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

DEUXIÈME PARTIE



Cover artwork:

Frank Walter, *Four Trees and Fence*, 1980 | Oil on card | 35.5 x 31.5cm | Courtesy the family of Frank Walter and Ingleby Gallery.

INTRODUCTION	1
PRINCIPALES CONCLUSIONS	2
COMPORTEMENT D'ACHAT ET VENTES EN LIGNE	4
MOTIVATIONS DES ACHETEURS	6
TENDANCES DES DEPENSES D'ART EN LIGNE	10
RESEAUX SOCIAUX	14
OBSTACLES DU MARCHE POUR LES CLIENTS HESITANTS	16
CONCLUSIONS DE L'ENQUETE SUR LES ACHETEURS D'ART NFT 2022	20
CONCLUSION	28
METHODOLOGIE	30

Introduction

Bienvenue dans la nouvelle édition du rapport Hiscox sur le marché de l'art en ligne. Ce rapport dessine deux univers aux contours très différents. D'une part, il y a le marché de l'art en ligne traditionnel où s'échangent des objets physiques, qui est devenu un segment important et pérenne du marché de l'art, au point de constituer désormais une pratique quasi-routinière. D'autre part, il y a le monde fou, volatile et séduisant des NFT, qui attire principalement les spéculateurs plutôt que les amateurs d'art. L'engouement finira par se calmer et une nouvelle hiérarchie s'établira entre les NFT qui ont de la valeur et ceux qui n'en ont pas. De nombreuses personnes sont actuellement enclines à s'y risquer, même si elles ne sont pas prêtes à faire des folies. En attendant, les plateformes d'art en ligne traditionnelles s'efforcent frénétiquement de rattraper le retard et d'intégrer les NFT à leurs activités, car après tout, personne n'aime manquer une fête.

Robert Read
Directeur Art et Clientèle Privée
Hiscox

Principales conclusions

LE MARCHÉ EN LIGNE EST TOUJOURS PROSPERE ALORS QUE LES EFFETS DE LA PANDEMIE S'ESTOMPENT

Près de deux tiers des acheteurs d'art interrogés ont acheté de l'art ou des objets de collection en ligne, un chiffre en hausse par rapport aux deux années précédentes. Plus de huit acheteurs d'art en ligne sur 10 ont acheté des œuvres en ligne au cours des 12 derniers mois, contre 67% en 2020.

LE VIRAGE EN LIGNE DU MARCHÉ DE L'ART EST DEFINITIF

84% des acheteurs d'art en ligne estiment désormais que le virage numérique du marché de l'art sera permanent (contre 51% en 2020).

LES VENTES DEVRAIENT ATTEINDRE 13.5 MILLIARDS \$ EN 2021

La croissance astronomique de 72% observée au cours du premier semestre signifie que, si la même cadence est maintenue le reste de l'année, les ventes globales atteindraient 13 milliards \$ sur l'année, un nouveau record. Les ventes devraient encore croître en 2022, mais à un rythme plus lent.

LES MARCHES DE L'ART ET DES NFT COMMENCENT A SE RAPPROCHER

Il est probable que nous assistions à une convergence croissante du marché de l'art traditionnel et de certains segments du marché des NFT. Plus d'un quart des acheteurs d'art constituant le panel de l'étude (27%) ont indiqué qu'ils étaient enclins à acheter un NFT au cours des 12 prochains mois.

C'EST L'ARGENT QUI MOTIVE LES ACHETEURS DE NFT ET NON L'ART

Plus de huit acheteurs de NFT sur 10 (82%) ont déclaré que le potentiel de valeur était leur plus importante motivation. Presque tous ceux (95%) qui ont dépensé plus de 25 000 \$ en NFT au cours des 12 derniers mois ont répondu que le retour sur investissement constituait leur principale motivation.

Robert Longo, *Study of Pandemic*, 2021-2022, 2021 | Ink and charcoal on vellum | 58.7 x 53.3cm | Courtesy of the artist and Pace Gallery.



Comportement d'achat et ventes en ligne



DE PLUS EN PLUS D'ACHETEURS D'ART S'AVENTURENT EN LIGNE POUR LA PREMIÈRE FOIS

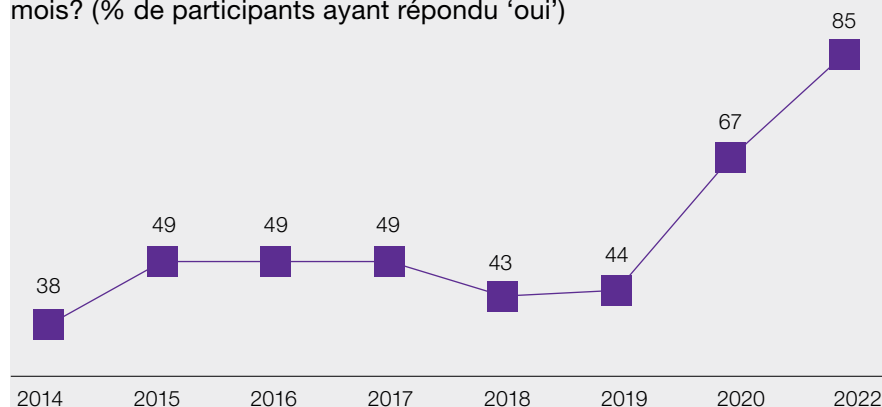
Avez-vous acheté de l'art et/ou des objets de collection directement sur des sites de vente ou d'enchères en ligne au cours des 12 derniers mois? (%)

Près de deux tiers des acheteurs d'art interrogés (65%) ont répondu qu'ils avaient à un moment donné acheté des œuvres d'art et des objets de collection en ligne, contre 59% en 2020 et 43% en 2019.

L'ELAN SE POURSUIT

Les achats en ligne réalisés par les acheteurs existants ont bondi l'année dernière, 85% d'entre eux ont en effet répondu qu'ils avaient acheté de l'art en ligne au cours des 12 derniers mois, contre 67% en 2020.

Avez-vous acheté de l'art et/ou des objets de collection directement sur des sites de vente ou d'enchères en ligne au cours des 12 derniers mois? (% de participants ayant répondu 'oui')



LES GRANDES MAISONS DE VENTES AUX ENCHÈRES AFFICHENT UNE FORTE CROISSANCE À DEUX CHIFFRES DE LEURS VENTES EN LIGNE EN 2021

Heritage Auctions a déclaré 903 millions \$ de chiffre d'affaires en ligne en 2021 (+79% par rapport à 2020). L'an dernier, Phillips a connu une croissance de 70% de ses ventes aux enchères exclusivement en ligne, tandis que Christie's a rapporté une croissance de 41% de ses ventes exclusivement en ligne en 2021. Les ventes exclusivement en ligne de Sotheby's ont progressé de 22% en 2021 après une croissance phénoménale en 2020 (824%).

903m \$
Ventes en ligne Heritage Auction en 2021.



LES TAUX DE CROISSANCE ONT LARGEMENT FRANCHI LA BARRE DES DEUX CHIFFRES

¹Pour établir cette estimation, nous sommes partis de l'hypothèse que la croissance au second semestre serait identique à celle de 72% observée au premier semestre. Voir le [Rapport Hiscox 2021 sur le marché de l'art en ligne – partie un](#) pour plus de précisions sur la méthodologie.

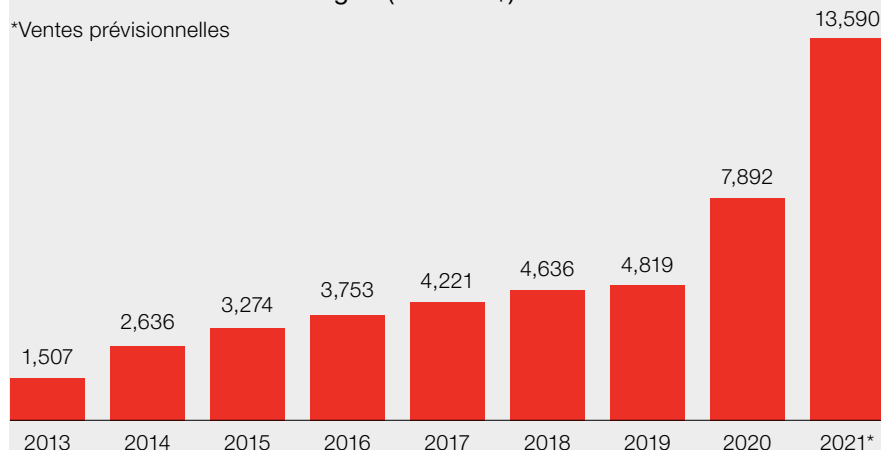
Les ventes d'œuvres d'art en ligne ont littéralement explosé pendant la pandémie, passant de 4,8% en 2019 à 64% en 2020. Et cette forte croissance s'est poursuivie pour atteindre 72% au premier semestre 2021, selon les chiffres des plateformes d'art en ligne, ce qui nous permet d'estimer à 13,5 milliards \$¹ les ventes en ligne en 2021.

13.5mds \$
prévisions de ventes en ligne pour 2021.

Ventes d'œuvres d'art en ligne (millions \$)

Ventes d'œuvres d'art en ligne (millions \$)

*Ventes prévisionnelles



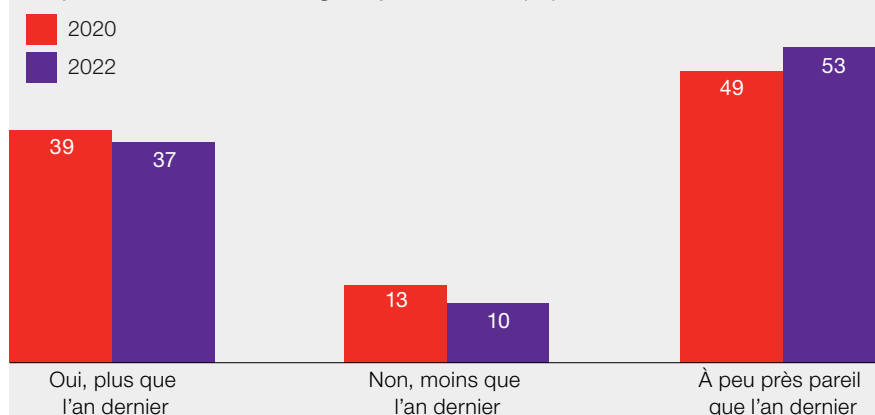
HAUSSE DE LA CONFIANCE DES ACHETEURS

Plus de la moitié des acheteurs d'art en ligne interrogés en 2022 (53%) ont indiqué que la pandémie et le virage en ligne du marché de l'art avaient augmenté leur confiance dans l'achat d'art et d'objets de collection en ligne, contre 42% en 2020. Cette hausse de la confiance est déjà visible dans l'augmentation des ventes en ligne observée l'année dernière.

LE VIRAGE EN LIGNE DU MONDE DE L'ART EST PERMANENT

En 2020, six mois après le début de la pandémie, 51% des acheteurs d'art avaient répondu qu'ils pensaient que les changements deviendraient permanents. 18 mois plus tard, 84% des acheteurs d'art considèrent désormais que le virage numérique du marché de l'art sera permanent.

Dans les 12 prochains mois, pensez-vous acheter plus d'œuvres d'art et d'objets de collection en ligne qu'en 2021? (%)



SELON LES PROJECTIONS, LES VENTES D'ŒUVRES D'ART EN LIGNE DEVRAIENT ENCORE PROGRESSER CETTE ANNÉE

Dans les 12 prochains mois, pensez-vous acheter plus d'œuvres d'art et d'objets de collection en ligne qu'en 2021? (%)

Motivations des acheteurs

DES ACHETEURS D'ART PLUS ENGAGÉS SOCIALEMENT?

En 2020, l'aide et le soutien de la communauté artistique (impact social) et le soutien aux artistes (mécénat) sont devenus la deuxième motivation d'achat d'art (68%). Cette tendance était particulièrement forte au sein des jeunes générations (moins de 35 ans), qui ont répondu à 76% que leur motivation principale pour acheter de l'art était l'impact social.

