

16 mars 2021

Communiqué

Art Basel et UBS Global Art Market Report: Les ventes en ligne ont atteint des sommets records en 2020, doublant en valeur

- **Les ventes mondiales d'art et d'antiquités ont atteint environ 50,1 milliards de dollars en 2020, en baisse de 22% par rapport à 2019**
- **La valeur des ventes en ligne a doublé pour atteindre 25%**
- **Forte volonté des collectionneurs de soutenir les arts, les femmes collectionneurs dépensant le plus**

Zurich, 16 mars 2021 – Art Basel et UBS ont annoncé aujourd'hui la publication du cinquième rapport sur le marché mondial de l'art d'Art Basel et UBS, rédigé par la célèbre économiste culturelle Clare McAndrew. Le rapport intègre une enquête récente menée par Arts Economics et UBS Investor Watch auprès de 2'569 collectionneurs fortunés (HNW), menée par Arts Economics et UBS Investor Watch, sur dix marchés : Les États-Unis, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, l'Italie, Hong Kong, Taiwan, Singapour, le Mexique et pour la première fois la Chine continentale, ainsi que des données d'UBS Evidence Lab. Analyse complète et macro-économique du marché mondial de l'art en 2020, le rapport analyse l'impact de la pandémie covid-19 sur le marché et identifie les principales tendances qui façonneront le marché en 2021 et au-delà.

Les résultats comprennent:

- **Ventes mondiales et principaux marchés:** Les ventes mondiales d'art et d'antiquités ont atteint environ 50,1 milliards de dollars en 2020, en baisse de 22% par rapport à 2019, mais toujours au-dessus du creux de la récession de 2009, lorsque les ventes ont chuté de 36% pour s'établir à 39,5 milliards de dollars. Le marché américain a conservé sa position de leader, avec une part de 42% des valeurs de ventes mondiales, avec la Grande Chine et le Royaume-Uni à égalité à 20%. Toutefois, la Grande Chine a dépassé les États-Unis pour devenir le plus grand marché aux enchères publiques, avec une part de 36% des ventes en valeur.
- **Ventes en ligne:** Malgré la contraction globale des ventes, les ventes en ligne globales ont atteint un niveau record de 12,4 milliards de dollars, doublant en valeur par rapport à 2019. La part des ventes en ligne est également passé de 9% du chiffre d'affaires total en valeur en 2019 à 25% en 2020, et notamment c'est la première fois que la part du commerce électronique sur le marché de l'art a dépassé celle du commerce de détail général.
- **HNW Collector Survey, menée par Arts Economics et UBS Investor Watch:**
 - **Intérêt accru:** 66% des collecteurs interrogés estimaient que la pandémie avait accru leur intérêt pour collectionner de l'art, 32% ont indiqué qu'elle l'avait fait de façon significative. Les collectionneurs HNW seront actifs sur le marché en 2021 et la majorité (57%) continuera d'acheter des œuvres pour leurs collections.

- **Instagram en tant que canal clé:** Les médias sociaux ont continué d'être un canal clé utilisé par le marché de l'art et environ un tiers des collectionneurs ont acheté de l'art en utilisant Instagram en 2020.
- **Egalité femmes/hommes:** Les femmes collectionneurs ont dépensé plus que les hommes en 2020, leurs dépenses médianes ayant augmenté de 13% d'une année sur l'autre et encore plus aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France et en Chine continentale.
- **Tendance générationnelle:** Les collectionneurs millénaires de HNW ont été les plus dépensiers en 2020, 30% ayant dépensé plus d'un million de dollars (contre 17% des baby-boomers).
- **Les foires d'art:** Malgré l'annulation d'un nombre élevé d'événements, 41% des collectionneurs ont déclaré avoir fait un achat lors d'une foire d'art en 2020, tandis que 45% ont déclaré en avoir fait dans les Online Viewing Rooms (OVR) d'une foire d'art.
- **Rencontres physiques avec l'art:** Environ 90% de tous les collectionneurs de HNW interrogés avaient visité des Online Viewing Rooms (OVR) d'une galerie ou d'une foire d'art au cours de l'année, cependant, la majorité (66%) a toujours préféré assister à une exposition physique dans une galerie ou une foire d'art pour voir des œuvres à vente.

