

Barnebys[®].fr

TOUTES LES ENCHÈRES EN UN SEUL ENDROIT

BARNEBYS ONLINE AUCTION REPORT

Le premier rapport de Barnebys sur les ventes aux enchères a été constitué par Pontus Silfverstolpe, co-fondateur de Barnebys et Hanna Schiller, project manager.

Il se concentre sur les cinq principaux marchés : Etats-Unis, Angleterre, France, Allemagne et Suède.

Les équipes de Barnebys ont créé ce rapport en s'appuyant sur l'analyse de 1,7 million de lots vendus dans 22 pays durant l'année 2015.

Ces éléments proviennent de leur base de données donnant accès à 17 millions de prix d'adjudication, de l'analyse du trafic de leur site en 2015 et sur une enquête menée en février 2016 auprès de 1 407 sondés âgés de 18 à 75 ans.

Une rubrique du rapport est entièrement dédiée à la nouvelle génération d'acheteurs aux enchères qui ont grandi avec la digitalisation de l'économie (18-35 ans).

Sommaire

INTRODUCTION	p.1
DES CLIENTS PLUS JEUNES, NOUVEAUX, QUI JOUENT SUR LA BAISSE DU PRIX MOYEN DES ENCHÈRES	p.2
LE MARCHÉ DE LA VENTE AUX ENCHÈRES EN FRANCE : UN VASTE MARCHÉ EN PROGRESSION ET AU TRÈS FORT POTENTIEL	p.4
L'APPORT DE BARNEBYS AU MARCHÉ DE LA VENTE AUX ENCHÈRES : LE GOOGLE DES VENTES AUX ENCHÈRES	p.6

Barnebys®

Online Auction Report

Des clients plus jeunes, nouveaux, qui jouent sur la baisse du prix moyen des enchères

Le marché de la vente aux enchères était originellement réservé à une clientèle CSP+.

Avec l'arrivée de la digitalisation de l'économie et le développement de nouveaux business modèles: le monde des enchères n'apparaît plus comme un luxe et est désormais accessible à tous.

47% des sondés ont déjà acheté en ligne

Une nouvelle génération de clients moins aisés apparaît sur le marché de la vente aux enchères, notamment les jeunes de 18-35 ans.

27% des sondés ont déjà acheté en vente traditionnelle

Ce sont de fréquents acheteurs et vendeurs. Ils tranchent avec les acheteurs traditionnels qui ne devenaient vendeurs qu'après avoir constitué leur collection.

35 % des 18-35 ans ont déjà acheté et vendu aux enchères en ligne

Portés par ces nouveaux clients, les produits présentés à des prix raisonnables sont ceux qui se vendent le plus : les maisons de vente capitalisent dessus et augmentent l'offre de ces produits « low cost » (à moins de 100 euros).

De fait, on assiste à une baisse globale du prix moyen des enchères.

12 % des 18-35 ans ont déjà acheté et vendu aux enchères traditionnelles

Mais les maisons de vente compensent cette baisse en augmentant le nombre de produits proposés (low cost, middle price (100-500 euros) ...).

Fig. 1: Auction buyers and sellers in each of the surveyed markets and internet accessibility

Auction penetration	United States	United Kingdom	France	Germany	Sweden
Public buyers	38%	24%	11%	23%	37%
Public sellers	13%	21%	21%	9%	13%
Online buyers	50%	48%	29%	63%	48%
Online sellers	26%	37%	16%	42%	29%
Internet penetration	89%	93%	83%	88%	93%

Barnebys®

Online Auction Report

En parallèle, le marché de la vente aux enchères a évolué du fait de la digitalisation de l'économie.

Les raisons d'acheter aux enchères n'ont pas changé : les clients achètent à de meilleurs prix des produits uniques et de qualité. Ces caractéristiques sont considérées comme durables car elles s'inscrivent dans un investissement rentable à revendre sur le marché par la suite.

