

Novo estudo Hiscox revela aumento significativo da aquisição online de arte contemporânea

¾ dos colecionadores de arte optam pela compra online

O novo estudo da Hiscox, seguradora especializada em arte, revela o aumento na tendência de aquisição online de peças de arte contemporânea. Dos colecionadores de arte inquiridos, 71% compraram peças de arte sem as verem pessoalmente (compra baseada exclusivamente numa imagem JPEG) e ¼ dos colecionadores de renome gastaram £50,000 (cerca de €58.900) ou mais na compra online.

Segundo **Gonçalo Baptista, diretor geral da Hiscox Portugal**, "*é muito interessante verificar uma mudança de paradigma no processo de compra, facilitado pelo aumento da informação disponível e pelo desenvolvimento tecnológico. Na arte como noutros bens, os consumidores recorrem cada vez mais a compras e leilões online, sendo de salientar neste estudo que esse hábito já não é exclusivo dos consumidores mais jovens. O desenvolvimento deste canal de promoção e venda irá atrair novos interessados, novos consumidores, o que é extremamente positivo para o setor.*"

O **estudo da Hiscox sobre o comércio online de arte** analisa a evolução dos **hábitos de aquisição dos colecionadores**, num **mundo** cada vez mais digital. Observa também a confiança dos colecionadores que compram arte com base numa imagem digital, bem como as oportunidades que daí advêm para galerias e negociantes, baseando as suas conclusões em entrevistas com centenas de influentes compradores internacionais de arte, colecionadores e galerias que operam no mercado da arte contemporânea. O perfil do consumidor como a idade, sexo e diferenças geográficas, bem como o que se compra e como se compra no mercado online, também são analisados neste estudo. Das galerias inquiridas, 89% afirmaram vender regularmente arte a clientes usando somente uma imagem digital, o que mostra que as galerias estão a responder ativamente à oportunidade da venda online. O estudo também revela que são as pinturas que mais frequentemente são compradas online, apesar da ideia comum de que as impressões e as fotografias são mais adequadas à negociação online de arte.

Robert Read, diretor global da divisão de Fine Art da Hiscox, explica que "*deste estudo extrai-se a visão do colecionador, das galerias e da comunidade ligada à arte, mostrando que o comércio online é atualmente uma forma comum e aceite na venda e compra de arte. O aumento da acessibilidade só pode ser algo de bom, o que se reflete*

na chegada diária ao mercado de novos atores vindos de múltiplos territórios, de todas as idades e valores, o que é um emocionante – e até inesperado – desenvolvimento."

Observando os resultados, metade dos colecionadores inquiridos, com 65 anos ou mais anos de idade, afirmaram comprar arte online, enquanto 82% compraram arte a partir de uma imagem digital. Isto apesar das galerias estimarem que só uma pequena parte dos seus clientes online são pessoas com idade superior a 60 anos. Revela também que os homens estão mais confortáveis em comprar arte online do que as mulheres e que os homens são igualmente mais propensos a usar leilões online.

O estudo destaca as diferenças nas atitudes de compra online de arte, com os compradores de arte europeus e americanos a demonstrarem mais confiança na experiência da compra online de arte do que os asiáticos. No entanto, os colecionadores asiáticos são mais propensos a gastar quantidades mais elevadas - 38% ficariam satisfeitos em gastar online £50,000 (cerca de €58.900) ou mais numa única obra (provavelmente em leilão) em comparação com 20% dos americanos e 15% dos europeus.

Enquanto que as galerias europeias e americanas geralmente vendem a um cliente local ou regional, 40% das galerias asiáticas inquiridas afirmaram que a internet é uma importante forma de atrair compradores dos EUA e da Europa, sugerindo que estão a usar mais a presença online para atrair compradores internacionais do que os seus homólogos europeus e americanos.

Sem surpresas, as principais barreiras estão relacionados com as questões de proveniência e autenticidade, bem como a reputação do vendedor. Embora o estudo indique que atualmente mais de 3/4 das galerias inquiridas não ofereçam aos clientes a oportunidade de completar uma transação online, com pouca ou nenhuma interação do comerciante, as galerias tradicionais estão a acordar para esta oportunidade, com mais de metade das galerias inquiridas a planear a implementação de uma estratégia de vendas online nos próximos 12 meses. Entre as galerias que já vendem através do seu site, 72% afirmaram que suas únicas vendas online foram apenas para novos colecionadores, assinalando uma oportunidade significativa para as galerias "físicas" mais reputadas em apostar nesta área, ao fornecer novas rotas de aquisição, particularmente para obras de menor valor.

Robert Read acrescenta ainda que *"resta saber se todas as áreas do mundo da arte vão abraçar o comércio online, mas a nossa pesquisa desafia certamente alguns dos mitos e dá uma indicação clara da propensão que já existe para esta forma de comércio. O mercado de arte está num momento emocionante e o seu potencial em comercializar de forma inovadora - bem como através de métodos tradicionais - marca um importante próximo passo. O mercado de arte tem o potencial de evoluir muito nos próximos anos, sendo a única constante a reputação do vendedor no mercado online, como o é no mercado tradicional."*

Sobre o estudo

O estudo da Hiscox sobre o comércio de arte online analisa como os hábitos de compra de colecionadores de arte estão a evoluir num mundo cada vez mais digital, estudando a confiança com que os atuais colecionadores compram arte só com base numa imagem digital, bem como as oportunidades para as galerias e comerciantes. O estudo analisa também o perfil do consumidor e o que se compra e como se compra no mercado online.

O inquérito foi realizado pela ArtTactic, empresa especialista na análise do mercado de arte, entre dezembro de 2012 e fevereiro de 2013. Os resultados baseiam-se nas respostas de 101 compradores internacionais de arte (parte da base de dados de clientes da ArtTactic, Twitter e Facebook), 130 reconhecidos colecionadores internacionais de arte e 58 galerias internacionais que operam no mercado de arte contemporânea. De acordo com o propósito deste estudo, este foi dividido entre os que gostam de comprar arte e aqueles que gastam mais de £75,000 (cerca de €88.300) por ano em arte, o que permitiu determinar se o melhor conhecimento dos artistas e das galerias por parte dos maiores colecionadores os torna mais ou menos propensos a comprar arte online.

Sobre a Hiscox

A Hiscox, companhia de seguros internacional de especialistas, tem sede nas Bermudas e está cotada na London Stock Exchange. Do Grupo fazem parte três divisões principais – Hiscox London Market, Hiscox UK e Europe e Hiscox International. A primeira comercializa seguros para empresas com negócios internacionais no mercado de Londres – na maioria das vezes negócios complexos ou de grande dimensão que precisam de ser partilhados com outras seguradoras ou requerem as licenças internacionais de Lloyd's. A Hiscox UK e Europe oferecem um conjunto de coberturas especializadas para profissionais e clientes empresariais, assim como clientes individuais com património valioso. A Hiscox International inclui as operações nas Bermudas, Guernsey e Estados Unidos. Mais informações em www.hiscox.pt.

Sobre a ArtTactic

A ArtTactic, empresa britânica fundada em 2011 especialista na análise do mercado de arte, disponibiliza pesquisas sobre o mercado de arte. A ArtTactic desenvolveu metodologias e frameworks de análise, combinando ferramentas de pesquisa quantitativa e qualitativa aliado ao profundo conhecimento de como funciona o mercado de arte. O report semanal sobre o mercado de arte encontra-se disponível em www.arttactic.com.