le design).

Le bouleversement du marché par un acteur extérieur pourrait attirer la prochaine génération d'acheteurs

Près de la moitié (48%) des plateformes en ligne (contre 46% en 2019) ont déclaré qu'il était probable qu'un acteur extérieur, une société

existante ou une start-up disposant d'une technologie supérieure, puisse bouleverser le marché de l'art et des objets de collection. La concurrence pourrait venir d'autres plateformes de commerce d'objets de collection, comme StockX, qui affichent un chiffre d'affaires annuel de 100 millions \$ et qui a ajouté à son catalogue, principalement composé de baskets, des objets de collection d'artistes comme KAWS et Murakami. L'environnement commercial intuitif et transparent pourrait être exactement ce dont le marché de l'art a besoin pour attirer la prochaine génération d'acheteurs.

Plateformes en ligne locales et régionales

Autour de 41% des plateformes en ligne estiment que les plateformes peuvent consolider une implantation

locale et régionale, et que le marché de l'art en ligne restera fragmenté sur le plan géographique. Il existe déjà des signes montrant que la géographie est importante lorsqu'il s'agit de développer durablement un marché de l'art et des objets de collection en ligne. Des plateformes de vente aux enchères en ligne telles que Saffronart et AstaGuru ont acquis une position dominante en Inde et en Asie du Sud, tout comme Lauritz.com en Scandinavie, ce qui montre qu'il existe des modèles en ligne viables sur un plan local ou régional.

Une autre tendance marquante est la mise au second plan de plateformes de vente en ligne d'objets de collection et de luxe, comme The RealReal et d'autres plateformes plus orientées sur l'intérieur, comme Chairish.

Scénarios d'avenir

Quelle est la probabilité d'assister aux évolutions suivantes dans les cinq prochaines années ? (%)



Le marché de l'art en ligne se concentrera autour d'une seule plateforme en ligne ou d'un petit nombre de plateformes



Les acteurs existants du marché de l'art (galeries, maisons de ventes aux enchères) émergeront comme les leaders du marché en ligne lorsqu'elles exploiteront enfin les possibilités offertes par les technologies



Le marché de l'art en ligne restera organisé par types de collection, certaines plateformes dominant des segments particuliers (comme la photographie, les impressions, le mobilier, le design, l'art contemporain etc.)



Il n'est pas improbable qu'un acteur tiers bouleverse le marché de l'art en ligne existant (par ex. une société comme Amazon ou une nouvelle startup disposant d'une technologie améliorée)



Le marché de l'art en ligne sera local/régional avec des plateformes locales (nationales/régionales) dominant le marché

Chronologie



ÉVÉNEMENTS
ET INITIATIVES
EN LIGNE
PENDANT
LA CRISE DU
COVID-19

2020

mars
avril
mai
juin

11 mars

— L'OMS déclare que la flambée de COVID-19 constitue une pandémie.

13 mars

— Le Metropolitan Museum of Art (MET) change sa communication en attirant l'attention du public sur l'étendue de son offre en ligne (par ex. le contenu numérique, une « Chronologie de l'histoire de l'art », un site dédié aux enfants et une chaîne YouTube), alors que ses portes restent fermées au public.

— Lancement de la Social Distance Gallery (via Instagram), qui accueille les expositions BFA et MFA qui étaient censées avoir lieu dans les galeries physiques des écoles où les étudiants en beaux-arts seront bientôt diplômés.

15 mars

— Les organisateurs du Gallery Weekend Beijing annoncent son report au 22 Mai 2020 en raison du COVID-19 et déclarent qu'ils « développeront des initiatives numériques, comme un nouveau podcast, des diffusions en direct et de courtes vidéos ».

16 mars

— Matthew Burrows utilise Instagram pour demander à des artistes de publier des images de leurs œuvres à vendre à moins de 200 £ via le hashtag #artistsupportpledge.

18 mars

— La maison de vente aux enchères Paddle8 dépose le bilan.

— Art Power Hong Kong lance des programmes de discussion en ligne hebdomadaires, et propose des interviews d'artiste, des visites de galeries filmées en direct et des visites de studios.

20 mars

— Ouverture des salles d'exposition en ligne d'Art Basel Hong Kong.

— Lisson Shanghai en collaboration avec Antenna Space (Shanghai), Boers-Li Gallery (Pékin), STPI (Singapour), Tina Keng Gallery et TKG+ (Taïpei) proposent une visite virtuelle.

— Pendant l'événement Art Basel Hong Kong, David Zwirner dévoile On Painting : Art Basel Online – la salle d'exposition la plus chère de la galerie à ce jour, d'une valeur totale de plus de 16 millions \$.

— Art Dubai réorganise son programme de performances autour du thème « la guérison en tant que forme d'art en ligne ».

23 mars

— Google s'associe à plus de 30 musées, notamment le Museum of Modern Art de San Francisco et le City Art Museum de Nagoya, pour créer une exposition virtuelle de la vie et de l'œuvre de Frida Kahlo.

24 mars

— Oliver Miro annonce

le lancement de son projet 'Vortic' qui propose aux galeries des espaces d'exposition virtuels personnalisables, dans lesquels ils peuvent exposer leurs œuvres en utilisant la réalité virtuelle et augmentée, .

La Biennale de Sydney annonce la première grande exposition biennale virtuelle en raison de l'interdiction d'ouvrir son exposition au public. En collaborant avec Google, elle crée une plateforme virtuelle accessible en ligne via la plateforme Google Arts & Culture.

25 mars

Fermeture des salles d'exposition en ligne d'Art Basel Hong Kong. Au total, 235 exposants y ont pris part, montrant plus de 2 000 œuvres. Avec un prix allant de 750 \$ à 3 000 000 \$, la valeur cumulée de ces œuvres étaient d'approximativement 270 millions \$.

Art Dubai diffuse en direct les discussions d'un groupe de réflexion « consacré aux histoires et aux récits qui dessinent les répercussions actuelles du coronavirus ». Ce groupe comprend des intervenants invités, comme Lawrence Abu Hamdan, co-lauréat du Prix Turner.

31 mars

Le Broad Museum de Los Angeles dévoile le projet « Infinite Drone » qui permet de faire l'expérience en ligne de la chambre infinie de Yayoi Kusama Infinity Mirrored Room – The Souls of Millions of Light

Years Away (2013). La série TV Instagram associe des plans de l'Infinity Room avec des sélections musicales d'artistes sonores et de musiciens.

Lors de la vente en ligne d'œuvres du Moyen-Orient du 20^e siècle de Sotheby's à Londres, 60% des 67 lots ont dépassé ses estimations, même si le produit total de la vente de 2,7 millions \$, n'a pas atteint l'estimation élevée d'avant-vente.

1 avril

La Kasmin Gallery de Manhattan propose des visites par Instagram dirigées par des artistes et des visites virtuelles de l'exposition de printemps : William N. Copley : The New York Years, jusqu'au 22 avril 2020.

Hauser & Wirth s'engage à donner 10% de l'ensemble des ventes de ses expositions en ligne à l'Organisation mondiale de la santé.

Frieze New York annonce le lancement d'une salle d'exposition en ligne sans frais de participation pour les exposants.

3 avril

David Zwirner met en place une salle d'exposition en ligne pour un mois, appelée « Platform : New York » – hébergeant 12 galeries new-yorkaises de plus petite taille.

8 avril

The Other Art Fair lance Online Studios – une nouvelle

Chronologie (suite)

plateforme en ligne permettant à des milliers d'amateurs d'art de continuer à découvrir et à soutenir, en exclusivité, les plus de 800 artistes indépendants de la foire tout au long de l'année.

14 avril

— Dallas Art Fair lance un événement numérique offrant aux collectionneurs la possibilité de prévisualiser les œuvres des galeries participantes, de placer des réservations ou d'effectuer des achats à l'avance.

— Frieze Art Fair dévoile ses projets de salles d'exposition en ligne en remplacement de son édition de New York annulée. Le projet comprend un nouvel outil de réalité augmentée pour aider les collectionneurs à acheter, qui était initialement prévu pour être lancé en parallèle de l'événement physique.

16 avril

— Les œuvres sur la distanciation sociale pendant le confinement de l'artiste américain George Condo, exposées par Hauser & Wirth, ont toutes été vendues. Les prix fixés pour les six dessins intitulés Drawings for Distanced Figures, s'élevaient entre 100 000 \$ et 125 000 \$. La galerie donnera 10% des bénéfices de la vente au Fonds de riposte à la COVID-19 de l'OMS, dans le cadre de sa nouvelle initiative #artforbetter.

— Le street artiste Shepard Fairey s'associe à Adobe pour créer une nouvelle série d'œuvres qui célèbrent les travailleurs et volontaires du secteur de la

santé en première ligne, intitulée « Honor Heroes ». L'entreprise de technologie s'est également engagée à verser 3 millions \$ aux organisations qui aident les communautés du monde entier à faire face à la crise sanitaire, ainsi qu'une somme de 250 000 \$ en faveur de Direct Relief, dans le cadre de la campagne « Honor Heroes ».

20 avril

— Charles Saatchi annonce qu'il vendra 100 œuvres d'artistes émergents de la collection de la Saatchi Gallery, via une vente en ligne organisée par Christie's en mai. « Handpicked: 100 Artists Selected by the Saatchi Gallery » est la quatrième vente aux enchères publique de ce type des œuvres de la galerie, mais la première à être organisée entièrement en ligne. Les estimations des œuvres se situent entre 1 000 £ et 15 000 £.

21 avril

— La vente « Contemporary Curated » de Sotheby's a rapporté 6,4 millions \$, un record pour une vente aux enchères en ligne pour Sotheby's. La vente a été réalisée en ligne en raison de la pandémie. Elle a dépassé son estimation élevée d'avant-vente qui était de 5,75 millions \$, le total constituant le record historique de la maison de vente aux enchères pour une vente en ligne.

28 avril





DEPUIS L'ÉPIDÉMIE DE COVID-19, LE MONDE DE L'ART BÉNÉFICIE D'UN DÉFERLEMENT DE BONNE VOLONTÉ ET DE SOUTIEN, ET DE NOMBREUSES INNOVATIONS ET COLLABORATIONS SE METTENT EN PLACE, NOTAMMENT EN LIGNE.