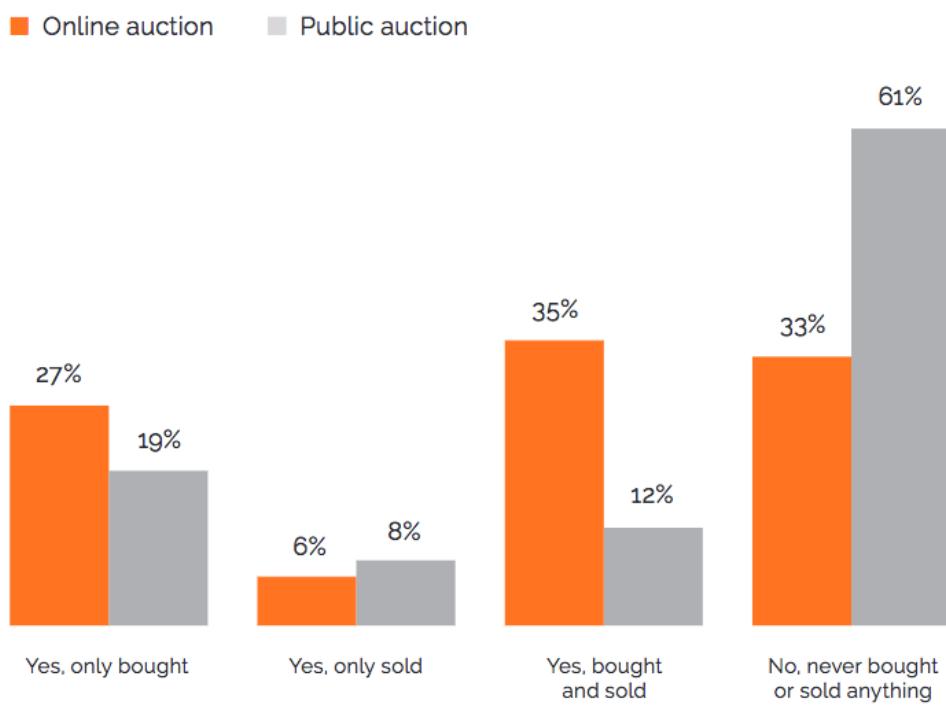
L'accès au marché et la confiance dans l'image de la maison de vente sont désormais les facteurs essentiels pour attirer de nouveaux clients.

Les acheteurs en ligne sont plus nombreux et plus fidèles que les acheteurs traditionnels (47% ont déjà acheté en ligne contre 27 % en vente traditionnelle – 30 % ont déjà vendu en ligne contre 16 % en vente traditionnelle). La moitié des acheteurs aux enchères le font désormais en ligne.

L'émergence de la navigation mobile, notamment chez les 18-35 ans (50% mobile), joue désormais un rôle majeur dans le processus de vente.

Les trois facteurs motivant l'acte d'achat en ligne sont : la facilité d'enchérir, la transparence de l'information et la qualité du service (livraison). Les maisons de vente doivent donc adapter leurs sites internet à une navigation intuitive et sans effort.

Fig. 13 Auction buying and selling



Survey respondents, millennials

Barnebys®

Online Auction Report

Le marché de la vente aux enchères en ligne en France : un vaste marché en progression et au très fort potentiel

Le marché français du e-commerce est le 6ème plus attractif au monde. Avec 5% du marché global des enchères, la France est le 4ème marché mondial de la vente aux enchères.

La France représente 5% du marché global des enchères

Cependant, cette part est à relativiser face aux trois premiers pays : USA, 1er marché mondial (40%), Royaume-Uni, 1er marché européen et Chine qui représentent 85% du marché.

Parmi les français qui achètent aux enchères, 86% ont déjà acheté en ligne

Parmi les français qui achètent aux enchères, 86% ont déjà acheté en ligne et parmi eux, 20% achètent exclusivement en ligne. 49% des acheteurs en France se fournissent à l'étranger, ce qui montre le manque d'offre locale et le fort potentiel de ce marché concernant les enchères.

