
Rapport sur le commerce de l'art en ligne Hiscox 2021

PREMIÈRE PARTIE



Oeuvre d'art en couverture :

Fred Eversley, *Untitled (parabolic lens)*, (1969) 2020 | Two-colour, two-layer cast polyester | 19½ x 19½ x 6 inches | Courtesy of David Kordansky Gallery, Los Angeles.

INTRODUCTION	1
PRINCIPALES CONCLUSIONS	2
VENTES D'ŒUVRES D'ART EN LIGNE	4
VENTES AUX ENCHÈRES EXCLUSIVEMENT EN LIGNE	7
RÉPARTITION UNIFORME DES VENTES SUR LES PLATEFORMES EN LIGNE	12
CHRONOLOGIE DU MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE	14
TENDANCES DU MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE	18
LA CONSOLIDATION ET L'AVENIR DU MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE	21
BLOCKCHAIN ET CRYPTO-PAIEMENTS	24
MÉCÉNAT ET PHILANTHROPIE	27
UNE PEUR CROISSANTE DE LA CYBERCRIMINALITÉ	29
UN HABILE MOYEN DE GAGNER DE L'ARGENT : LE MARCHÉ DES D'ŒUVRES D'ART ET OBJETS DE COLLECTION NFT	30
DERNIÈRES TENDANCES DU MARCHÉ	34
MÉTHODOLOGIE	39
PROFIL DES SOCIÉTÉS	40

Introduction

Le marché de l'art en ligne a connu un essor considérable au cours des 18 derniers mois, et il pourrait tripler de volume par rapport à 2019. À la fin de l'année, il devrait en outre représenter près de 25% de l'ensemble du marché.

Les acheteurs et les vendeurs se sont familiarisés avec le commerce d'art en ligne, et ce qui constituait auparavant un nouveau défi est désormais une pratique courante. Darwin ne serait pas peu fier de la façon dont nous nous sommes tous adaptés. La réouverture au public du monde de l'art a fait du bien au moral et il était important que la première grande foire d'art de Bâle soit un succès.

Le marché de l'art en ligne ne remplacera jamais totalement le marché physique, mais il continuera à s'étendre et nous espérons tous qu'il atteindra le juste point d'équilibre.

L'autre événement majeur auquel je ne m'attendais absolument pas, est le boom du marché des NFT. Son activité a certes fait le yoyo, mais ce qui est indéniable, c'est que les NFT attirent une nouvelle population de collectionneurs/ spéculateurs et qu'ils ne sont pas prêts de disparaître du paysage. Ce phénomène créera sans nulle doute une bulle à court terme et on peut s'attendre à ce que certains collectionneurs fassent fortune, tandis que beaucoup d'autres finiront par verser une larme lorsque le marché des NFT se stabilisera et deviendra un segment du marché de l'art parmi d'autres.

Mais pour l'heure, j'espère que vous appréciez ce rapport.

Robert Read
Directeur Art et Clientèle Privée
Hiscox

Principales conclusions

LA CRISE SANITAIRE A PROPULSÉ LE MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE VERS DE NOUVEAUX SOMMETS

Dans les rapports précédents, nous nous demandions quand se produirait le décollage du marché de l'art en ligne. Nous pouvons désormais affirmer sans nous tromper que c'est chose faite. En effet, le confinement du marché de l'art physique lui a donné le coup de fouet nécessaire. Les ventes en ligne se sont élevées à 6,8 milliards de \$ au premier semestre 2021 et pourraient atteindre 13,5 milliards de \$ à la fin de l'année, battant ainsi de nouveaux records.

LA CONFIANCE S'EST INSTALLÉE

Le marché de l'art en ligne affiche un grand dynamisme et les plateformes interrogées s'accordent quasi-unaniment (97%) sur le fait que les 12 prochains mois seront bons. Avec l'essor des ventes en ligne et l'apparition de nouveaux marchés lucratifs tels que les NFT, il est facile de comprendre pourquoi ils affichent un tel optimisme.

SOTHEBY'S, LA GRANDE GAGNANTE EN LIGNE DES MAISONS DE VENTE AUX ENCHÈRES

Sotheby's s'est imposée comme leader incontestée des maisons de vente aux enchères dans le domaine des ventes en ligne. Au premier semestre 2021, ses ventes ont représenté 65% du chiffre d'affaires de 671 millions de \$ réalisé par les trois grandes maisons de ventes, Sotheby's, Christie's et Phillips, dans le cadre de ventes aux enchères en ligne. Elle confirme ainsi sa domination établie en 2020 où elle représentait près de 70% de

l'ensemble des ventes aux enchères en ligne qui ont atteint un montant d'un peu plus d'1 milliard de \$. Au premier semestre de cette année, les trois maisons ont réalisé près du double du chiffre d'affaires de l'ensemble des ventes en ligne de 2019.

LE PRIX MOYEN DES VENTES EN LIGNE A BONDI

Les acheteurs semblent plus enclins à payer un prix plus élevé pour les œuvres, ce qui constitue un autre facteur indiquant que le marché de l'art en ligne a finalement fait son trou. Le prix moyen des œuvres et objets lors des ventes aux enchères organisées par les trois grandes maisons au premier semestre 2021 s'est établi à 24 921 \$, soit trois fois plus qu'en 2019.

LES VENTES EN LIGNE SE RÉPARTISSENT PLUS ÉQUITABLEMENT

Les beaux-arts ont encore représenté la plus grande part des ventes en ligne des plateformes que nous avons interrogées (27% contre 32% en 2020), tandis que les autres objets de collection se sont maintenus, mais le mobilier et les arts décoratifs ont progressé. Cela contraste avec les maisons de vente aux enchères pour lesquelles les ventes de beaux-arts ont atteint 66% des ventes exclusivement en ligne au cours du premier semestre.

LES NFT NE SONT PAS APPELÉS À DISPARAÎTRE

Les ventes de NFT de crypto art et d'objets de collection numériques ont déjà atteint 3,3 milliards de \$ en 2021 (au jour de la publication). Bien loin d'une bulle prête à éclater, nous observons que les

NFT entrent dans une nouvelle ère passionnante et concernent moins des images générées par des artistes individuels que des projets de participation de masse, comme CryptoPunks et Bored Ape Yacht Club, dans lesquels le sentiment d'appartenance à quelque chose de grand est aussi important que l'art lui-même. Le marché de l'art traditionnel ignore la montée des NFT à ses risques et périls.

Ventes d'œuvres d'art en ligne



ALORS QUE LE MARCHÉ DE L'ART SE PRÉPARE DE NOUVEAU À ORGANISER DES FOIRES CET AUTOMNE, L'ÉVOLUTION VERS LA VENTE EN LIGNE DEVRAIT SE POURSUIVRE LONGTEMPS APRÈS LA PANDÉMIE : 56% DES ACHETEURS D'ART ET 65% DES PLATEFORMES D'ART EN LIGNE INTERROGÉES POUR NOTRE RAPPORT 2020 ONT EN EFFET DÉCLARÉ QU'ILS PENSAIENT QUE LE VIRAGE VERS LES VENTES NUMÉRIQUES SERAIT PERMANENT.

Après plusieurs années de croissance anémique, voire de déclin, les ventes d'œuvres d'art en ligne ont explosé pendant la pandémie, profitant du fait que le marché de l'art traditionnel peinait à s'adapter aux confinements et aux restrictions des rassemblements.

Au cours du premier semestre 2021, les ventes ont progressé de 73% pour atteindre 6,795 milliards de \$, à peine moins que l'ensemble des ventes de 2020 (7,892 milliards de \$), qui avaient enregistré une augmentation de 64% par rapport à l'année précédente. Elles pourraient atteindre 13,5 milliards de \$ cette année si elles maintiennent le même taux de croissance au deuxième semestre. En 2020, le marché de l'art en ligne a représenté 15,8% de l'ensemble des ventes, contre 7,5% en 2019².

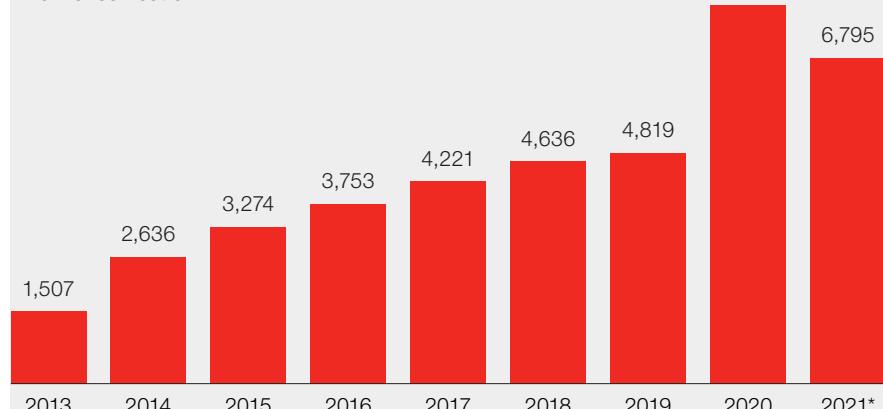
15.8%

de toutes les ventes d'art ont été réalisées par le marché de l'art en ligne en 2020, contre 7,5% en 2019.

Vente d'œuvres d'art en ligne (milliards de \$)

Vente d'œuvres d'art en ligne (milliards de \$)

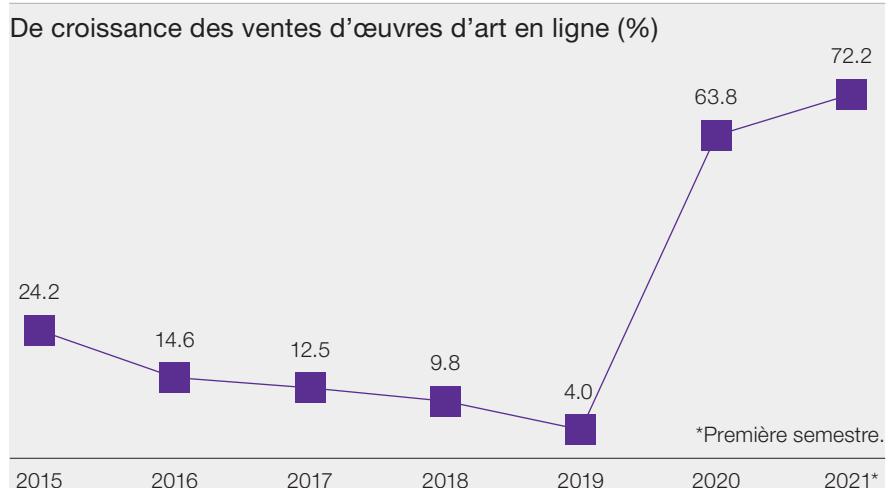
*Premier semestre.



¹Méthodologie : ce chiffre se base sur les ventes de 73 plateformes de ventes en ligne internationales (comprenant les ventes en ligne de Sotheby's, Christie's et Phillips). Il n'inclut pas les ventes en ligne réalisées directement par les sites web des galeries ou les salles d'exposition en ligne (online viewing rooms, OVR) des foires d'art. L'estimation des ventes en ligne est donc vraisemblablement une estimation prudente du volume de ventes du marché de l'art en ligne dans son ensemble. Le chiffre exclut également les ventes du marché des NFT, qui fait l'objet d'une analyse distincte en page 27 de ce rapport.

²La part de marché est calculée selon les chiffres des ventes en ligne du rapport sur le marché de l'art 2021 d'Art Basel UBS. En raison de l'impact du Covid-19 sur le marché de l'art physique en 2020, le bond du marché de l'art en ligne reflète un déclin global de l'ensemble des ventes de 2020 accompagné d'une croissance considérable des ventes en ligne, car les galeries, les foires d'art et les maisons de vente aux enchères ont été contraintes de se tourner vers le marché en ligne.

De croissance des ventes d'œuvres d'art en ligne (%)



Il est clair que la pandémie a entraîné un changement systémique du marché de l'art. Le marché en ligne est désormais devenu un canal de vente essentiel dans un monde cherchant à s'adapter au Covid-19. Les entreprises du marché de l'art qui se sont tournées vers la technologie ont récolté les fruits au cours des 18 derniers mois, encourageant par là même une nouvelle génération d'acheteurs d'art préférant naviguer et acheter en ligne, car ils considèrent le marché de l'art traditionnel comme décourageant et rigide.

Alors que le marché de l'art se prépare de nouveau à organiser des foires cet automne, l'évolution vers la vente en ligne devrait se poursuivre longtemps après la pandémie : 56% des acheteurs d'art et 65% des plateformes d'art en ligne interrogées pour notre rapport 2020 ont en effet déclaré qu'ils pensaient que le virage vers les ventes numériques serait permanent.

La pandémie a été un catalyseur de changement et d'innovation. Les entreprises du marché de l'art,

telles que les galeries en ligne, les foires et les maisons de vente, ont été contraintes de se transformer, en adoptant de nouvelles stratégies numériques. Le marché de l'art semble enfin être entré dans l'ère du 21ème siècle.

Les appareils mobiles, tels que les smartphones et tablettes, constituent un moyen de plus en plus utilisé pour acheter de l'art. Le commerce mobile a représenté environ 3,125 milliards de \$, soit 46% des ventes d'œuvres d'art en ligne au cours de la première moitié de l'année 2021 (contre 40% en 2020). Le marché de l'art en ligne est progressivement en train de combler le retard du m-commerce par rapport au reste du secteur de la vente en ligne, et représente dorénavant 65%³ des ventes, selon eMarketer.

Instagram reste le principal réseau social pour les ventes, selon 89% des plateformes de vente en ligne, un chiffre légèrement supérieur à celui observé l'an dernier (85% en 2020). Facebook, la deuxième plateforme la plus utilisée, a perdu de son importance, selon les personnes interrogées, passant de 78% en 2020 à 68% cette

LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE SONT EXCELLENTES POUR LES 12 PROCHAINS MOIS, 97% DES PLATEFORMES D'ART EN LIGNE DÉCLARANT ÊTRE OPTIMISTES POUR SON AVENIR, CONTRE 80% EN 2020.

³<https://www.emarketer.com/chart/247774/retail-mcommerce-sales-share-worldwide-by-region-2021-of-total-retail-eCommerce-sales>.

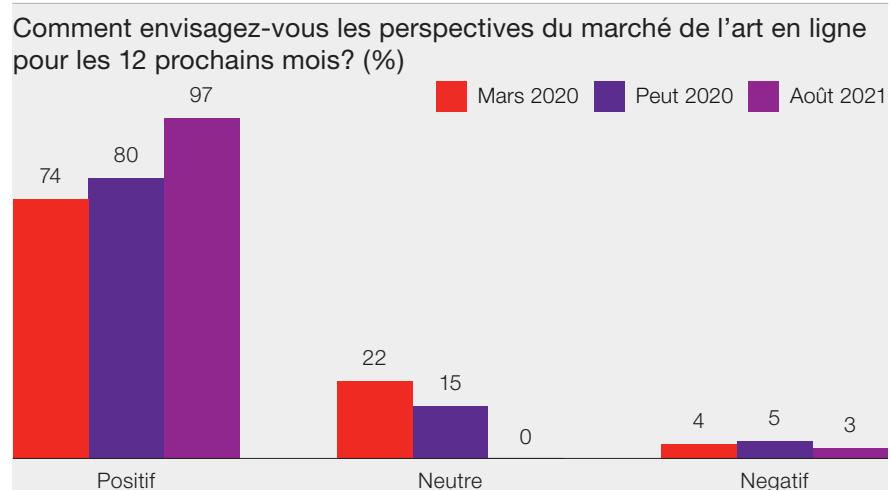
⁴https://www.christies.com/presscenter/pdf/9913/REL_Christie's%202020%20Preliminary%20Results_9913_1.pdf.