MÊME SI LE NOUVEAU MARCHÉ DE L'ART POST-COVID NE SERA PAS UNIQUEMENT EN LIGNE, CELUI-CI A FINALEMENT ACCEPTÉ LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE ET EST DÉSORMAIS EN MEILLEURE POSITION POUR S'ADAPTER AU CHANGEMENT SUR LE LONG TERME.

Sotheby's lance la plateforme de vente en ligne Gallery Network qui propose des salles d'exposition individuelles pour chacune des galeries partenaires de la maison de vente aux enchères. La place de marché en achat immédiat propose des ventes par l'intermédiaire de la maison de vente aux enchères à des prix publiquement affichés.

19 mai

Lancement de « Curations », une initiative d'Art UK accessible gratuitement. Elle permet aux utilisateurs de créer des expositions virtuelles d'œuvres de la collection en ligne d'Art UK, qui compte actuellement plus de 250 000 œuvres de 46 000 artistes, issues de 3 000 institutions publiques au Royaume-Uni.

20 mai

New Art Dealers Alliance (NADA) lance « Fair », une nouvelle foire en ligne créée dans une optique d'entraide, les galeries et les artistes vendant des œuvres pour leur propre compte et pour se soutenir mutuellement.

26 mai

Eyebeam annonce le lancement de son projet « Rapid Response for a Better Digital Future » qui demande aux artistes de concevoir de nouvelles façons d'interagir sur Internet.

29 mai

L'écrivain et curateur, Tyler Woolcott lance StudioVisit, une plateforme en ligne qui propose un ensemble de visites de studios d'artistes individuelles et en groupe, spécialement conçues par des artistes.

3 juin

Lancement d'une nouvelle plateforme en ligne dénommée Kovet.Art, fondée par Saraswati Rachupalli. Cette plateforme exposera des œuvres de jeunes diplômés des écoles britanniques. Elle fournira également des conseils professionnels et proposera un programme de parrainage pour ses artistes.

20 juin

Loïc Gouzer, ancien co-directeur du département d'art d'après guerre et contemporain chez Christie's, lance Fair Warning, une application réservée à ses abonnés qui vendra aux enchères une œuvre d'art par semaine environ.

De l'évolution à la révolution?



PRINCIPALES TENDANCES EN LIGNE DÉCOULANT DE L'ÉPIDÉMIE DE COVID-19

L'épidémie de COVID-19 pourrait donner un coup d'accélérateur à la transformation numérique tant attendue du monde de l'art

Le marché de l'art en ligne traverse une période de changements potentiellement profonds découlant de l'épidémie de COVID-19 et de l'impact de la distanciation sociale. Certains de ces changements sont voués à perdurer. Pour la majorité des acteurs du monde de l'art, la pandémie a montré une dépendance excessive à certains canaux de vente et de promotion traditionnels (foires d'art, expositions de galerie, ventes aux enchères, etc), et révélé à quel point ils sont actuellement vulnérables du fait de leurs stratégies numériques trop limitées. Une présence en ligne n'a jamais semblé aussi indiquée pour maintenir le monde de l'art à flot, et permet d'accélérer la transformation numérique insuffisante que nous avons constatée dans le monde de l'art en général.

virtuelles et des expositions en ligne. Désormais, grâce à Google, chacun a la possibilité de visiter de nombreux grands musées et d'admirer leurs collections tranquillement installé chez soi.

La Serpentine Gallery a utilisé « Twitch », la plateforme populaire de streaming en direct pour joueurs de jeux vidéo, pour diffuser certaines de ses expositions et performances, tandis que de plus en plus de musées mettent en ligne des archives numériques, vidéos et performances sur YouTube. Le Metropolitan Museum of Art (Le Met) par exemple, propose toute une série de vidéos sous le nom The Met 360°, qui explorent les différents bâtiments et espaces du musée.

Sur les réseaux sociaux, la communauté des musées devient de plus en plus active sur Twitter, et plusieurs musées partagent des informations, vidéos et analyses sur leurs collections, sous le hashtag #museumfromhome.

FOIRES D'ART

Au début du mois de mars, les foires d'art du monde entier ont été annulées ou reportées à l'automne 2020. Sans aucun préavis, les organisateurs de foires ont été contraints de se tourner vers des alternatives en ligne, ce que certains ont fait plus rapidement et avec plus de réussite que d'autres.

Parmi les foires qui ont été les plus rapides à réagir, on peut citer Art Basel Hong Kong, qui a lancé ses salles d'exposition en ligne le 18 mars et a enregistré 250 000 visiteurs la première semaine. Au total, 235 exposants y ont participé et ont exposé 2 000 œuvres, dont les prix s'élevaient entre 750 \$ et



... LES ORGANISATEURS DE FOIRES ONT ÉTÉ CONTRAINTS DE SE TOURNER VERS DES ALTERNATIVES EN LIGNE, CE QUE CERTAINS ONT FAIT PLUS RAPIDEMENT ET AVEC PLUS DE RÉUSSITE QUE D'AUTRES.

Nous présentons ci-dessous certaines des initiatives majeures lancées par les différents acteurs du monde de l'art pour combler le vide créé par la pandémie.

MUSÉES

Beaucoup de grands musées ont été à l'avant-garde du monde de l'art en ce qui concerne l'utilisation de la technologie pour attirer et délivrer du contenu à un public mondial. Par ailleurs, Google Arts and Culture, créé en 2016, a collaboré avec plus de 500 musées et galeries dans le monde pour offrir des visites



... IL EST DE MOINS
EN MOINS PERTINENT
OU NÉCESSAIRE DE
SE RENDRE DANS
DES FOIRES D'ART
INTERNATIONALES.

3 millions \$, avec une valeur cumulée d'approximativement 270 millions \$. Certains prévoient que ce modèle en ligne deviendra rapidement la norme, alors que les foires d'art se démentent pour s'adapter au nouveau monde de la distanciation sociale.

Dallas Art Fair a lancé une édition en ligne mi-avril offrant aux collectionneurs la chance de prévisualiser les œuvres des galeries participantes, de placer des réservations ou d'effectuer des achats à l'avance. Art Dubai a également rapidement lancé son programme en ligne, qui met l'accent sur le contenu des discussions intervenues lors du Global Art Forum, et propose également des vidéos de performances. Frieze New York a lancé sa plateforme numérique « Frieze Viewing Room » au début du mois de mai.

Après avoir fait l'expérience pendant trois mois d'un marché de l'art uniquement numérique, il est clair que les collectionneurs affichent une confiance accrue dans les transactions en ligne. La seconde édition des « Online Viewing rooms » d'Art Basel, 19-26 juin, un substitut virtuel à sa célèbre foire de Bâle, a apparemment donné lieu à de nombreuses transactions de plusieurs millions \$ lors de l'avant-première VIP en ligne. Cela suggère que les plafonds de prix du marché de l'art en ligne sont de plus en plus repoussés.

Même lorsque le monde reviendra à la normale, cette transformation numérique des foires d'art pourrait bientôt devenir la nouvelle norme, car il est de moins en moins pertinent ou nécessaire de se rendre dans des foires d'art internationales.

VENTES AUX ENCHÈRES

De nombreuses maisons de ventes aux enchères ont eu recours aux ventes en ligne de façon précoce, dans le cadre de leur stratégie de compétitivité et dans une optique de survie. Pour ce faire, elles ont créé leur propre plateforme interne comme Heritage (États-Unis), Heffel (Canada) et Saffronart (Inde), ou se sont appuyées sur des agrégateurs de ventes aux enchères comme Invaluable, LiveAuctioneers et the saleroom pour attirer de nouveaux acheteurs et du trafic.

Au cours des 24 derniers mois, Sotheby's a accéléré le développement de son offre en ligne, ses ventes uniquement en ligne étant passées de 17 ventes en 2016 à 129 ventes en 2019. Cette année, en raison de l'épidémie de COVID-19, elle prévoit d'augmenter encore les ventes uniquement en ligne, puisque de nombreuses ventes traditionnelles hors ligne seront organisées par voie numérique.

Christie's, l'une des premières à avoir lancé des enchères uniquement en ligne (dès 2011), a commencé à proposer des ventes privées en ligne, ce qui la rend moins dépendante du caractère saisonnier et du calendrier des ventes aux enchères traditionnelles. Cela pourrait-il constituer la nouvelle tendance ? Si tel était le cas, cela pourrait jeter encore plus le flou sur la répartition des rôles entre les galeries, les marchands, les conseillers et les maisons de ventes aux enchères. Par rapport à leurs principaux rivaux internationaux, Bonhams et Philips ont été relativement lentes à saisir les possibilités offertes par la technologie en ligne. Bonhams n'est devenue le partenaire d'Invaluable, la place de marché en ligne, qu'au mois d'octobre 2019, tandis que Phillips a organisé ses premières ventes en ligne en 2018, plusieurs années après ses rivales..



NOUS POURRIONS
TRÈS RAPIDEMENT
COMMENCER À VOIR
ÉMERGER DANS LE
MONDE DE L'ART DES
VENTES ÉVÉNEMENTS
SEMBLABLES AUX
« SNEAKER DROPS »
PRISÉES DES
COLLECTIONNEURS
DE BASKETS

Néanmoins, les deux maisons de ventes aux enchères ont opéré un rattrapage au cours des derniers mois.

GALERIES

Les maisons de ventes aux enchères ont connu une croissance rapide de leur ventes uniquement en ligne ces dernières années. Grâce à une stratégie de libre accès, à des collaborations intéressantes et au développement accéléré du contenu numérique, les galeries commencent à apporter leur propre réponse. Au cours des deux dernières années, un modèle hybride de ventes en ligne a émergé parmi les galeries participantes, et la situation liée au COVID-19 va probablement pousser les autres à en faire de même.

Le concept de salles d'exposition en ligne a été lancé par la galerie David Zwirner en 2017, rapidement suivie par la galerie Gagosian en 2018. Le modèle est un hybride entre une galerie en ligne et une façon traditionnelle de réaliser des transactions dans les galeries physiques. En associant la personnalisation et l'exclusivité à la transparence et l'accessibilité, le marché de l'art en ligne traditionnel, de second plan, se transforme en un marché de premier plan avec des œuvres se vendant fréquemment entre 100 000 \$ et 1 millions \$. Le format des salles d'exposition en ligne permet également une meilleure scénarisation, en communiquant une expérience adaptée et personnelle et en augmentant l'intérêt, la confiance et l'assurance des acheteurs. À l'avenir, nous pourrions assister à des développements nouveaux et excitants dans l'évolution de ces salles d'exposition en ligne, en ce qui concerne l'affichage, la curation et l'expérience utilisateur, et également

en ce qui concerne le contenu qui peut être diffusé sur ces plateformes (analyse des prix et du marché, avis d'experts etc.).

