

## **Les ventes d'art en ligne augmentent de 9,8 % en 2018 pour atteindre 4,64 milliards de dollars**

*[La septième édition du rapport Hiscox](#) sur le marché de l'art en ligne montre une croissance stable, bien que ralentie, ainsi qu'une consolidation probable des plateformes d'art en ligne.*

**Paris, le 11 Avril 2019** – Les ventes d'œuvres d'art en ligne ont progressé de 9,8 % en 2018, pour atteindre 4,64 milliards de dollars, malgré un ralentissement de cette croissance pour la troisième année consécutive.

Si le marché de l'art en ligne a bénéficié du boom du marché de l'art de ces dernières années, les incertitudes géopolitiques et économiques pourraient éprouver la résistance des acheteurs en ligne en 2019, selon le rapport Hiscox 2019. Pour autant, s'il suit la tendance actuelle, le marché de l'art en ligne pourrait atteindre près de 9,32 milliards de dollars d'ici cinq ans.

*« Le marché de l'art en ligne connaît une croissance stable. 2018 n'a pas été une année décisive, nous attendons de voir qui seront les gagnants et les perdants sur ce marché qui reste indéniablement sur-peuplé »,* explique Nicolas Kaddeche, responsable du Fine Art Chez Hiscox en France. *« La confiance en l'avenir des plateformes de vente en ligne commence à diminuer, nous assistons peut-être à une prise de conscience que le marché croitra moins vite qu'elles ne l'avaient anticipé. Par ailleurs, bien que la cyber sécurité soit un enjeu très important de ce marché, la blockchain et les cryptomonnaies ne percent pas vraiment plus que l'an dernier. »*

### **Chiffres clés du rapport :**

- Bien que 77 % des plateformes en ligne interrogées restent optimistes pour les 12 mois à venir, il s'agit d'une baisse significative par rapport à 2018 (96 %).
- 71 % des plateformes en ligne ont indiqué attendre plus de consolidation au cours des 12 mois à venir.
- 55 % des acheteurs d'œuvres d'art en ligne interrogés se déclarent susceptibles d'acheter plus au cours des 12 prochains mois (52 % en 2018).
- Instagram reste le réseau social favori des amateurs d'art, 65 % d'entre eux le choisissent comme réseau social principal pour tout ce qui est lié à l'art (63 % en 2018).

- 29 % des acheteurs d'œuvres d'art appartenant à la Génération Y préfèrent les acheter en ligne plutôt que dans un lieu physique (14 % en 2018).
- Les personnes appartenant à la Génération Y sont plus nombreuses à avoir acheté une œuvre d'art en ligne ces 12 derniers mois, et 79 % indiquent qu'ils ont acheté plusieurs fois (64 % en 2018).

Dans le même temps, 23 % d'entre eux indiquent qu'ils n'avaient jamais acheté d'œuvres d'art dans une galerie, aux enchères ou lors d'une exposition avant d'acheter pour la première fois en ligne (18 % en 2018).

- Le suivi de la provenance et le registre des titres de propriété sont les deux cas les plus pertinents d'utilisation de la *blockchain* sur le marché de l'art, en effet, la moitié des plateformes en ligne pensent qu'il serait intéressant d'utiliser la *blockchain* pour constituer un registre des titres de propriété sur le marché de l'art.
- 51 % des acheteurs de moins de 30 ans interrogés ont indiqué qu'ils voyaient la propriété fractionnée comme une forme d'investissement.

### **À propos du rapport annuel Hiscox sur le marché de l'art en ligne**

Le rapport 2019 sur le marché de l'art en ligne constitue sa septième édition. L'étude a été menée en janvier et février 2019 par l'agence ArtTactic, spécialisée dans l'analyse du marché de l'art. Ses conclusions se fondent sur les réponses données par 128 galeries et marchands d'art, 42 plateformes d'achat-vente et 706 acheteurs internationaux.

### **À propos d'Hiscox Groupe**

Hiscox est un groupe international d'assurances spécialisées venant d'intégrer les 100 premières capitalisations boursières (indice Footsie). Son ADN de spécialiste en fait un référent pour la protection des œuvres d'art et patrimoines d'exception mais aussi pour les risques informatique et cyber.

Le Groupe Hiscox emploie plus de 3 300 collaborateurs dans 14 pays et 34 bureaux pour répondre aux besoins de ses clients.

<https://www.hiscoxgroup.com/>

### **À propos d'Hiscox en France**

En France, Hiscox Assurances s'appuie sur l'expertise de 135 collaborateurs pour proposer ses produits d'assurances spécialisés à travers 3 canaux de distribution (Courtage, Direct et Partenariats). Cette organisation reflète la volonté d'Hiscox de placer les besoins du client au centre de son développement en lui offrant une approche multicanale.

Par le biais de son réseau de courtiers spécialisés, l'assureur propose une large gamme d'assurances pour la clientèle privée, les professionnels et les collectivités.

Parallèlement, la distribution via des partenariats noués avec des banc-assureurs ou des mutualistes offre une approche complémentaire.

Pleinement investi sur le digital, Hiscox est également le 1er assureur RC Pro 100 % en ligne pour les TPE. Ce canal de vente directe (via le site [www.hiscox.fr](http://www.hiscox.fr) et des conseillers) permet une assurance simplifiée en phase avec les besoins spécifiques des entrepreneurs.

L'agilité et les valeurs d'Hiscox définissent son activité, avec un accent sur l'humain, le courage et l'excellence dans l'exécution au service de ses clients. Sa nouvelle signature de marque « Penser à tout, et surtout à vous » en est l'illustration.

Plus d'informations : <http://www.hiscox.fr/>

### **À propos d'ArtTactic**

ArtTactic est un cabinet d'étude et d'analyse du marché de l'art basé à Londres. L'agence fournit des recherches et observations réactives et dynamiques sur le marché de l'art. ArtTactic a été créé en 2001 par Anders Petterson et est l'agence pionnière en matière de développement d'outils d'analyse et d'étude pour ce marché. Créée en 2001 par Anders Petterson, ArtTactic a développé des méthodologies et des outils analytiques spécifiques au marché de l'art, souvent utilisés par des économistes et des spécialistes des marchés financiers. Parce qu'il associe des outils de recherche à la fois qualitative et quantitative à des connaissances approfondies du fonctionnement du marché, ArtTactic introduit une nouvelle dimension dans l'analyse du marché de l'art. Les études et analyses de marché publiées chaque semaine par ArtTactic sont disponibles sur [www.arttactic.com](http://www.arttactic.com).

### **Pour accéder à l'étude complète merci de contacter**

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

Julie Fontaine – +33 (0)1 47 59 56 24

Lauriane Durand – +33 (0)1 47 59 56 40