Ventes d'œuvres d'art en ligne (suite)

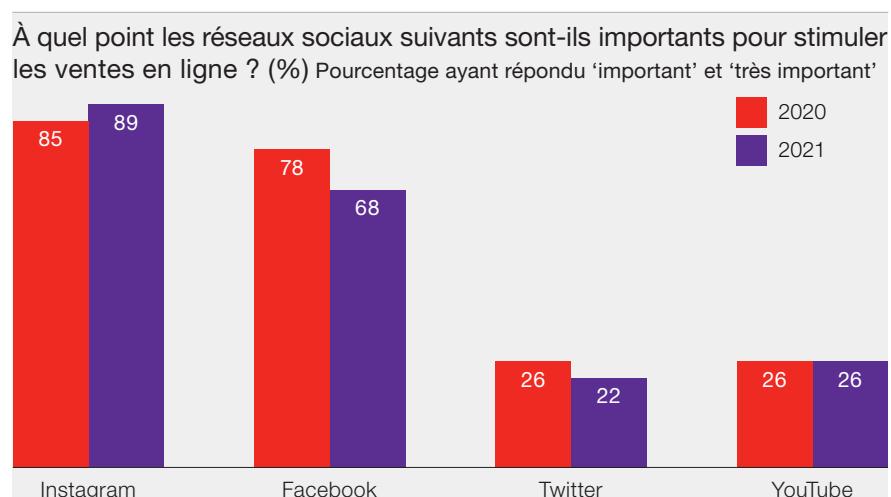
année. Un quart des plateformes de vente en ligne (26%) ont déclaré que YouTube constituait un canal important des ventes en ligne (même chiffre qu'en 2020).

Le streaming live a transformé les ventes aux enchères en ligne en événements populaires. Au total, plus d'1 million⁴ d'internautes ont regardé en streaming live les marquée week sales de Christie's en 2020 sur son site web et sur ses chaînes de réseaux sociaux.

Comment envisagez-vous les perspectives du marché de l'art en ligne pour les 12 prochains mois? (%)



À quel point les réseaux sociaux suivants sont-ils importants pour stimuler les ventes en ligne ? (%)



Ventes aux enchères exclusivement en ligne



La pandémie a également engendré un changement majeur du marché des ventes aux enchères : Christie's, Sotheby's et Phillips ont réalisé un chiffre d'affaires de 1,05 milliards de \$ en 2020⁵ lors de ventes aux enchères en ligne, contre seulement 395 millions de \$ en 2019. Les ventes aux enchères exclusivement en ligne de ces maisons ont progressé de 70% au premier semestre 2021, pour atteindre 671 millions de \$. En 2020, elles représentaient 14,2% de l'ensemble des ventes aux enchères de ces trois maisons contre à peine 1,2% en 2019.

La croissance des ventes de non-fungible tokens (jetons non fongibles, NFT), objets de collection numériques, que nous examinons plus amplement dans la suite de ce rapport, a également profité aux trois maisons de ventes aux enchères, qui ont vendu pour 116 millions de \$ de NFT lors des six premiers mois de l'année 2021. Avec les nouvelles ventes de NFT programmées pour le second semestre de l'année, leur popularité ne peut que s'accroître.

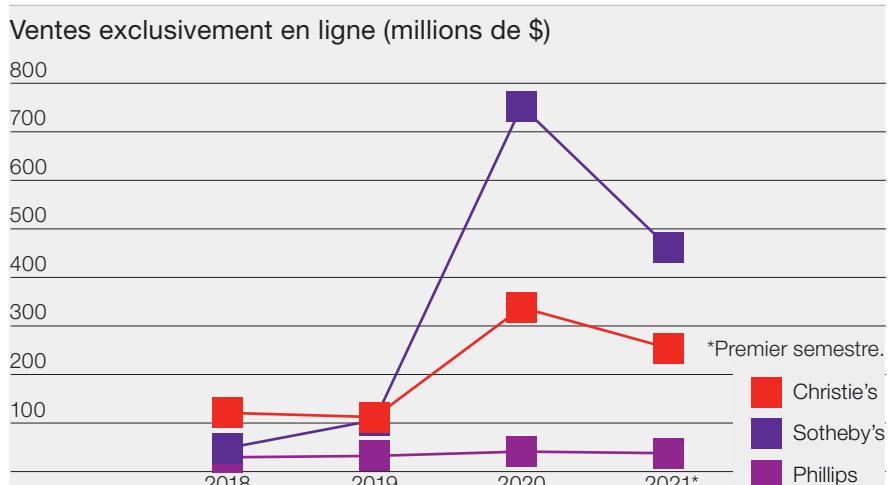
Les acheteurs semblent désormais plus confiants dans l'achat d'œuvres d'art en ligne, un élément fondamental qui freinait le marché dans le passé. Un clair indicateur de cette tendance est que la moyenne des prix de vente, lors des ventes aux enchères exclusivement en ligne, a triplé en 18 mois. La hausse rapide du chiffre d'affaires des ventes exclusivement en ligne de Christie's, Sotheby's et Phillips n'est pas uniquement due à l'augmentation du nombre de lots, mais également à l'augmentation de 202% des prix moyens atteints lors de ces ventes, à savoir 24 921 \$ au cours du premier semestre 2021 contre 8 259 \$ en 2019.



LES ACHETEURS SEMBLENT DÉSORMAIS PLUS CONFIAINS DANS L'ACHAT D'ŒUVRES D'ART EN LIGNE, UN ÉLÉMENT FONDAMENTAL QUI FREINAIT LE MARCHÉ DANS LE PASSÉ.

Elles ont organisé 238 ventes aux enchères exclusivement en ligne rien qu'au premier semestre 2021 contre 216 en 2020 et 93 en 2019. Les ventes aux enchères ont été redynamisées grâce à une combinaison d'événements plus fréquents, ainsi que davantage de ventes spéciales (curated) et thématiques couvrant un éventail d'objets de collection plus large, ce qui a contribué à réduire l'impact de la pandémie.

Ventes exclusivement en ligne (millions de \$)



⁵ArtTactic – RawFacts Online-Only Auction Review 2020 (publié en janvier 2021).

Ventes aux enchères exclusivement en ligne (suite)



LE PLAFOND DE PRIX TRADITIONNEL DU MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE A EXPLOSÉ PENDANT LA PANDÉMIE, FAISANT DES VENTES AUX ENCHÈRES EXCLUSIVEMENT EN LIGNE UN CANAL DE VENTE IMPORTANT POUR UN GRAND NOMBRE D'OBJETS DE COLLECTION.

Le plafond de prix traditionnel du marché de l'art en ligne a explosé pendant la pandémie, faisant des ventes aux enchères exclusivement en ligne un canal de vente important pour un grand nombre d'objets de collection.

TENDANCES DES PRIX

Les prix de vente de beaux-arts ont quadruplé depuis 2019 : le prix moyen des ventes aux enchères exclusivement en ligne de beaux-arts s'est établi à 42 000 \$ lors du premier semestre 2021, contre 10 000 \$ en 2019.

Bijoux et montres : le prix moyen des ventes aux enchères exclusivement en ligne s'est établi à 18 000 \$, contre 5 700 \$ en 2019.

Design, arts décoratifs et mobilier : le prix moyen des ventes aux enchères exclusivement en ligne s'est établi à 10 500 \$, contre 4 300 \$ en 2019.

Vêtements et accessoire : le prix moyen des ventes aux enchères exclusivement en ligne s'est établi à 10 300 \$, contre 6 700 \$ en 2019.

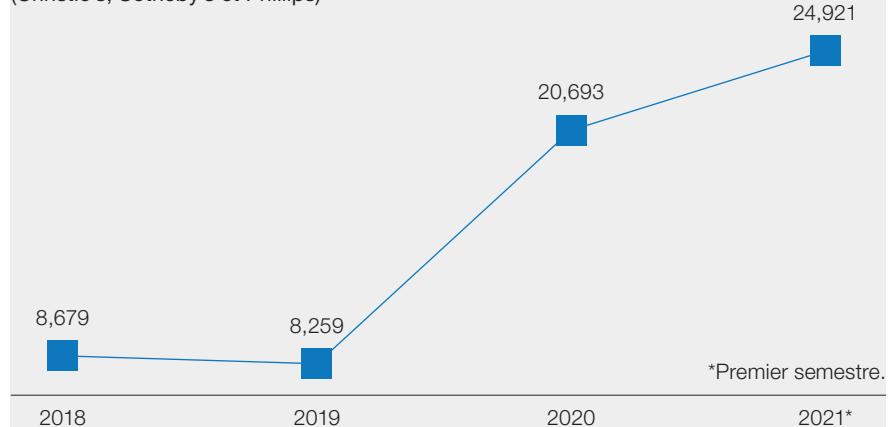
Dans d'autres catégories d'objets de collection comme les livres, manuscrits et bouteilles de vin, les prix des ventes exclusivement en ligne n'ont que peu voire pas du tout évolué depuis 2019, tandis que le prix moyen des voitures de collection a baissé lors des six premiers mois de l'année 2021.

QU'EST-CE QUE LES ACHETEURS ACHÈTENT ?

Les beaux-arts dominent les ventes exclusivement en ligne des principales maisons de vente, mais d'autres catégories d'objets ont connu une forte croissance au premier semestre 2021. Les beaux-arts ont représenté les deux tiers (66%) des ventes exclusivement en ligne de Christie's, Sotheby's et Phillips, un chiffre en hausse par rapport à 2020 (54%). Les bijoux et montres constituent la deuxième catégorie d'objets, avec 16% de part de marché (contre 22% en 2020), tandis que la catégorie design, arts décoratifs et mobilier se classe en troisième position à 5%. Toutes les catégories autres que les voitures de collection ont enregistré une nette augmentation

Prix moyens (USD) ventes aux enchères exclusivement en ligne (\$)

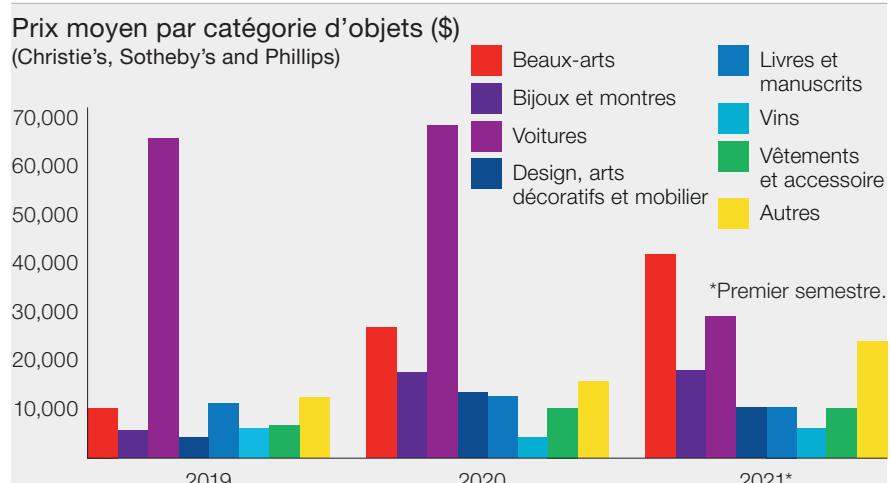
Prix moyens ventes aux enchères exclusivement en ligne (\$) (Christie's, Sotheby's et Phillips)



au cours des six premiers mois de cette année, par rapport à l'année précédente, ce qui témoigne d'un vaste intérêt pour l'achat en ligne d'une grande variété d'objets de collection.

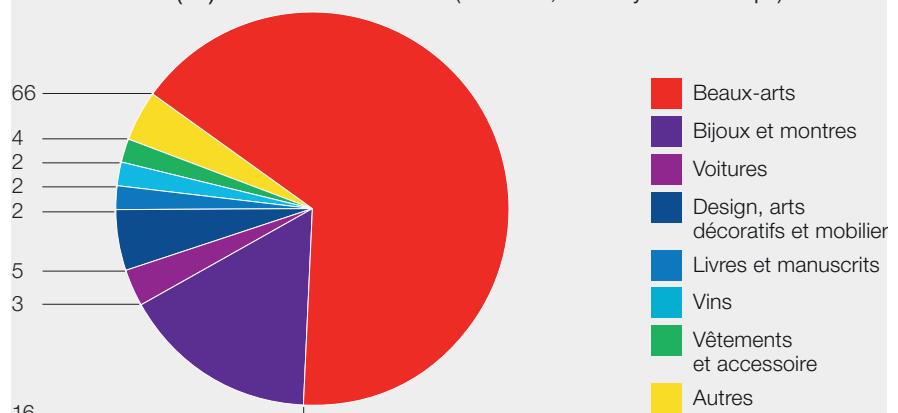
D'autres objets de collection plus originaux, notamment les objets liés aux sports et célébrités, bandes dessinées, skateboards, baskets, costumes et robes, ont bondi au cours du premier semestre 2021 à 24,4 millions de \$, contre 7,5 millions à la même période en 2020. Cela montre que Christie's, Sotheby's et Phillips utilisent leur plateforme de vente en ligne pour attirer des acheteurs plus jeunes et plus divers.