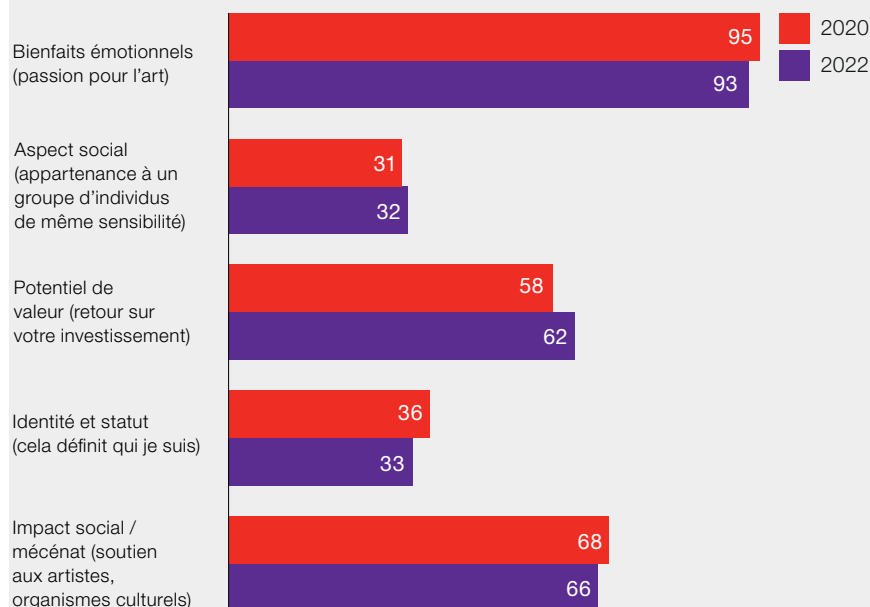
Mais il ne s'agit pas seulement d'un élan de générosité et de solidarité envers les artistes pendant la crise du Covid. Les deux tiers des acheteurs d'art interrogés en janvier 2022 (66%) ont indiqué que l'impact social et la philanthropie restent leur première motivation pour acheter de l'art et des objets de collection, ce chiffre passant à 74% chez les moins de 35 ans. Au sein de la génération plus âgée d'acheteurs d'art, un tiers des personnes interrogée (33%) ont répondu qu'ils avaient acheté de l'art pour soutenir les artistes et les organismes culturels en 2021, une tendance en baisse par rapport à 2020 (49%). La forte reprise du marché de l'art en 2021 pourrait bien y être pour quelque chose. Mais une majorité d'acheteurs d'art de moins de 35 ans (54%) ont déclaré qu'ils avaient continué à acheter de l'art pour soutenir les artistes et les organismes culturels pendant l'année 2021, soit à peine moins qu'en 2020 (59%).

LA VALEUR FINANCIERE RESTE UNE MOTIVATION ESSENTIELLE

Les acheteurs d'art souhaitent toujours tirer un bénéfice de leurs œuvres. La plupart des acheteurs d'art interrogés (62%) ont répondu que le potentiel de valeur et le retour sur investissement avaient constitué leurs motivations principales pour acheter de l'art au cours de 12 derniers mois, un chiffre en légère hausse par rapport à 2020 (58%).

Quelles sont vos motivations parmi les suivantes lorsque vous achetez des œuvres d'art et des objets de collection? (les participants ont répondu important/très important)

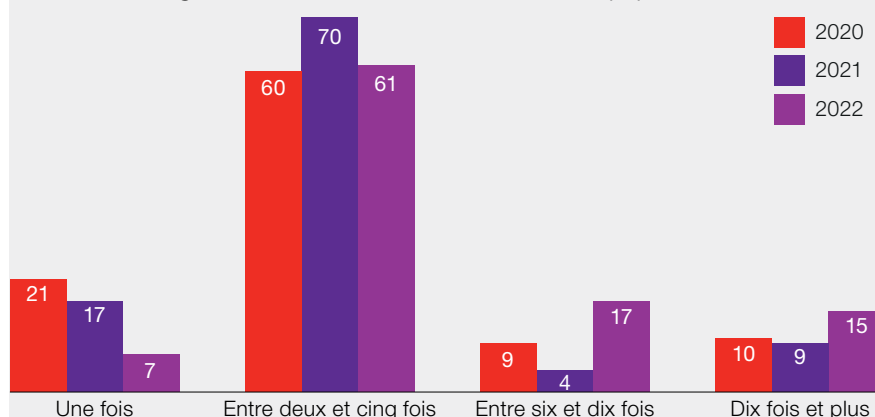
Quelles sont vos motivations parmi les suivantes lorsque vous achetez des œuvres d'art et des objets de collection? (les participants ont répondu important/très important)



LES ACHETEURS D'ART ONT D'AVANTAGE ACHETÉ EN LIGNE EN 2021

Combien de fois avez-vous acheté une œuvre d'art ou un objet de collection en ligne au cours des 12 derniers mois? (%)

Combien de fois avez-vous acheté une œuvre d'art ou un objet de collection en ligne au cours des 12 derniers mois? (%)



Les acheteurs d'art de moins de 35 ans achètent sur plusieurs plateformes. Au cours des 12 derniers mois, 79% d'entre eux ont indiqué qu'ils avaient acheté sur au moins deux plateformes, contre 68% en 2020.

80%

des acheteurs d'art en ligne ont acheté de l'art sur au moins deux plateformes en ligne au cours des 12 derniers mois, légèrement plus qu'en 2020 (76%).



LES ACHETEURS D'ART CONTINUENT D'ACHETER SUR UN LARGE EVENTAIL DE PLATEFORMES

Motivations des acheteurs (suite)

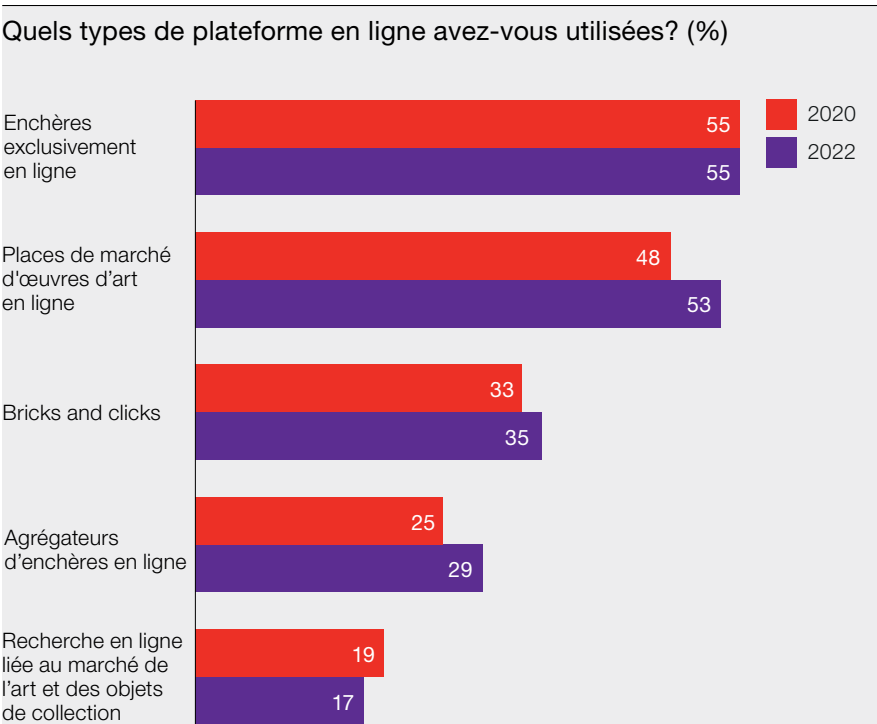


LE MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE EST DEvenu UNE PORTE D'ENTREE DANS LE MONDE DE L'ART POUR LES NOUVEAUX ACHETEURS D'ART, NOMBRE D'ENTRE EUX N'AYANT JAMAIS MIS LES PIEDS DANS UNE GALERIE OU UNE MAISON DE VENTE AUX ENCHERES.

UNE NOUVELLE GENERATION D'ACHETEURS D'ART A EXCLUSIVEMENT ACHETE DES ŒUVRES EN LIGNE

Trois jeunes collectionneurs sur dix (31%) ont indiqué qu'ils avaient acheté leur première œuvre d'art en ligne, contre 14% en 2020. Près de la moitié (47%) des nouveaux acheteurs d'art (ceux qui ont commencé à acheter de l'art il y a moins de trois ans) ont également indiqué qu'ils avaient réalisé leurs premiers achats d'art en ligne; ce chiffre s'établissait à 30% en 2020. Le marché de l'art en ligne est devenu une porte d'entrée dans le monde de l'art pour les nouveaux acheteurs d'art, nombre d'entre eux n'ayant jamais mis les pieds dans une galerie ou une maison de vente aux enchères.

Quels types de plateforme en ligne avez-vous utilisées? (%)



LES ACHETEURS EN LIGNE SE REPARTISSENT DE FAÇON RELATIVEMENT HOMOGENE ENTRE LES DIFFERENTES PLATEFORMES EN LIGNE, MAIS LES VENTES AUX ENCHERES SEMBLENT ETRE LE FORMAT PRIVILEGIE

Les plateformes de vente aux enchères exclusivement en ligne sont les plateformes d'achat d'art les plus populaires, mais les plateformes de bricks and clicks, comme celles des maisons de ventes aux enchères traditionnelles Sotheby's, Christie's, Phillips et Bonhams, ont davantage attiré de jeunes acheteurs. Presqu'un tiers d'entre eux (32%) ont indiqué qu'ils avaient acheté de l'art sur ces plateformes, contre 17% en 2020. Cette tendance est corroborée par les chiffres de ces maisons: Sotheby's

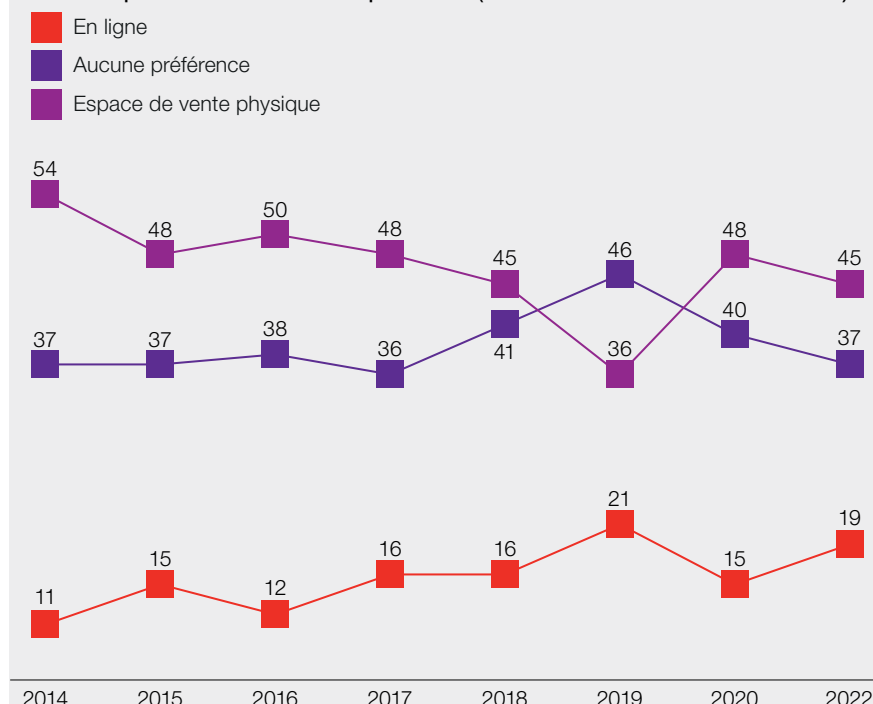
a déclaré que 44,2%² de ses enchérisseurs en 2021 étaient de nouveaux clients, tandis que la moitié des acheteurs chez Phillips étaient de nouveaux clients. Chez Christie's, 35%³ des acheteurs étaient de nouveaux clients, dont les deux tiers sont entrés par le biais des ventes en ligne. Un tiers de leurs nouveaux acheteurs étaient des milléniaux.

LES NOUVEAUX ACHETEURS PREFERENT ACHETER EN LIGNE

Si 19% des acheteurs d'art préfèrent acheter en ligne, 45% d'entre eux préfèrent encore acheter de l'art en personne. Cependant, 41% des nouveaux acheteurs d'art préfèrent acheter de l'art en ligne, et seuls 24% ont déclaré qu'ils préféreraient acheter de l'art en personne dans un espace physique.

