

Le marché de l'art en ligne continue sa progression et atteint 3,75 milliards de dollars (+15%)

Hiscox présente l'édition 2017 de son rapport annuel sur le marché de l'art en ligne

Paris, 27 avril 2017 – La cinquième édition de l'Online Art Trade Report réalisée par Hiscox, assureur spécialisé, observe une croissance constante du marché de l'art en ligne malgré un ralentissement général du marché. Ainsi, il pourrait atteindre 9,14 milliards \$ en 2022.

Les grandes tendances à retenir :

- Le marché de l'art en ligne est dominé par des acteurs traditionnels qui ont intégré à leur business model des plateformes digitales. En 2016, les ventes en ligne de Sotheby's, Christie's et Heritage Auction ont ainsi généré 720 millions \$, soit 19% du marché de l'art en ligne.
- Les œuvres d'art achetées en ligne appartiennent majoritairement à la catégorie la moins chère du marché. Ainsi, 79% des acheteurs d'art en ligne dépensent moins de 5000 \$ (environ 4691 euros) par œuvre.
- Les réseaux sociaux sont un outil de plus en plus important pour les galeries et les marchands d'art. 91% d'entre eux indiquent y avoir recours pour promouvoir leur galerie et leur activité. Instagram s'impose comme le réseau social préféré du monde de l'art.
- Près de la moitié (49%) des acheteurs d'art ont déclaré avoir déjà acheté de l'art en ligne.
- Pour 77% des acheteurs d'art en ligne, le fait de ne pas pouvoir inspecter l'état de l'œuvre avant l'achat est un frein. De plus, 58% d'entre eux ont peur d'acheter un faux.

Nicolas Kaddeche, Responsable marché art et clientèle privée chez Hiscox, précise : « On constate que la part du marché de l'art en ligne continue d'augmenter, en dépit d'un marché global en perte de vitesse. Premiers signes de maturation du marché, en revanche, moins de nouveaux acheteurs en ligne parmi les acheteurs d'art (toujours ½) même si les acheteurs convaincus / convertis continuent d'acheter plus en ligne (+2% à près de 2/3).

Pour la première année, le classement est dominé par Christie's et Sotheby's, leaders historiques du secteur qui semblent s'atteler au défi de la transformation vers un modèle réellement multicanal.

De leur côté, les marchands d'art rencontrent de réelles difficultés dans la vente en ligne, qui semble rester un challenge et un enjeu important pour eux à l'avenir.

La consolidation du marché de l'art en ligne, maintes fois mentionnée, ne s'est pas encore produite malgré les tentatives de rapprochement de Paddle 8 et Auctionata. Si cette consolidation est

inévitable comme le souhaitent 86% des managers des plateformes en ligne, il est encore impossible de prédire sa date et quel acteur la dominera. »

Méthodologie

Le Rapport annuel Hiscox 2017 sur le marché de l'art en ligne constitue sa cinquième édition. Il examine les tendances actuelles en matière d'achat d'art via divers types de plateformes de vente en ligne, ainsi que les œuvres achetées, les montants dépensés et les obstacles à l'achat. Il a également interrogé des acheteurs d'art sur les modifications qui pourraient être apportées, ou sur les services qui pourraient être proposés, afin d'améliorer la confiance des collectionneurs, nouveaux comme existants.

L'étude a été réalisée entre janvier et février 2017 par ArtTactic, un cabinet spécialisé dans l'analyse du marché de l'art. Les conclusions se fondent sur les réponses données par 758 acheteurs d'art actifs à l'échelle internationale sélectionnés via le fichier de clients d'ArtTactic et d'Own Art, ainsi que Twitter et Facebook. Ce chiffre est en hausse par rapport à celui de 2016 (672 personnes consultées). La plupart des personnes interrogées l'an dernier ont également participé à l'enquête de cette année. L'échantillon a cependant été élargi en plaçant l'accent sur la nouvelle génération d'acheteurs d'art. Ceci nous a permis de nous faire une idée plus précise des tendances actuelles en matière d'achat en ligne et des comportements de cette nouvelle génération d'acheteurs, ainsi que de mieux comprendre leurs préoccupations et leurs futures attentes. Bien que la priorité soit accordée à l'art, nous avons également exploré les comportements d'achat des personnes acquérant d'autres pièces de collection en ligne.

A propos de Hiscox

Hiscox est un groupe international d'assurances spécialisées coté sur le London Stock Exchange (LSE:HSX). Hiscox a pour ambition de devenir un assureur spécialiste reconnu en présentant un portefeuille d'offres diversifié en termes de produits et de présence géographique. Ce portefeuille est équilibré entre des entreprises fortement exposées aux catastrophes et d'autres confrontées à des risques spéciaux moins volatiles, lui donnant des opportunités de croissance tout au long du cycle d'assurance. Cette stratégie de long terme lui a permis de dégager des primes brutes de 1 944,2 millions £ et un bénéfice avant impôts de 216,1 millions £. Le Groupe Hiscox emploie plus de 2 200 collaborateurs dans 13 pays pour répondre aux besoins de ses clients à travers le monde. En Europe, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis, Hiscox offre une gamme de solutions spécialisées pour les professionnels et particuliers à travers un canal direct. En France, Hiscox dispose de bureaux à Paris, Lyon et Bordeaux. Hiscox France s'appuie sur ses 105 collaborateurs et sur son réseau de courtiers pour proposer une large gamme d'assurances à destination des particuliers, des professionnels et des collectivités. Plus d'info : <http://www.hiscox.fr/>

A propos d'ArtTactic

ArtTactic est un cabinet d'étude et d'analyse du marché de l'art basé à Londres, qui offre des recherches et observations dynamiques et réactives sur le marché de l'art en évolution rapide et constante. 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.

Contacts presse

Agence LEWIS

Robert Morel / Eléonore Ancel

01 85 65 86 37

hiscoxfrance@teamlewis.com