Prix moyen par catégorie d'objets (\$)

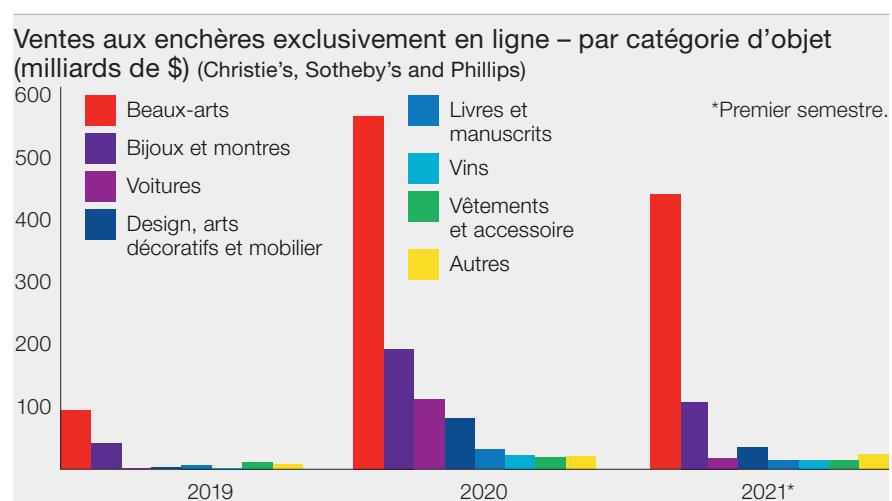


Ventes aux enchères exclusivement en ligne – art de marché par objet de collection (%)

Ventes aux enchères exclusivement en ligne – art de marché par objet de collection (%) Premier semestre 2021 (Christie's, Sotheby's and Phillips)



Ventes aux enchères exclusivement en ligne – par catégorie d'objet (milliards de \$)



 **LES BEAUX-ARTS DOMINENT LES VENTES EXCLUSIVEMENT EN LIGNE DES PRINCIPALES MAISONS DE VENTE, MAIS D'AUTRES CATÉGORIES D'OBJETS ONT CONNU UNE FORTE CROISSANCE AU PREMIER SEMESTRE 2021.**

Raul Guerrero, *Hot Dog: The Weinerschnitzel*, 2006 | Oil on linen | 70 x 80 x 1½ inches (177.8 x 203.2 x 3.8cm) | Courtesy of David Kordansky Gallery, Los Angeles.



Répartition uniforme des ventes sur les plateformes en ligne

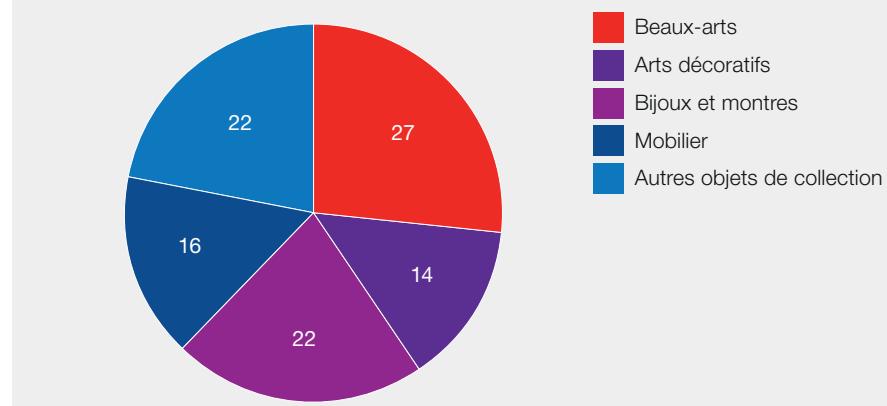
Au vu de notre dernière enquête sur les plateformes de vente en ligne, nous observons une répartition plus équilibrée des ventes entre les différentes catégories d'objets⁶. Les beaux-arts constituent la plus grande part des ventes en ligne des plateformes que nous avons sondées, bien que dans une proportion légèrement moindre que celle de l'an dernier (environ 27% contre 32% en 2020). La part des autres objets de collection (comme les pièces de monnaie, timbres, livres rares, cartes et souvenirs) est passée de 25% à 22%. Les catégories comme les bijoux ont représenté 22% des ventes (contre 23% l'an dernier) alors que la part du mobilier et des arts décoratifs a augmenté (respectivement 16% et 14% au premier semestre contre 8% et 12% en 2020).

Les résultats de notre enquête montrent une répartition plus équilibrée des ventes entre les différentes catégories d'objets par rapport à celles des maisons de ventes aux enchères dans leur ensemble, où les beaux-arts ont constitué 66% des ventes exclusivement en ligne au cours des six premiers mois de l'année. À l'avenir, à mesure que les maisons de ventes aux enchères traditionnelles chercheront à diversifier leur base de clientèle et à attirer des collectionneurs plus jeunes, il est vraisemblable qu'elles étofferont toujours plus leur catalogue d'objets de collection.

⁶Le rapport de cette année intègre les retours sur l'enquête des responsables et principaux employés des plateformes d'art en ligne participantes. En juillet et août 2021, ArtTactic a réalisé 48 entretiens en face à face et sondages en ligne (auprès d'une population de 63 plateformes en ligne).

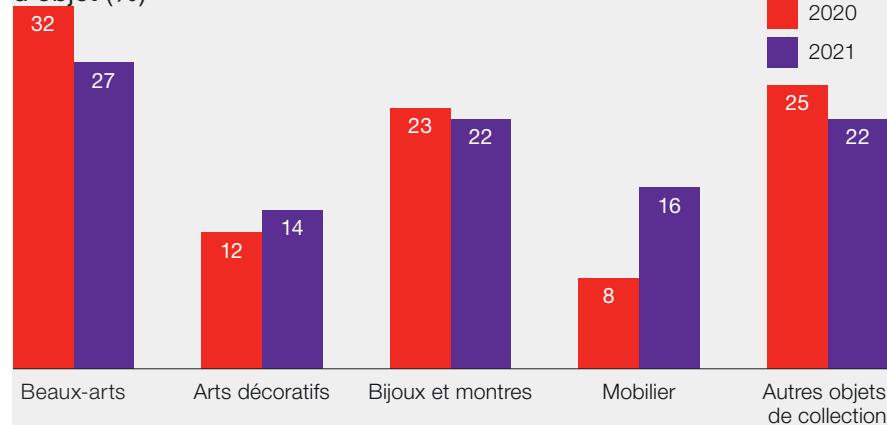
Plateformes de vente en ligne – part de marché par catégorie d'objet (%)

Plateformes de vente en ligne – part de marché par catégorie d'objet (%)



Plateformes de vente en ligne – part de marché moyenne par catégorie d'objet (%)

Plateformes de vente en ligne – part de marché moyenne par catégorie d'objet (%)



Chronologie du marché de l'art en ligne



ÉVÉNEMENTS ET INITIATIVES EN LIGNE

- Acquisition
- Art numérique
- Collecte de fonds/investissement
- Lancement d'un projet en ligne
- NFTs
- Enchères en ligne
- Ventes en ligne



2020

Juillet

Phillips

Phillips a organisé sa première grande vente en ligne du soir en streaming live : 20th Century and Contemporary Art Evening Sale.

Culture Place Inc.

The Dallas Art Fair a annoncé le lancement de Culture Place, Inc., un site web qui accueillera toute l'année des galeries basées au Texas (et dans certains États voisins) selon un principe de rotation.

Christie's

Christie's a organisé sa première grande vente en ligne du soir en streaming live : ONE: A Global Sale of the 20th Century.

White Cube

White Cube a lancé une série d'expositions en ligne intitulées Tomorrow: London. Les œuvres proposées sont celles de 20 jeunes diplômés des plus prestigieuses écoles d'art de Londres, sélectionnés par l'équipe de la galerie en charge de la curation.

Août

Photo London

Photo London a annoncé l'organisation d'une foire exclusivement numérique. Les œuvres seront mises en vente sur la plateforme de vente en ligne Artsy, partenaire de la foire.

Septembre

Art Car Boot Fair

The Art Car Boot Fair a lancé

sa première édition en ligne, avant de connaître une panne en raison d'une trop forte demande.

Octobre

Greenhouse Auctions

A lancé une nouvelle maison de ventes aux enchères exclusivement en ligne, ayant pour objectif de limiter la spéculation sur les marchés d'artistes émergents. Greenhouse Auctions a été fondée par Shlomi Rabi, ancien vice-président de Christie's.

Daata fair

Lancement de Daata fair, une nouvelle plateforme d'œuvres vidéos et numériques. Vingt galeries ont participé à l'édition inaugurale, chacune présentant jusqu'à six œuvres d'un même artiste. La foire est une extension de Daata, une plateforme numérique fondée en 2015 par David Gryn.

Novembre

Fresh Goods

The Bakehouse Art Complex de Miami, une organisation à but non lucratif qui propose des espaces de studio et d'autres ressources indispensables à des artistes émergents et à des artistes plus aguerris, a lancé Fresh Goods, une plateforme de vente en ligne.

Décembre

Nifty Gateway

Nifty Gateway, une place de marché d'œuvres numériques a vendu 20 œuvres de Beeple pour 3,5 millions de \$.

2021

Janvier

Musée du Louvre

Le Musée du Louvre a lancé sa propre e-boutique afin de pallier le déficit lié au Covid.

Février

South Muse

South Muse est une nouvelle plateforme en ligne dédiée à l'art des Pays du Sud et à leurs diasporas, rassemblant plus de 50 galeries à travers cinq continents.

The V&A

A lancé une nouvelle plateforme numérique qui invite des internautes du monde entier à naviguer parmi plus d'1,2 millions d'objets de sa collection, couvrant 5 000 ans d'histoire.

Christie's

Christie's a accepté une cryptomonnaie pour la première fois, l'Ether (ETH), la monnaie du réseau Ethereum, pour le paiement de l'œuvre de Beeple – The First 5000 Days.

Auction Technology Group (ATG)

Pionnière des enchères en ligne, Auction Technology Group (ATG) fait son entrée à la bourse de Londres, avec une capitalisation de 600 millions de £.

Mars

Christie's

Première des grandes maisons de ventes à vendre une œuvre d'art NFT lors de la ventes en ligne Beeple – The First 5000 Days.

Metapurse

Le fond de NFT du crypto

investisseur Metakovan, basé à Singapour, a annoncé son projet de créer un musée virtuel pour héberger et exposer l'œuvre d'art numérique de Beeple achetée pour un montant record, Everydays – The First 5000 Days (2021).

Artsy, Intersect 21

Intersect 21, une nouvelle foire d'art en ligne accessible uniquement sur invitation, a été lancée par Artsy et rassemble 21 galeries du sud de la Californie, du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord, qui présentent chacune 21 œuvres.

Avril

Sotheby's

L'artiste numérique Pak a collaboré avec Sotheby's pour organiser la vente d'une collection d'œuvres intitulée The Fungible Collection. La vente a été hébergée sur la plateforme de NFT Niftygateway et a enregistré un résultat de 16,8 millions de \$.

Outset Contemporary Art Fund

A lancé le VOV qui rassemble, pour la première fois, des musées, galeries et collections de premier ordre sur une plateforme centralisée, afin de générer des fonds pour le secteur artistique, tout en rendant la culture plus accessible.

Daystrom, OpenSea

Un NFT de l'œuvre mixte sur papier de Jean-Michel Basquiat, Free Comb with Pagoda s'est vendue sur la place de marché OpenSea, parrainée par Daystrom, les enchères ayant débuté à un Ethereum (soit approximativement 2 500 \$).

Chronologie du marché de l'art en ligne (suite)

Acquisition
Art numérique
Collecte de fonds/
investissement
Lancement d'un
projet en ligne
NFTs
Enchères en ligne
Ventes en ligne



Mai

The Stand

— A lancé une nouvelle plateforme de vente aux enchères en ligne qui reversera 20% du produit de chaque vente à des organismes caritatifs choisis, 70% à l'artiste et à sa galerie ou son agent, et gardera 10%.

Sotheby's

— Sotheby's a accepté pour la première fois un paiement en cryptomonnaie pour une œuvre matérielle, l'œuvre engagée de Banksy Love is in the Air (2005) lors de sa vente du soir d'art contemporain du 12 mai à New York.

Juin

The Art Exchange

— The Art Exchange, une société spécialisée dans la tokénisation de l'art, a lancé une place de marché d'art contemporain qui vend exclusivement des NFT.

LiveArt

— La plateforme anonyme d'échange en ligne en peer-to-peer LiveArt Market a lancé des échanges limités sur invitation uniquement. Une semaine après son lancement, la plateforme avait déjà réalisé environ 5 millions de \$ de ventes, en proposant des œuvres d'art contemporain dont la cotation avoisine au total les 120 millions de \$.

Present the Future/Volta Art Fair

— Une résidence inédite d'artiste NFT a été organisée par le collectionneur et le directeur de la foire d'art Volta, Kamiar Maleki, au Grand Hôtel du Cap-Ferrat en France.

ArtSquare.io, Feral Horses

— ArtSquare.io, une plateforme de tokénisation d'œuvres d'art et d'objets de collection, a racheté Feral Horses, une plateforme de financement participatif d'art basée au Royaume-Uni, initialement créée par Seedrs. L'opération de fusion a été réalisée en partie en numéraire et en partie en titres, pour un montant non communiqué.

Sotheby's

— Sotheby's a lancé un nouvel espace virtuel à Decentraland, une plateforme de réalité virtuelle décentralisée fonctionnant grâce à la blockchain Ethereum. La maisons de ventes a créé une réplique numérique de son siège de Londres sur New Bond Street.

Auction Technology Group (ATG), LiveAuctioneers

— La place de marché électronique de ventes aux enchères Auction Technology Group (ATG) a racheté son concurrent américain LiveAuctioneers, au fond de private equity Cove Hill Partners basé aux États-Unis. L'acquisition a été valorisée à 525 millions de \$.

Sotheby's

— A vendu le code source du world wide web sous forme de NFT.

Juillet

HENI Leviathan, Palm

— Damien Hirst a poursuivi son projet NFT « The Currency » en proposant 10 000 NFT correspondant à 10 000 œuvres uniques créées en 2016. Les NFT ont été mis en

vente sur la nouvelle plateforme en ligne de HENI Leviathan, Palm.

Août

Visa

Visa a acquis un CryptoPunk, l'un des 10 000 personnages numériques très prisés de la blockchain Ethereum, pour 49,5 ETH, environ 150 000 \$. Dans l'heure qui a suivi l'achat de Visa, 90 autres CryptoPunks se sont vendus sur le marché, pour un montant total d'environ 20 millions de \$.

Septembre

Institut

Lancement de la première plateforme de NFT exclusivement pilotée par des professionnels du monde de l'art. Fondée par Joe Kennedy et Jonny Burt de Unit London. Sotheby's a lancé Gallery.



Tendances du marché de l'art en ligne



... LE MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE N'EST PLUS CONSIDÉRÉ PAR LES VENDEURS COMME UN CANAL DE VENTE À BAS PRIX.

PRINCIPAUX DÉFIS DES PLATEFORMES EN LIGNE EN 2021

Établir une relation de confiance avec les clients et une reconnaissance de marque : 50% des plateformes en ligne ont répondu qu'il s'agissait du principal défi, un chiffre en baisse par rapport aux années précédentes (56% en 2020 et 64% en 2019). Cela pourrait indiquer que la pandémie et le virage opéré vers la vente en ligne ont renforcé la confiance des acheteurs et accru la reconnaissance de marque.