Quelle expérience avez-vous préférée? (% de tous les acheteurs d'art)

Quelle expérience avez-vous préférée? (% de tous les acheteurs d'art)



²<https://www.antiquetrade gazette.com/news/2021/sotheby-s-announces-best-ever-year-for-sales-with-new-bidders-and-online-growth-a-big-boost>

³<https://www.antiquetrade gazette.com/news/2021/christie-s-sales-hit-a-five-year-high-for-2021/>

Tendances des dépenses d'art en ligne



LES VENTES D'ŒUVRES DE NOUVEAUX MÉDIAS ONT EXPLOSE EN 2021

Sur l'ensemble des acheteurs d'art que nous avons interrogés, 41% ont répondu qu'ils avaient acheté des œuvres de nouveaux médias en 2021, contre 17% en 2020. Cette tendance va de pair avec la croissance rapide des ventes d'œuvres de nouveaux médias sous forme de NFT. L'essor du marché des NFT devrait susciter un intérêt pour l'art numérique en 2021 et au-delà.

ont acheté moins de cinq œuvres numériques en 2021, 39% n'en ont acheté qu'une seule et 52% en ont acheté entre deux et cinq; 4% avaient acheté entre 11 et 20 œuvres de nouveaux médias l'an dernier.

LES ACHETEURS D'ART DEPENSENT DAVANTAGE LORSQU'ILS ACHETENT DES ŒUVRES ET OBJETS DE COLLECTION EN LIGNE EN 2022

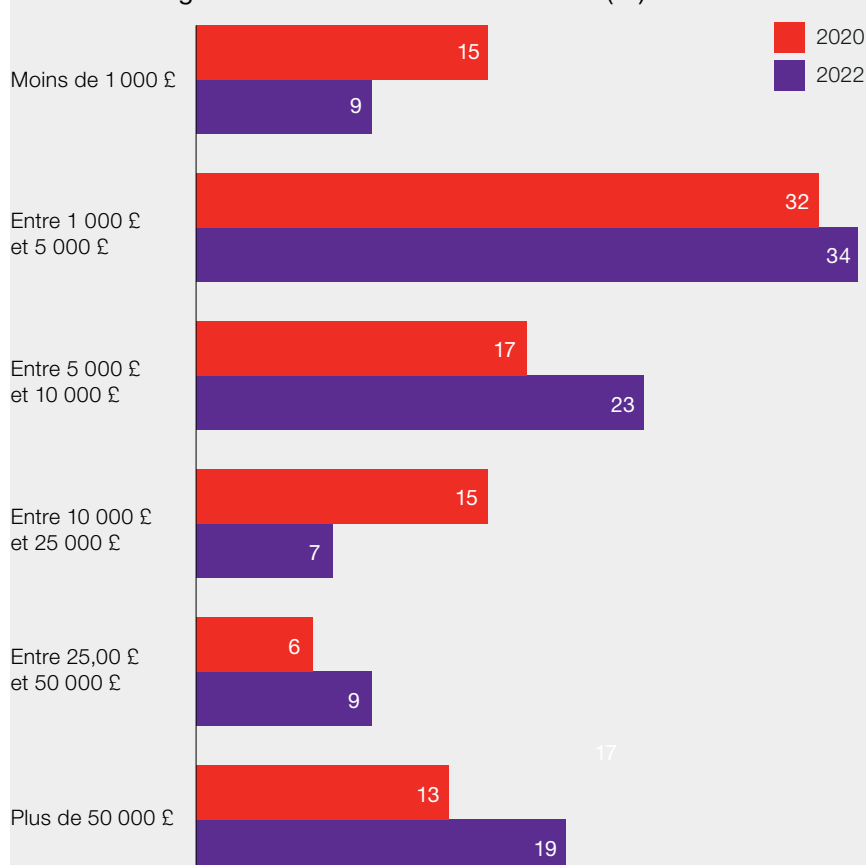
Près de neuf acheteurs d'art sur 10 (89%) ont répondu qu'ils avaient acheté des œuvres numériques pour un prix moyen inférieur à 5 000 \$, et pour une grande majorité d'entre eux (57%), pour un prix moyen inférieur à 1 000 \$. La plupart de ces acheteurs (91%)

ont déclaré qu'ils avaient acheté plus de 50 000 £ d'œuvres d'art en ligne (13% en 2020), et 58% ont effectué plus de 5 000 \$ d'achat d'œuvres d'art en ligne l'an dernier, contre 52% en 2020.

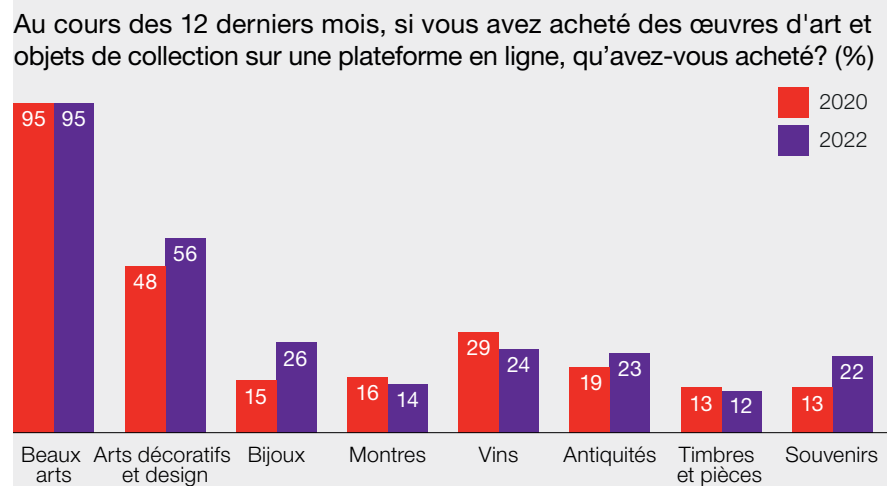
UN GRAND NOMBRE D'ACHETEURS D'ART ONT ACHETÉ DES ŒUVRES NUMÉRIQUES DE FAIBLE VALEUR

Combien avez-vous dépensé en achat d'œuvres d'art et d'objets de collection en ligne au cours des 12 derniers mois? (%)

Combien avez-vous dépensé en achat d'œuvres d'art et d'objets de collection en ligne au cours des 12 derniers mois? (%)



Au cours des 12 derniers mois, si vous avez acheté des œuvres d'art et objets de collection sur une plateforme en ligne, qu'avez-vous acheté? (%)



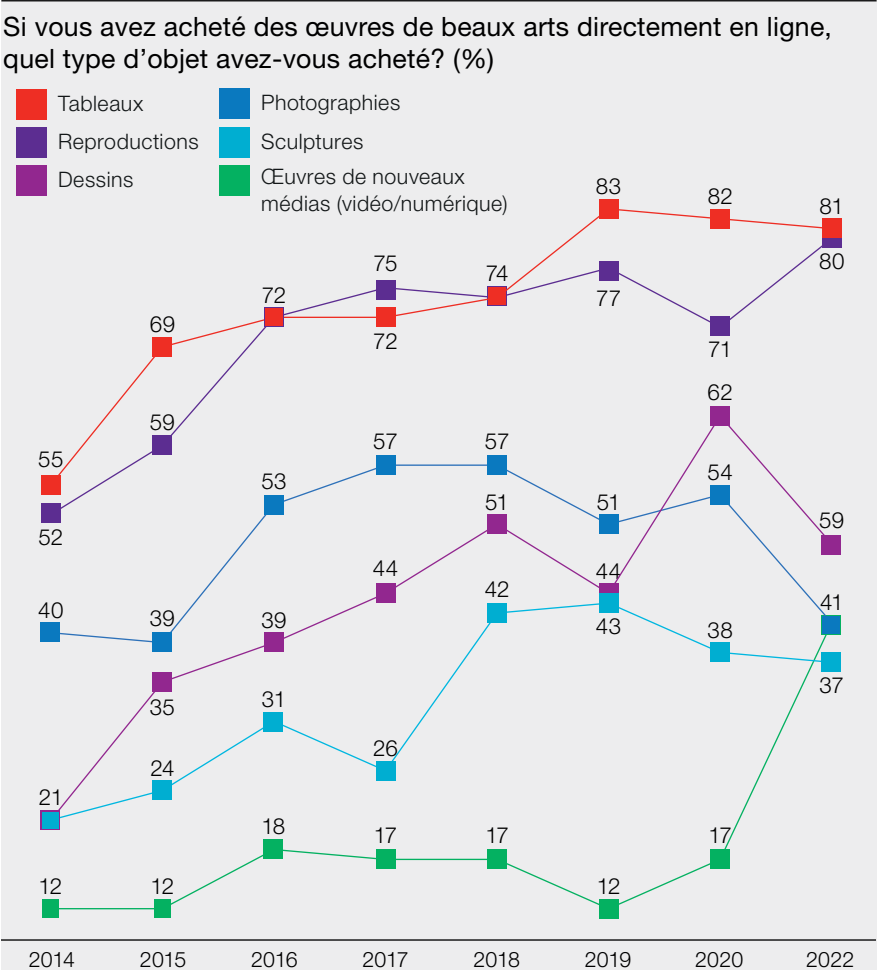
LES BEAUX-ARTS DOMINENT LES ACHATS, MAIS LES COLLECTIONS DIVERSIFIÉES SONT DE PLUS EN PLUS FREQUENTES

95% des acheteurs d'art ont indiqué qu'ils avaient acheté des œuvres de beaux-arts en ligne en 2021, un chiffre identique à celui de 2020. Toutefois, davantage d'acheteurs d'art (56%) ont acheté des objets d'art décoratif et de design en ligne, contre 48% en 2020. Nous avons également assisté à un bond des achats en ligne de bijoux cette année, 26%

des personnes interrogées ayant déclaré des achats de bijoux en ligne au cours des 12 derniers mois (contre seulement 15% en 2020). Ces constatations correspondent aux tendances observées sur le marché des ventes exclusivement en ligne réalisées par les trois grandes maisons de ventes aux enchères (Sotheby's, Christie's et Phillips), qui ont enregistré une croissance des ventes exclusivement en ligne de bijoux et montres (+42% en 2021), vêtements et accessoires (+69% en 2021) et autres objets de collection (+56% en 2021)⁴.

⁴ArtTactic RawFacts Annual Auction Review 2021

Si vous avez acheté des œuvres de beaux arts directement en ligne, quel type d'objet avez-vous acheté? (%)



Grayson Perry, *How I Thought of Myself*, 2000 | Glazed ceramic | 50 x 22 x 22cm | Courtesy the artist and Victoria Miro, © Grayson Perry.



Réseaux sociaux



INFLUENCE CROISSANTE DES RESEAUX SOCIAUX SUR L'ACTIVITE D'ACHAT D'ART

Quel réseau social utilisez-vous le plus pour tout ce qui a trait à l'art? (%)

Êtes-vous influencé par les réseaux sociaux lorsque vous achetez de l'art? (% des répondants disent 'oui')

VERS UNE LASSITUDE DES RESEAUX SOCIAUX CHEZ LES FEMMES ET AU SEIN DE LA NOUVELLE GENERATION D'ACHETEURS?

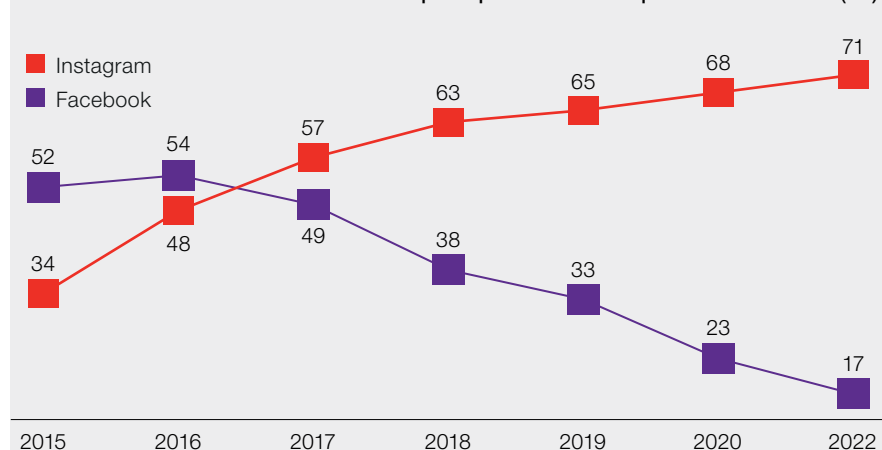
Bien que la proportion d'acheteurs en ligne ayant acheté de l'art via des réseaux sociaux en 2021 soit pratiquement identique à l'année précédente (23% en 2021 contre 24% en 2020), le nombre d'acheteurs de moins de 35 ans ayant déclaré un achat par le biais des réseaux sociaux a chuté à 28% en 2021, contre 35% en 2020.