La possibilité pour les galeries de créer des « événements » ou des expositions de vente plus courtes, avec une durée limitée, ressemble au marché des ventes aux enchères, en pressant les collectionneurs à agir rapidement de crainte de manquer l'occasion. Nous pourrions très rapidement commencer à voir émerger dans le monde de l'art des ventes événements semblables aux « sneaker drops » prisées des collectionneurs de baskets, où des milliers d'amateurs d'art se précipitent en ligne ou hors ligne pour acquérir une création inédite. Otis, une entreprise de propriété fractionnée basée aux États-Unis, utilise déjà ce modèle en proposant des créations d'artistes comme KAWS, Murakami et Tracey Emin.

Qu'est-ce que cela implique pour les petites galeries disposant de ressources moindres ? Sont-elles capables de profiter de cette technologie sans embaucher un directeur de la technologie ni créer une solution sur mesure ? Dès à présent, des entreprises de technologie commencent à développer de nouvelles solutions. Par exemple, la société Artlogic, basée à Londres, a lancé un service qui permettrait aux galeries de créer leurs propres salles d'exposition en ligne pour la modique somme de 120 \$ par mois. Cette fonctionnalité permettrait aux artistes et aux galeries d'obtenir des données d'utilisateur précieuses et de prospecter auprès de collectionneurs potentiels en contrepartie de l'accès exclusif à des expositions en ligne temporaires, à des œuvres et à du contenu.

Les très grandes galeries ont également mis leur plateformes numériques à

Ella Kruglyanskaya, *This is a Robbery*, 2019 | egg tempera, oil stick on gessoed panel, 56.1 x 37.8 cm | © Ella Kruglyanskaya. Courtesy the artist, Thomas Dane Gallery and Gavin Brown's Enterprise, New York/Rome. Photo: Ben Westoby



disposition de petites galeries et foires pendant la crise du COVID-19. David Zwirner a lancé « Platform » au début du mois d'avril, initialement pour les petites galeries new-yorkaises, mais le service a été étendu aux galeries de Londres, Paris et Bruxelles. Hauser & Wirth a annoncé en juin qu'elle mettrait à disposition sa plateforme numérique pour créer une édition virtuelle de la June Art Fair, la nouvelle foire dont la première édition s'est tenue l'an dernier à Bâle.

ARTISTES

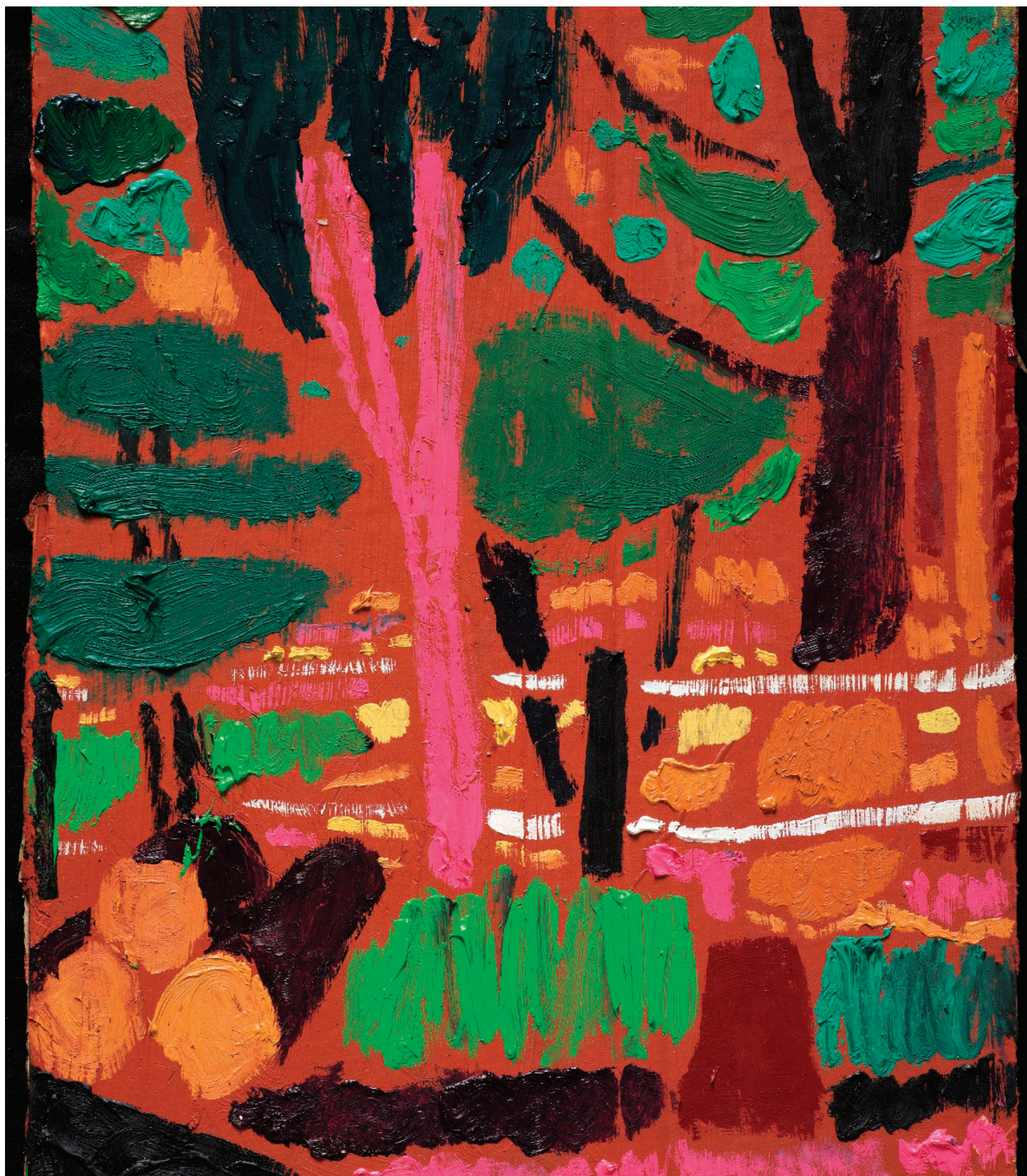
Le confinement du monde de l'art a durement touché les artistes, mais comme les autres acteurs du monde de l'art, de nombreux artistes ont recouru aux plateformes en ligne et aux réseaux sociaux pour promouvoir et vendre leurs œuvres.

En mars, l'artiste Matthew Burrows a lancé une action pour encourager les artistes à s'entraider alors que le monde de l'art était à l'arrêt. Burrows a utilisé Instagram pour demander aux artistes de publier des images de leurs œuvres à vendre à un prix inférieur à 200 £ sous le hashtag #artistsupportpledge, et chaque fois que leurs ventes atteignaient 1 000 £, ils s'engageaient à acheter des créations d'autres artistes pour 200 £. Au mois de juin 2020, il y avait 70 000 œuvres publiées et d'autres à venir. Cette action a généré environ 15 millions £ de ventes à ce jour. Les prix affichés dans le cadre de cette action sont délibérément bas, afin de rendre les œuvres disponibles à davantage de personnes que les canaux d'achat traditionnels (maisons de ventes aux enchères et galeries). Il y a également une économie de la générosité qui se crée car les artistes qui vendent leurs œuvres s'engagent à donner en retour, à acheter l'œuvre d'un autre artiste.

Dans le même temps, les artistes se tournent également vers les plateformes de financement participatif en ligne comme Patreon, afin de générer des revenus. Patreon est une plateforme réservée à ses membres qui fournit des outils professionnels aux artistes (créateurs), pour gérer un service de contenu par abonnement. Elle permet aux créateurs de générer un revenu mensuel en offrant des récompenses et avantages exclusifs à leurs « mécènes ». Patreon a déclaré qu'au cours des trois premières semaines de mars, plus de 30 000 créateurs se sont lancés sur le site et ont acquis des mécènes plus rapidement que d'habitude.

Ces modèles pilotés par les artistes ont été importants pour assurer des liquidités aux artistes en étendant le « pool d'acheteurs » et en mettant les artistes au premier plan. Grâce à ces canaux en ligne, les gens sont plus nombreux à pouvoir participer et, par conséquent, davantage de gens peuvent apporter leur aide. Intrinsèquement, il en résulte un éclatement de l'infrastructure traditionnelle hors ligne du marché de l'art, où seule une poignée de collectionneurs peuvent participer. Cette percée du numérique va-t-elle ouvrir les portes du monde de l'art au plus grand nombre ? Ces modèles pilotés par des artistes appellent également à un marché plus transparent où le prix courant est connu de chacun. Ces nouveaux modèles modifient-ils par ailleurs les perceptions de valeur et de consommation ? La crise du COVID-19 a peut-être donné naissance à une nouvelle forme d'engagement du public et des acheteurs, concentrant l'attention sur les causes sociales plutôt que sur les gains financiers ou de réputation.

Tal R, *Walk Towards Hare Hill*, 2013 | Huile sur carton, 35 x 25cm | © Tal R



Tendances des ventes d'œuvres d'art en ligne et conclusions

VENTES SUR MOBILE

Le commerce mobile a représenté environ 40% des ventes d'œuvres d'art en ligne en 2019, soit 1,92 milliards \$.

L'utilisation du m-commerce dans le marché de l'art et des objets de collection est inférieure aux moyennes générales du commerce de détail en ligne (en 2019, environ 50% des ventes de e-commerce ont été réalisées sur un appareil mobile), mais le m-commerce va vraisemblablement devenir un canal de plus en plus important pour le marché de l'art en ligne à l'avenir.



EN LIGNE VS. HORS LIGNE

Parmi les plateformes en ligne interrogées pour notre étude, 29% disposent déjà d'une présence physique, hors ligne, et 4% déclarent qu'elles ont pour projet d'en ouvrir une. Cependant, la grande majorité des plateformes (63%), ont déclaré qu'elles n'avaient aucune intention d'ouvrir un espace physique.