Des régimes fiscaux complexes pour les transactions

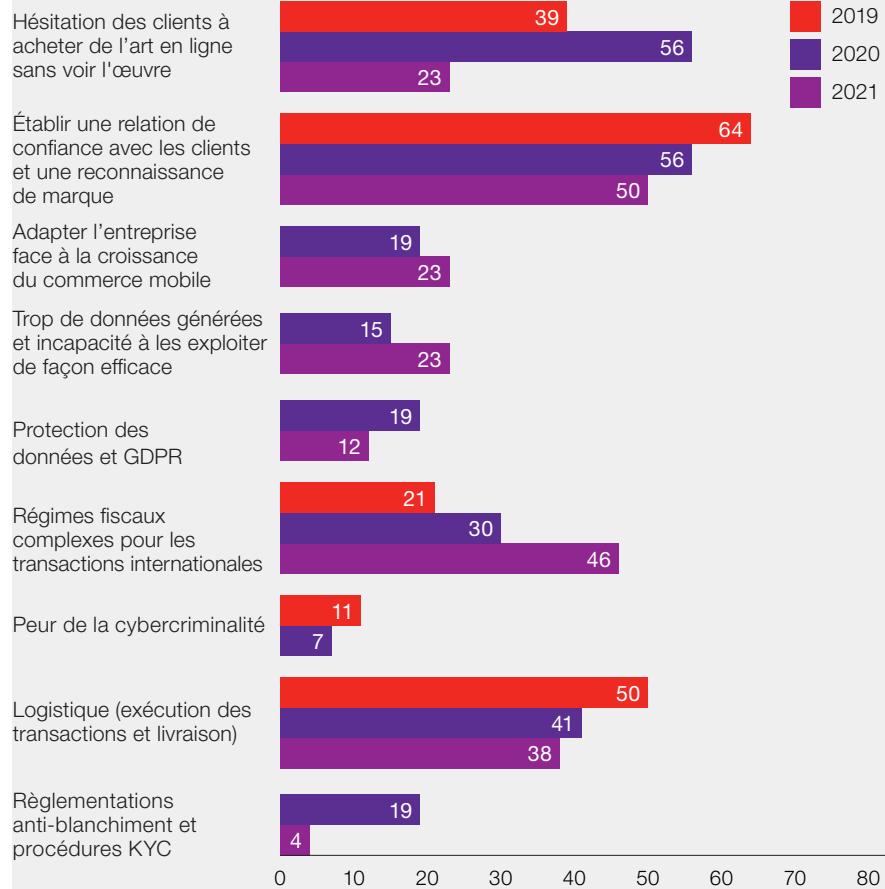
internationales : 46% des participants ont répondu qu'il s'agissait du principal défi, un chiffre en augmentation (30% en 2020, 21% en 2019). Plusieurs plateformes basées au Royaume-Uni et dans l'Union européenne ont indiqué que le Brexit constituait une difficulté majeure.

Logistique (exécution des transactions et livraison) : 38% des plateformes ont déclaré que cet aspect constituait le principal défi, contre 41% en 2020 et 50% en 2019.

Les clients sont moins hésitants à acheter en ligne : 23% des

Quels sont, selon vous, les principaux défis à relever pour assurer la croissance du marché de l'art en ligne ? (%)

Quels sont, selon vous, les principaux défis à relever pour assurer la croissance du marché de l'art en ligne ? (%)



plateformes ont répondu que l'hésitation des clients restait une tendance importante, contre 56% en 2020, ce qui suggère que les acheteurs sont plus confiants et osent acheter des œuvres sans les voir.

Adaptation au m-commerce :

23% des personnes interrogées ont répondu que cet aspect constituait un problème majeur, un chiffre en augmentation par rapport à l'année dernière (19%).

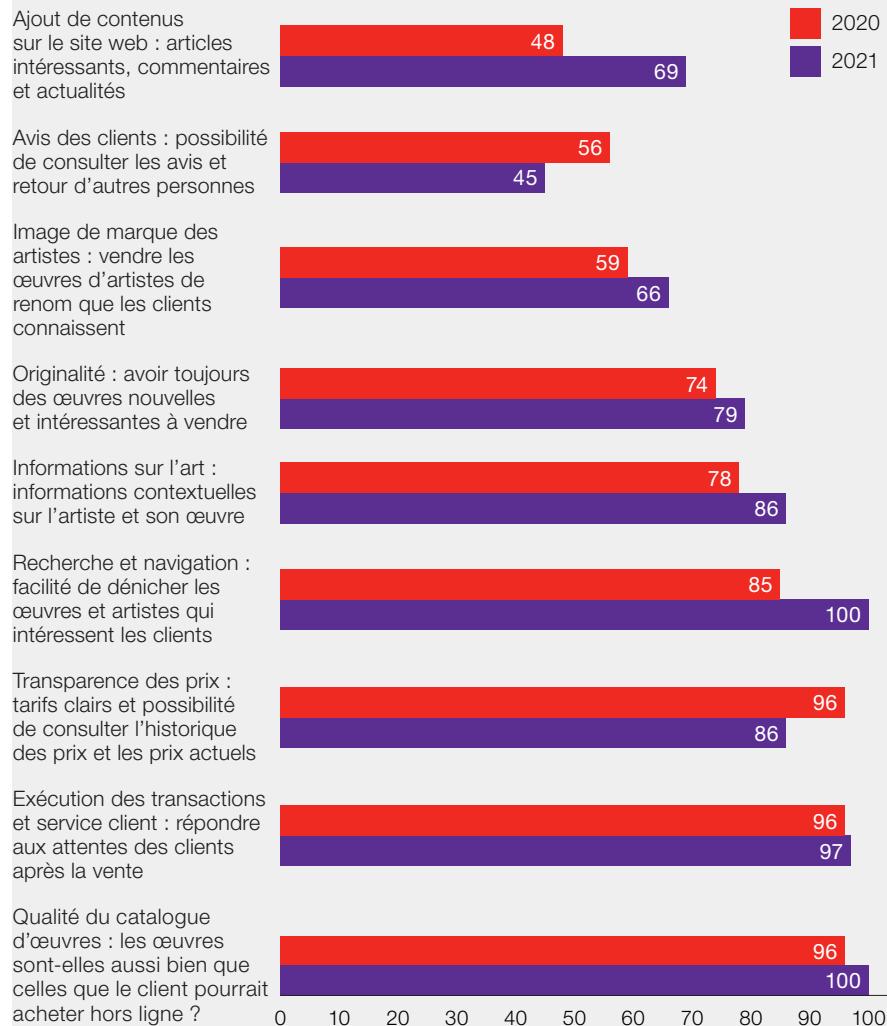
Surcharge de données : 23% des participants ont indiqué qu'ils avaient trop de données et qu'ils n'étaient pas capables de les exploiter de façon efficace, contre 15% en 2020.

QUALITÉ, QUALITÉ, QUALITÉ

Toutes les plateformes en ligne interrogées considèrent que « la qualité des œuvres proposées » est l'ingrédient principal pour renforcer la confiance des clients en ligne.

Selon vous, quelle est l'importance des éléments/critères suivants pour renforcer la confiance des clients lors d'une vente d'art en ligne ? (%)

Selon vous, quelle est l'importance des éléments/critères suivants pour renforcer la confiance des clients lors d'une vente d'art en ligne ? (%)



Tendances du marché de l'art en ligne (suite)

Cela indique que le marché de l'art en ligne n'est plus considéré par les vendeurs comme un canal de vente à bas prix. Au contraire, il est désormais considéré comme un vecteur important pour attirer de nouveaux clients qui souhaitent que les œuvres soient d'une qualité équivalente à celles qu'ils pourraient dénicher dans des galeries ou chez des marchands. Deux tiers des plateformes de vente en ligne (66%) ont répondu qu'un moyen de garantir la qualité est de mettre l'accent sur l'image de marque des artistes, que les acheteurs potentiels reconnaissent et qui renforce leur confiance.

IDENTIFIER L'ART QUE LES CLIENTS RECHERCHENT

Toutes les plateformes en ligne considèrent la « recherche et la navigation » comme un élément prépondérant pour renforcer la relation de confiance avec les clients. Au vu de la quantité d'œuvres désormais vendues en ligne, il est essentiel d'aider les internautes à dénicher celles qui les intéressent. Une nouvelle génération de moteurs de recherche intelligents recommandant des œuvres aux internautes selon leurs habitudes de navigation, sera à coup sûr d'une grande aide dans les années à venir.

LA NÉCESSAIRE TRANSPARENCE DES PRIX

Quatre-vingt six pourcent des participants ont déclaré que la clarté des prix et la possibilité de consulter l'historique des prix constituaient un élément clé de la création d'une relation de confiance avec les clients en ligne. La réticence du monde de l'art à publier les prix en ligne va sans doute vite disparaître.

L'INFORMATION EST LA CLÉ

La fourniture de contenu sur l'artiste et son œuvre est devenue une pratique généralisée, près de neuf plateformes sur dix (86%) indiquant qu'il s'agit d'un élément essentiel pour encourager les ventes. Bien que des informations biographiques sur les artistes soient facilement accessibles, la publication d'informations plus détaillées sur les œuvres, telles que des rapports d'état et des comparaisons de prix, bénéficierait au marché de l'art en ligne. Deux tiers des plateformes (67%) ont également répondu que des contenus supplémentaires comme des articles, vidéos, commentaires et actualités, incitent les internautes à revenir.

ORIGINALITÉ

La plupart des plateformes (79%) ont indiqué que la mise à jour régulière du contenu de leur site Internet est un élément déterminant pour fidéliser les visiteurs. Un site obsolète, mis à jour tous les mois, ne suffit plus. Là encore, la technologie permettant d'adapter le contenu au profil du visiteur constituera un outil de plus en plus efficace pour transformer les internautes en acheteurs.

La consolidation et l'avenir du marché de l'art en ligne

LE SECTEUR N'EST PAS VOUÉ À SE CONSOLIDER DAVANTAGE, POUR L'INSTANT

Les fusions-acquisitions dans le secteur de l'art en ligne, auxquelles les participants s'attendaient les années précédentes, ne semblent pas se concrétiser. Moins de deux-tiers (64%) des personnes interrogées ont indiqué qu'ils s'attendaient à davantage de consolidation dans le secteur de l'art en ligne, un chiffre inférieur aux années précédentes (67% en 2020 et 71% en 2019). Le nombre de personnes ayant répondu « ne sait pas » a progressé : plus d'un tiers des participants ont répondu qu'ils n'avaient aucune certitude à ce sujet, contre 19% l'an passé.

La consolidation a été relativement mineure au cours des 18 derniers mois, à l'exception de la fusion notable entre LiveAuctioneer et ATG (propriétaire de the-saleroom.com) – deux des principaux agrégateurs d'enchères en ligne du marché.

L'absence de consolidation pourrait être due au récent bond des ventes en ligne - la marée montante

emporte tous les bateaux, même ceux qui prennent l'eau. Certaines plateformes ont peut-être décidé de profiter de l'essor actuel pour booster leur valorisation en prévision d'une cession, ou alors la pandémie les a contraintes à se concentrer sur l'adaptation de leur entreprise pour survivre. Mais à mesure que l'effet de la pandémie s'estompe, il est probable que nous assistions à davantage de consolidation.

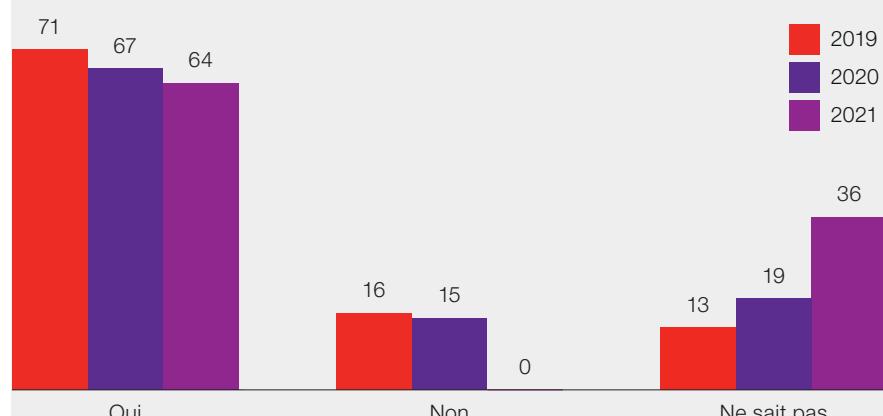
QUE SE PASSERA-T-IL AU COURS DES CINQ PROCHAINES ANNÉES ?

LES ACTEURS TRADITIONNELS DU MARCHÉ DE L'ART DEVRAIENT REPRENDRE LE CONTRÔLE DU MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE

La plupart des participants (69%) pensent que les acteurs existants du marché de l'art deviendront les leaders du marché en ligne lorsqu'ils exploiteront le potentiel de la technologie. Ce sentiment de statu quo est encore plus prégnant que l'an dernier (63%). Comme nous l'avons déjà relevé, certains indicateurs forts montrent que cette tendance est déjà en mouvement, les grandes maisons de ventes

Selon vous, allons-nous assister à davantage de consolidation dans le secteur de l'art en ligne, c'est-à-dire des fusions et acquisitions de différentes sociétés de vente d'œuvres d'art en ligne ? (%)

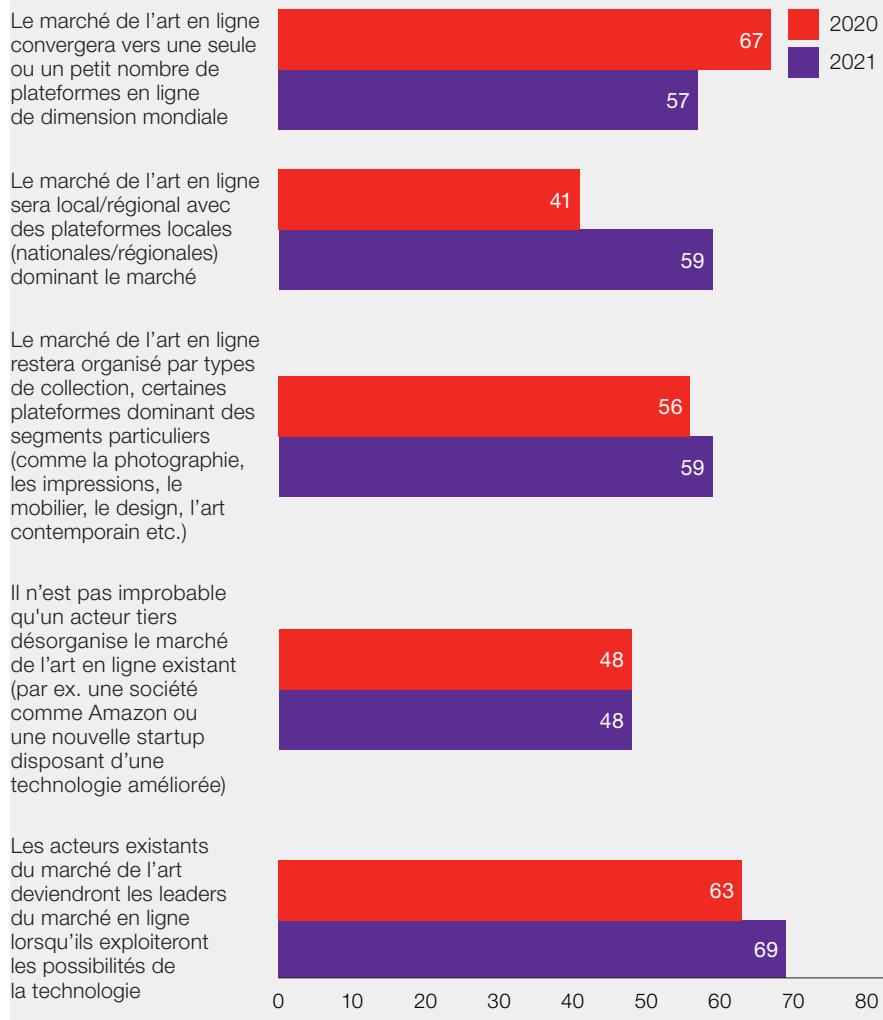
Selon vous, allons-nous assister à davantage de consolidation dans le secteur de l'art en ligne, c'est-à-dire des fusions et acquisitions de différentes sociétés de vente d'œuvres d'art en ligne ? (%)



La consolidation et l'avenir du marché de l'art en ligne (suite)

Scénarios d'avenir : quelle est la probabilité d'assister aux évolutions suivantes dans les cinq prochaines années ? (%)

Scénarios d'avenir : quelle est la probabilité d'assister aux évolutions suivantes dans les cinq prochaines années ? (%)



aux enchères internationales ayant déjà enregistré une croissance exponentielle de leurs ventes au cours des 18 derniers mois.