Selon 40% des personnes interrogées, les réseaux sociaux ont une influence croissante sur les achats d'œuvres d'art, soit le chiffre le plus élevé observé depuis que nous avons commencé à poser cette question en 2015.

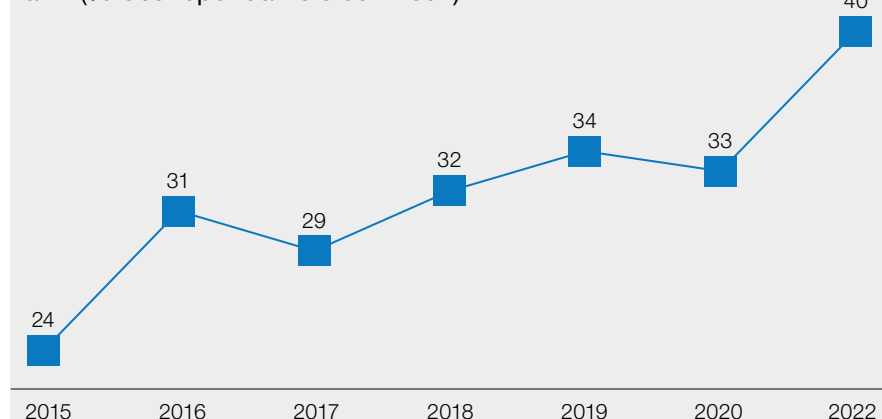
INSTAGRAM RESTE LE CANAL DOMINANT, MAIS LINKEDIN ET TIKTOK GAGNENT DU TERRAIN

Parmi les jeunes acheteurs d'art en ligne, 26% ont répondu que LinkedIn et 10% ont répondu que TikTok étaient devenues des plateformes importantes pour tout ce qui a trait à l'art, contre respectivement 22% et 3% en 2020.

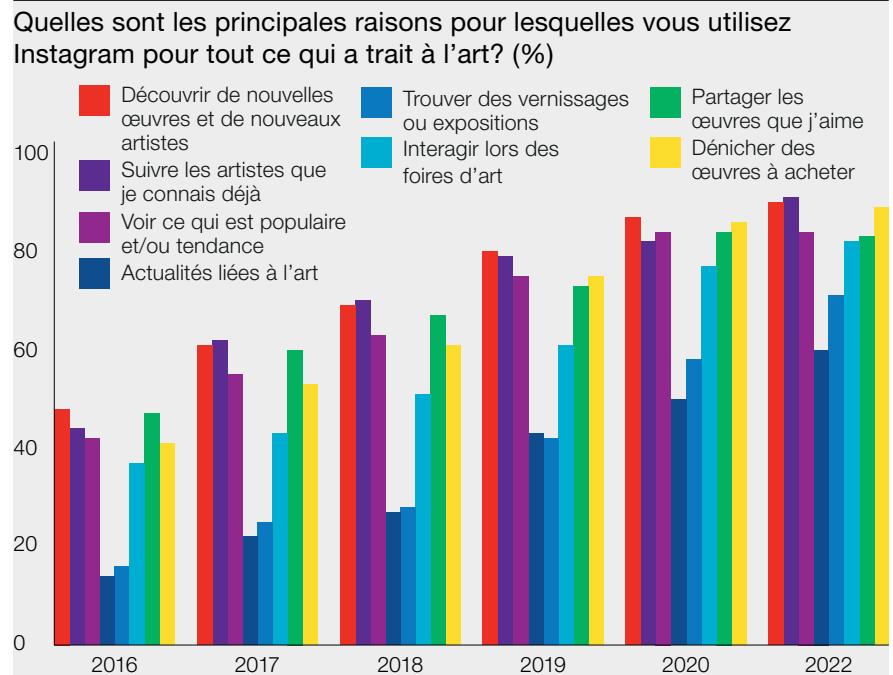
Quel réseau social utilisez-vous le plus pour tout ce qui a trait à l'art? (%)



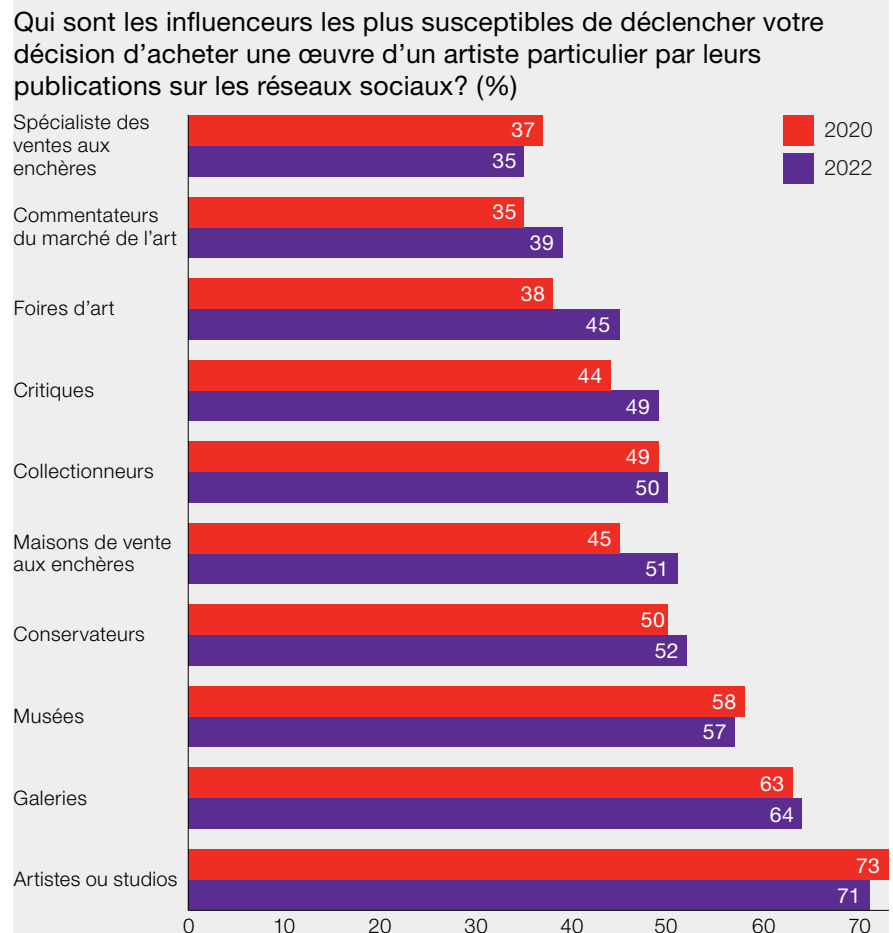
Êtes-vous influencé par les réseaux sociaux lorsque vous achetez de l'art? (% des répondants disent 'oui')



Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous utilisez Instagram pour tout ce qui a trait à l'art? (%)



Qui sont les influenceurs les plus susceptibles de déclencher votre décision d'acheter une œuvre d'un artiste particulier par leurs publications sur les réseaux sociaux? (%)



Obstacles du marché pour les clients hésitants



PRINCIPALES RAISONS DE NE PAS ACHETER EN LIGNE

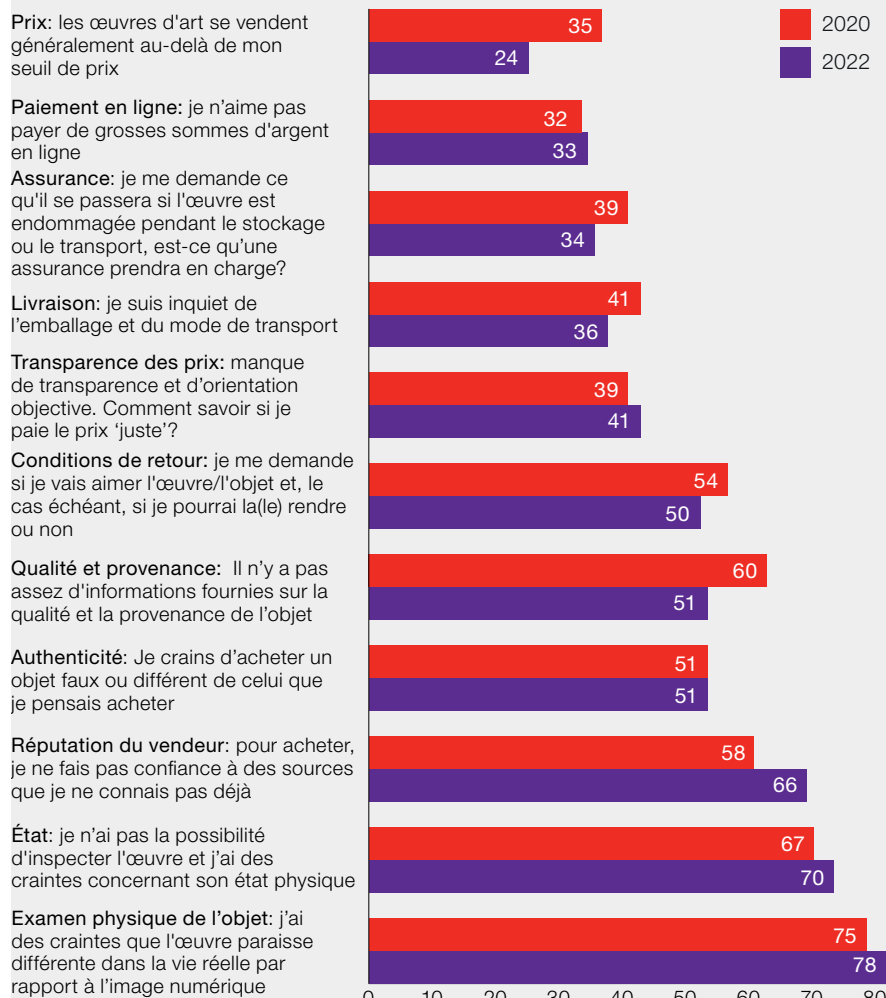
Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'achetez pas de l'art en ligne? (%)

LES ACHETEURS D'ART MILLENNIALS SONT HESITANTS A ACHETER DE L'ART EN LIGNE

Bien que le nombre de participants ayant indiqué qu'ils envisageaient d'acheter de l'art en ligne cette année soit en légère augmentation (44% contre 41% en 2020), les vendeurs d'art en ligne doivent encore surmonter de gros obstacles avant que les clients ne soient pleinement convaincus.

Beaucoup des craintes qui dissuadent les gens d'acheter en ligne par le passé sont encore tenaces.

Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'achetez pas de l'art en ligne? (%)

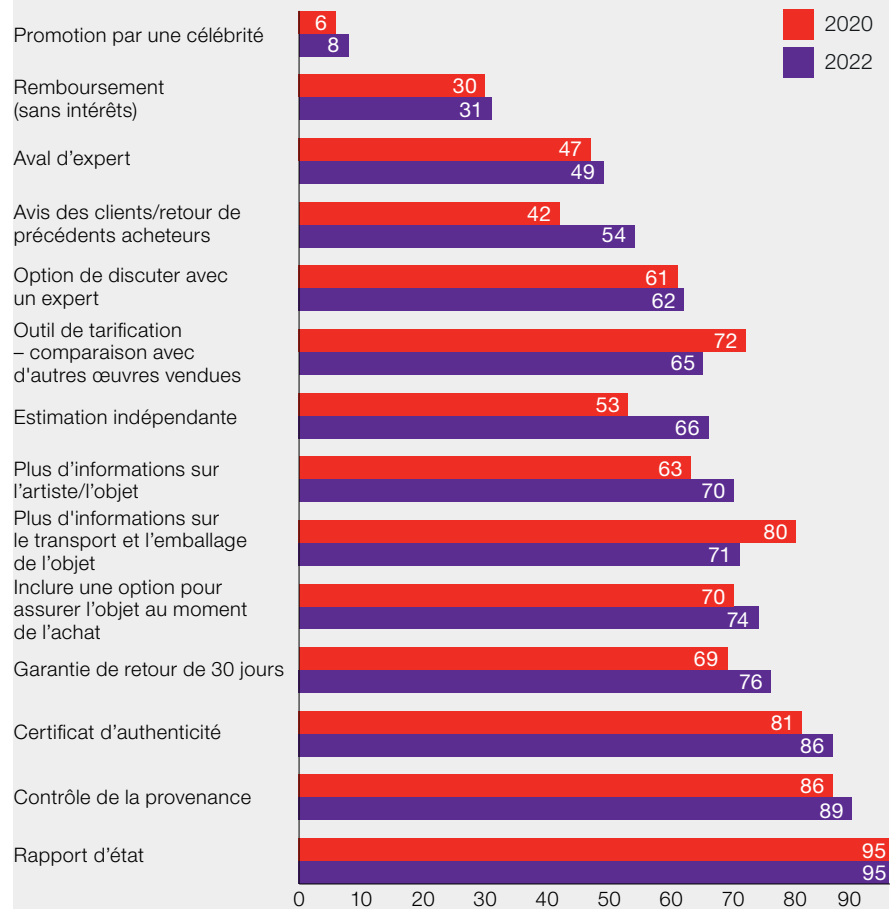




COMMENT ACCROÎTRE LA CONFIANCE DANS LE MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE?

Lesquels de ces services vous permettraient d'être plus confiants pour acheter des œuvres d'art et des objets de collection en ligne? (%)

Lesquels de ces services vous permettraient d'être plus confiants pour acheter des œuvres d'art et des objets de collection en ligne? (%)



Obstacles du marché pour les clients hésitants (suite)



PLUS DE SEPT ACHETEURS D'ART SUR DIX (71%) ONT MENTIONNÉ QUE LA CYBERCRIMINALITÉ ÉTAIT UNE SOURCE DE PRÉOCCUPATION SUR LE MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE, CONTRE 63% EN 2020.

Quel est votre niveau de préoccupation à l'égard des actes de cybercriminalité suivants lorsque vous achetez/vendez de l'art en ligne? (% de participants ayant répondu préoccupé/très préoccupé)

Lorsque vous achetez des œuvres d'art en ligne, votre connaissance de la plateforme influence-t-elle votre décision de l'une des façons suivantes? (%)

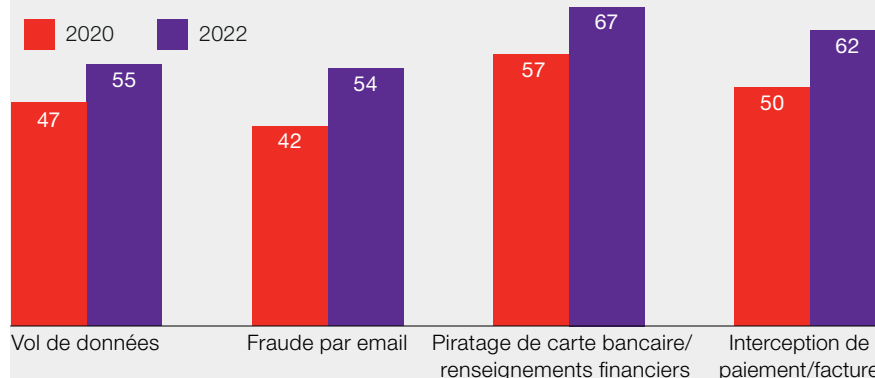
CYBERCRIMINALITÉ

PEUR CROISSANTE D'ÊTRE ESCROQUÉ EN LIGNE

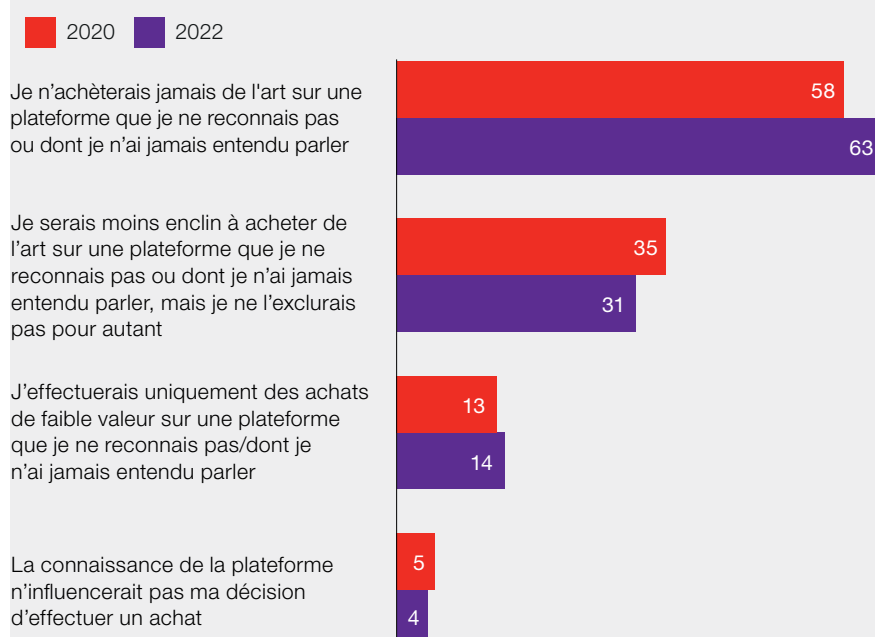
Plus de sept acheteurs d'art sur dix (71%) ont mentionné que la cybercriminalité était une source de préoccupation sur le marché de l'art en ligne, contre 63% en 2020.

Cette préoccupation est la plus marquée (75%) chez les acheteurs d'art les plus dépensiers (au-delà de 100 000 \$ par an). Près d'un tiers des acheteurs d'art (31%) ont indiqué qu'ils avaient évité d'acheter de l'art au-delà d'une certaine somme par crainte de la cybercriminalité, contre 23% en 2020.

Quel est votre niveau de préoccupation à l'égard des actes de cybercriminalité suivants lorsque vous achetez/vendez de l'art en ligne? (% de participants ayant répondu préoccupé/très préoccupé)



Lorsque vous achetez des œuvres d'art en ligne, votre connaissance de la plateforme influence-t-elle votre décision de l'une des façons suivantes?



Amadeo Luciano Lorenzato, *Sem título (Untitled)*, 1973 | Oil on board | 51.7 x 41.5 x 4cm | Courtesy David Zwirner.



Conclusions de l'enquête sur les acheteurs d'art NFT 2022

1. LES ACHETEURS D'ART TRADITIONNELS ACHETENT-ILS DES NFT?

LES JEUNES ACHETEURS D'ART SONT HESITANTS, MAIS LES PLUS DEPENSIERS TENTENT LEUR CHANCE

Bien que cette année, le marché de l'art et des objets de collection NFT aient atteint environ 11,9 milliards \$ selon NonFungible.com, seuls 19% des acheteurs d'art interrogés en 2022 ont déclaré avoir acheté un NFT. Même la jeune génération d'acheteurs d'art n'a pas encore totalement adopté les NFT, puisque seuls 14% d'entre eux déclarent avoir déjà acheté un NFT. 16% des nouveaux acheteurs d'art ont rapporté qu'ils avaient acheté au moins un NFT. Mais près d'un tiers (31%) des acheteurs d'art les plus dépensiers (ceux qui achètent plus de 100 000 \$ d'œuvres d'art par an) ont répondu qu'ils avaient acheté des NFT au cours des 12 derniers mois.

LES HOMMES SONT PLUS NOMBREUX A AVOIR ACHETE DES NFT, MAIS DAVANTAGE DE FEMMES DEVRAIENT S'Y INTERESSER CETTE ANNEE

Moins d'un cinquième des acheteuses d'art interrogées (16%) ont déclaré avoir acheté au moins un NFT, contre 22% des acheteurs de sexe masculin. Mais 27% d'entre elles ont déclaré qu'elles achèteraient un NFT dans les 12 prochains mois, se rapprochant ainsi des acheteurs de sexe masculin (28%).

2. POURQUOI ACHETENT-ILS?

LE RETOUR SUR INVESTISSEMENT EST LE PRINCIPAL FACTEUR

À l'inverse du marché de l'art traditionnel, où les acheteurs sont souvent motivés par l'émotion que suscite en eux une œuvre ou par le souhait de soutenir un artiste en particulier, la principale raison pour acheter des NFT est l'espoir de réaliser un bénéfice. Plus de huit acheteurs de NFT sur 10 (82%) ont déclaré que le potentiel de valeur était leur plus importante motivation, tandis que 67% ont répondu que c'était leur passion pour l'art.

Plus d'un tiers des acheteurs de NFT (39%) ont indiqué que l'impact social et le mécénat étaient une motivation essentielle pour eux, et 38% que l'aspect social et communautaire des NFT était important à leurs yeux. Bien que de plus en plus de célébrités utilisent leurs NFT comme avatars et photos de profil sur les réseaux sociaux, seuls 29% des acheteurs de NFT sur le marché de l'art ont répondu que 'l'identité et le statut' étaient des facteurs importants pour acheter des NFT. Presque tous ceux (95%) qui ont dépensé plus de 25 000 \$ en NFT au cours des 12 derniers mois ont répondu que le retour sur investissement constituait leur motivation numéro un.

LES ACHETEURS DE SEXE MASCULIN SONT PRINCIPALEMENT MOTIVES PAR L'INVESTISSEMENT, CE QUI EST BIEN MOINS LE CAS POUR LES FEMMES

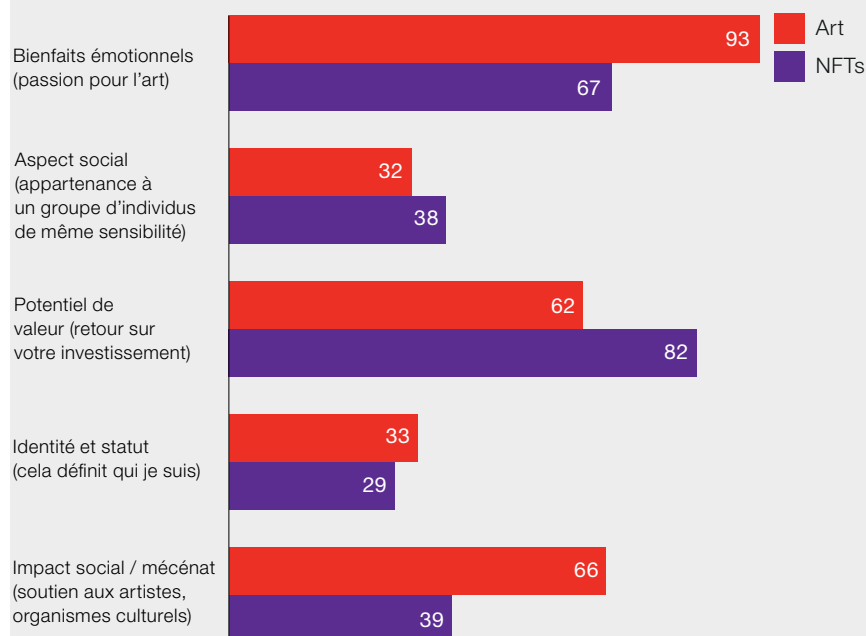
Nous commençons déjà à observer une différence entre les hommes et les femmes en ce qui concerne les motivations d'achat de NFT. Tandis que 96% des hommes ont indiqué

Quelles sont vos motivations parmi les suivantes lorsque vous achetez des œuvres d'art et des NFT? (%)

qu'ils avaient acheté de l'art NFT pour des raisons d'investissement, et 58% par passion pour l'art numérique, les femmes sont bien moins nombreuses (67%) à avoir

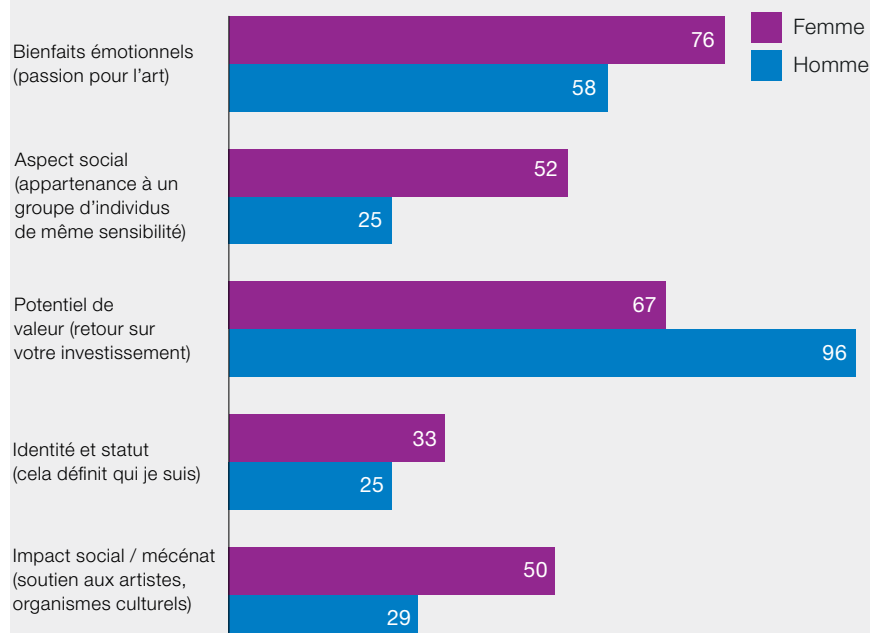
cité l'investissement comme raison principale de leur achat de NFT; 76% en ont acheté par passion pour l'art et notamment pour l'art numérique.