RENFORCER LA CONFIANCE

Dans notre rapport de l'an dernier, 87% des acheteurs d'art en ligne déclaraient que la visibilité des prix était l'un des facteurs les plus importants pour acheter de l'art.

Dans notre étude cette année, 96% des plateformes en ligne déclarent que la transparence des prix est un facteur clé pour renforcer la confiance.



Nous avons également noté une perception selon laquelle le marché en ligne est le plus adapté pour des œuvres inférieures à 5 000 \$. Néanmoins, comme nous pouvons le voir avec les salles d'exposition en ligne utilisées par de nombreuses galeries, il est possible de réaliser des transactions en ligne de l'ordre de 100 000 \$ à 1 millions \$ si les galeries proposent des œuvres de niveau supérieur et à un prix plus élevé. Dans notre précédent rapport, 92% des acheteurs d'art en ligne déclaraient que « la qualité de l'art » était le facteur principal pour acheter en ligne, et 96% des plateformes en ligne qu'il s'agissait d'un facteur essentiel pour renforcer la confiance.

EXÉCUTION DES TRANSACTIONS

Près de l'ensemble des plateformes en ligne (96%) déclarent que la logistique et l'exécution des transactions sont des facteurs essentiels pour créer une relation de confiance dans le cadre de la vente d'art en ligne. En dépit de ses efforts pour mettre en place des solutions de logistique optimisées et plus efficaces, ArtRunners, fondée en 2015, a indiqué que la résistance au changement des acteurs du marché de l'art était l'une des raisons pour lesquelles elle avait fermé quelques années plus tard. Le marché de l'art est toujours en quête d'une chose : une solution de transport rentable, simple et fiable.

CRYPTOMONNAIE

Depuis le lancement du Bitcoin en 2009, les cryptomonnaies ont connu leur part de revers et de mauvaise presse en raison de leur volatilité, des coûts de transaction imprévisibles et des failles de sécurité. Toutefois, l'avenir du commerce de détail sera étroitement lié aux développements des monnaies numériques, près d'un quart des plateformes d'art en ligne (23%) envisageant en effet d'accepter les paiements en cryptomonnaies et 12% d'entre elles déclarant qu'elles les acceptaient déjà.

65%

Malgré cela, 65% des plateformes en ligne ne proposent pas cette option de paiement et n'envisagent pas de la proposer (contre 80% en 2019).

BLOCKCHAIN

De plus en plus de plateformes ont commencé à intégrer la technologie de la blockchain : 11% d'entre elles l'ont déjà fait (contre 7% en 2019) et 30% l'envisagent actuellement (même chiffre qu'en 2019). Il sera intéressant de voir si l'engouement actuel pour les ventes en ligne peut accélérer la demande de technologie de la blockchain, dans l'optique d'améliorer le contrôle de la provenance et la transparence.

PHILANTHROPIE

Un peu plus d'une plateforme en ligne sur dix (11%) permet aux artistes ou aux acheteurs de donner une partie du montant des ventes à une œuvre caritative, et 26% envisagent de mettre en place cette option.

11%

Cette forme de mécénat et de philanthropie pourrait générer à l'avenir un montant considérable de dons privés en faveur de causes liées ou non à l'art, dans la mesure où la philanthropie et les dons de bienfaisance se feront de plus en plus en ligne.

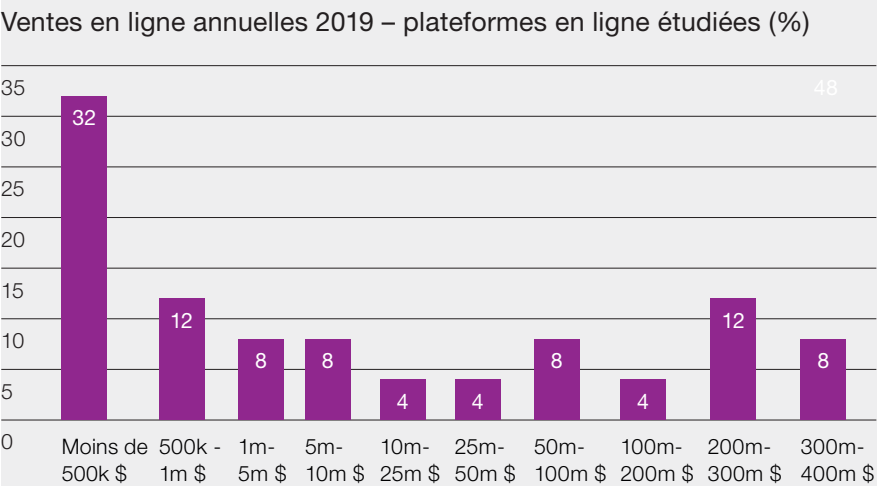
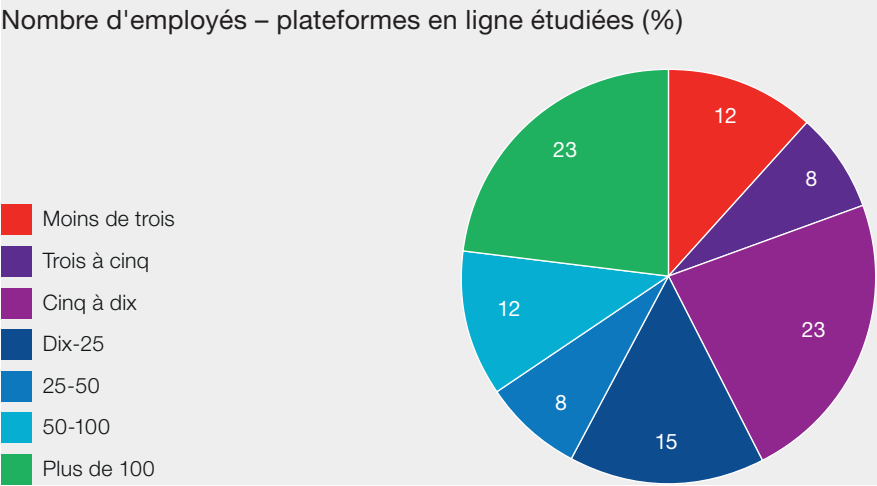
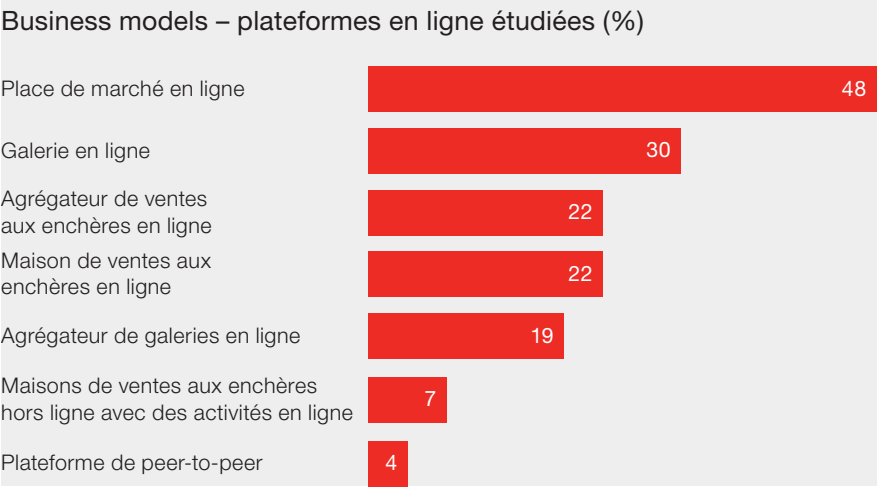
Méthodologie



CONCLUSIONS DE L'ENQUÊTE SUR LES PLATEFORMES EN LIGNE

Structure du panel
Le rapport de cette année intègre également les retours sur l'enquête des responsables et principaux employés des plateformes d'art en ligne participantes. En février et mars 2020, ArtTactic a réalisé 41 entretiens individuels et sondages en ligne (auprès d'une population totale de 56 plateformes en ligne, dont les profils d'une majorité d'entre elles sont décrits en annexe).

Type de plateformes en ligne



Profil des sociétés

1STDIBS

Website: www.1stdibs.com
 Established: 2001
 Location: New York
 Founder: Michael Bruno (no longer affiliated with the company)
 Management: David Rosenblatt (CEO)
 Investors: Benchmark Capital, Insight Venture Partners, Index Ventures and Sofina and Spark Capital
 Business model: Online marketplace

1stdibs is a global marketplace for rare and desirable objects. The website brings together more than 3,300 professional dealers from around the world specialising in design, fine art and collectibles, and serving as a source for collectors, affluent consumers and interior designers.

AMAZON

Website: www.amazon.com (collectible and fine art department)
 Established: August 2013
 Location: Seattle
 CEO: Jeff Bezos
 Business model: Online gallery, e-commerce platform

Amazon offers a wide range of collectibles and fine art through its online store, which operates in all price-segments of the art market, with art works priced from less than \$250 to more \$100,000.

ART.COM

Website: www.art.com
 Established: 1998
 Location: United States
 Founders: Joshua Chodniewicz, Michael Heinstein
 Management: Geoffrey Martin (CEO and Director),
 Investors: Stripes Group, Polaris Partners, Southern Capitol Ventures, Benchmark and Saints Capital
 Business model: Online retailer of posters, prints, and framed art products in the United States and internationally

Offers wall art products, such as posters, art prints, tapestries, photography, wall signs, limited editions, hand-painted originals, and exclusive products; and other wall decor products. The company also provides a range of finishing services, including custom framing, wood mounting, and canvas transfers. In addition, it provides Artist Rising, an online community of independent and emerging artists; Zenfolio, a solution for photographers to organise, display, and sell their work online; and Photographer Central, an online directory of professional photographers available for hire. The company was acquired by Walmart in December 2018.