En plus de la collaboration d'UBS et Arts Economics pour l'enquête sur les collectionneurs HNW, le rapport comprend des informations de l'UBS Evidence Lab sur: la confiance des consommateurs américains et les voyages, et un indice de trafic à pied comparant les galeries commerciales, la vente au détail et les musées aux États-Unis. Les données illustrent les premières indications d'une reprise des visites dans les galeries commerciales en 2021, mais un chemin plus raide vers la reprise pour les musées.

Christl Novakovic, PDG d'UBS Europe SE et Head Wealth Management Europe et Président de l'UBS Art Board, a déclaré: "L'année 2020 a marqué un tournant pour l'innovation numérique sur le marché de l'art. Le passage aux plateformes en ligne a permis de collectionner de l'art, une transparence accrue et renforcé le marché, même lorsque les blocages nationaux ont forcé la fermeture de galeries, des maisons de vente aux enchères et de musées. La pandémie a prouvé que nous avons besoin d'art pour élever notre regard au-dessus des difficultés, pour exprimer nos points de vue et nos émotions, et pour trouver de la légèreté dans les moments difficiles. Les collectionneurs sont restés passionnément engagés dans les moments les plus difficiles et se sont consacrés à la collection de l'art avec un but clair et un plan à long terme."

Clare McAndrew, fondatrice, Arts Economics, a déclaré: "Le marché de l'art a été particulièrement bien placé pour souffrir des réalités de la pandémie covid-19 en 2020, car il est peuplé principalement de petites entreprises qui dépendent des achats discrets, des voyages et des contacts personnels. La baisse des ventes était inévitable. Mais la crise a également donné l'impulsion au changement et à la restructuration. Le changement le plus fondamental étant le déploiement des stratégies numériques et des ventes en ligne, qui étaient jusqu'à présent à la traîne par rapport à d'autres industries. Le commerce de l'art a fait preuve d'une résilience incroyable dans la façon dont il s'est adapté à certaines des nouvelles réalités, et bien que les entreprises cherchent à trouver comment équilibrer le nouveau marché plus en ligne avec l'expérience personnelle des événements et l'excitation des ventes hors ligne, peu voient ces changements comme transitoires. L'un des impacts les plus inquiétants de la pandémie sera ses effets sur l'emploi, et ces retombées économiques qui vont s'étendre jusqu'en 2021."

Noah Horowitz, directeur Amériques, Art Basel a déclaré: "Les conclusions du dernier rapport annuel de Clare McAndrew sont critiques, non seulement en termes de perspectives qu'ils fournissent dans l'une des années les plus inhabituelles et difficiles que le marché mondial de l'art ait jamais enduré, mais aussi en ce qu'ils laissent présager pour l'avenir de notre industrie. Alors que le marché s'est fortement contracté dans tous les secteurs en 2020, avec des baisses de valeur et de volume des ventes tant pour les marchands que pour les maisons de vente aux enchères, l'intérêt résilient pour collectionner de l'art tout au long de tout cela a été profond, car l'année a également marqué une période transformatrice d'innovation, de restructuration et de nouveaux comportements des consommateurs, en particulier en ligne, qui ont tous le potentiel de redéfinir considérablement l'avenir de l'industrie de l'art."

Téléchargez le rapport et plus encore à : www.ubs.com/art

Note à l'attention des rédacteurs

A propos de l'UBS

UBS propose des conseils et des solutions financières à des clients fortunés, aux clients institutionnels et aux entreprises du monde entier, ainsi qu'aux clients privés en Suisse. La stratégie d'UBS s'articule autour de ses activités de gestion de fortune à l'échelle mondiale et de banque universelle en Suisse, deux activités principales complétées par l'Asset Management et l'Investment Bank. La banque se concentre sur les entreprises qui ont une forte position concurrentielle forte sur leurs marchés cibles, qui utilisent leur capital de façon efficace et qui ont une croissance structurelle ou des perspectives de rentabilité intéressantes à long terme.

UBS est présente dans toutes les grandes places financières mondiales. Elle possède des bureaux dans 50 pays et emploie environ 31% de ses salariés dans les Amériques, 32% en Suisse, 19% dans le reste de l'Europe, au Moyen-Orient et en Afrique ainsi que 18% en Asie-Pacifique. UBS Group SA emploie plus de 67 000 personnes dans le monde. Ses actions sont cotées aux Bourses SIX Swiss Exchange et New York Stock Exchange (NYSE).