LES MARCHÉS DE NICHE RÉSISTERONT

Une majorité des participants (59%, contre 56% en 2020) ont répondu qu'ils pensaient que certaines plateformes continueraient à dominer des segments d'objets de collection spécifiques, comme la photographie, les reproductions,

le mobilier, le design et l'art contemporain.

LE MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE RESTERA LOCAL

Plus de la moitié des répondants (59%) ont déclaré qu'ils pensaient que les plateformes locales (nationales ou régionales) domineraient le marché – une tendance en forte hausse par rapport à 2020 (41%).

MOINS DE PERSONNES PENSENT QUE LE MARCHÉ CONVERGERA VERS UN NOMBRE RÉDUIT D'ACTEURS INTERNATIONAUX

Plus de la moitié des personnes interrogées (57%) pensent encore que le marché de l'art en ligne convergera vers une seule ou un petit nombre de plateformes de dimension mondiale. En 2020, ce chiffre s'élevait à 67%, ce qui pourrait indiquer que les acteurs du marché de l'art en ligne s'attendent à ce que le marché reste fragmenté, et qu'il y aura de la place pour les opérateurs locaux et les sociétés de niche ainsi que pour les géants du secteur.

LE MARCHÉ POURRAIT TOUJOURS VOIR ÉMERGER UN PERTURBATEUR

Près de la moitié des participants (48%) estiment qu'un outsider pourrait renverser la tendance du marché de l'art en ligne (même chiffre qu'en 2020). Les résultats de notre enquête 2021 nous donnent

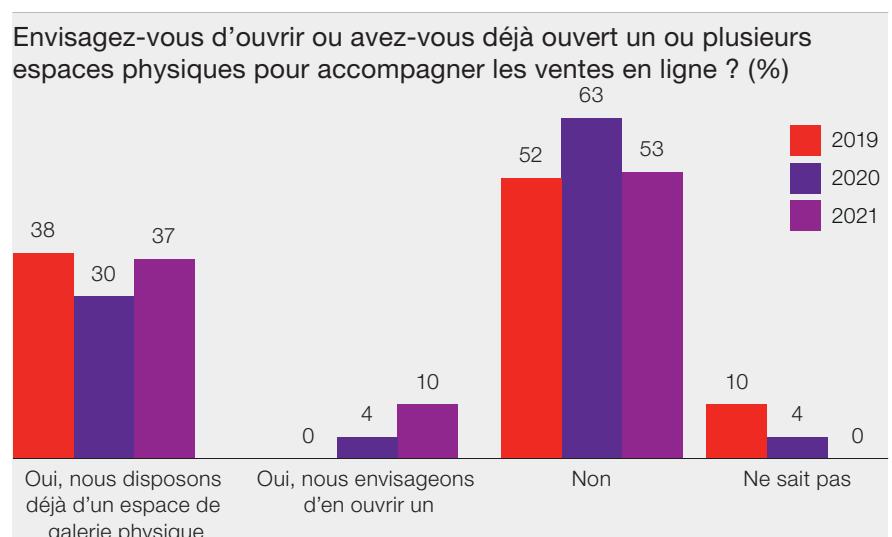
un aperçu de la façon dont le marché pourrait rapidement évoluer, avec le boom des NFT et des objets de collection numériques, que les acteurs établis du marché de l'art n'ont pas anticipé. Ces derniers ont eu du mal à suivre le rythme du changement, alors que de nouvelles plateformes ont saisi l'occasion de grappiller une part de ce marché en pleine expansion.

BRICKS OU CLICKS ?

DES MODÈLES DE VENTE HYBRIDES

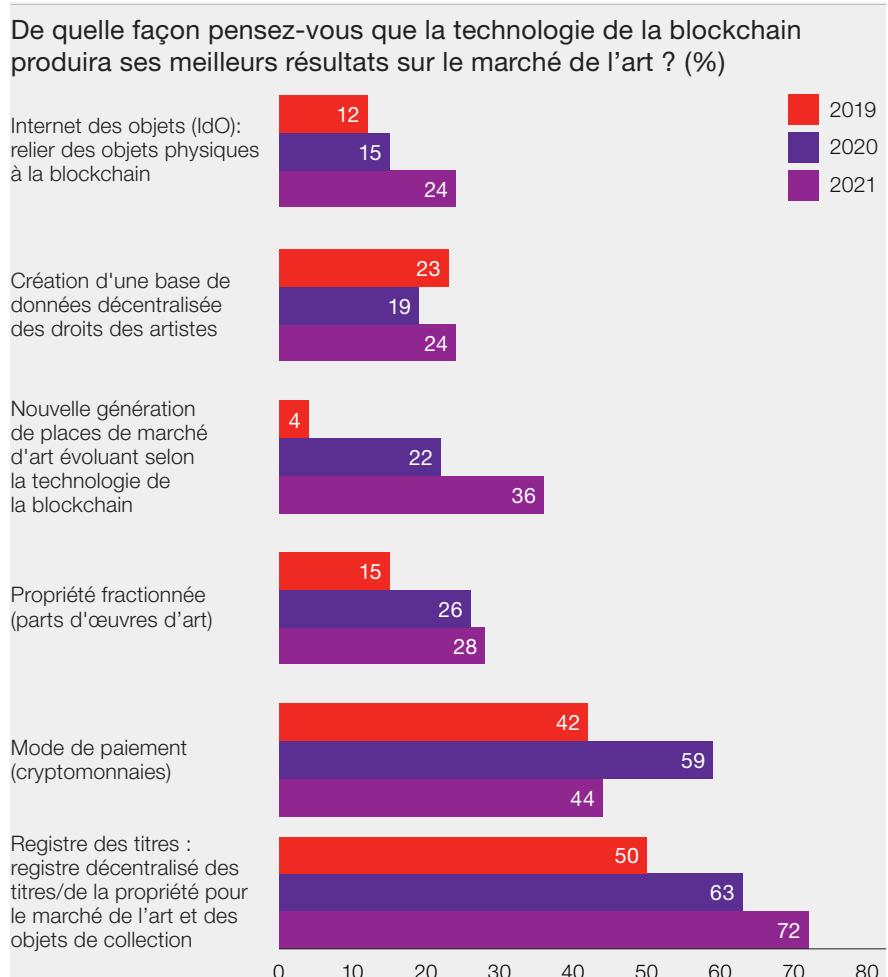
Le marché de l'art physique rouvre ses portes et 37% des plateformes en ligne ont indiqué qu'elle disposait d'un espace physique pour exposer leurs œuvres (contre 30% en 2020). En outre, 10% des plateformes ont déclaré qu'elles envisagent d'en ouvrir un (contre 4% en 2020).

Envisagez-vous d'ouvrir ou avez-vous déjà ouvert un ou plusieurs espaces physiques pour accompagner les ventes en ligne ? (%)



Blockchain et crypto-paiements

De quelle façon pensez-vous que la technologie de la blockchain produira ses meilleurs résultats sur le marché de l'art ? (%)



Alors que seules 10% des plateformes de vente en ligne ont rapporté avoir intégré la technologie de la blockchain dans leurs activités, nous constatons qu'elles sont nombreuses à envisager d'en faire autant. Quatre plateformes sur dix (41%) ont déclaré qu'elles prévoyaient d'utiliser la blockchain, contre seulement 30% en 2020. La croissance du marché des NFT est l'une des raisons possibles de cette augmentation, 14% des plateformes ayant répondu qu'elles avaient déjà intégré les NFT dans leur catalogue et 38% qu'elles prévoyaient de le faire.

REGISTRE DES TITRES DE PROPRIÉTÉ

Près de trois quarts des participants (72%) ont répondu que la technologie de la blockchain pourrait se montrer très utile en tant que registre des titres/de propriété pour le marché de l'art et des objets de collection, contre 63% en 2020.

MODE DE PAIEMENT (CRYPTOMONNAIES)

Un peu moins de la moitié des personnes interrogées (44%) estiment que la blockchain serait d'une grande utilité pour permettre l'utilisation des cryptomonnaies

comme mode de paiement, contre 59% en 2020.

DES PLACES DE MARCHÉ D'ART DE NOUVELLE GÉNÉRATION, NOTAMMENT POUR LES NFT

Plus d'un tiers des répondants (36%) pensent que le principal objectif de la blockchain serait de développer une nouvelle génération de places de marché, à l'instar du marché des NFT qui a explosé au cours des neuf derniers mois.

PROPRIÉTÉ FRACTIONNÉE D'ŒUVRES D'ART

Un peu plus d'un quart des participants (28%) considèrent que l'utilisation optimale de la blockchain serait pour permettre la propriété fractionnée et la tokénisation des œuvres, soit légèrement plus qu'en 2020 (26%).

UNE BASE DE DONNÉES DÉCENTRALISÉE DES DROITS DES ARTISTES

Le marché des NFT a déjà montré ce que la blockchain et les contrats intelligents peuvent apporter aux artistes, et un quart des répondants (24%) pensent que c'est dans ce domaine que la blockchain peut se révéler utile sur le marché de l'art, contre 19% l'an dernier.

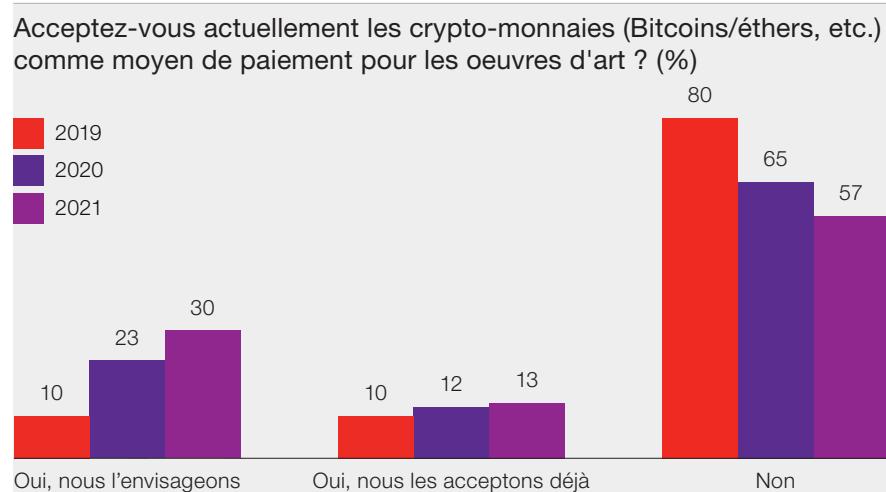
L'INTERNET DES OBJETS (IDO)

Le phénomène de l'Internet des objets a révolutionné la façon dont nous vivons. Pour 24% des personnes interrogées, le fait de relier des objets physiques à la blockchain sera d'une importance capitale.

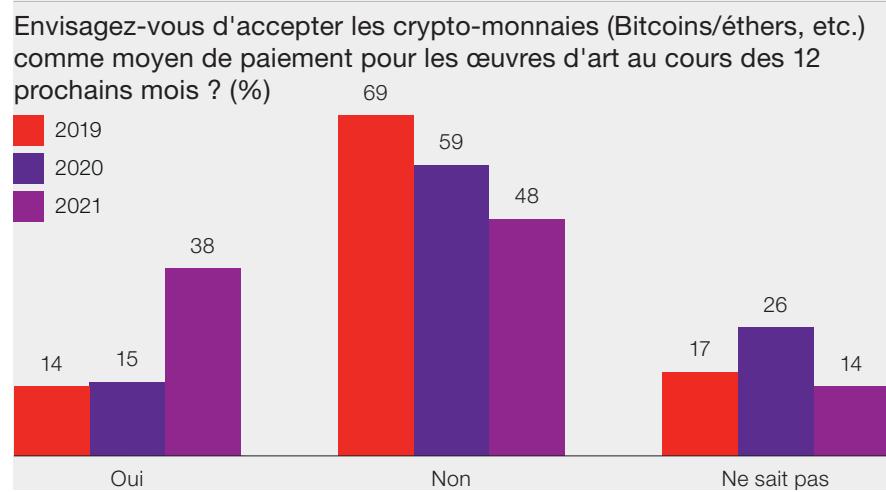
DAVANTAGE DE PLATEFORMES EN LIGNE VONT ACCEPTER LES PAIEMENTS EN CRYPTOMONNAIE

Les plateformes en ligne sont légèrement plus nombreuses (13% contre 12% en 2020) à accepter les crypto-paiements et 30% d'entre elles déclarent qu'elles envisagent de le faire (23% en 2020). Près de quatre plateformes sur dix (38%) envisagent d'accepter les paiements en cryptomonnaie au cours des 12 prochains mois, un chiffre en nette augmentation (15% l'an passé).

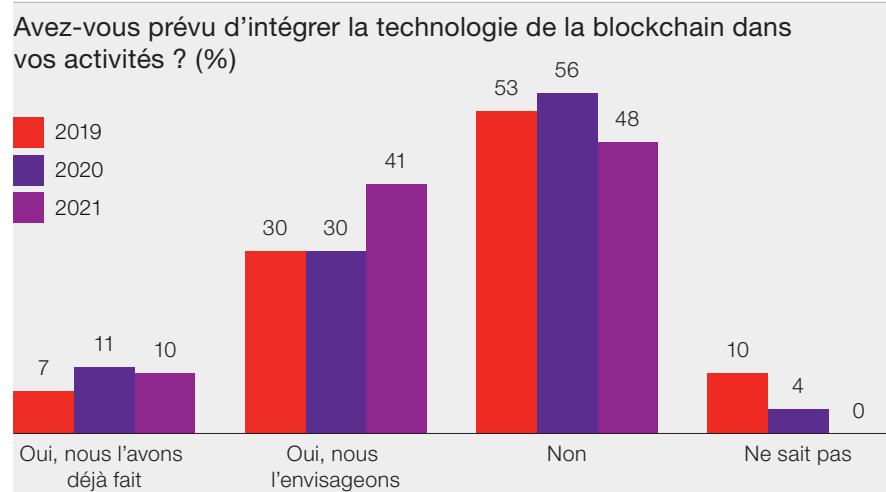
Acceptez-vous actuellement les crypto-monnaies (Bitcoins/éthers, etc.) comme moyen de paiement pour les œuvres d'art ? (%)



Envisagez-vous d'accepter les crypto-monnaies (Bitcoins/éthers, etc.) comme moyen de paiement pour les œuvres d'art au cours des 12 prochains mois ? (%)



Avez-vous prévu d'intégrer la technologie de la blockchain dans vos activités ? (%)



Mécénat et philanthropie

La technologie pourrait être un moyen efficace de redistribution des ressources et des revenus aux personnes dans le besoin, mais seules 11% des plateformes en ligne permettent aux artistes ou aux acheteurs de reverser une partie du prix de vente à un organisme caritatif, bien qu'un quart des plateformes envisagent de le faire (25%).