Quelles sont vos motivations parmi les suivantes lorsque vous achetez des œuvres d'art et des NFT? (%)



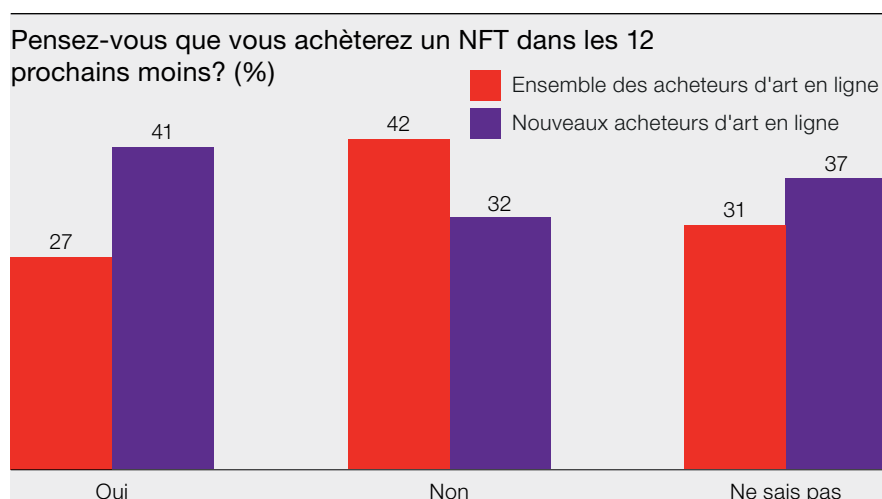
Quelles sont vos motivations parmi les suivantes lorsque vous achetez de l'art NFT? (%)

Quelles sont vos motivations parmi les suivantes lorsque vous achetez de l'art NFT? (%)



Conclusions de l'enquête sur les acheteurs d'art NFT 2022 (suite)

Pensez-vous que vous achèterez un NFT dans les 12 prochains mois? (%)



3. COMBIEN PAYENT-ILS?

LA PLUPART DES ACHETEURS DE NFT NE FONT ENCORE QUE PRENDRE LA TEMPERATURE

Parmi les acheteurs de NFT, 30% n'en ont acheté qu'un seul et 39% en ont acheté entre deux et cinq. Moins d'un cinquième d'entre eux (15%) en ont acheté entre cinq et dix et 16% en ont acheté davantage.

Deux tiers des acheteurs les plus réguliers étaient des hommes de moins de 55 ans, dont la plupart (83%) dépensent plus de 50 000 \$ par an en œuvres d'art.

DANS L'ENSEMBLE, ILS DEPENSENT RELATIVEMENT PEU DANS LES NFT

Parmi les acheteurs d'art interrogés ayant acheté des NFT au cours des 12 derniers mois, 35% ont acheté des NFT pour une valeur totale de moins de 1 000 \$ et 37% ont dépensé jusqu'à 5 000 \$ en achat de NFT. Ceux qui ont acheté pour plus de 5 000 \$ de NFT ne représentent que 15%. Parmi les hommes qui achètent des NFT,

38% ont dépensé plus de 5 000 \$ l'an dernier, et 12,5% ont indiqué avoir dépensé plus de 100 000 \$ en achat de NFT.

4. OU ACHETENT-ILS DES NFT?

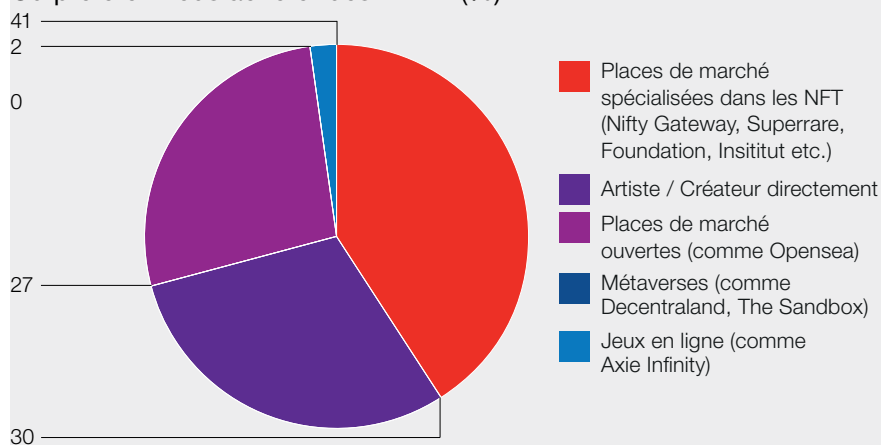
PLACES DE MARCHÉ LES PLUS POPULAIRES

Près d'un tiers des acheteurs de NFT (30%) ont indiqué qu'ils avaient principalement acheté des NFT directement auprès de l'artiste ou du créateur en 2021. Mais c'est sur les places de marché spécialisées que la plupart des acheteurs ont acheté leurs NFT l'an dernier (41%). Nifty Gateway, Foundation, Superrare et Institut sont des plateformes sélectives et spécialisées, et non des plateformes sur lesquelles n'importe qui peut créer des NFT.

Les plateformes ouvertes, comme OpenSea, sont populaires en raison du public qu'elles attirent et de la liquidité qu'elles offrent, 27% des acheteurs ayant déclaré que ces plateformes avaient constitué leur canal privilégié. Les acheteuses de NFT sont plus nombreuses (38%) à avoir cité les plateformes ouvertes comme OpenSea comme leur premier choix, contre 17%

Où préférez-vous acheter des NFT? (%)

Où préférez-vous acheter des NFT ? (%)



des acheteurs de NFT de sexe masculin. Plus de la moitié (52%) des acheteurs de NFT de sexe masculin ont affiché une plus grande préférence pour les plateformes de NFT spécialisées, et 30% ont déclaré avoir acheté directement auprès de l'artiste (contre 28% des acheteuses de NFT).

5. COMMENT ACHETER?

INTEGRITE ET QUALITE ARTISTIQUE

À la question de savoir quel est le critère ou le facteur qu'ils considèrent le plus important lors de l'achat d'un NFT, 32% ont répondu la réputation et l'historique des ventes de l'artiste, et 25% ont mentionné la 'qualité artistique' de l'œuvre. Dans la suite du classement, 16% ont cité la rareté, et 5% ont indiqué que les grands projets de NFT (comme CryptoPunks ou Bored Apes), avec leur concept de 10 000 NFT uniques, étaient les critères les plus importants pour acheter des NFT.

COMMUNAUTE

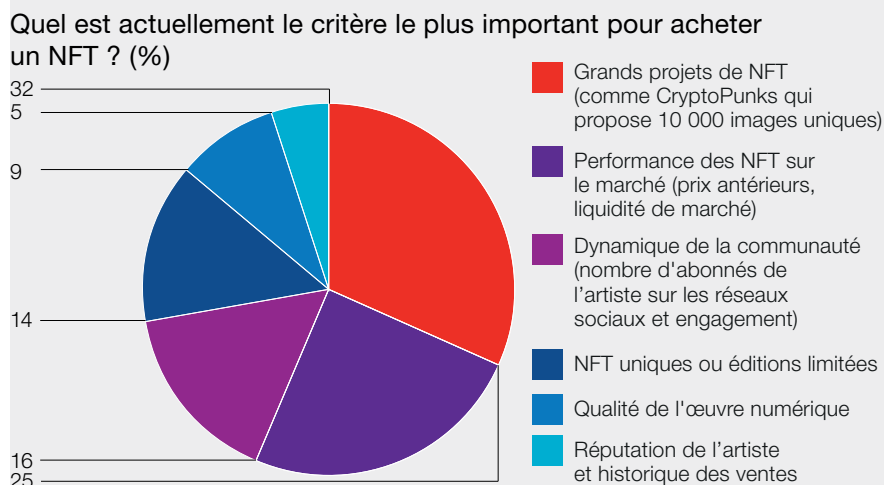
La dynamique de la communauté (sa taille et l'engagement de ses abonnés sur les réseaux sociaux) a été citée comme le critère d'achat le plus important par 14% des participants. 5% ont indiqué qu'ils préféraient les grands projets de NFT (comme Bored Apes). Certains participants ont déclaré que ce n'était pas uniquement la taille de la communauté qui comptait, mais la façon dont elle s'était construite: plus ce processus est organique, mieux c'est, tandis que les artistes qui recourent à des services promotionnels sont boudés, car cela génère souvent des bulles.

DYNAMIQUE DU MARCHÉ

Bien que la plupart des acheteurs de NFT soient poussés par une logique d'investissement, seuls 9% d'entre eux ont déclaré que les prix antérieurs et la liquidité du marché étaient les critères principaux, ce qui laisse penser que la plupart des acheteurs de NFT n'ont pas encore assez confiance dans les chiffres pour en faire leur critère principal lorsqu'ils achètent des NFT.

Conclusions de l'enquête sur les acheteurs d'art NFT 2022 (suite)

Quel est actuellement le critère le plus important pour acheter un NFT? (%)



6. QUEL EST LE PLUS GRAND AVANTAGE A POSSEDER DES NFT?

Parmi les trois principaux avantages de la technologie des NFT, l'acquisition d'un 'droit de propriété' sur des œuvres numériques et autres actifs numériques a été citée comme l'aspect le plus important d'un NFT, selon 27% des acheteurs de NFT. Par ailleurs, 18% des acheteurs de NFT ont indiqué que la principale contribution des NFT étaient l' 'accès' et les 'marchés' qu'ils avaient créés pour l'art numérique, tandis que 14% ont répondu que les NFT pourraient devenir le titre de propriété numérique d'un objet matériel (jumeau numérique), et constituer la passerelle pour relier le marché de l'art physique à la blockchain et au Web 3.0⁵ à l'avenir.

un autre sous-groupe, ont indiqué qu'ils ne voyaient pas la 'qualité artistique' des NFT pour le moment.

Certains acheteurs (13%) ont évoqué que le marché des NFT est une bulle prête à exploser, et qu'ils attendent de voir quels sont les artistes et projets de NFT qui émergeront après. D'autres acheteurs d'art (11%) ont déclaré que la principale raison pour laquelle ils ne s'aventuraient pas sur le marché était un manque de confiance, car celui-ci n'est pas suffisamment réglementé, ce qui augmente le risque d'arnaque, de spéculation et de manipulation.

8% des acheteurs d'art existants ont indiqué qu'ils n'avaient pas acheté de NFT car ils ne comprenaient pas comment leur prix est fixé et comment ils sont évalués.