ARTELLITE LTD TA DEGREEART.COM

Website: www.degreeart.com
 Established: 2003
 Location: London
 Founders: Elinor Olisa, Isobel Beauchamp
 Management: Elinor Olisa (CEO), Isobel Beauchamp (CEO), Christopher Holder, Robert McClatchey, Peter Denison-Pender
 Business model: Online gallery

In 2003, when e-commerce was in its infancy, Elinor Olisa and Isobel Beauchamp formed a vision of the future of the art market and how it could support the artists of the future. They imagined a new generation of buyers given confidence, drawn into the pleasures of the medium of art by the power of the internet. Over the last 16 years, they have committed to supporting the very best aspects of the traditional art world whilst looking to the future and ensuring that the offline and online can work in unison, nurturing a diverse community of artists and buyers. The company now manages art brands: degreeart.com, degreeart.cn, Contemporary Collective and ArtProQuo powered by their proprietary technology Artellite.

ARTFINDER

Website: www.artfinder.com
 Established: 2010
 Location: London
 Founder: Spencer Hyman
 Management: Michal Szczesny (CEO)
 Investors: Wellington Partners, Oxford Capital, William Tunstall-Pedoe, Sherry Coutu, and others
 Business model: Online marketplace

Artfinder is the art marketplace. We connect buyers directly with original art from independent artists around the world. Friendly and unpretentious, we match customers with beautiful and unique artwork, supporting artists at the same time. We also became the art world's first B Corp in 2019, showing our commitment to the triple bottom line: profit, people and planet.

ARTFUL

Website: www.theartfulproject.com
 CEO: Rachel Hotchkiss
 Founders: Rachel Hotchkiss and Joshua Blackburn
 Management: Rachel Hotchkiss and Joshua Blackburn
 Business model: Affordable online art marketplace (under £5,000)

Artful's stated goal is to inspire a new culture of art buying; where exceptional is affordable, everybody is welcome, artists are championed and customers find art they love.

Profil des sociétés (suite)

ARTISTICS

Website: www.artistics.com
 Established: 2013
 Location: Paris, France
 Founder: Sonia Rameau
 Management: Sonia Rameau (CEO)
 Investors: Business Angels
 Business model: Online gallery

Artistics is a curated online gallery featuring original works of contemporary art by international artists. Artistics is constantly uncovering new talents and making it easier for art collectors around the world to learn about their work and buy them online. By means of video, 360-degree view, rich editorial content and premium customer service, Artistics aims to reducing the distance between artists and art collectors, and introduces more transparency in the process of buying art online.

ARTNET

Website: www.artnet.com, www.artnet.com/auctions and www.news.artnet.com
 Established: 1989
 Location: New York, Berlin and London
 CEO: Jacob Pabst
 Founder: Hans Neuendorf
 Management: Jacob Pabst
 Business model: Online auctions, news, price database, art market analyses and gallery network

Artnet is the leading resource for the international art market. Established in 1989, Artnet is dedicated to bringing transparency to the art world with a range of products that ensure easy access to the latest market information and news online. With their suite of services, such as the Price Database, Gallery Network, Artnet Analytics and Artnet Auctions, they empower anyone with an interest in collecting or understanding art.

ARTLEAD.NET

Website: www.artlead.net
 Established: 2016
 Location: Brussels
 Founder: Thomas Caron
 Management: Thomas Caron (CEO)
 Business model: Online marketplace

Artlead.net makes art accessible to a large audience. As an online platform, we help you discover and collect art by today's best artists. We work together with selected artists, museums, and galleries across Europe to present a hand-picked choice of limited editions and affordable artworks by museum-worthy artists. As the only platform founded by a former institutional curator, artlead.net does not only focus on helping collectors. A big part of artlead.net's projects occur offline, where we develop several long-term art in public space integrations in various Belgian cities, to really bring art closer to the people.

THE ARTLING

Website: www.theartling.com
 Established: 2013
 Location: Singapore
 CEO: Talenia Phua Gajardo
 Founder: Talenia Phua Gajardo
 Management: Talenia Phua Gajardo (CEO)
 Investors: Edipresse Group and Angel Investors
 Business model: Online gallery

Theartling.com features a curated selection of contemporary art and design from the world's best artists and designers. The platform works with leading galleries, artists and designers with the mission to enable their artists, both emerging and established, to reach new international clients through the website and The Artling's art advisory services. Private and corporate clients are able to browse the website to source for artworks for their offline projects, placing The Artling's artists' works in a wide range of locations across the globe.

ARTPLODE

Website: www.artplode.com
 Established: 2014
 Location: London
 CEO: Maureen McCarthy
 Business model: Online C2C direct purchase platform

Artplode is a platform where galleries, dealers, artists and collectors can offer artworks for sale. Sales transactions are completed between buyers and sellers dealing direct and no commission is charged by Artplode. Sellers pay a one-off fee of \$60 to list each artwork for sale on the site. Artworks for sale on Artplode must be priced over \$1,000. On Artplode artworks by emerging artists are offered for sale alongside works by blue chip artists Picasso, Warhol, Miro, Stella, Dali, Haring and Basquait listed by noted galleries and private collectors. Artplode secured a significant single owner collection of 20 works (value \$500,000), by leading contemporary artists including Chi Peng, Amy Sillman and Ian Davenport, from a US collector.

ARTQUID

Website:	www.artquid.com
Established:	2006
Location:	Nice
Founder:	Rudolph van Valkenburg
Management:	Rudolph van Valkenburg (CEO)
Investors:	Crowdfunding and Business Angels
Business model:	Online marketplace

ArtQuid is a global online art marketplace to buy-sell original art and fine art prints.

ARTREPUBLIC

Website:	www.artrepublic.com
Established:	2014
Location:	Brighton and London
Founders:	Lawrence Alkin, Anthony Nelson, Daniel Crown
Management:	Charlotte Bearn (CEO)
Investors:	Private investors
Business model:	Online marketplace

Artrepublic is one of the pioneers in the world of online art. We aim to be the leading online destination for affordable art, helping buyers find art they love, and enabling more artists to sell their work online. Specialising in prints and multiples, the platform features thousands of artworks from hundreds of artists. World famous names such as Tracey Emin, David Hockney, and Damien Hirst can be found at artrepublic, alongside talented artists at the very start of their careers. At artrepublic, the customer experience is front and centre. We have expanded our network of framers and delivery partners, and alongside our core collection of artworks sold directly from artists' studios, we have a carefully curated and growing secondary marketplace sourced from trusted sellers. We are also working in partnership with more artists to bring timed releases and exclusive editions to our buyers.

THE ARTS TRUST PVT. LTD

Website:	www.theartstrust.com
Established:	1990
Founder:	Vikram Sethi
Management:	Vikram Sethi (CEO)
Business model:	Online marketplace

The primary function of The Arts Trust is to spread awareness about the Indian art market. Threading along this path when Indian art was still at a nascent stage, our establishment has the leverage of being able to analyse and observe the growth of the art culture with a bird's-eye view. A well-structured research and market analysis team enables us to ascertain the significance of artworks by the masters, and the advantage of having observed the growing trends within the realms of contemporary Indian art culture inculcates a strong pre-emptive advantage. The Arts Trust periodically publishes reports

providing information about the constantly evolving Indian art market.

ARTSCOOPS

Website:	www.artscoops.com
Established:	2014
Location:	Beirut, Lebanon
Founders:	Raya Mamarbachi and May Mamarbachi
Management:	Raya Mamarbachi (CEO) and May Mamarbachi (COO)
Investors:	Angel Investors and Equity Crowd Funding on Eureeca.co7
Business model:	Online and auctions marketplace and live auctions

ArtScoops is an online marketplace and auction house, presenting contemporary MENA art and objects from artists and galleries, and arranging private sales. ArtScoops is the go-to platform for discovering and buying art from artists, galleries and private sellers or by auction, whether you're just starting out or adding to your collection. By collaborating with such diverse partners, we are able to offer a variety of unique artworks, with prices ranging from \$250 to \$100,000. Whatever your aims, ArtScoops allows you to browse, experience and acquire hand-picked contemporary art, created by both renowned and emerging artists. Our mission is to create a 24/7 online art platform, where you can easily purchase artworks directly without the restrictions of time or location.

ARTSPACE

Website:	www.artspace.com
Established:	2011
Location:	New York
Founders:	Catherine Levene and Christopher Vroom
Management:	Keith Fox (CEO)
Business model:	Online marketplace

Artspace is the leading online marketplace for contemporary art, connecting passionate and sophisticated art buyers to more than 25,000 artists and over 700 institutions and galleries. Artspace is browsable by artist, gallery, price, size, medium, and more. The editorial platform, Artspace Magazine, is the collecting community's most trusted art advisor. Defining trends, spotlighting rising stars, and introducing key players and tastemakers, Artspace Magazine gives both aspiring and established collectors the context and advice they need to stay confident and informed.

Profil des sociétés (suite)

ARTSPER

Website:	www.artsper.com
Established:	2013
Location:	Paris
Founders:	Hugo Mulliez and François-Xavier Trancart
Management:	Hugo Mulliez (Chairman), François-Xavier Trancart (CEO)
Investors:	Agami, Frédéric Jousset (Beaux Arts & Cie)
Business model:	Marketplace, click-and-buy, software as a service (SaaS) for art galleries

Artsper is the European leader of contemporary art sales. Its ambition is to reduce the distance between the general public, art amateurs, collectors and the art market. Artsper gives access to the largest catalogue of artworks (+130k), offered by galleries selected across the world (+1,500). Selling works from €100 to €100,000, Artsper gathers works from well-known artists (Banksy, JonOne, Andy Warhol) and young talents, with varied mediums like painting, sculpture, photography, publishing or even mixed techniques.

ARTSTAR

Website:	www.artstar.com
Established:	2011
Location:	New York
Founder:	Chrissy Crawford Corredor
Management:	Chrissy Crawford Corredor (CEO)
Investors:	Brendan Wallace (Co-founder of Fifth Wall Ventures), Tracey Riese
Business model:	Online gallery

ArtStar is an online platform for discovering and collecting contemporary art. We sell mostly limited-edition prints and photography, but just started selling original works. We just opened a showroom and had a pop-up gallery for three months.