L'utilisation de la technologie au service du mécénat et de la philanthropie, associée à la croissance du marché de l'art pourrait booster le montant des dons privés à des œuvres caritatives liées à l'art ou non

VENTES AUX ENCHÈRES CARITATIVES

Trente-neuf pourcent des entreprises participantes déclarent soutenir des initiatives non commerciales par le biais de ventes aux enchères caritatives, contre seulement 26% en 2020. Ces ventes semblent être devenues le principal vecteur de philanthropie des plateformes en ligne et pourraient s'avérer un moyen efficace d'inciter de nouveaux publics à soutenir des organismes culturels pendant cette période difficile.

PROJETS ET INITIATIVES D'ARTISTES

Toutefois, seuls 21% des participants ont répondu qu'ils apportaient un soutien à des projets d'artistes, un chiffre en forte baisse par rapport à 2020 (33%).

ORGANISMES CULTURELS

Le nombre de répondants déclarant soutenir des organismes culturels est resté stable à 7%, le même chiffre que l'an passé.

MUSÉES D'ART PUBLICS

Quatre pourcent déclarent soutenir les musées publics. Non évoqué en 2020.

ÉDUCATION ET ÉCOLES D'ART

7% déclarent soutenir l'éducation et les écoles d'art, contre 4% l'an dernier.

Initiatives artistiques communautaires locales 4% déclarent soutenir des initiatives artistiques locales, contre 15% l'an dernier.

Bénévolat et soutien en nature aux organismes culturels et artistes 4% des plateformes en ligne interrogées ont déclaré qu'elles soutenaient le bénévolat et l'aide en nature, alors que cela n'avait pas été évoqué l'an dernier.

Mécénat et philanthropie (suite)

Quelles initiatives artistiques votre entreprise soutient-elle d'un point de vue non commercial et philanthropique ? (%)

Quelles initiatives artistiques votre entreprise soutient-elle d'un point de vue non commercial et philanthropique ? (%)



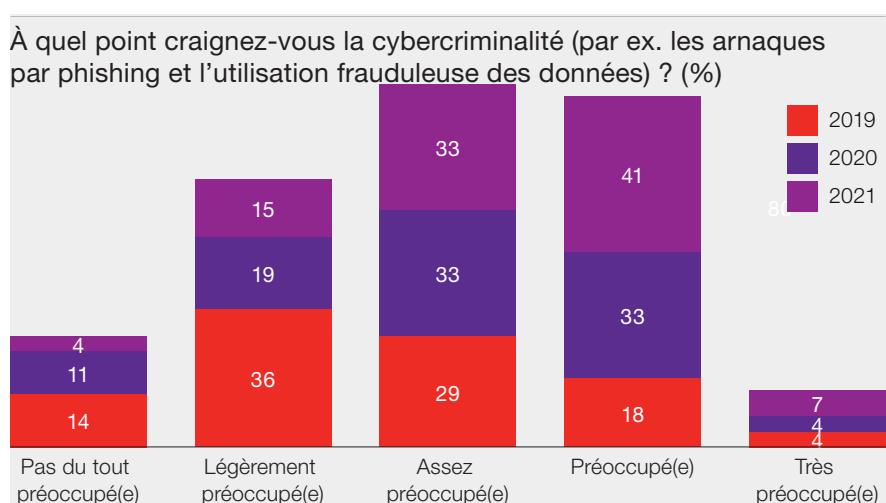
Une peur croissante de la cybercriminalité



LES PLATEFORMES D'ART EN LIGNE ONT EXPRIMÉ LA CRAINTE D'ÊTRE VICTIMES D'AGISSEMENTS DE PIRATES ET D'ESCROCS, 48% D'ENTRE ELLES SE DÉCLARANT PRÉOCCUPÉES OU TRÈS PRÉOCCUPÉES, UNE TENDANCE EN HAUSSE PAR RAPPORT AUX ANNÉES PRÉCÉDENTES (37% EN 2020 ET 22% EN 2019).

Les plateformes d'art en ligne ont exprimé la crainte d'être victimes d'agissements de pirates et d'escrocs, 48% d'entre elles se déclarant préoccupées ou très préoccupées, une tendance en hausse par rapport aux années précédentes (37% en 2020 et 22% en 2019). À mesure que le marché de l'art mondial se tourne vers Internet, parfois à la hâte, notamment lorsque les entreprises ont opéré un virage vers le commerce électronique pendant la crise du Covid, la crainte de voir des criminels exploiter les vulnérabilités constitue une réelle préoccupation, illustrée avec force récemment lorsqu'un pirate a piégé un collectionneur britannique, lequel a déboursé 336 000 \$ pour acquérir un faux NFT de Banksy, mis en vente sur le site officiel de l'artiste en exploitant une faille de sécurité⁷.

À quel point craignez-vous la cybercriminalité (par ex. les arnaques par phishing et l'utilisation frauduleuse des données) ? (%)



⁷<https://www.bbc.co.uk/news/technology-58437753>.

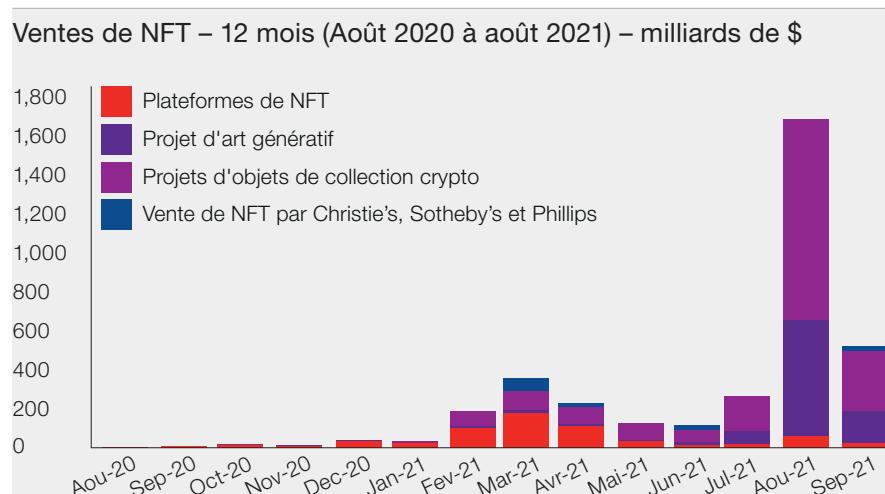
Un habile moyen de gagner de l'argent : le marché des œuvres d'art et objets de collection NFT

Jusqu'à l'avènement du marché de l'art en ligne, les achats et ventes d'art se sont toujours faits en présentiel, une expérience parfois trop physique dans une salle des ventes frénétiques bourdonnant d'adrénaline. Mais si les achats et ventes d'œuvres d'art sur Internet se sont développés, les œuvres numériques sont restées un marché de niche qui ne compte qu'un petit nombre de collectionneurs spécialisés. Ceci jusqu'à l'avènement du marché des NFT sur lequel les spéculateurs se sont précipités. Les NFT ont rapidement répondu à un besoin du marché de l'art, qui manque depuis longtemps d'un nouveau moyen de consommer des objets de collection. Les NFT constituent une évolution de la façon de collectionner traditionnelle, mais avec des œuvres qu'on ne peut ni toucher ni tenir. Les NFT apportent également une solution aux problèmes que rencontrent les artistes depuis des générations,

comme la perception des redevances, tout en permettant aux collectionneurs et aux investisseurs de les évaluer et de les échanger en temps réel.

La blockchain a rendu possible le développement d'un modèle financier totalement nouveau pour les objets de collection numériques. Cela a permis aux artistes de percevoir une part plus large des bénéfices tirés de leurs œuvres, en leur donnant les rênes et en leur permettant de vendre directement leurs œuvres. La blockchain offre également un autre avantage déterminant qui faisait défaut par le passé : un titre de propriété indépendant, vérifiable et incontestable, car toutes les transactions sont effectuées et enregistrées sur un registre décentralisé avec de nombreux témoins, registre ne pouvant être modifié par une seule personne sans que tous les autres le sachent. Cela a fait émerger une

Ventes de NFT – 12 mois (Août 2020 à août 2021) – milliards de \$



¹Méthodologie : les données proviennent de ArtTactic, Non-fungible.com et CryptoSlam. Dans cette analyse, les ventes de NFT sont évaluées sur la base des chiffres de plusieurs plateformes spécialisées dans les NFT parmi les principales, telles que Superrare, Rarible, Nifty Gateway, MakersPlace, KnownOrigin, Foundation, BlockArt, AsyncArt, ainsi que sur les chiffres de Christie's, Sotheby's et Phillips. Les ventes d'objets de collection crypto sont évaluées sur la base des chiffres des ventes de CryptoPunks, Bored Apes Yacht Club et PUNKS Comic. Les ventes d'art génératif sont évaluées sur la base des chiffres des ventes de Cryptokitties, ArtBlocks et BlockArt.

base de collectionneurs totalement nouvelle, qui se limitaient au départ à la communauté crypto, mais qui comprennent désormais de nombreux amateurs d'art généralistes. Les sceptiques qui affirmaient que le marché des NFT était une bulle vouée à éclater rapidement ont eu partiellement raison au mois d'avril. Mais la récente flambée de la demande d'objets de collection crypto générés sous forme de code, comme CryptoPunks, Bored Apes Yacht Club, et ArtBlocks, montre que le marché des NFT entre dans une nouvelle ère, nourrie d'innovations et de nouveaux projets, formats et modèles, ayant vocation à créer des communautés actives et des places de marché autour de l'art et des objets de collection numériques.

VENTES DE NFT – 12 MOIS (AOÛT 2020 À AOÛT 2021)

LES NFT DE CRYPTO ART ET D'OBJETS DE COLLECTION ONT RAPPORTÉ À CE JOUR 3,3 MILLIARDS DE \$ SUR L'ANNÉE 2021

En août, les ventes de NFT de crypto art et d'objets de collection ont battu tous les records, avec environ 1,8 milliards de \$ de recettes, éclipsant totalement le précédent record de 289 millions de \$ établi au mois de mars, lorsque Christie's a vendu pour 69 millions de \$ le NFT de l'œuvre de Mike Winkelmann's, alias Beeple, 'Everydays – The First 5000 Days'.

LE PAYSAGE DES NFT D'ART ET D'OBJETS DE COLLECTION SE TRANSFORME

Alors que le premier boom des NFT était largement axé sur les

œuvres d'artistes, le récent essor des objets de collection crypto, tels que CryptoPunks et Bored Apes Yacht Club (BAYC), suggère que les tendances de collection se déplacent vers l'art généré sous forme de code (art algorithmique) visant à donner naissance à des communautés d'abonnés, d'acheteurs et d'investisseurs. Bien que les critiques considèrent cet art sans intérêt, l'association de l'unicité, de la propriété, de la ludification et de la narration séduit une nouvelle génération de collectionneurs et d'investisseurs.

LES GRANDES MAISONS DE VENTES ONT RAPIDEMENT SAISSI L'OPPORTUNITÉ DES NFT

Christie's, Sotheby's et Phillips ont rapidement suivi le phénomène des NFT au mois de mars. Après une année consacrée à l'adoption de nouvelles technologies, les maisons de vente aux enchères étaient déjà prêtes à exploiter le potentiel des NFT, non seulement comme nouvelle source de revenus, mais surtout pour attirer de nouveaux publics, en particulier ceux qui avaient amassé des millions en crypto-richesse grâce à la hausse de la valeur du Bitcoin. L'acceptation des cryptomonnaies par Christie's à dès le mois de mars, puis par Sotheby's en mai, a clairement établi leurs intentions.

L'ASSOCIATION DE L'ART ET DES NFT VA PERDURER

Les NFT ont ouvert de nouvelles possibilités dans le monde de la collection d'œuvres numériques et matérielles et, ce faisant, ils ont amélioré l'expérience des collectionneurs et augmenté la valeur des œuvres. Si le monde de l'art traditionnel a au départ accueilli

Un habile moyen de gagner de l'argent : le marché des œuvres d'art et objets de collection NFT (suite)

les NFT avec réticence, cela est clairement en train de changer. À l'instar des maisons de ventes aux enchères, PACE a également annoncé la création d'une plateforme dédiée aux NFT en juillet, en lançant deux grands projets de NFT en collaboration avec les artistes Simon Denny et Urs Fischer.

LA PLUPART DES PLATEFORMES D'ART EN LIGNE PROPOSENT DES NFT OU LE FERONT BIENTÔT

L'adoption des NFT est déjà bien engagée : 14% des plateformes en ligne ont déclaré qu'elles proposaient déjà des NFT et 38% envisagent de le faire bientôt. En août, deux plateformes en ligne, Artnet et 1stdibs, ont annoncé le lancement de plateformes de NFT propriétaires, la plateforme 1stdibs fonctionnant selon un modèle de ventes aux enchères avec des ventes bi-mensuelles de NFT.

L'ESSOR DES GALERIES SPÉCIALISÉES DANS LES NFT EST-IL DURABLE ?

Alors que l'art NFT prend de l'ampleur, une nouvelle tendance se développe rapidement, et des galeries physiques proposent désormais des NFT d'œuvres numériques uniques. La conférence Bitcoin 2021, le plus grand événement de l'histoire des cryptomonnaies, a accueilli une galerie de NFT éphémère, proposant des œuvres de 30 crypto-artistes. Les galeries d'art NFT ne sont pas différentes des galeries traditionnelles mais elles ont vu le jour parce que les galeries d'art traditionnelles n'ont pas répondu aux besoins des artistes numériques et du marché des NFT. Mais dans la mesure où de plus en plus de galeries traditionnelles se

lancent dans les NFT, on peut se demander si de nouvelles galeries physiques de NFT vont ouvrir ou si les mondes des NFT et de l'art traditionnel vont progressivement fusionner.

