

## Le marché de l'art en ligne atteint 4,22 milliards de dollars (+12%)

*Hiscox présente l'édition 2018*

*de son rapport annuel sur le marché de l'art en ligne*



*Crédit : Daniel Gordon, Philodendron and Nectarines, 2017  
Image courtesy of the artist and M+B Gallery*

Paris, 26 avril 2018 – La sixième édition de l'[Online Art Trade Report](#) réalisée par Hiscox, assureur spécialisé, observe que le marché de l'art en ligne est toujours en croissance de +12%, bien que celle-ci tende à se réguler (+15% en 2016 ; +24% en 2015). Ainsi, le rapport prévoit qu'il pourrait atteindre 8,37 milliards \$ en 2023.

Les grandes tendances à retenir :

- **Les acheteurs d'art en ligne dépensent plus.** En effet, la part des acheteurs en ligne dépensant en moyenne plus de 5 000 \$ par acquisition a augmenté de 25%. En outre, les collectionneurs actifs sur Internet ont fait plus d'achats que les années précédentes. Parmi eux, ils sont 74% à avoir fait plusieurs acquisitions (+65% par rapport à 2017).
- **La transparence des prix est un élément clé pour les nouveaux acheteurs.** Si les collectionneurs expérimentés sont coutumiers du manque de transparence des prix, 90% des nouveaux acheteurs ont déclaré qu'il s'agissait d'un critère déterminant pour l'achat d'art en ligne.
- **L'art lié aux nouveaux médias prend son envol.** Si les tableaux et les reproductions restent les œuvres les plus plebiscitées par les acheteurs en ligne, l'art vidéo et numérique attire de plus en plus. 1 acheteur en ligne sur 6 a acquis une œuvre liée aux nouveaux médias l'année dernière et le prix moyen de ce type d'ouvrage a également augmenté.

- **Le M-commerce explose et Instagram confirme sa place de leader.** L'utilisation d'un smartphone pour acquérir de l'art est de plus en plus courante et atteint 20% de part de marché en 2018 contre 4% en 2015. Cette augmentation coïncide avec le recul de l'utilisation des tablettes. Sur les réseaux sociaux, 63% des acheteurs en ligne citent Instagram comme plateforme de référence (57% en 2017, et 48% en 2016). Avec près d'1 milliard d'utilisateurs, c'est devenu un outil indispensable au sein de l'industrie de l'art pour atteindre de nouveaux consommateurs.
- **La consolidation tant attendue du marché de l'art s'accélère et les enchères en ligne devraient se renforcer.** Suite au grand nombre de fusions et d'acquisitions des 12 derniers mois, 81% des plateformes en ligne pensent que le taux de consolidation augmentera dans les années à venir, et plus particulièrement sous la forme de « fusion verticale » (entreprises opérant à différents niveaux d'une chaîne de valeur). De plus, le marché des enchères en ligne devrait être soumis à une forte compétition, comme l'envisagent la moitié des plateformes.
- **Les plateformes e-commerce tierce ont le vent en poupe.** ¾ des galeries déclarent avoir fait appel à ce type d'acteurs pour vendre de l'art en ligne en 2018 (contre 59% en 2017 et 41% en 2016). 1 galerie sur 5 (19%) a maintenant recours à des marketplace pour opérer la moitié de leurs ventes en ligne (augmentation de 3% par rapport à 2017).
- **La cyber-criminalité s'attaque aux plateformes et galeries et fragilise la confiance des acheteurs.** Les chiffres sont inquiétants : 54% des plateformes et 28% des galeries ont été la cible de cyber-attaques dans les 12 derniers mois. Parmi ces attaques, 10 à 15% ont été réussies. Ainsi, 4 acheteurs d'art en ligne sur 10 (41%) reconnaissent être inquiets voire très inquiets de ces menaces.
- **L'émergence de la blockchain génère de grands espoirs, mais n'est pas encore largement adoptée.** La majorité des plateformes en ligne (60%) pensent que l'utilisation des cryptomonnaies sera la porte d'entrée de la blockchain dans le marché de l'art en ligne. Cependant, elles ne sont aujourd'hui que 7% à accepter les cryptomonnaies comme moyen de paiement et seulement 8% d'entre elles ont intégré la blockchain dans leur business model.
- **La conformité à la RGPD en question.** Malgré une application généralisée, 41% des galeries et 24% des plateformes en ligne interrogées n'avaient pas connaissance du Règlement Général de Protection des Données (RGPD) et un nombre inquiétant n'y sont pas préparés.

**Nicolas Kaddeche, Responsable marché art et clientèle privée chez Hiscox,** précise : « *La croissance du marché de l'art en ligne, se poursuit, à deux chiffres, mais continue de ralentir progressivement cette année. Nous nous approchons d'une forme de maturité où la croissance continue de venir plus des acheteurs déjà habitués à acheter en ligne et qui considèrent ce canal comme normal et habituel que de nouveaux acheteurs en ligne.*

*Pour la première fois depuis la création du rapport Hiscox, nous nous sommes intéressés aux cryptomonnaies, à la cybercriminalité et l'arrivée imminente de la blockchain et à leurs effets sur le marché de l'art en ligne. Ainsi, le rapport a toujours la volonté de mettre en lumière des aspects*



*encore trop peu considérés mais dont l'importance est grandissante dans le marché de l'art en ligne. »*

### **Méthodologie**

Le Rapport annuel Hiscox 2018 sur le marché de l'art en ligne constitue sa sixième 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 2018 par ArtTactic, un cabinet spécialisé dans l'analyse du marché de l'art. Les conclusions se fondent sur les réponses données par 831 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.

### **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](http://www.arttactic.com).

### **Contacts presse**

#### **Agence LEWIS**

Eléonore Ancel / Anaïs Sarrassat

01 85 65 86 32

[hiscoxfrance@teamlewis.com](mailto:hiscoxfrance@teamlewis.com)