ARTSY

Website:	www.artsy.net
Established:	2009
Location:	Headquartered in New York City with offices in London, Berlin, Hong Kong, and Los Angeles
Founders:	Carter Cleveland, Founder and Executive Chairman; and co-founders: Wendi Murdoch, Dasha Zhukova and Sebastian Cwilich
Management:	Mike Steib (CEO)
Investors:	Larry Gagosian, Wendi Murdoch, Jack Dorsey, Eric Schmidt, Rich Barton, Sky Dayton, Bob Pittman, Dasha Zhukova
Business model:	Online gallery aggregator, online auction aggregator, online marketplace

Artsy is the leading global marketplace for buying, selling and discovering art. Artsy partners with 4,000+ international galleries, auction houses, art fairs, and museums to create the world's largest fine art marketplace. Artsy expands the entire

art market by using best-in-class technology to effectively connect supply and demand at a global scale. With 3,000+ gallery partners across 100+ countries, Artsy provides its 1.7 million global active users with the safest and most joyful destination to buy, sell and learn about art.

ARTUNER

Website:	www.artuner.com
Established:	2013
Location:	London
Founder:	Eugenio Re Rebaudengo
Business model:	Online platform with physical pop-up projects

Artuner is an innovative 'hybrid' art platform that stages curated selling exhibitions, both online and through a dynamic programme of international pop-up exhibitions.

ASTAGURU

Website:	www.astaguru.com
Established:	2008
Location:	Mumbai
Founder:	Vickram Sethi
Management:	Mr Tushar Sethi (CEO)
Business model:	Online auction

AstaGuru facilitates easy access for buyers from around the world, eliminating the geographical and physical barriers, by transcending the limitations of live auctions, AstaGuru imparts effortless transparency to the process of acquiring and selling art and rare collectibles.

AUCTION AFTERSALE

Website:	www.thirdman.auction and www.auctionaftersale.com
Established:	2018
Location:	Geneva
Founders:	Jean-Baptiste Fabre and Laurence Fabre
Management:	Jean-Baptiste Fabre (CEO)
Investors:	Jean-Baptiste and Laurence Fabre (81%)
Business model:	Online auction aggregator, online marketplace

The Thirdman offers a personal auction bidding service using AI technology. The Thirdman platform scans over 50,000 auction catalogues each year and alerts you to all upcoming lots of interest. The platform also offers trend analysis and past results.

AUCTION NETWORK SWEDEN AB

Website:	www.auctionet.com
Established:	2011
Location:	Stockholm and Malmö
Founders:	Niklas Söderholm, Tom Österman, Albert Ramstedt, Mark Westphal mfl.
Management:	CEO Niklas Söderholm, CTO Albert Ramstedt, CFO Anna Ilrot, MM Mark Westphal
Investors:	Management
Business model:	Marketplace for auction houses

Auction Network Sweden helps auction houses to transform their business, from physical to online auctions, by providing a complete system for consignment, cataloguing, publishing online, economy (pay in/pay outs) and transportation. Auctionet also has over 200,000 registered buyers.

BARNEBYS

Website:	www.barnebys.com, www.valuemystuff.com, www.collectorsweekly.com, simpleauctionsite.com
Established:	2011 (Sweden), 2013 (UK), 2014 (DE, FR, ES), 2015 (USA), 2016 (HK), 2017 (IT)
Location:	Stockholm, Sweden; London, UK; New York, San Francisco and Durham, USA
Founders:	Christopher Barnekow (Chairman) and Pontus Silfverstolpe, Head of Content
Management:	Christopher Barnekow (Chairman), Jonatan Swamberg (CEO), Pontus Silfverstolpe, Karl Hermansson, Oscar Fogelfors, Johan Dahl, Johan Larsson, Hope Jeter and Eduardo Junqueira
Investors:	Industrifonden, Active Venture Partners, Inbox Capital, Monkfish, Howzat and STING
Business model:	Traffic aggregator, cost-per-click and white label provider of auction system

Barnebys is an online auction and dealer listing aggregator and sales database, that increases traffic (i.e. new bidders) to its affiliated websites. Barnebys also offers their users a free-to-use database more than 85 million realised prices, dating back to the beginning of the 1980s, together with an appraisal service. In 2017 Barnebys developed and launched 'Skeleton' a white label auction system, and acquired two US companies SAS (simple auction system) and Collectors Weekly. The end of 2018 Barnebys Group also acquired ValueMyStuff, founded 2010 by Patrick van der Vorst. The Barnebys Group has over four-million visitors each month.

BIDSQUARE

Website:	www.bidsquare.com
Established:	2014
Location:	New York
Founders:	Andrew Brunk, Wes Cowan, Leslie Hindman, Karen Keane, Ron Pook, David Rago
Management:	Allis Ghim (CEO)
Investors:	Steve S Smith
Business model:	Online auction, online gallery aggregator, online auction aggregator

Bidsquare is a curated online platform where collectors discover and bid on rare and authentic fine art, design and collectibles from vetted auction houses and dealers. Bidsquare powers the art, design and collectibles market by hosting live and timed auctions and buy-now events for discerning collectors seeking quality, one-of-a-kind items.

BONHAMS

Website:	www.bonhams.com
Location:	Worldwide
Business model:	Bricks-and-clicks

Bonhams has developed a market-leading, highly personalised online sales and bidding platform. This is enhanced by the live-streaming of auctions, which connects online bidders with the physical saleroom experience. Bonhams responsive app receives regular updates and attracts bidders from across the world. Consignors are now also able to request an estimate on their item entirely online, with the launch of the new selling hub; sell.bonhams.com. The knowledge and passion of Bonhams' world-class specialists can be accessed via the Instagram account @bonhams1793.

BUKOWSKIS

Website:	www.bukowskis.com
Established:	1870
Location:	Stockholm, Malmö, Göteborg, Helsinki
Founder:	Henryk Bukowski
Management:	Louise Arén, CEO
Investors:	100% owned by the Lundin family
Business model:	Online auction, online marketplace

Bukowskis is the leading and most modern Nordic auction house. Through knowledge, expertise and an international network Bukowskis dominates the Nordic auction market. Bukowskis presents successful daily online auctions, several world records, fantastic results throughout all categories and without comparison, the greatest number of lots exceeding one-million SEK on the Nordic market. Bukowskis sells fine art and quality design to customers worldwide and has over 1.9 million monthly online visits.

Profil des sociétés (suite)

CATAWIKI

Website:	www.catawiki.com
Established:	2008
Location:	Amsterdam
Founders:	René Schoenmakers and Marco Jansen
Management:	Ravi Vora (CEO)
Investors:	Lead Edge Capital, Accel, Project A, Northzone, etc.
Business model:	Online auction

Catawiki is the most-visited curated marketplace for special objects in Europe. Every week, the platform puts on offer 50,000 items from around the globe, in more than 80 categories such as collectables, art, design, jewellery, watches, classic cars and more. Catawiki has more than 500 passionate employees working throughout Europe to serve customers across the world. Through its protected platform, Catawiki ensures an exciting, safe and hassle-free buying experience. Every day, Catawiki's 200 in-house experts carefully select and value the best items to auction, ensuring that people can easily discover and buy special objects that help them fulfil their passions. Founded in 2008 by René Schoenmakers and Marco Jansen with a vision to make special and hard-to-find objects more accessible, Catawiki has evolved into a large and healthy online marketplace, operating in 45 different markets. In 2019, Catawiki had more than seven-million unique monthly visitors and generated a gross merchandising value close to €350 million.

CHRISTIE'S

Website:	www.christies.com
Established:	1766
Location:	Worldwide
Founder:	James Christie
Management:	Guillaume Cerutti (CEO)
Business model:	Online auction, bricks-and-mortar auction with online business

Founded in 1766 by James Christie, Christie's has since conducted the greatest and most celebrated auctions through the centuries providing a popular showcase for the unique and the beautiful. Christie's offers around 350 auctions annually in over 80 categories, including all areas of fine and decorative arts, jewellery, photographs, collectibles, wine, and more. Prices range from \$200 to over \$100 million. Christie's also has a long and successful history conducting private sales for its clients in all categories.

DEVIANTART

Website:	www.deviantart.com
Established:	2000
Location:	Hollywood
Founder:	Angelo Sotira
Business model:	Online social network

Founded in August 2000, DeviantArt is the largest online social network for artists and art enthusiasts, and a platform for emerging and established artists to exhibit, promote and share their works with an enthusiastic, art-centric community. DeviantArt has over 38 million registered members and attracts over 65 million unique visitors per month.

DROUOT DIGITAL

Website:	www.drouotonline.com
Established:	2008
Location:	Paris, France
Founder:	Olivier Lange – CEO of Drouot Patrimoine (Holding of the Company)
Management:	Antoine de Rochefort (CEO)
Investors:	Drouot Patrimoine and NextStage
Business model:	Online auction aggregator

Since its creation in 1852, Drouot offers the auction houses all services they need to grow their business. Faithful to this vocation, Drouot Digital's mission is to support them in their digital transformation: internet auctions and e-marketing services. In 2019, Drouot Digital published more than 1.4 million lots and recorded more than 360,000 registrations to live and online sales of 400 European auction houses.

EAST END PRINTS

Website:	www.eastendprints.co.uk
Established:	2010
Location:	London
CEO:	Helen Edwards
Founder:	Helen Edwards
Business model:	Gallery and online gallery

Art publishers of prints and cards. Online and real shop.

EBAY

Website:	www.ebay.com
Established:	1995
Location:	Global
Business model:	Online auction/click-to-buy

eBay is an early innovator of C2C online trading via auctions. eBay has increasingly moved to a click-to-buy transaction model due to user demand.

EPAILIVE

Website:	www.epailive.com
Established:	2010
Location:	Beijing
Founder:	Dr Qiqi Jiang
Management:	Zheng Jie (Vice General Manager) and Kandy Niu (Vice General Manager)
Investors:	AVIC International (Hong Kong) Ltd
Business model:	Online auction aggregator

ePaiLive is Asia's leading online auction aggregator for fine art, antiques and collectibles. It connects international auction houses, galleries and dealers to a growing, influential and affluent community of more than 400,000 collectors and buyers in China and the Asia Pacific region.