A propos d'Arts Economics et de Clare McAndrew

Arts Economics est un cabinet d'étude et de conseil axé exclusivement sur le marché des beaux-arts et des arts décoratifs au service de la clientèle privée et institutionnelle. Il a été fondé en 2005 par Clare McAndrew, économiste culturelle, spécialisée dans le marché des œuvres d'art, des antiquités et des objets de collection. Elle obtient son doctorat en économie au Trinity College de Dublin en 2001, où elle sera par la suite chargée de cours et enseignera l'économie pendant quatre ans. En 2002, Clare rejoint l'entreprise américaine Kusin & Company, petite société de placement spécialisée dans le domaine de l'art, en qualité d'économiste en chef. Après trois ans passés aux Etats-Unis, elle rentre en Europe en 2005 et poursuit ses activités sur le marché de l'art en tant que conseillère et analyste privée pour une clientèle mondiale. Elle fonde Arts Economics en 2005 pour se concentrer sur l'étude et l'analyse du marché de l'art et travaille avec un réseau de consultants privés et de chercheurs universitaires dans différentes régions du monde pour fournir des services d'analyse et de conseil aux secteurs financier et du commerce mondial de l'art.

A propos d'Art Basel

Fondé en 1970 par des galeristes de Bâle et présent à Bâle, Miami Beach et Hong Kong, Art Basel domine aujourd'hui la scène mondiale des grands salons d'art moderne et contemporain internationaux. Chaque salon, unique en son genre, doit sa conception à la ville et la région qui l'accueillent. Il en va donc de même pour les galeries participantes, les œuvres d'art exposées et la programmation en marge du salon, qui est le fruit d'une collaboration entre les diverses institutions locales participant à chacune de ses éditions.

L'engagement d'Art Basel s'est étendu au-delà des foires d'art grâce à de nouvelles plateformes numériques et à un certain nombre de nouvelles initiatives telles que The Art Basel et UBS Global Art Market Report et The BMW Art Journey. Le partenaire média mondial d'Art Basel est le Financial Times. Pour en savoir plus, nous vous invitons à consulter le site www.artbasel.com.

UBS et Art Basel

La collaboration entre UBS et Art Basel a débuté en 1994 lorsque le prestataire de services financiers est devenue le partenaire principal de la première édition de la manifestation à Bâle. En 1999, le partenariat a été étendu à la plate-forme d'exposition Art Basel Unlimited – qui permet aux artistes de réaliser des projets très originaux et ambitieux – puis, en 2002, à la première édition d'Art Basel Miami Beach. En 2014, UBS a commencé à collaborer avec Art Basel Hong Kong, assumant officiellement son rôle actuel de partenaire privilégié à l'échelle mondiale d'Art Basel pour l'ensemble de ses trois salons de renommée internationale. En juin 2016, Art Basel et UBS ont annoncé leur association pour la publication d'un nouveau rapport annuel complet sur le marché de l'art confié à l'économiste culturelle réputée, Clare McAndrew. En tant que partenaire

UBS et l'art contemporain

UBS soutient depuis longtemps l'art contemporain et les artistes. La société possède l'une des collections d'art les plus importantes au monde et cherche à faire avancer le débat international sur le marché de l'art au moyen de son partenariat mondial privilégié avec Art Basel et en tant que co-éditeur du rapport «Art Basel and UBS Global Art Market Report». UBS a également établi des partenariats avec plusieurs institutions du monde des arts – dont la Fondation Beyeler, en Suisse, le Garage Museum of Contemporary Art en Russie et l'Art Gallery of New South Wales en Australie. Par l'intermédiaire de son Art Collectors Circle et de l'UBS Art Competence Center, UBS donne à ses clients des éclairages sur le marché de l'art, la collection d'œuvres d'art et la planification successorale. L'UBS Arts Forum réunit et met en réseau des personnalités du monde des arts, offrant son leadership intellectuel, à la pointe de l'art contemporain.

Pour suivre l'actualité d'UBS, rendez-vous sur www.ubs.com/art.

#UBSart #ArtMarketReport

Twitter: @UBSglobalart

Instagram: @ubsglobalart

Facebook: facebook.com/UBSart

UBS Group SA

Contact médias

UBS Group SA, Tamsin Selby, Tél. +44 78 55 95 22 45, tamsin.selby@ubs.com

Représentant RP

Sutton, Sara Kietzmann, Tél. +44 7715 666 052, sara@suttoncomms.com

Art Basel, Sarah Norton, Tél. +41 58 206 27 64, sarah.norton@artbasel.com

www.ubs.com/media