

## Press Release

23 de maio de 2016

### **Mercado Online de Arte cresce 24% em 2015 devido à emergência dos *Millennials***

- **Vendas anuais superiores a 3.000 milhões de dólares.**
- **A 4ª edição do estudo "O Mercado Online de Arte", realizado pela seguradora Hiscox, prevê que o setor triplique o seu volume de vendas até aos 9.580 milhões de dólares em 2020.**
- **Em relação as tendências de compra dos *Millennials*: 81% compram Arte; 61% Artes Decorativas; Joias 48%; Antiguidades 35%; e 23% Vinho.**

A paixão pela arte não conhece fronteiras, e menos ainda quando está a um clique de distância. O mercado online de arte deu um passo em frente em 2015, crescendo 24% e gerando um volume de transações no valor de 3.270 milhões de dólares em todo o mundo. O estudo "[O Mercado Online de Arte](#)", realizado anualmente pela Hiscox, seguradora especializada em arte, indica que a rápida mudança de hábitos de compra dos consumidores de arte continuará a impulsionar o crescimento nos próximos anos. A este ritmo deverá triplicar de volume em 2020, alcançando valores superiores a 9.500 milhões de dólares.

Em 2015, quase metade (49%) dos consumidores de arte inquiridos tinham feito pelo menos uma compra online, em comparação com 39% em 2014. De acordo com o estudo da Hiscox, tem aumentado o número de clientes que preferem a Internet. 92% dos inquiridos dizem que vão adquirir, pelo menos, a mesma quantidade de obras ou mais nos próximos 12 meses.

Os *Millennials* ou Geração Y tornaram-se alvo das novas plataformas online de arte, bem como das casas de leilões tradicionais e galerias que optaram pelo setor online. 19% dos compradores entre 18 e 35 anos afirmam ter feito a sua primeira aquisição na arte na Internet, quando há um ano eram apenas 9%.

#### **Tendências e reticências da Geração Y**

Entre as razões para comprar arte, 92% dos casos destacam o fator emocional. 57% dizem que o fazem como investimento, enquanto que 44% afirmaram estar relacionado com o status. Por fim, a componente social é destacada por 39% dos membros de Geração Y.

Os *Millennials* destacam-se como sendo os mais influenciados pelas redes sociais na compra de arte. 42% reconhecem que as redes sociais desempenham um papel importante na decisão final, enquanto a média mundial é de 31%. Em relação às tendências de compra dos *Millennials*, o estudo Hiscox destaca que 81% compra Arte; 61% Artes Decorativas; 48% Joias; 35% Antiguidades; e 23% Vinho. O mercado online de arte não é alheio à importância crescente dos dispositivos móveis. 37% do tráfego das principais plataformas de venda de arte online vêm de dispositivos móveis e estes por sua vez são a fonte, em média, de 22% das vendas, chegando a ser superior a 40% em alguns casos.

Embora os *Millennials* estejam na agenda das estratégias de marketing das plataformas online de arte e casas de leilões, a verdade é que a geração dos *Baby Boomers* é ainda, de longe, a maior consumidora. Cerca de 85% dos compradores com mais de 60 anos investem mais de 12.000 euros por ano na compra online de arte, em comparação com 20% dos *Millennials*. Os chamados *Baby Boomers* também compraram com maior frequência. Cerca de 70% esperam realizar uma nova compra dentro de um ano, em comparação com 60% dos *Millennials*. E na hora de comprar online, são tão ativos como estes.

De acordo com Rui Ferraz, responsável da divisão de Arte da Hiscox Espanha, "*embora o público mais maduro seja o que mais gasta, por razões óbvias, o setor está a começar a perceber a importância da Geração Y, que funcionam muito melhor na Internet e que reclamam um tipo de produto e de atenção distintos. Isto fará com que as plataformas de vendas e as galerias tenham de adaptar rapidamente o seu serviço a um gosto e a uma maneira de se relacionar que não são tradicionais no setor da arte.*"

### **Outros dados interessantes**

- 13% dos compradores fizeram suas compras através de dispositivos móveis, contra apenas 4% há dois anos atrás. No caso da Geração Y, a percentagem é ligeiramente mais elevada, 16%.
- 41% dos compradores optou em 2016 por uma plataforma de *marketplace*, em comparação com 21% em 2015. Em 2016, 37% compraram em sites de leilões online, em comparação com 23% em 2015.
- A plataforma de venda online Christie's está em 1º lugar no ranking, enquanto a Sotheby's está listada em 4º lugar, a par com os principais concorrentes puramente online: Artnet, Artsy, Paddle8 e Auctionata.
- As galerias tradicionais tentam adaptar-se gradualmente. 28% total já oferece aos seus clientes a possibilidade de comprar e pagar online, em comparação com 22% em 2013.

Para mais informações faça o download do estudo completo aqui:

[Ler o relatório completo](#)

[Mais sobre o Seguro de Arte Hiscox em Portugal](#)

---

### **Notas**

#### **Sobre o estudo**

Pelo quarto ano consecutivo a Hiscox lança o estudo "O Mercado Online de Arte", no qual se analisam as principais tendências mundiais da compra de arte através de diferentes plataformas de vendas, detalhando o que compram os colecionadores, quanto gastam e quais as barreiras para a compra. Também foram analisadas as mudanças que devem ser realizadas e quais os serviços que devem ser oferecidos para melhorar a confiança.

Este estudo foi realizado pela empresa de análise especializada em arte, ArtTactic, entre dezembro de 2015 e janeiro de 2016. Os resultados são baseados em respostas de 672 compradores internacionais de arte através das mailing lists da ArtTactic, Twitter e Facebook e clientes da plataforma Own Art. A maioria das respostas veio de pessoas que já participaram no ano passado no estudo. Além disso, a amostra foi ampliada, colocando especial ênfase nos compradores de arte, o que permitiu obter dados mais fidedignos sobre as tendências atuais de compra, bem como o comportamento da próxima geração de compradores online. Também serviu para compreender as expectativas face ao mercado de compras pela Internet. Apesar do foco nas artes plásticas, foram analisados os hábitos de aquisição de outros objetos colecionáveis.

#### **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. Em Portugal a Hiscox é representada pela Innovarisk, subscrevendo por conta desta seguros direcionados a proprietários individuais ou empresariais de obras de arte e património de valor, bem como produtos de riscos profissionais para profissionais das mais diversas áreas de atuação, da consultoria à administração de empresas. Mais informações em <http://innovarisk.pt>.