7. POURQUOI LES AMATEURS D'ART N'ACHETENT PAS DE NFT ?

Plus d'un tiers des acheteurs d'art actuels (35%) ont une préférence marquée pour l'art physique et ne sont pas intéressés par l'art numérique et les NFT. 27% des acheteurs d'art existants constituant

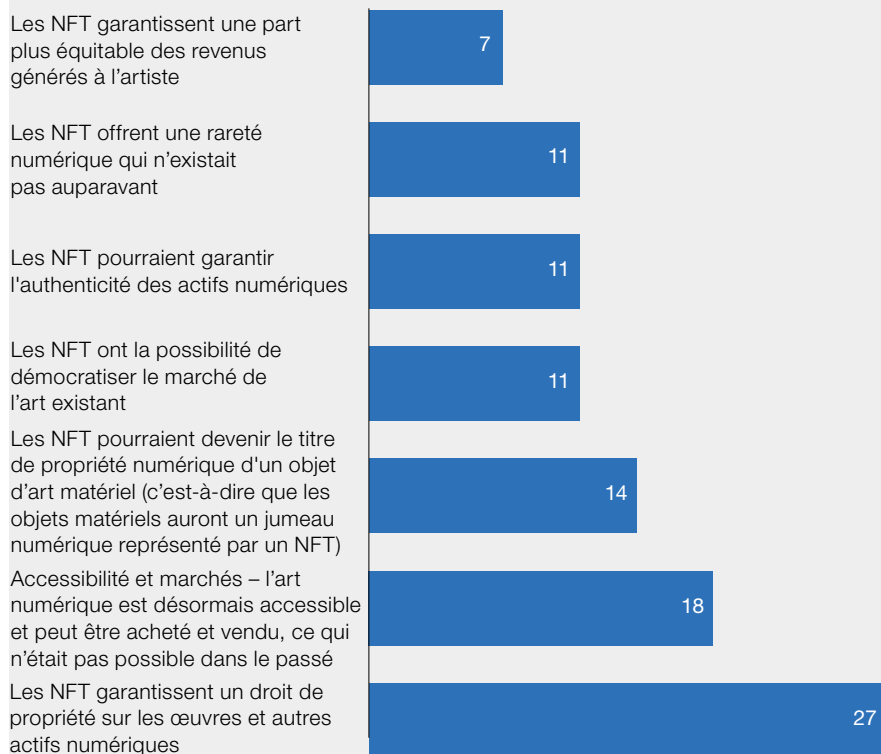
Il est probable que nous soyons dans une période d'exubérance irrationnelle, où l'enthousiasme des investisseurs et la peur de rater quelque chose (fear of missing out, FOMO) font monter les prix de ces actifs au-delà d'une somme justifiée par leur valeur fondamentale. Mais est-ce que

⁵Également appelé web décentralisé, le Web 3.0 est la troisième version d'Internet, qui est vue comme une amélioration de la version Web 2.0 actuelle. Le Web 3.0 est prévu pour être une version décentralisée d'Internet, où les gens auront le contrôle de leurs données et bénéficieront de plus de transparence et où davantage de contenus seront accessibles à tous.

quelqu'un comprend réellement
la valeur fondamentale des NFT?

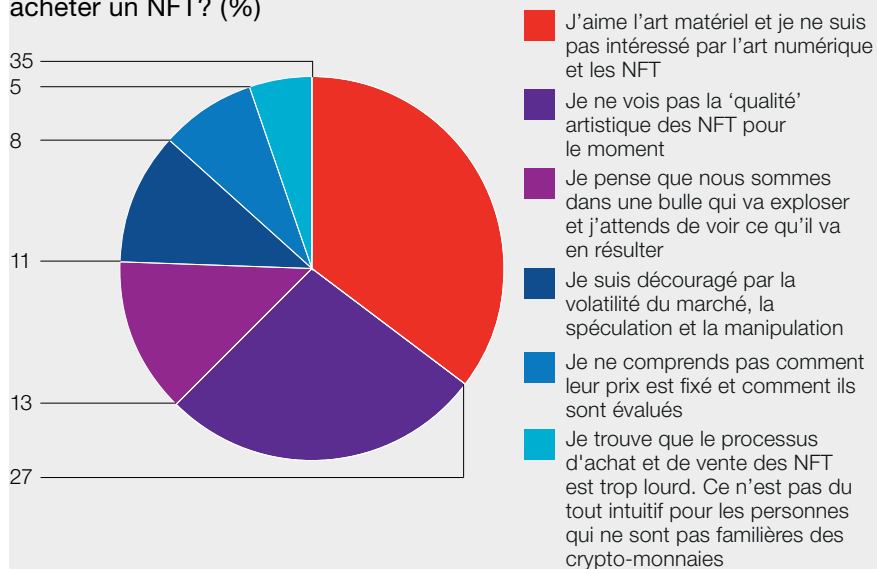
Quel est, selon vous, le plus
grand avantage des NFT? (%)

Quel est, selon vous, le plus grand avantage des NFT? (%)



Quelle est la principale raison
pour laquelle vous ne souhaitez
pas acheter un NFT? (%)

Quelle est la principale raison pour laquelle vous ne souhaitez pas acheter un NFT? (%)



Conclusions de l'enquête sur les acheteurs d'art NFT 2022 (suite)

8. QU'EST-CE QUI POURRAIT CONTRIBUER A RENFORCER LA CONFIANCE DANS LES NFT?

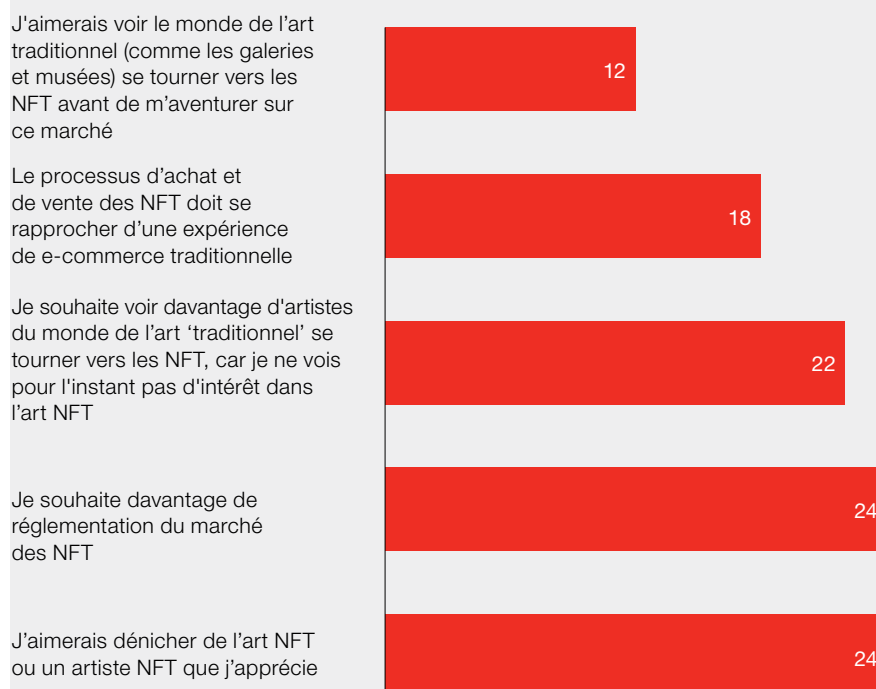
Près d'un quart des acheteurs d'art (24%) ont répondu que ce qui importe le plus pour eux est de dénicher de l'art NFT intéressant qui leur plaise. Certains participants ont rapporté que les vrais talents se perdent dans la masse de NFT créés en ce moment, les plateformes de NFT étant inondées par un grand nombre de projets sans originalité qui tentent d'imiter le succès de Bored Apes et CryptoPunks. Les participants sont toutefois aussi nombreux (24%) à avoir déclaré qu'ils souhaitent une meilleure réglementation du marché des NFT avant de franchir le pas. Les acheteurs d'art existants semblent également attendre que le marché de l'art traditionnel s'ouvre aux NFT,

22% ayant répondu qu'il s'agirait de l'évolution la plus importante pour instiller davantage de confiance. Certains signes montrent que ce processus est en cours, et plusieurs initiatives, projets et partenariats ont déjà été mis en place. Enfin, 15% des acheteurs d'art ont répondu qu'ils souhaitaient que le processus d'achat de NFT soit davantage calqué sur le processus d'achat d'autres biens sur Internet aujourd'hui.

Un autre facteur mentionné est la grande empreinte carbone du marché à l'heure actuelle. Des initiatives sont néanmoins entreprises pour y remédier, de plus en plus de blockchains s'écartant du modèle 'proof of work' (preuve de travail) pour s'orienter vers le modèle 'proof of stake' (preuve d'enjeu)⁶. Ethereum 2.0 (proof of stake) devrait voir le jour en 2023.

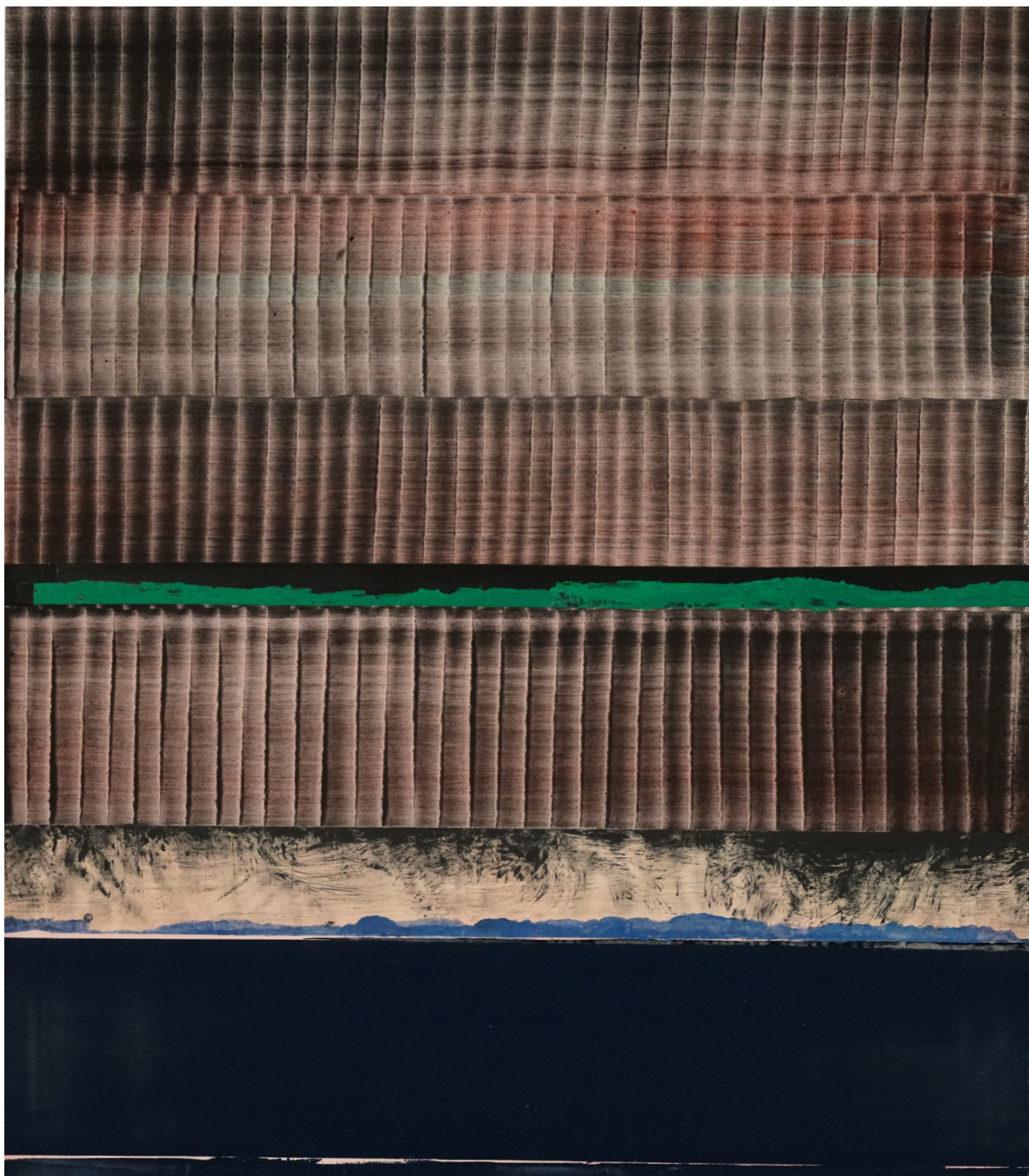
Quel est l'aspect le plus important qui vous mettrait davantage en confiance pour acheter un NFT à l'avenir? (%)

Quel est l'aspect le plus important qui vous mettrait davantage en confiance pour acheter un NFT à l'avenir? (%)



⁶Le modèle Proof of stake réduit le nombre de calculs complexes, rendant le processus plus efficace d'un point de vue énergétique. Dans ce modèle, le pouvoir de validation des transactions revient à ceux qui possèdent les plus grands stocks de la monnaie native du réseau. L'idée sous-jacente est que ceux qui ont une mise importante sont moins susceptibles de manipuler le système. Et s'ils le font, ils peuvent voir leur mise détruite.