LE MARCHÉ DES NFT ENTRE DANS UNE NOUVELLE PHASE DE CROISSANCE

Le boom initial des ventes d'art NFT, d'abord principalement axé sur l'art numérique, tel que les animations et les images fixes d'œuvres numériques et matérielles, s'est considérablement ralenti depuis le pic atteint au mois de mars 2021. Mais ces derniers mois, le marché a de nouveau flambé et profitera vraisemblablement du récent essor d'autres objets de collection crypto comme l'art sous forme de code, également appelé art génératif ou art algorithmique

LE MARCHÉ DE L'ART EMBOITE LE PAS AU MARCHÉ DES NFT

Les records de prix de vente de NFT établis par Sotheby's et Christie's montrent que les maisons de ventes aux enchères ont placé les NFT dans le segment haut-de-gamme du marché de l'art et, parmi les dix ventes record de NFT⁸, quatre ont été réalisées par les maisons de ventes traditionnelles, un signe indiquant que la réputation et la crédibilité des maisons de vente historiques constituent toujours un gage précieux dans le monde des NFT en perpétuelle évolution.

⁸Depuis le 23 septembre 2021.

TOP-DIX DES VENTES DE
NFT D'ART ET D'OBJETS
DE COLLECTION EN 2021⁹

1	Beeple, Everydays – Christie's The First 5000 Days: \$69,3 milliard
2	Yuga Labs, 101 Sotheby's Bored Ape Yacht Club: \$24,4 milliard
3	CryptoPunk #7523: Sotheby's \$11,8 milliard
4	CryptoPunk #7804: OpenSea \$7,56 milliard
5	CryptoPunk #3100: OpenSea \$7,51 milliard
6	Beeple, Nifty CROSSROAD: Gateway \$6,66 milliard
7	Beeple, Ocean Front: Nifty \$6 milliard Gateway
8	CryptoPunk #5217: OpenSea \$5,44 milliard
9	World Wide Web Sotheby's source code: \$5,43 milliard
10	CryptoPunk #7252: OpenSea \$5,3 milliard

Dernières tendances du marché

LE BOOM DE MARS A ÉTÉ ÉCLIPSÉ PAR LES RÉCENTES VENTES D'OBJETS DE COLLECTION CRYPTO

L'évolution récente dans l'univers des NFT montre que les collectionneurs ont tendance à délaisser les achats d'œuvres uniques d'artistes pour rejoindre des communautés plus larges construites autour de projets de NFT spécifiques.

LES VENTES DE CRYPTOPUNKS ONT ATTEINT 680 MILLIONS DE \$ EN AOÛT 2021

Ces objets de collection à forte valeur, l'un des plus anciens projets de NFT du marché, ont vu leur cote grimper en flèche au cours des derniers mois. Les CryptoPunks sont 10 000 personnages uniques à collectionner, créés par Larva Labs en 2017 à titre expérimental. Rien qu'au mois d'août, les ventes de CryptoPunks ont atteint la somme record de 680 millions de \$, représentant plus de la moitié des ventes réalisées depuis le mois de janvier 2017 (1,17 milliards de \$), selon CryptoSlam. Au mois d'août, le prix de vente moyen des punks pixelisés s'est établi à 214 000 \$, mais le lot numéro 7523, un punk extraterrestre rare portant un masque sur le visage, s'est vendu pour la somme colossale de 11,8 millions de \$. Le géant des cartes bancaires Visa a annoncé avoir acheté son propre CryptoPunk pour 49,5 ethers (ETH), représentant un peu moins de 150 000 \$ au moment de l'achat.

BORED APE YACHT CLUB

Les CryptoPunks ne sont pas les seuls personnages NFT à susciter l'intérêt. En août, une nouvelle

tendance de l'univers des objets de collection numériques, appelée Bored Ape Yacht Club, une série d'avatars simiesques créés par ordinateur, a généré des ventes à hauteur de 295 millions de \$, selon CryptoSlam. Sotheby's a organisé une vente en ligne spéciale de deux lots au mois de septembre 2021, au cours de laquelle le Bored Ape #7090 s'est vendu pour la somme record de 2,25 millions de \$. La vente de 101 NFT du Bored Ape Yacht Club (BAYC) par Sotheby's a atteint 24,4 millions de \$, dépassant largement l'estimation d'avant-vente qui se situait entre 13,5 et 20 millions de \$¹⁰. Sotheby's a présenté cette vente comme une « unique occasion de posséder 1% de la production totale de BAYC et de devenir le troisième plus grand propriétaire de ce phénomène des NFT. » Parmi les acheteurs, on compte la star du basketball Stephen Curry et le musicien Jermaine Dupri.

FUSION DU CRYPTO ET DE L'ART

Un autre nouveau projet NFT populaire est PUNKS Comics, qui retrace le parcours de Beanie, passé du statut de modeste assistant de maison de vente à celui de roi de l'art numérique. Le PUNKS Comic #1, « The Hunt for the Lost Robbies » [la chasse aux Robbies perdus], est un comic en couleur de 24 pages dont le dessin est signé Chris Wahl, artiste de chez Marvel et DC comics, créé et écrit par l'équipe de Pixel Vault, « un groupe de média ayant pour objectif de mettre en valeur des actifs issus de la sphère crypto à travers divers supports ». Ce projet est plus ou moins issu des NFT de crypto art distribués par Christie's lors de son premier Tech Summit à Londres en 2018. PUNKS Comics détaille

¹⁰<https://www.sothbys.com/en/buy/auction/2021/ape-in/101-bored-ape-yacht-club>.

l'histoire et la personnalité de 16 Punks originaux, les principaux personnages du comic, dont les traits sont dessinés de manière générative. PUNKS Comics n'est pas un simple NFT, car les acheteurs de la BD ont la possibilité de l'échanger contre une part de propriété fractionnée de la collection des 16 Punks ou de dépenser leur NFT pour participer au Pixel Vault Founder's Vault DAO, une sorte de fond de capital-risque basé sur un code open-source contenant les œuvres d'artistes parmi les plus éminents de la sphère NFT. PUNKS Comic est bien plus qu'un simple achat de NFT, il offre la possibilité de faire partie d'une communauté en plein développement.

UNE FORTE AUGMENTATION DE LA DEMANDE D'ART GÉNÉRATIF

CryptoKitties, sorti en 2017, était l'une des premières expériences dans le domaine de l'art génératif et des NFT. Crée par un code informatique qui dessine de façon aléatoire et attribue certaines caractéristiques aux futures générations de kitties [chatons], le CryptoKitty le plus cher s'est vendu pour 600 ETH au mois de septembre 2018 (l'équivalent de 170 000 \$ à l'époque).

D'autres nouvelles plateformes d'art génératif ont récemment émergé. Parmi elles, Art Blocks. Lancée en novembre 2020, cette plateforme est dédiée à l'art génératif qui transforme les hash (les chaînes alphanumériques qui identifient les blocks sur la blockchain) en représentations abstraites en couleur. À la fin du mois d'août 2021, ArtBlocks avait générée des ventes d'un montant de 687 millions de \$, le prix individuel record ayant été atteint par Ringers

#879, acheté pour 5,8 millions de \$ en août par le fond de crypto-investissement Three Arrow Capital basé à Singapour, via la plateforme de NFT OpenSea¹¹.

LE FUTUR RÔLE DES NFT DANS LE MONDE DE L'ART

Nombreux sont les acteurs du marché de l'art qui sautent au plafond devant les prix de vente des objets de collection crypto, et s'ils avaient déjà du mal à comprendre les prix atteints par les NFT en mars 2021, comme l'œuvre de Beeple vendue 69 milliards de \$, il est encore plus difficile pour de nombreux vétérans du monde de l'art de comprendre la valeur récente des CryptoPunks et du Bored Ape Yacht Club (BAYC). À la vitesse à laquelle le monde du crypto art se développe, il est difficile pour le marché de l'art traditionnel de faire la différence entre l'excitation et la réalité, ce qui risque de paralyser des pans entiers du marché. Comment le marché traditionnel de l'art doit-il interagir avec celui des NFT et que peut-il apprendre de ce marché ?

Les NFT pallient un vieux manque du marché de l'art en proposant une nouvelle façon de collectionner. Les NFT répondent tout autant au besoin des collectionneurs qui souhaitent posséder quelque chose de désirable, sauf que cette fois c'est sous une forme numérique et non matérielle. Ce marché connaîtra ses hauts et ses bas mais le monde de l'art devrait y prêter attention s'il souhaite rester dans le coup à l'avenir.

Les artistes qui ont lancé des NFT au cours des trois premiers mois de l'année ont connu un énorme succès commercial,

¹¹<https://blockcast.cc/news/why-does-art-blocks-the-nft-platform-of-generative-art-continue-to-dominate-opensea/>.

Dernières tendances du marché (suite)

mais désormais, la tendance s'est orientée vers les projets d'art génératif qui suscitent un enthousiasme immense. Ces communautés dominent à présent le marché et élaborent leur propre échelle de valeur. La frénésie et la peur de rater quelque chose, créées par les réseaux sociaux et les forums de discussion, ont permis à des images pixelisées générées par ordinateur de se vendre pour des millions de dollars. Au lieu de regarder ce phénomène de travers, le monde de l'art devrait songer sérieusement à la façon de prendre part au boom des NFT. La transformation numérique du marché de l'art est désormais bien avancée, si bien que, théoriquement, les NFT devraient être parfaitement adaptés au marché de l'art en ligne du 21ème siècle. Les NFT ne devraient pas être négligés car ils constituent une nouvelle manne financière et un outil pour cibler de nouveaux publics et accroître le nombre de collectionneurs.

Si l'on se fie à certaines tendances observées sur le marché des NFT, le monde de l'art pourrait en tirer certains enseignements importants.

NE PENSEZ PAS LES NFT COMME DES ŒUVRES UNIQUES MAIS COMME DES PROJETS DE PARTICIPATION DE MASSE

Bien que le monde de l'art traditionnel soit focalisé sur l'idée que la valeur d'une œuvre découle de sa rareté, le nombre constitue également une force. Construire un marché autour de quelques œuvres rares est une bonne chose pour les personnes qui peuvent se les offrir, mais cela ne permet pas de créer des communautés ni de développer le marché. La plupart des projets de

NFT à succès, tels que CryptoPunks et Bored Ape Yacht Club, ont pour vocation de créer de nombreuses œuvres numériques uniques et de bâtir ensuite une vaste communauté désirant les posséder. Rien qu'au mois d'août, plus de 1 200 personnes ont acheté des CryptoPunks.

ILS REMETTENT EN CAUSE LE MODÈLE TRADITIONNEL DE LA PROPRIÉTÉ D'ŒUVRES D'ART

De nombreux projets de NFT expérimentent diverses formes d'engagement et de propriété, en associant par exemple un NFT à une œuvre matérielle. Mais les NFT peuvent également constituer des objets de collection. En juillet, Damien Hirst et HENI ont annoncé le lancement de « The Currency », la première collection de NFT de Hirst. Elle comprend 10 000 NFT qui correspondent à 10 000 œuvres matérielles uniques stockées dans une chambre forte au Royaume-Uni. Les œuvres prennent maintenant vie grâce à leur lancement sur la blockchain. Les candidats retenus recevront tous des NFT au départ. À la fin, ils devront décider s'ils souhaitent posséder le NFT numérique ou l'œuvre matérielle, qui constituent chacun des œuvres d'art à part entière. Quel que soit leur choix, l'autre sera détruite.

INVESTIR DANS LE NARRATIF

Dans le monde des collectionneurs d'art, les gens n'achètent pas simplement des objets, ils achètent les histoires qui les entourent. L'un des enseignements du boom des objets de collection crypto est l'importance du narratif pour bâtir une grande communauté. Le Bored Ape Yacht Club (BAYC) en est un bon exemple, car l'achat d'un singe (ape) emporte automatiquement

l'adhésion au club, qui permet de débloquer de nouveaux bonus et de participer à l'évolution de la communauté BAYC, ainsi que d'accéder aux nouvelles collections de NFT, telles que le Mutant Ape Yacht Club (MAYC) et le Bored Ape Kennel Club (BAKC). La valeur des NFT du BAYC n'est pas simplement liée à l'objet numérique lui-même, mais à l'exclusivité que confère l'adhésion au club.

RAPPROCHER LE NUMÉRIQUE DU MONDE PHYSIQUE

Finalement, un modèle de propriété et d'expérience hybride, dans lequel les NFT existeraient à la fois comme des objets numériques et matériels, pourrait bien être l'option la plus pérenne. Infinite Objects fabrique des cadres pour les NFT, appelés « video prints » (impressions vidéos), tandis que Samsung et Netgear proposent également des solutions semblables pour exposer les NFT. Institut, une nouvelle plateforme du monde de l'art dédiée aux NFT a organisé sa première exposition physique à Londres au mois de septembre, créant ainsi une passerelle entre le numérique et le monde physique.

Gabriel Hartley, *Sea Mountain*, 2020 | Ink, acrylic and burn marks on carved plywood | 62 x 51.9cm | Courtesy of Seventeen, London.



Méthodologie

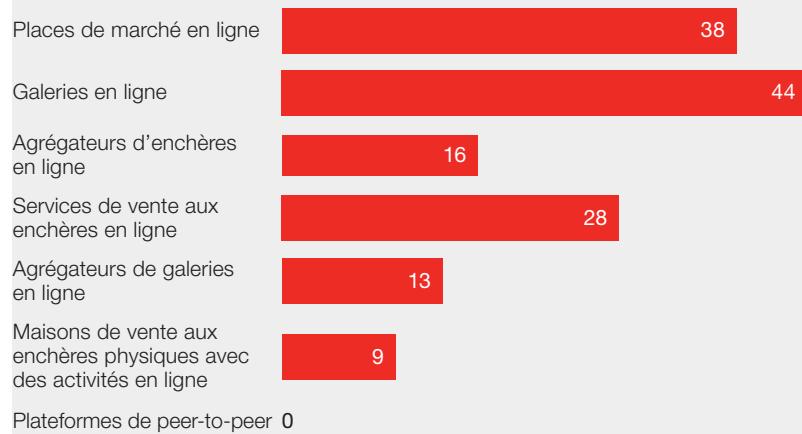


CONCLUSIONS DE L'ENQUÊTE SUR LES PLATEFORMES EN LIGNE

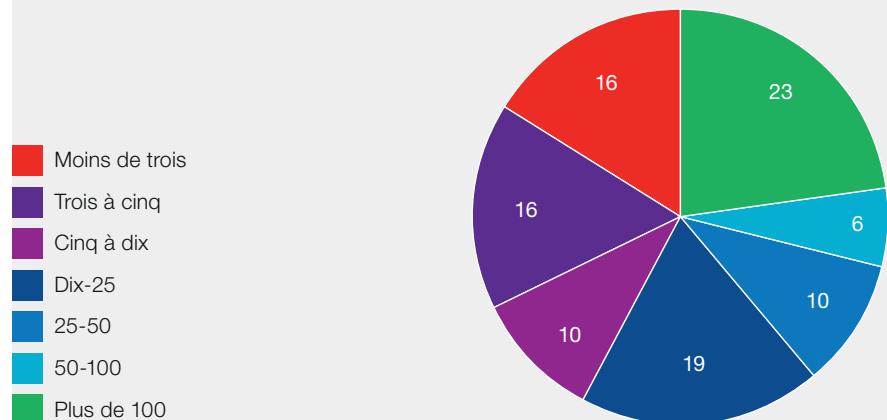
Structure du panel
Le rapport de cette année intègre les retours sur l'enquête des responsables et principaux employés des plateformes d'art en ligne participantes. En juillet et août 2021, ArtTactic a réalisé 48 entretiens en face à face et sondages en ligne auprès des principales plateformes en ligne.