FINEARTMULTIPLE™

Website:	fineartmultiple.com
Established:	2015
Location:	Switzerland, with editorial offices in Berlin
Founder:	Roman Maria Koidl (CEO)
Management:	Roman Maria Koidl and Dr Nina KoidlPWeidemann
Investor:	AXA Innovation Campus in collaboration with AXA ART
Business model:	Fully transactional and compliant online marketplace for contemporary art and classic modern

Launched in 2015, fineartmultiple™ has risen to become one of Europe's largest transactional online marketplaces for contemporary art and classic modern. On fineartmultiple™ collectors can browse, buy and resell artworks from all over the globe. By working with the most prestigious galleries in the world, the platform presents a carefully curated selection of over 3,000 artworks by 500 of the most renowned artists. Prices range from below \$1,000 to over \$200,000. In addition to offering artworks for sale fineartmultiple™ provides a specialised online magazine with up-to-date art world news and insights into the private collections of an international community of art-lovers.

HEFFEL.COM

Website:	www.heffel.com
Established:	1999
Location:	Canada
Founders:	David Heffel and Robert Heffel
Management:	David Heffel (President) and Robert Heffel (Vice President and Secretary)
Business model:	Monthly online auctions, bi-annual live auctions

Heffel has sold more Canadian art than any other auctioneer worldwide, with sales totalling more than half a billion Dollars since 1978. With offices in Toronto, Vancouver, Montreal, Ottawa and Calgary, Heffel has the most experienced team of fine art specialists in Canada and provides superior client service to both sellers and buyers internationally. Heffel was

pioneer in online auctions, which began in 1999, and in 2014 the company introduced HO2, an online corporate divestment platform to assist with single consignor sales of large volume corporate collections.

HERITAGE AUCTIONS

Website:	www.ha.com
Established:	1976
Location:	Dallas (HQ), Beverly Hills, San Francisco, New York, Hong Kong, Amsterdam, Chicago, Paris, Geneva, Palm Beach and London
CEO:	Steve Ivy
Management:	Jim Halperin (Co-Chairman), Steve Ivy (Co-Chairman and CEO), Greg Rohan (President), Todd Imhof (Executive VP) and Paul Minshull (COO)
Business model:	Fine art and collectibles auctioneer

Heritage Auctions seeks to offer unbiased, transparent, and friction reduced trading, making the learning curve less steep and less expensive for new collectors and sellers. Their mission is to be the world's most trusted and efficient marketplace and information resource for owners of fine art, jewels, sports, wine, rare collectibles, and other precious objects. Heritage Auctions has reported that its online auction sales for 2018 totalled \$487 million.

HIHEY.COM

Website:	www.hihey.com
Established:	2011
Location:	Beijing
CEO:	He Bin
Founder:	He Bin
Investors:	Shenzhen Capital Group, CITIC Securities, China Minsheng Bank Innovation Capital, and individual investors
Business model:	Online auction and click-to-buy

Hihey.com is an online art sales and service platform offering exhibitions, auctions, and art financing to artists, individual and corporate collectors, galleries, financial institutions and others.

Profil des sociétés (suite)

IDEELART (C THOMAS ASSOCIATES LIMITED)

Website:	www.ideelart.com
Established:	2015
Location:	London
CEO:	Christelle Thomas
Founders:	Francis Berthomier and Christelle Thomas
Management:	Christelle Thomas
Investors:	Francis Berthomier
Business model:	Online gallery and click-to-buy

IdeelArt is the world's first online gallerist dedicated to contemporary abstract art. We offer unique services of online representation for artists, drastically increasing their online visibility from day one of joining the platform. IdeelArt only represents accomplished, contemporary abstract artists, typically already represented by at least one leading brick-and-mortar gallery, and/or whose works have been acquired by major museums and/or corporate collections. IdeelArt represents 60 artists and 1,200 artworks, with prices ranging from £500 to £30,000.

INVALUABLE

Established:	1989
Location:	Boston
Founder:	Steven Abt
Management:	Rob Weisberg (CEO)
Investors:	Insight Venture Partners, Commonwealth Capital Ventures and Ascent Venture Partners
Business model:	Online gallery aggregator, online auction aggregator, online marketplace, auction software (White-Label Solutions)

Invaluable is the world's leading online marketplace for buying fine art, antiques and collectibles. Working with over 5,000 of the world's premier auction houses, dealers and galleries, Invaluable helps buyers from more than 180 countries connect with the things they love. With best-in-class online bidding technology, along with a fixed-price retail platform, Invaluable provides sellers with e-commerce and marketing solutions, as well as auction management software.

KAZOART

Website:	www.kazoart.com
Established:	2015
Location:	Bordeaux, France
Founder:	Mathilde Le Roy
Management:	Mathilde Le Roy (CEO), Alexandre Maria (CMO), Marion Hamon (Head of Artists Relations), Sami Gaaloul (CTO), Elsa Gascon (Head of Customer Relations)
Investors:	Expanso Capital, Hemera, Private Business Angels
Business model:	Online art gallery

KAZoART is an online art gallery that allows art-lovers and collectors to purchase artwork directly from the most promising

contemporary artists. Whether they be renowned or emerging, our artists are carefully selected by experienced art experts whose role is to not only identify rising talent but to accompany these select artists in the development of their online visibility and their artistic career. Today, we are proud to collaborate with several hundred artists from all over France and Europe. Their art is acquired by art-lovers and collectors worldwide. Our team of art advisors brings personalised advice to art lovers, to guide them in our selection of artists, and bring them the most customised art purchasing experience.

KOONESS

Website:	www.kooness.com
Established:	2015
Founder:	Lorenzo Uggeri
Management:	Lorenzo Uggeri (CEO)
Business model:	Online gallery aggregator, online marketplace

Founded in 2015, Kooness is a leading marketplace for the art world. Kooness provides everyone passionate about art – from newbies to major art collectors – a new and simple way to discover, share and buy contemporary art. Kooness is an online platform that allows the consumer to step in the fine art gallery world by providing a global virtual access to art galleries. Collectors can find the best selection of artworks by both emerging and established artists.

KUNZT.GALLERY

Website:	www.kunzt.gallery
Established:	2005
Location:	Oostende (Belgium) and Montevideo (Uruguay)
Founder:	Kris Ghesquière
Management:	Kris Ghesquière (CEO)
Investors:	Private owned company
Business model:	Curated online gallery for contemporary art by blue chip artists

Kunzt.gallery was launched in Belgium in 2005 and is one of Europe's longest-existing online galleries. Kunzt.gallery provides a platform to buy and sell original artworks, limited-edition prints and sculptures by blue chip artists. They partner with galleries and publishers from around the globe and invite collectors to consign their works to sell to their database of over 50,000 subscribers. Each work on kunzt.gallery is strictly curated and there for its quality and authenticity. They operate worldwide and the team of sellers communicates with their clients in ten different languages.

LAURITZ.COM

Website:	www.lauritz.com
Established:	2000
Location:	Denmark
CEO:	Mette Rode Sundstrøm
Founder:	Bengt Sundstrøm
Management:	Bengt Sundstrøm (Chairman) and Mette Rode Sundstrøm (CEO)
Business model:	Online auction/aggregator

Lauritz.com has 27 auction houses located in Denmark, Sweden, Norway, Germany and Belgium and further growth is expected to come from consolidation in current and new markets. Lauritz.com Group A/S was listed on Nasdaq First Premier Stockholm with the ticker LAUR in June 2016.

LAVACOW

Website:	www.lavacow.com
Established:	2013
Location:	Bucharest
Founders:	Alexandru Bâldea and Cristina Olteanu
Management:	Ioana Ciocan (2019), Robert Rădulescu (2018)
Investors:	Artmark
Business model:	Online auction

Lavacow is the first online-only auction house from Eastern Europe. It specialises in contemporary art, young and established artists, mostly from Central and Eastern Europe. A novelty for online auctions, Lavacow displays the first virtual auction room with a fully animated auctioneer and bidders, virtually mirroring the experience of a live auction. With its inaugural auction in May 2014, by the end of 2018 Lavacow conducted 44 auctions. Consignment came from 16 European countries, focused on the local market, especially on post contemporary art, while buyers originated from 20 countries on four continents. Users benefit from commissions at half the usual brick-and-mortar auction house rate.

LIVEAUCTIONEERS

Website:	www.liveauctioneers.com
Established:	2002
Location:	New York
Founders:	Julian R Ellison and John Ralston
CEO:	Jason Finger
Management:	Phil Michaelson (CEO), Erwin Hungerbuhler (SVP Global Sales and Customer Success), Rob Cummings (CTO), Jared Green (SVP Strategic Accounts)
Investors:	Cove Hill Partners, BlackRock, Capital One
Business model:	Online auction aggregator, online marketplace

LiveAuctioneers is the leading online-auction marketplace for fine and decorative art, antiques, jewellery and vintage collectibles, with 367 million visits from active collectors,

dealers, museums, and gift shoppers in 237 countries selecting from 59.3 million quality items since the company's inception. More than 5,000 auction houses in 64 countries choose LiveAuctioneers for its stable and trustworthy online bidding platform and global digital-marketing services.

LOFTY

Website:	www.lofty.com
Established:	2012
Location:	New York
Founder:	Mark Lurie
Management:	Mark Lurie (Founder and CEO) and Sarah Shinn Pratt (Director)
Investors:	Founders Fund, TA Venture and Jose Marin
Business model:	Online marketplace (click-to-buy)

Lofty is an online marketplace for valuable fine art, antiques and collectibles. Each item listed is reviewed by one of Lofty's 60-plus specialists and given a five year authenticity guarantee. Lofty seeks to establish itself as the online market leader for fine art, antiques and collectibles priced between \$500 and \$50,000.

LOT-TISSIMO

Website:	www.lot-tissimo.com
Established:	2002
Location:	Hamburg
Founder:	Jörg Wisniewski
Management:	Jörg Wisniewski
Business model:	Aggregator of catalogues of classic auctions

Lot-tissimo specialises in absentee bids (commission bids), which they collect from bidders and forward to traditional auction houses. Auction houses pay a fee for their catalogues on Lot-tissimo. Auction Technology Group announced in February 2018 that it would merge with Lot-tissimo.com.

MASTERART

Website:	www.masterart.com
Established:	2012
Location:	Global
Founder:	Henry Blundell
CEO:	Henry Blundell
Investor:	ArtSolution
Business model:	Memberships (dealers) and advertising revenue, with no commissions on sales

MasterArt enjoys a solid reputation in the art market thanks to its deep-rooted commitment to excellence and integrity. Over 15,000 works of art from 300 of the world's leading art dealers are available on the website. Collectors and art professionals alike know that only long-established dealers who regularly exhibit at prestigious international art and antique fairs are invited to display their collections on the MasterArt portal. Services also include a digital library of art catalogues, art market news and virtual tours of the important fairs.

