

[Pour voir cet email, cliquez ici.](#)

Communiqué de presse

## **Boom ou bulle : Le récent succès du marché de l'Art en ligne est-il durable ?**

*Selon la troisième partie du rapport Hiscox sur le marché de l'Art en ligne, l'optimisation du parcours de l'acheteur encouragerait la digitalisation pérenne du marché de l'Art.*

---

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

PARTIE TROIS : VERS UNE  
OPTIMISATION DU PARCOURS  
EN LIGNE



**Paris, le 29 avril 2021** - En raison de la pandémie de Covid-19, l'année 2020 a été marquée par une évolution spectaculaire des achats d'œuvres d'Art sur la toile. Les enchères en ligne de Christie's, Sotheby's et Phillips ont dépassé le milliard de dollars en 2020, soit une hausse de 524 % par rapport à 2019. Et 82% des nouveaux collectionneurs d'Art interrogés ont acheté des œuvres en ligne l'année dernière (contre seulement 36 % en 2019). Mais cet envol est-il durable ?

**Basée sur une enquête réalisée auprès de 70 plateformes d'Art en ligne, la troisième partie du rapport Hiscox Online Art Trade 2020 s'intéresse à la satisfaction des acheteurs et à l'optimisation des parcours d'achat en ligne. Confiance envers les vendeurs, risques liés aux objets d'Art (authenticité, état...) ou aux transactions financières, évaluation et transparence sur les prix... : 5 étapes clés sont analysées pour identifier les freins et les leviers permettant d'installer la croissance du marché de l'Art en ligne de manière durable.**

**Parmi les principales conclusions de l'étude :**

- **La méfiance des acheteurs reste un frein important** : Dans le TOP 3 des inquiétudes évoquées par les collectionneurs d'Art pour franchir le pas de la vente en ligne se trouve l'impossibilité d'inspecter physiquement les œuvres (75%), le véritable état de l'objet (67%) et la difficulté d'établir la qualité des œuvres. La crainte d'acheter des œuvres qui ne soient pas authentiques ou des reproductions arrive en 4<sup>e</sup> position (51 % des sondés).
- **Les avis clients, meilleur atout pour les professionnels de l'Art en ligne ?** Selon l'étude, 62% des nouveaux acheteurs d'Art et 61% des acheteurs d'Art millenials indiquent que les critiques et avis des clients les encourageraient à réaliser un achat. Or, seules 37% des plateformes d'Art en ligne proposent aujourd'hui cette fonctionnalité.
- **Une attente de contact humain** : malgré une digitalisation accélérée par la crise, 70% des nouveaux acheteurs d'Art et 66% des acheteurs millenials déclarent qu'ils achèteraient davantage en ligne s'ils avaient la possibilité de parler à un conseiller. À ce jour, un peu plus d'un quart des plateformes seulement (27%) ont développé des modules de discussion en direct.
- **Repenser les salles d'exposition virtuelles** : la plupart des plateformes d'Art en ligne (83%) utilisent désormais des images haute-résolution, des fonctionnalités de zoom et autres outils de visualisation pour exposer leurs œuvres. Moins nombreuses sont celles à avoir expérimenté la réalité étendue (XR), la réalité virtuelle (VR) et la réalité augmentée (AR) pour que la visualisation par les clients soit encore plus réaliste. Une majorité des acheteurs d'Art millenials (57%) pensent néanmoins que ces technologies feront la différence à l'avenir.
- **Plus de transparence sur les prix et l'évaluation des œuvres** : plus de 8 nouveaux acheteurs sur 10 (82%) ont répondu que des outils de tarification et d'évaluation renforcent leur confiance vis-à-vis des achats en ligne. Sur l'ensemble des plateformes d'Art en ligne interrogées, 93% proposent un catalogue clair des prix des œuvres, la moitié d'entre elles communiquent également le prix d'œuvres semblables qu'elles ont vendues et 54% affichent les prix de vente des œuvres d'artistes comparables. Mais, seules 27% de ces plateformes, en majeure partie les sites de ventes aux enchères, mettent à disposition des outils d'information détaillés sur les prix (comme les prix antérieurs ou les rendements récents).