Type de plateformes en ligne

Business models – plateformes en ligne interrogées (%)



Nombre de salariés – plateformes en ligne interrogées (%)



Annual online sales 2021 – online platforms surveyed (%)



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 artworks priced from less than \$250 to more than \$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:	Michał Szczesny (CEO)
Investors:	Wellington Partners, Oxford Capital, William Tunstall-Pedoe, Sherry Coutu, and others
Business model:	Online marketplace

Artfinder is an art marketplace, where they connect buyers directly with original art from independent artists around the world. It is their mission to make art affordable, accessible and a viable career for artists. They are the art world's first B Corp and a living wage employer. They also plant a tree for every artwork, with over 80,000 trees planted to date, towards their goal of being carbon neutral by 2030.

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.

ARTISTICS

Website:	www.artistics.com
Established:	2013
Location:	Paris
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-view, rich editorial content and premium customer service, Artistics aims to reduce the distance between artists and art collectors, and introduces more transparency in the process of buying art online.

ARTMARKET.COM

Website:	www.artprice.com
Established:	1997
Location:	Saint-Romain-au-Mont-d'Or, France
Founder:	Thierry Ehrmann
Management:	Thierry Ehrmann (CEO)
Business model:	Online marketplace, fine art auction prices database

Artmarket is a global player in the art market with, among other structures, its artprice department, world leader in art market information in databanks containing over 30 million indices and auction results from 6,300 auction houses, covering 763,000+ artists. Artprice Images® allows unlimited access to the largest art market image bank in the world: no less than 180 million digital images of photographs or engraved reproductions of artworks from 1,700 to the present day, commented by our art historians. Artmarket with its artprice department collects and lists data from international auction houses on a permanent basis and produces key art market information for the main press and media agencies (7,200 publications). Its 4.5 million 'members log in' users have access to ads posted by other members, a network that today represents a leading global standardised marketplace® to buy and sell artworks at a fixed or bid price (auctions regulated by paragraphs two and three of Article L 321.3 of France's Commercial Code).

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
Business model:	A suite of products with synergies that provide clients with all the tools and information they require to buy, sell,

or research fine art or collectibles online. This product suite includes online-only fine art auctions, art world news, price database, art market analytics, and a gallery network. Artnet AG is listed in the Prime Standard of the Frankfurt Stock Exchange, the segment with the highest transparency standards.

Artnet is the leading resource for buying, selling, and researching art online, with over 45 million unique users per annum. Founded in 1989, Artnet's suite of industry-leading products has revolutionised the way people discover and collect art today. The price database contains more than 14 million auction results from 1,900 auction houses dating back to 1985, providing an unparalleled level of transparency to the art market. The Gallery Network platform connects leading galleries with millions of collectors from around the world, offering the most comprehensive overview of artworks for sale. Artnet Auctions was the first dedicated online marketplace for fine art, providing a seamless and efficient collecting experience for both buyers and sellers. Artnet News covers the events, trends, and people shaping the global art market with up-to-the-minute analysis and expert commentary.

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 and Shanghai
CEO:	Talenia Phua Gajardo
Founder:	Talenia Phua Gajardo
Management:	Talenia Phua Gajardo, Kim Tay, Martin Brochhaus
Investors:	Tatler Asia Group (formerly Edipresse Media Group) and Angel Investors
Business model:	B2CeE-commerce marketplace for art and design; B2B workflow management and sourcing tool for industry professionals

Profil des sociétés (suite)

Theartling.com features a curated selection of the best in contemporary art and design, utilising digitisation and automation to cater to individual buyers via their B2C platform (theartling.com), and professional industry users via their B2B platform (projects.theartling.com). Artists, designers and galleries are able to gain exposure and reach new clients, from aspiring collectors to industry professionals such as architects and interior designers. Through their proprietary platforms, The Artling is merging art, design and technology, to create an accessible, tech-enabled cultural ecosystem.

ARTPLODE

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

Artplode is an online platform where galleries, dealers, artists and collectors can offer artworks for sale. Sales transactions are completed between buyers and sellers dealing direct. No commission is charged by Artplode to sellers or buyers. 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 at \$1,000+. Artworks by emerging artists are for sale on Artplode alongside works by blue chip artists Picasso, Warhol, Miro, Stella, Dali, listed by noted galleries and private collectors. Artplode's no commission business model has also attracted listings of single owner collections of works by significant contemporary artists and artworks from artists' estates.

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: London
 Management: Charlotte Bearn (CEO), Jenny Shepherd, Rob Jones
 Investors: Private investors
 Business model: Online curated marketplace

Artrepublic is one of the pioneers in the world of online art. They 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 artworks handpicked from hundreds of artists. World famous names such as Tracey Emin, David Hockney, and Damien Hirst can be found at artrepublic.com, alongside exceptional artists at the very start of their careers.

ARTSCOOPS

Website: www.artscoops.com
 Established: 2015
 Location: Beirut, Lebanon
 Founders: Raya Mamarbachi and May Mamarbachi
 Management: Raya Mamarbachi (CEO) and May Mamarbachi (COO), with a team of four full-time members
 Investors: Angel Investors
 Business model: Online marketplace, online shows and online auctions

ArtScoops is an online marketplace and auction house, presenting contemporary MEA art and objects from artists and galleries, and arranging private sales. ArtScoops is able to offer a variety of unique artworks, with prices ranging from \$250 to \$500,000.

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.

ARTSPER

Website:	www.artspер.com
Established:	2013
Location:	Paris
Founders:	Hugo Mulliez and François-Xavier Trancart
Management:	François-Xavier Trancart (General Manager)
Investors:	Frederic Jousset
Business model:	Marketplace, click-and-buy

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, selected by European galleries. 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 the best contemporary art. Their team of art market experts travel to international art fairs, galleries, and artists' studios to create a tightly curated selection of fine art prints. Each print is exclusive to ArtStar and cannot be found in other galleries.

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, Rich Barton, Sky Dayton, Bob Pittman, Dasha Zhukova, Thrive Capital, L-Catterton, Avenir
Business model:	Online marketplace

Artsy is the largest global online marketplace for discovering, buying, and selling fine art by leading artists. Artsy connects 4,000+ galleries, auction houses, art fairs, and institutions from 100+ countries with more than two million global art collectors and art lovers from 190+ countries. Artsy makes purchasing art welcoming, transparent, and low-friction with industry-leading

technology that connects supply and demand safely and securely at a global scale. Launched in 2012, Artsy is headquartered in New York City with offices in London and Berlin.

ARTUNER

Website:	www.artuner.com
Established:	2013
Location:	London
Founder:	Eugenio Re Rebaudengo

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.

Profil des sociétés (suite)

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 marketplace platform and auction technology service provider. Bidsquare.com is where collectors go to discover and bid on rare and authentic fine art, antiques and design from leading auction houses and dealers. Bidsquare is the destination for individuals and collectors seeking exceptional, one-of-a-kind pieces, with new, unique property added every day. Visit www.bidsquare.com to view all auctions.

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:	Quality fine art auctions – hammer and online auctions, private sales and buy now

Bukowskis is the leading auction house in Scandinavia. In 1870 Henryk Bukowski founded the auction house Bukowskis in Stockholm. For 150 years, Bukowskis has been offering fine art auctions to sellers and buyers around the world. By providing excellent results year after year, Bukowskis continue to strengthen its position as the leading auction house in Scandinavia with offices and showrooms located in Stockholm, Gothenburg, Malmö, Copenhagen and Helsinki.

CATAWIKI

Website:	www.catawiki.com
Established:	2008
Location:	Amsterdam
Founders:	René Schoenmakers and Marco Jansen
Management:	Ravi Vora (CEO), Frederik de Beer (CCO) and Tyler Miller CTO
Investors:	Permira, Accel, Project A, Lead Edge, Northzone, etc.
Business model:	Online marketplace

Catawiki is a leading online auction marketplace to buy and sell special objects. The company employs hundreds of experts across 22 categories – art, design, collectibles, jewellery, classic cars and much more – who virtually select and review every object before being offered in auction. Over 250,000 objects are on sale every month viewed by more than ten million unique visitors. Catawiki's mission is to fulfil people's passions by connecting them to the objects they love. For additional information, visit catawiki.com or download the app.

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. Founded in 1766, Christie's is a world-leading art and luxury business. Renowned and trusted for its expert live and online auctions, as well as its bespoke private sales, Christie's offers a full portfolio of global services to its clients, including art appraisal, art financing, international real estate and education. Christie's has a physical presence in 46 countries, throughout the Americas, Europe, Middle East, and Asia Pacific, with flagship international sales hubs in New York, London, Hong Kong, Paris and Geneva. It also is the only international auction house authorised to hold sales in mainland China (Shanghai). Recent innovations at Christie's include the groundbreaking sale of the first NFT for a digital work of art ever offered at a major auction house (Beeple's Everydays, March 2021), with the unprecedented acceptance of cryptocurrency as a means of payment. As an industry leader in digital innovation, Christie's also continues to pioneer new technologies that are redefining the business of art, including the creation of viewing and bidding experiences that integrate augmented reality, global livestreaming, buy-now channels, and hybrid sales formats.

DEVIANTART

Website:	www.deviantart.com
Established:	2000
Location:	Hollywood
Founder:	Angelo Sotira

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.drouot.com
Established:	2008
Location:	Paris, France
Founder:	Oliver Lange – CEO of Drouot Patrimoine (Holding of the Company)
Management:	Antoine de Rochefort (CEO)
Investors:	Drouot Patrimoine
Business model:	Auction marketplace

The Drouot Group is the world's largest multi-channel marketplace dedicated to auctions of works of art. With both physical premises and online sales, it gathers auction houses from all countries and displays an extraordinary inventory of artworks for sale. The Group's activity started in 1852 in 'Hôtel Drouot', the iconic auction center in Paris. For some years now, the Group has significantly developed its digital activities on drouot.com, the leader in Continental Europe for auctions of artworks. The Drouot Group also offers a wide range of services to auction houses (websites, marketing tools, magazine *La Gazette Drouot*). In 2020, Drouot Digital published more than 1.7 million lots and recorded more than 500,000 registrations to live and online sales of 600 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

Profil des sociétés (suite)

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.

EXHIBITION A

Website:	http://exhibitiona.com
Established:	2010
Location:	Online
Management:	Laura Martin Mills (Partner and Founder) and Brendan Carney (Partner)
Business model:	Online art sales, commercial and hospitality sales

Exhibition A partners with top contemporary artists to create exclusive editions of work sold exclusively through exhibitiona.com. Their focus is on broadening access to contemporary art through a high quality, accessibly priced offering.

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 Koidl/PWeidemann
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 FINE ART AUCTION HOUSE (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:	Online auction, online gallery, bricks-and-mortar auction with online business

Heffel is a leader in the international art market, and has sold more Canadian art than any other auctioneer worldwide. 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. In addition to its two major live auctions annually, Heffel holds monthly online auctions and specialty sales throughout the year. 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
Management:	Jim Halperin (Co-Chairman), Steve Ivy (Co-Chairman and CEO), Greg Rohan (President), Todd Imhof (Executive VP), Paul Minshull (COO) and Cris Bierenbach (Executive Vice President)
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.

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.

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 (CEO)
Investors:	Francis Berthomier
Business model:	Online gallery and click-to-buy

IdeelArt is the world's first online gallerist dedicated to contemporary abstract art. IdeelArt has established itself as a credible voice in the conversation about contemporary abstract art by producing and publishing original content on a daily basis. 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 more than 90 artists and more than 2,000 curated 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:	Artist-to-collector marketplace

KAZoART is a direct-to-artist marketplace with an expertly-curated selection of contemporary artists. The company works with more than 1,000 artists coming from all over Europe, and a 50,000 artwork catalogue including painting, sculpture, photography, drawing, etc. ranging from €200 to €50,000. KAZoART has a community of more than 300,000 collectors that follow us every month on their website, Instagram, Facebook, etc. KAZoART's 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. KAZoART delivers artworks worldwide, and has collectors in more than 50 different countries. They also have a B2B business to sell art to professionals, hotels, restaurants, etc.

KOONESS

Website:	www.kooness.com
Established:	2015
Founder:	Lorenzo Uggeri
Management:	Lorenzo Uggeri (CEO)
Business model:	Online gallery aggregator, online auction aggregator, online marketplace, auction software (White-Label Solutions)

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.

Profil des sociétés (suite)

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/agggregator

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.

LIVEAUCTIONEERS

Website:	www.liveauctioneers.com
Established:	2002
Location:	New York
Founders:	Julian R Ellison and John Ralston
Management:	Phil Michaelson (CEO), Erwin Hungerbuhler (SVP Global Sales and Customer Success) and Rob Cummings (CTO)
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.

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.

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 artworks. 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.

THE SALEROOM.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.

Profil des sociétés (suite)

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:	Jeanne Anderson, SVP and General Manager at Saatchi Art; Sean Moriarty, CEO at Leaf Group
Investors:	Publicly held company (Graham Holdings 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 3.4 million original paintings, drawings, sculptures and photographs by over 110,000 emerging artists from over 140 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:	Ventech, F3A – BPI France, FjLabs, Turenne
Business model:	Online gallery

Singulart is the 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.

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, buy-now marketplace and pop-up galleries

Established in 1744, Sotheby's is the world's premier destination for art and luxury. Sotheby's promotes access to and ownership of exceptional art and luxury objects through auctions and buy-now channels including private sales, e-commerce and retail. Sotheby's trusted global marketplace is supported by an industry-leading technology platform and a network of specialists spanning 40 countries and 50 categories, which include contemporary art, modern and impressionist art, old masters, Chinese works of art, digital art, jewellery, watches, wine and spirits, and interiors, among many others. Sotheby's focus on expanding the channels through which our unique and exceptional offerings can be accessed has resulted in market-leading digital innovation, for example, reimagined digital-hybrid marquee sales, a presence in Decentraland on the NFT Metaverse, being the first auction house to accept cryptocurrency for a physical object estimated above \$10 million, hosting over 400 online sales in 2020, and in 2021 they had over ten million views of their livestreams, three million visits to their multimedia catalogues and over four million followers across their social media platforms.

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 paintings from a global community of mid-career artists. 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.

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)
Founders:	Francis Berthomier
Management:	Francis Berthomier (CEO)
Business model:	Online gallery aggregator, online marketplace, online magazine

With over 750,000 monthly visitors, 50,000 artworks available to buy, a magazine presenting more than 23,000 original articles, 15,000 artist biographies, 150,000 artworks documented with recent auction results, and over 3,000 gallery profiles, Widewalls is one of the best places on the planet to discover and buy modern and contemporary art. Designed by an art dealer for art dealers, 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

