

## Press Release

1 de julho de 2014

---

Estudo Hiscox revela tendências de compra online de arte - o que está a ser comprado, quanto está a ser gasto e as barreiras à compra - e revela crescente confiança na compra de arte "não vista" (compra baseada exclusivamente numa imagem JPEG).

### **Mercado de arte online vale cerca de 1.57 bilhões de dólares**

O Hiscox Online Art Trade Report 2014 estima que o valor do mercado de arte online em 2013 seja de cerca de 1,57 bilhões de dólares e prevê que alcance os 3.760 bilhões de dólares em 2018. Com base nestes números, a compra de arte online corresponde a 2,4% do valor estimado do mercado de arte mundial, que em 2013 foi de 65 bilhões de dólares [1]. Em 2013, a gigante da internet Amazon entrou no mercado com a Amazon Art e espera-se que a eBay também esteja a planear uma plataforma de arte online e colecionáveis [2]. O aumento significativo do investimento em plataformas como Paddle8, Artsy e Artspace indica a confiança contínua dos investidores e a crença no potencial de longo prazo destas empresas.

Este relatório analisou as tendências na compra de arte diretamente através de plataformas de venda de arte online, incluindo Auctionata, Paddle8, 1stdibs, Artspace, Artsy, Artuner e Artfinder, bem como as que combinam offline e negócios online, como Christie's e a Sotheby's. Investigou também o que as pessoas estão a comprar, os valores e quais as principais preocupações na compra. Uma das questões colocadas foi sobre o tipo de serviços que poderiam ser oferecidos tendo em vista o aumento da confiança dos compradores.

Este relatório revelou também que, embora haja uma crescente confiança no mercado de arte online, este terá sempre que co-existir com as galerias tradicionais e leiloeiras, com 56% dos inquiridos a responder que ainda preferem comprar num espaço físico e 10% a responder que preferem comprar online. A incapacidade de verificar o objeto físico continua a ser o maior obstáculo, com 82% a afirmar este ser o aspeto mais difícil na compra de arte online. No entanto essa barreira poderia, pelo menos em parte, ser atenuada por informações mais detalhadas, como por exemplo, de acordo com 94% e 84% dos

entrevistados, informações sobre o estado da peça e certificados de autenticidade, respetivamente, como formas de aumentar a confiança do comprador.

Segundo Gonçalo Baptista, diretor geral da Innovarisk, representante da Hiscox em 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.*"

Robert Read, diretor global da divisão de Fine Art da Hiscox, explicou que "*os jovens colecionadores estão à procura de obras de arte de fácil aquisição e disponíveis numa ampla variedade de preços. As plataformas de arte online satisfazem todos os gostos e orçamentos, mas são particularmente eficazes para quem está começando a colecionar, abrindo o mercado de arte de uma forma que é difícil de replicar no mundo real.*"

Embora dos valores com que os compradores entram pela primeira vez no mercado ainda sejam bastante baixos, com 42% a responder que gastaram menos de £ 1.000, 45% dos compradores repetentes estão dispostos a gastar £ 5.000 ou mais. Os compradores ficam, na sua generalidade, satisfeitos com e a experiência de compra online, com 65% afirmando que estão extremamente ou muito satisfeitos, e apenas 8% afirmando que ficaram insatisfeitos.

Robert Read acrescentou ainda que "*o mercado de arte online está a evoluir rapidamente como negócio, procurando uma fórmula vencedora que atraia ao mesmo tempo todo o tipo de colecionadores. Para as galerias tradicionais e leiloeiras há uma oportunidade de construir sobre o que sua marca tem para oferecer no mundo real e traduzir isso para o negócio online, embora ainda não se saiba até que ponto isso acontece e como afeta os seus negócios.*"

---

[1] Fonte: Size of the Global Art Market TEFAF report 2014, Março 2014

[2] The Art Newspaper – 5/12/13, "Ebay to launch online art venture", C.Burns

## **Sobre o estudo**

O Hiscox Online Art Trade Report de 2014 é o segundo relatório anual deste género. Baseando-se no relatório do ano passado sobre a evolução dos hábitos de compra de colecionadores de arte num mundo cada vez mais digital, o relatório deste ano analisou especificamente as tendências associadas à compra de arte diretamente através das diferentes plataformas de venda de arte online. Este relatório incluiu aquelas que existem fisicamente e online e as plataformas de venda de arte somente online. Analisa o que as pessoas estão a comprar, quanto gastam e as barreiras para a compra. Paralelamente solicitou aos compradores de arte que indicassem quais as mudanças que poderiam ser feitas ou quais os serviços que poderiam ser oferecidos de forma a aumentar a confiança entre os colecionadores novos e dos existentes.

O inquérito foi realizado pela ArtTactic, empresa especialista na análise do mercado de arte, entre dezembro de 2013 e fevereiro de 2014. Os resultados baseiam-se nas respostas de 506 compradores internacionais de arte (parte da base de dados de clientes da ArtTactic, Twitter e Facebook). A maioria dos inquiridos no relatório de 2013 participaram neste relatório, mas a amostra foi alargada, focando-se na nova geração de compradores de arte (que representam 42% da amostra total).

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