Juan Uslé, *Cruzavientos*, 2017-2018 | Vinly, dispersion and dry pigment on canvas | 61 x 46cm | Courtesy the artist and Frith Street Gallery.



Conclusion

LE MARCHÉ DE L'ART TRADITIONNEL ET LE MARCHÉ DES NFT VONT VRAISEMBLABLEMENT CONVERGER



Il a fallu des années et une pandémie mondiale pour que le marché de l'art traditionnel comprenne et exploite le potentiel d'Internet. Mais la piste tracée par les pionniers du marché de l'art en ligne pourrait laisser penser que les NFT vont bientôt devenir un segment du marché de l'art généraliste. De plus en plus de signes montrent que les deux marchés ont déjà commencé à se rapprocher.

Les trois principales maisons de ventes aux enchères Sotheby's, Christie's et Phillips ont vendu pour 185 millions \$ de NFT lors de leurs ventes aux enchères publiques en 2021; elles n'en avaient vendu aucun en 2020⁷.

Quelques-unes des grandes galeries ont également commencé à vendre des NFT. La Pace Gallery, par exemple, a lancé Pace Verso, une nouvelle plateforme de création, d'exposition et de collection de NFT.

Les foires d'art ont également franchi le pas. En décembre 2021, Art Basel Miami a lancé 'Humans + Machines: NFTs and the Ever-Evolving World of Art', une exposition interactive de NFT de Tezos, une blockchain à forte efficacité énergétique.

En mars 2022, Art Dubai a lancé 'Art Dubai Digital', contenant une section numérique qui présentait des œuvres d'art NFT, d'art vidéo et de réalité virtuelle.

Certains artistes célèbres ont également rapidement pris conscience du potentiel des NFT. En juillet 2021, Damien Hirst a lancé 'The Currency', une collection de dix-mille NFT correspondant à dix-mille œuvres matérielles uniques. Les acheteurs ont un an pour décider s'ils souhaitent conserver le NFT ou l'échanger contre une œuvre matérielle; selon leur choix, l'œuvre ou le NFT correspondant sera détruit(e). Selon la galerie Gagosian qui expose les œuvres de Damien Hirst, 'The Currency est une expérience de croyance dans laquelle chaque participant est confronté à sa perception de la valeur, qui teste les limites des mondes numériques et physiques et notre rôle dans chacun d'eux'.

Jeff Koons a annoncé au mois de septembre 2021 qu'il allait également proposer des NFT en partenariat avec Pace, et son premier projet s'intitule 'Jeff Koons: Moon Phases'.

Parallèlement, le British Museum s'est associé à la plateforme de NFT LaCollection au mois de septembre 2021, pour lancer des NFT sous forme de cartes postales numériques d'Hokusai. Il a récidivé au mois de janvier 2022 en transformant 20 œuvres de William Turner en NFT.

Les acheteurs d'art existants affichent un intérêt grandissant pour l'art numérique, selon notre Enquête sur les achats d'art en ligne (Online Art Buying Survey) réalisée en janvier 2022, qui dresse un tableau de la perception des NFT par les amateurs d'art.

⁷ArtTactic RawFacts Annual Auction Review 2021

L'enquête suggère que les NFT boostent la demande d'art numérique. Sur l'ensemble des acheteurs d'art que nous avons interrogés, 41% ont répondu qu'ils avaient acheté des œuvres de nouveaux médias en 2021, contre 17% en 2020. Plus d'un quart des acheteurs d'art constituant le panel de l'étude (27%) ont indiqué qu'ils étaient enclins à acheter un NFT au cours des 12 prochains mois (27% des acheteuses d'art et 28% des acheteurs d'art). 29% des jeunes acheteurs ont déclaré qu'ils achèteraient un NFT dans les 12 prochains mois, tandis que 41% des nouveaux acheteurs d'art ont mentionné leur intention d'acheter un NFT cette année.

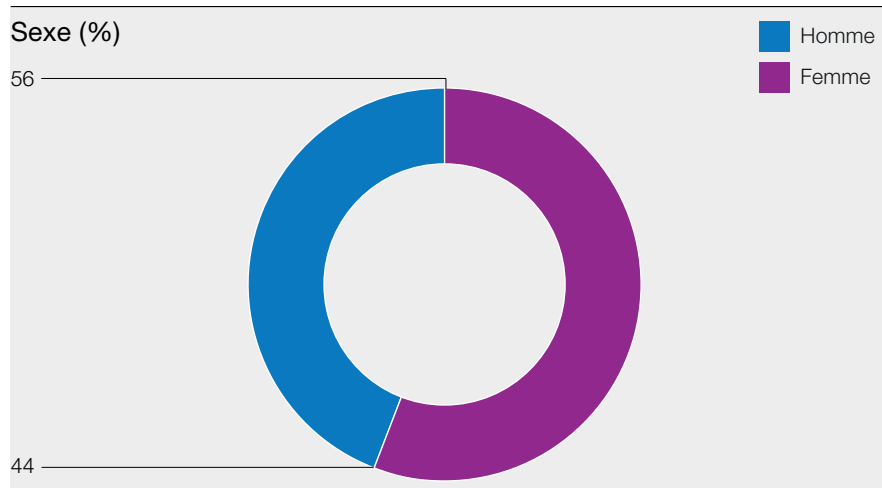
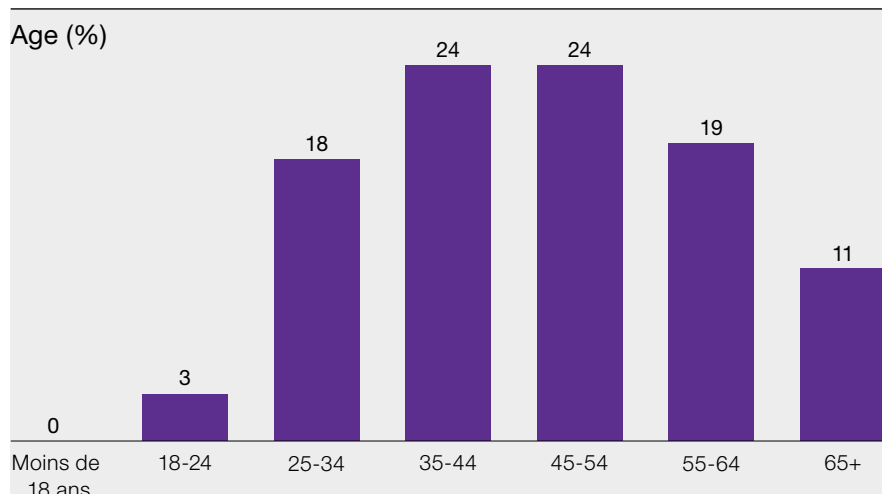
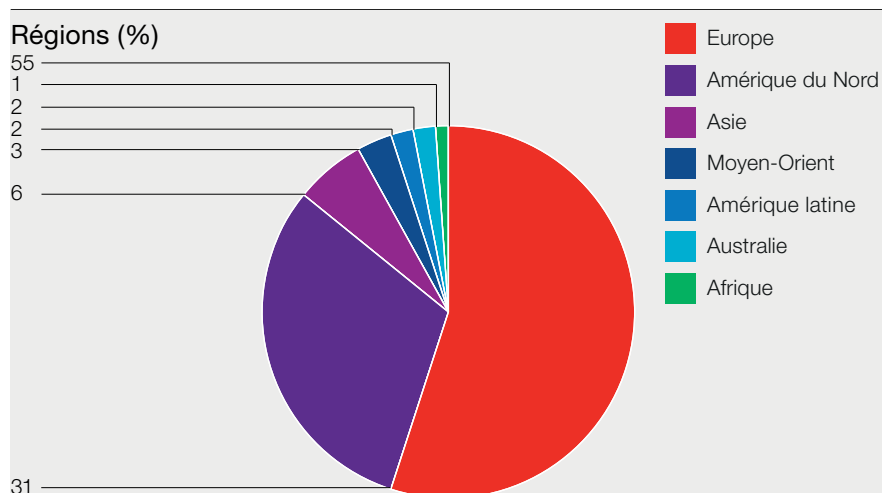
Méthodologie

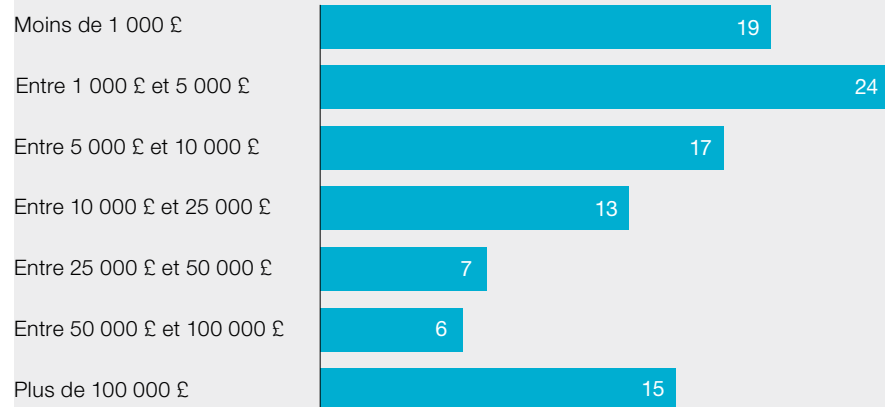
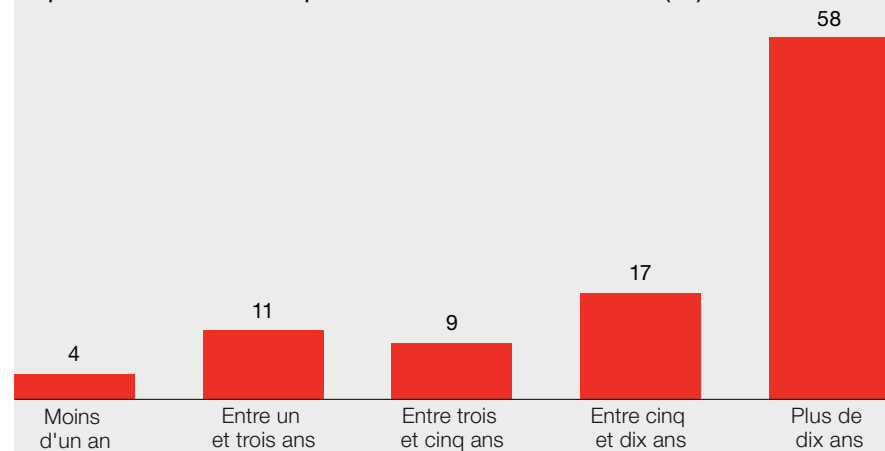


CONCLUSIONS DE L'ENQUÊTE SUR LES PLATEFORMES EN LIGNE

Structure du panel

Nos constatations se fondent sur les réponses données par 595 acheteurs d'art interrogés par ArtTactic au cours du mois de janvier 2022. L'objectif de cette enquête était d'étudier l'impact de l'épidémie de Covid-19 sur les comportements d'achat d'art en ligne, et de comprendre dans quelle mesure ces changements sont temporaires ou permanents. En plus du marché de l'art en ligne, nous avons également ajouté une partie sur les NFT et sur l'attitude des acheteurs d'art en ligne à l'égard de l'achat de NFT.



Combien dépensez-vous en œuvres d'art et objets de collection par an? (%)**Depuis combien de temps êtes-vous collectionneur? (%)**

Hiscox
38 avenue de l'opéra
75002 Paris

T+33 (0)1 53 21 82 82
E hiscox.communication@hiscox.fr
www.hiscox.fr