

Perspectives Le bel avenir des ventes en ligne

Les ventes d'art en ligne ont de beaux jours devant eux, à condition de répondre aux attentes très spécifiques des acheteurs

Le marché de l'art en ligne n'en est qu'à ses balbutiements, mais les achats d'art en ligne devraient largement doubler d'ici 2018. Si l'on en croit ArtTactic, alors qu'en 2013, ils totalisaient 1,57 milliard de dollars, ils devraient atteindre 3,76 milliards de dollars en 2018 (1) (chiffre comprenant également les achats sur les plateformes des maisons de ventes). Les sites de vente d'art en ligne rechignent à communiquer leurs chiffres d'affaires, préférant indiquer des taux de croissance importants (ainsi de Lotprive.com qui a multiplié par cinq ses ventes entre 2013 et 2014), dans un mouvement similaire à celui des maisons de ventes qui annoncent des hausses fulgurantes pour leurs ventes en ligne (en 2014, +25 % d'enchérisseurs en ligne pour Sotheby's et +54 % de chiffre d'affaires en ligne pour Christie's). Du côté de la demande, les signaux sont également au vert. L'appétit pour l'art est général : on constate un afflux de visites dans les musées ou centres d'art aux quatre coins de la planète et une augmentation importante du nombre de collectionneurs

ces dernières décennies. Les comportements d'achat sur Internet évoluent également dans un sens favorable : la jeune génération est plus disposée à passer le cap de l'achat d'une œuvre sur le web. Ainsi, parmi les 20-30 ans, la part d'acheteurs d'art en ligne n'ayant jamais conclu de vente physique (20 %) est deux fois supérieure à celle de l'ensemble de la population (1), un chiffre également relié à l'utilisation d'Internet au quotidien.

Un marché plus étendu que concurrentiel

La croissance de ces plateformes se fera-t-elle au détriment du réseau traditionnel ? Les sites d'achat d'art en ligne devraient être un canal complémentaire aux ventes traditionnelles. « *Le multicanal a de l'avenir comme dans d'autres secteurs de l'e-commerce. Ces plateformes pourraient ouvrir le marché* », indique-t-on dans un fonds d'investissement. Dans le marché de moyenne gamme, où fleurissent les sites de ventes en ligne, l'achat à prix fixe devrait poursuivre sa croissance au détriment des enchères, une tendance observée dans d'autres



Les sites spécialisés espèrent bien marcher sur les pas des grands acteurs du web marchand.

secteurs. Vincent Hutin, fondateur de Lotprive.com, indique : « *Historiquement, si l'on observe l'évolution de l'e-commerce, on se rend compte que les enchères se sont fait supplanter par les prix fixes. Sur ce segment très différencié, il n'y a pas d'envolée possible, les clients ont des attitudes d'achat économe* ». Le modèle Amazon s'est imposé et même le géant eBay s'est aujourd'hui dirigé vers les prix

fixes. Gauthier de Vanssay, président d'Expertissim confirme : « *On se dirige vers les prix fixes. Dans les systèmes d'enchères, c'est le vendeur qui décide, or sur Internet, l'acheteur ne veut pas être dépendant de la date de vente, il veut acheter à n'importe quel moment* ». Inévitablement, une sélection des acteurs, aujourd'hui en plein foisonnement, devrait s'opérer ; chacun ne proposant pas une

offre suffisamment différenciée. « *Deux ou trois gros acteurs mondiaux, tels Saatchi, le "bon coin" de l'art, vont persister, et également quelques références par continent sur des positionnements plus spécifiques* », prévoit François Xavier Trancart, fondateur du site français Artsper. Parmi les facteurs qui contribueront à faire le tri, les réponses apportées au manque de confiance des potentiels acheteurs, sont

d'importance cruciale. Y participe l'affirmation d'une marque forte, créée ex-nihilo ou en association avec des acteurs physiques du marché. La faculté de garantir l'authenticité des œuvres proposées devrait également faire la différence, la question de l'authenticité des pièces étant également une préoccupation majeure des acheteurs (pour 83 % d'entre eux, le certificat d'authenticité devrait devenir une pratique standard dans la vente en ligne d'objets d'art [1]).

Les outils vont continuer à être améliorés. « *Nous mettons en place de nombreux outils d'accès pour faire des recherches et comprendre le marché* », indique-t-on chez l'américain Artsy, qui a mis en place un système de recommandation d'achat basé sur un algorithme. De son côté le géant Saatchi a engagé un *chief curator* [conservateur en chef] et propose le recours à des *art advisers* [conseiller en art] pour les acheteurs qui ne sauraient se décider devant ces milliers d'œuvres à portée de clic.

Éléonore Thery

(1) Rapport Hiscox/ArtTactic sur le marché de l'art on line, juin 2014