20 % d'entre eux achètent exclusivement en ligne

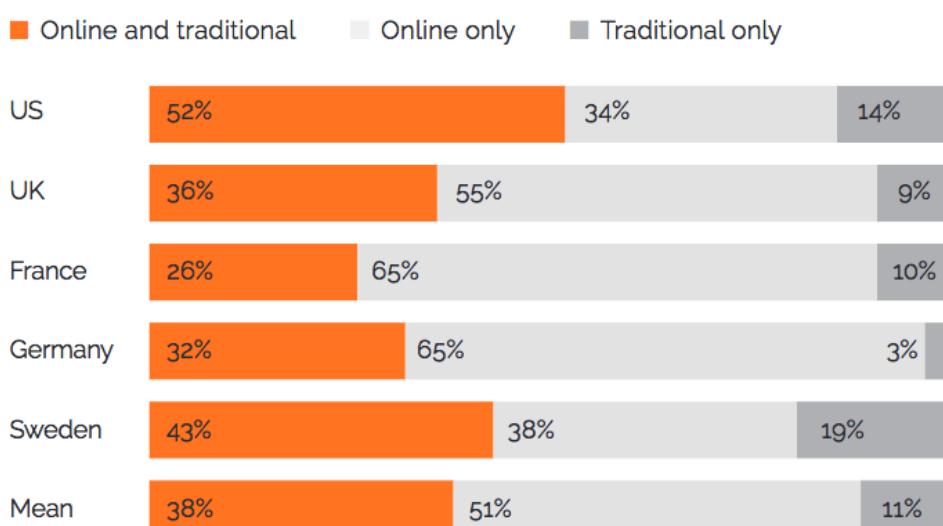
Le marché français est en retard sur la vente en ligne, les maisons de ventes doivent rattraper leurs homologues américaines afin de capitaliser sur les millenials (18-34 ans).

30 % des français n'ont jamais acheté aux enchères

La modernisation des sites internet et la compatibilité mobile sont désormais essentielles à la vente aux enchères. Cette modernisation devra conserver un service de qualité essentiel aux clients français.

Le marché français ne s'est pas encore démocratisé. En diversifiant son offre, il pourra ainsi acquérir de nouveaux clients via Internet, localement et globalement.

Fig. 19 Auction buying, by channel



Survey respondents

Barnebys®

Online Auction Report

Ainsi, les maisons de ventes pourront toucher les 30% des Français n'ayant jamais acheté aux enchères mais néanmoins potentiellement intéressés par la vente aux enchères en ligne.

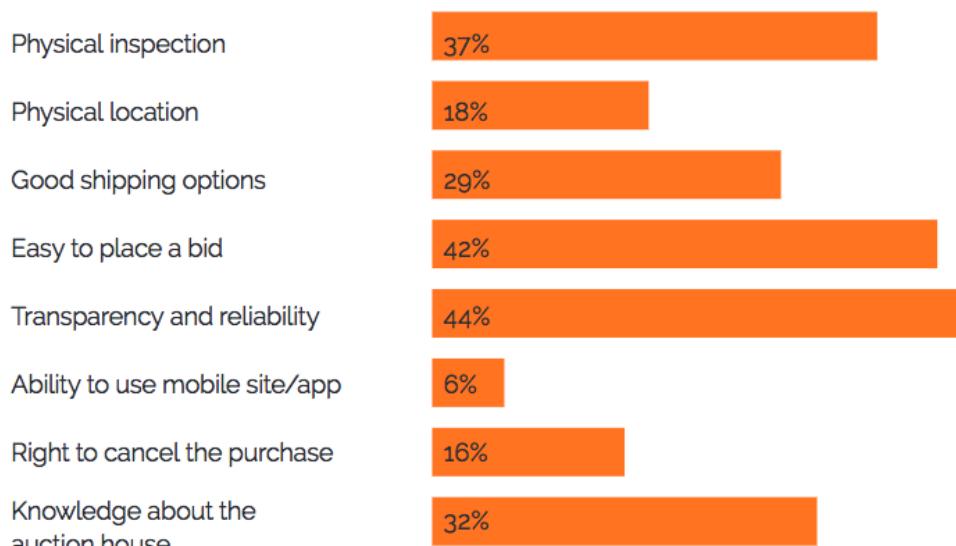
Les français achètent peu aux enchères pour plusieurs raisons :