Profil des sociétés (suite)

NEWBLOODART

Website: www.newbloodart.com
 Established: 2004
 Location: London
 Founders: Sarah Ryan
 Management: Sarah Ryan (CEO)
 Investors: Private Angel Investor
 Business model: Online art gallery

NewBloodArt is a niche/boutique online art gallery, selling unique, original art by carefully selected emerging artists. NewBloodArt was founded with the twin aims of supporting talented artists in the early stages of their careers and making original art accessible and affordable to buyers. NewBloodArt has developed a reputation for identifying emerging artists who gain critical relevance and go on to establish meaningful careers, the gallery continues to showcase and sell the work of outstanding emerging artists. Artwork can be ordered online and delivered directly to your door (or desk) anywhere in the world. Prices range from £175 to £10,000.

OCULA

Website: www.ocula.com
 Established: 2010
 Location: Hong Kong, London, New York, Shanghai and Auckland
 Founders: Simon Fisher and Christopher Taylor
 Business model: Online gallery/art media platform and private sales/advisory

Ocula presents comprehensive access to the best of contemporary art from leading galleries around the world and offers a fresh perspective in Ocula Magazine on the artists and ideas shaping art now. Along with the international reach and expertise of Ocula Private Sales and Advisory, Ocula is a compelling destination and resource for collectors, curators, advisors and followers of contemporary art everywhere. The private sales and advisory division assists clients to build and manage their collections. Ocula Advisory offers a targeted service to navigate the art world and its complex structure and rules. Through 40+ years of experience and our extensive relationships with galleries, auction houses, art dealers and collectors, Ocula Advisory has access to a wide spectrum of modern and contemporary art works. In addition to buying and selling, the services also covered are research, negotiation, conservation, authentication, acquisition, auction bidding, shipping, valuation and insurance. Discretion, transparency and professionalism are paramount.

PHILLIPS

Website: www.phillips.com
 Established: 1796
 Location: Worldwide
 Founder: Harry Phillips
 Management: Edward Dolman (CEO)
 Business model: Online auction, bricks-and-mortar auction with online business

Phillips is the destination for international collectors to buy and sell the world's most important twentieth and century and contemporary works of art, design, jewels, watches, photographs and editions. By focusing specifically on the defining aesthetic movements of the last century, we have set ourselves apart as the most dynamic and forward-thinking auction house in the world. Our global presence, seasoned expertise, extensive digital platform, and individualised client service lead collectors to seek our guidance on market trends and insights.

RISE ART

Website: www.riseart.com
 Established: 2011
 Location: London
 CEO: Scott Phillips
 Founders: Scott Phillips and Marcos Steverlyck
 Management: Scott Phillips (CEO)
 Investors: Great Oaks Capital, Jeff Fluhr, Chris Ingram
 Business model: Online gallery, online marketplace

Rise Art is the curated online gallery for outstanding professional artists. We are sophisticated technology platform bringing traditional art-world expertise and advice to those seeking high-quality artwork for any setting.

THESALEROOM.COM

Website: www.the-saleroom.com
 Established: 2001
 Location: London and Seattle
 Owner: ATG Media
 Management: John-Paul Savant (CEO)
 Investors: ECI Partners and Mobeus Equity Partners
 Business model: Online auction aggregator and marketplace

Thesaleroom.com is Europe's leading platform for fine art and antiques auctions. The website allows potential buyers to browse catalogues and bid online both before the live auction begins and in real-time with a video stream from an auction house.

SAATCHI ART

Website:	www.saatchiart.com
Launched:	2011
Location:	Santa Monica
Founder:	Rebecca Wilson, Chief Curator and VP of Art Advisory at Saatchi Art
Management:	Leanne Anderson, SVP and General Manager at Saatchi Art; Sean Moriarty, CEO at Leaf Group
Investors:	Publicly held company
Business model:	Online gallery, peer-to-peer platform, online marketplace

Saatchi Art features the world's largest selection of original art and helps people all over the world find art and artists they love. The gallery offers more than 1.4 million original paintings, drawings, sculptures and photographs by over 94,000 emerging artists from over 110 countries. Saatchi Art is redefining the experience of buying and selling art by providing art-lovers with free art advisory services and an expertly-curated selection of art, while giving artists a convenient and welcoming environment in which to exhibit and sell their work.

SAFFRONART

Website:	www.saffronart.com
Established:	2000
Location:	Mumbai (headquarters/flagship gallery), New Delhi, New York, and London
Founders:	Minal Vazirani and Dinesh Vazirani
Management:	Dinesh Vazirani (CEO and Co-founder) and Minal Vazirani (President and Co-founder)
Business model:	Online auction, bricks-and-mortar auction with online business

Founded in 2000 by Minal and Dinesh Vazirani, Saffronart is a leading international auction house, and India's most reputed, with over two-hundred auctions to its credit. Its flagship gallery is in Mumbai, with offices in New Delhi, London and New York. At the forefront of selling Indian art, Saffronart has, over the last two decades, held online and live auctions, exhibitions, and Dialogues in Art, working with collectors, gallerists and artists to develop a strong market for art and aesthetics. Its focus is to bring transparency to the auction process, and provide easy access and information to collectors around the world. Saffronart's services go beyond auctions to include private sales, appraisals and valuations for clients. Saffronart has set several global benchmarks for online auctions, and was the subject of a case study at Harvard Business School in 2005.

SINGULART

Website:	www.singulart.com
Established:	2017
Location:	Paris
Founders:	Véra Kempf, Brice Lecompte and Denis Fayolle
Management:	Véra Kempf (CEO)
Investors:	BPI France and Private Business Angels
Business model:	Online gallery

Singulart is the European leading online art gallery, dedicated to connecting contemporary artists from more than 110 countries to collectors from around the world. From emerging to established artists, each is carefully selected by a team of art professionals, providing high-quality pieces to collectors. The platform features a constantly evolving selection of collections, curated to ease the process of discovering unique contemporary paintings, photographs and sculptures. The aim is to provide contemporary artists with digital tools to independently manage the sale of their artworks. The company recently opened its website to Asian collectors, with a Japanese, Korean and Chinese versions of its website.

SOTHEBY'S

Website:	www.sothebys.com
Established:	1744
Location:	Worldwide
Founder:	Samuel Baker
Management:	Charles F Stewart (CEO)
Investors:	Private company
Business model:	Online-only auction, bricks-and-mortar auction with online business

Since launching in 2016, online sales have been a growing segment of Sotheby's sales program. Sotheby's successfully held 129 dedicated online sales in 2019, spanning all manner of fine art and luxury objects. Those sales together raised \$80 million – growing 55% over 2018, and five-times their size in 2017 – and with multiple works selling for above \$1 million.

UGALLERY.COM

Website:	www.ugallery.com
Established:	2006
Location:	San Francisco and New York
Founder:	Alex Farkas
Management:	Alex Farkas (CEO)
Business model:	Online gallery

UGallery.com offers a curated selection of original artworks from a global community of mid-career artists. The collection includes paintings, photographs, mixed media, and sculpture. UGallery's mission is to promote contemporary living artists and spread the joy of collecting original art. To date, the company has raised \$2.55 million in funding.

Profil des sociétés (suite)

WFA ONLINE AG

Website:	www.wengcontemporary.com
Established:	2014 (Core business – Weng Fine Art AG – established 1994)
Location:	Zug, Switzerland
Founders:	Rüdiger K Weng, Nicolas Mak/ Weng Fine Art AG
Investors:	85% Weng Fine Art AG, 7.5% Rüdiger K Weng, 7.5% Free Float (ca. 140 shareholders)
Management:	Giorgia Zardetto (General Director), Rüdiger K. Weng (Verwaltungsrat)
Business model:	Online gallery, e-commerce platform

Weng Contemporary is redefining the experience of purchasing prime art editions online. Weng Contemporary offer a high-end art collecting experience by presenting a portfolio of limited-edition artworks by leading contemporary artists. Established in 2014 in Zug, Switzerland, Weng Contemporary – WFA Online AG is part of Weng Fine Art AG; an international art trading and consulting company. They are actively engaged in the manufacturing process of all editions they offer and therefore can guarantee authenticity and provenance tracking, quality and condition reports, transparency in price and availability of all artworks listed on their website.

WIDEWALLS LTD

Website:	www.widewalls.ch
Established:	2017
Location:	UK (holding), Serbia (operations), India (IT)
Founders:	Francis Berthomier and Paul Bauer
Management:	Francis Berthomier (CEO)
Investors:	Francis Berthomier and Paul Bauer
Business model:	Online gallery aggregator, online marketplace, online magazine

With over 500,000 monthly visitors, 35,000 artworks to discover and buy, a magazine presenting more than 21,000 original articles, 13,000 artist biographies, 140,000 artworks documented with recent auction results, and 3,000 gallery profiles, Widewalls is one of the best places on the planet to discover and buy modern and contemporary art. Designed by a gallery owner for galleries, with a 'dealer-friendly' model, Widewalls offers a fair and engaging platform from which curated galleries, auction houses and art fairs can reach a qualified audience of art-lovers and collectors.

ZATISTA CONTEMPORARY AND FINE ART

Website:	www.zatista.com, www.zatista.co.uk, www.zatista.ca, www.zatista.ie, www.zatista.com.au, www.zatista.co.nz
Established:	2009
Location:	Philadelphia
Founders:	Pete Borowsky and Jordan Milne
Management:	Pete Borowsky (CEO) and Jordan Milne (General Manager)
Investors:	Privately held
Business model:	Online gallery

Zatista is the leading online curated original art gallery, representing the most talented established and emerging artists from around the world. Easily browse an ever-evolving collection of curated fine and contemporary art, photography and sculpture. Featured in Architectural Digest, InStyle, Elle Décor, Country Living and many more, Zatista is quickly changing the way people all over the world buy art. Trusted by collectors, top interior designers and architects, corporate buyers, and art-lovers alike, it is the premier destination for finding that perfect piece to make your space special.

Hiscox France
38 avenue de l'Opéra
75002 Paris

T 33(0) 1 53 21 83 12
E hiscox.communication@hiscox.fr
www.hiscox.fr