*« L'appétit pour l'achat d'œuvre d'Art en ligne a considérablement augmenté en 2020. En 1 an seulement, la vente en ligne est passée d'une niche à la nouvelle normalité, mais cette révolution numérique a été provoquée par une pandémie mondiale et la question de sa pérennité reste encore hypothétique tandis que l'ensemble du monde de l'Art s'apprête à rouvrir ses portes pour accueillir un public impatient. Les enjeux de confiance, d'authenticité, de transparence et de logistique seront les clefs d'un succès plus durable pour l'Art en ligne », commente Julie Hugues, Responsable Marché de l'Art et Clientèle Privée chez Hiscox France.*

Le rapport indique également :

- **L'assurance pourrait stimuler le marché** : 88% des nouveaux acheteurs d'Art nous ont fait savoir que la possibilité d'assurer une œuvre dès le moment de l'achat augmenterait leur confiance à l'égard des achats en ligne. Pourtant, seuls 30% des sites de vente d'Art offrent la possibilité d'assurer les œuvres au moment du règlement, et la moitié ne communiquent aucune information sur lesdites assurances.
- **Des craintes relatives à la cybersécurité** : une majorité des acheteurs d'Art en ligne (57%) ont peur du piratage de leur carte bancaire et la moitié d'entre eux s'inquiètent de l'interception des paiements/factures et du vol de leurs données personnelles.

Vous pouvez lire le *Hiscox Online Art Trade Report : Troisième partie*, comprenant des informations clés et notre examen détaillé du parcours du client en ligne : [ici](#)

---

---

#### **À propos d'ArtTactic**

ArtTactic est une société de recherche et d'analyse du marché de l'art basée à Londres qui propose des recherches et des commentaires dynamiques et réactifs sur un marché de l'Art en constante évolution. ArtTactic a été fondée en 2001 par Anders Petterson. ArtTactic a été un pionnier dans le développement de la recherche industrielle et des outils analytiques pour le marché mondial de l'Art. ArtTactic apporte une nouvelle dimension à l'analyse du marché de l'Art en combinant des outils de recherche qualitatifs et quantitatifs avec une connaissance approfondie du fonctionnement du marché de l'Art. Les études et analyses hebdomadaires d'ArtTactic sur le marché de l'Art sont accessibles via [www.arttactic.com](http://www.arttactic.com).

#### **À propos du groupe Hiscox**

Hiscox est un groupe d'assurance international diversifié, doté d'une marque reconnue, d'un bilan solide et d'une grande marge de manœuvre pour se développer. Nous sommes cotés à la Bourse de Londres, notre siège social est situé aux Bermudes et nous comptons actuellement plus de 3 100 employés répartis dans 14 pays et 35 bureaux. Nos produits et services sont présents sur tous les continents et nous sommes l'un des seuls assureurs à proposer tous les types de produits d'assurance, de l'assurance des petites entreprises et de l'assurance habitation à la réassurance et aux titres liés à l'assurance.

#### **A propos d'Hiscox en France**

Hiscox, assureur spécialiste depuis 1901, est établi en France depuis 25 ans où il assure près de 100 000 particuliers et professionnels. Assureur historique de l'Art et des biens d'exception pour la clientèle privée, Hiscox a su ensuite développer son expertise dans le domaine des assurances professionnelles avec une gamme spécialisée couvrant aujourd'hui près de 500 métiers de services. Distribué via des courtiers spécialisés, des partenaires bancaires ou assureurs, Hiscox a été pionnier de l'assurance en ligne et via conseillers pour les entrepreneurs et indépendants. L'entreprise est aujourd'hui leader de l'assurance des métiers de l'informatique et du digital et a développé une offre cyber parmi les plus complètes du marché. C'est la connaissance et la compréhension des métiers de ses clients et de leurs risques, la mobilisation des meilleurs experts avant pendant et après les sinistres qui permettent à Hiscox de construire des couvertures adaptées à leurs besoins. Hiscox a l'ambition de changer l'expérience de l'assurance pour ses clients et l'objectif de protéger au mieux ce qui compte pour eux.

<https://www.hiscox.fr>

#### **Contacts presse**

Weber Shandwick : [hiscox@webershandwick.com](mailto:hiscox@webershandwick.com)

Alix LAGERSIE – 07 61 44 68 42

Benjamin GANDOUIN – 06 98 75 99 36