- Ils n'y sont pas familiers
- ils ont peur du risque d'investir dans une enchère
- ils pensent que les prix sont trop élevés et peu abordables.

Les maisons de vente doivent donc sensibiliser les français aux mutations de la vente aux enchères en ligne qui proposent des produits désormais accessibles à tous.

En effet, sur le site Barnebys, 84% des ventes en volume concernent des produits coûtant moins de 1000 euros, dont notamment 40% pour des produits à moins de 100 euros.

Fig. 31 Important factors when buying at auction



Survey respondents having bought at auction, France

Barnebys®

Online Auction Report

L'apport de Barnebys au marché de la vente aux enchères en ligne : Le Google des ventes aux enchères

Créé en 2011 par Pontus Slifverstolpe et Christopher Barnekow, Barnebys est le Google des ventes aux enchères, c'est le fer de lance de cette révolution digitale de la vente aux enchères en ligne.

Barnebys est le plus puissant moteur de recherche d'objets d'art et d'antiquités référencés par les maisons de ventes aux enchères et les marchands d'art. Son accès est libre, gratuit, et son contenu disponible en six langues.

Barnebys propose la plus grande base de données gratuite de prix réalisés, soit environ 20 millions d'objets, remontant à l'année 1970.

Véritable rencontre entre un marché de l'art traditionnel et l'innovation liée à internet, Barnebys a pour vocation de devenir la plateforme en ligne de référence du marché de l'art. Barnebys surfe sur toutes les tendances actuelles du marché de la vente aux enchères en ligne se positionnant comme l'un des leaders.

Avec ses 1700 maisons de vente partenaires, Barnebys a diversifié son offre notamment sur ces deux axes:

- Géographie : l'offre est adaptée localement pour répondre au mieux à la demande. Le site reçoit ainsi 1,5 million de visiteurs par mois venant de plus de 150 pays.
- Prix : la gamme des produits disponibles s'étend de moins de 100 euros à plus de 1 000 000 euros. Elle permet donc de toucher tous les clients potentiels, des CSP+ traditionnels aux nouveaux Millenials. Par exemple, sur la plateforme française Barnebys.fr, 84% des ventes en volume concernent des produits coûtant moins de 1000 euros, dont notamment 40% pour des produits à moins de 100 euros.

De plus, Barnebys a pris le tournant de la révolution digitale et mobile en proposant une fluidité de navigation unique sur des sites flambants neufs et compatibles mobiles et peut donc ainsi séduire une nouvelle génération de jeunes clients.

Aussi, Internet a permis de faciliter l'achat mais aussi la revente d'objets via les maisons de vente aux enchères en ligne. Ce phénomène séduit particulièrement les Millenials par opposition aux clients traditionnels. Ainsi, pour coller à cette tendance, Barnebys a mis en place un service d'estimation en ligne pour faciliter la revente d'objets sur les sites de ses maisons partenaires.

Enfin, avec un service irréprochable, Barnebys souhaite répondre aux exigences actuelles des clients pour qui le service est essentiel.

Finalement, avec ce premier rapport, Barnebys explique les mutations du marché de la vente aux enchères et justifie son positionnement précurseur sur la vente aux enchères en ligne : l'avenir de la vente aux enchères est bel et bien en ligne et accessible à tous.

www.barnebys.fr