

Temps de lecture : 3'

DEPUIS SA CRÉATION IL Y A 7 ANS, INSTAGRAM CONNAÎT UNE PROGRESSION FULGURANTE ET COMPTE AUJOURD'HUI PLUS DE 700 MILLIONS D'UTILISATEURS ACTIFS. CE RÉSEAU EST DÉSORMAIS LE PLUS PLÉBISCITÉ PAR LE MONDE DE L'ART ET EST UTILISÉ À LA FOIS COMME UN CANAL D'EXPOSITION, DE MARKETING, DE VENTES ET D'ACHATS.

Par Anne-Laure JOUBAIRE

DES CHIFFRES IMPRESSIONNANTS

Les comptes les plus suivis aujourd'hui dans le milieu de l'art sont ceux des **musées** comme le [Moma](#) ou le [Met](#) et les **foires** comme [Art Basel](#). Les **grandes maisons internationales de ventes aux enchères** ne sont pas en reste de [Sothebys](#) à [Christies](#) en passant par [Phillips](#). Avec un peu plus de 14.000 abonnés, [Drouot](#) est encore loin derrière. Sans surprise, les **sites de ventes en ligne** utilisent beaucoup ce média, que cela soit [Artsy](#), [Artnet](#) ou [Saatchi Art](#).

Si les acheteurs et collectionneurs suivent ces comptes, ils s'intéressent également de très près aux **comptes d'experts**, qu'ils travaillent pour des maisons ou en solo. [Matt Carrey-Williams](#), de Phillips, est ainsi suivi par près de 10.000 personnes tandis que [Brett Gorvy](#), ancien de Christie's compte près de 73.000 abonnés !

Les **artistes eux-mêmes, notamment ceux liés au street-art, utilisent beaucoup Instagram**. Les collectionneurs de ce type d'art sont en effet jeunes et accros à ce réseau. [Banksy](#) y est donc sans surprise l'artiste le plus suivi avec 1,6 millions d'abonnés.

Les **galeries d'art** ont elles aussi bien compris qu'Instagram pouvait leur permettre d'attirer un nouveau public et d'éventuels acheteurs. Parmi les plus suivies, on peut notamment citer la [Gagosian](#), la [Pace](#) ou encore [White Cube](#). 91% des galeristes interviewés par Hiscox utilisent les réseaux sociaux pour promouvoir les œuvres exposées et **57% considèrent qu'Instagram est le meilleur canal pour accroître leur visibilité et recevoir les avis des visiteurs**.

UN OUTIL PLEBISCITE PAR LES ACHETEURS

D'après Hiscox, les utilisateurs d'Instagram le préfèrent de loin à Facebook pour **découvrir des œuvres**. Une enquête d'Artsy menée auprès de 35 collectionneurs connus révèle que plus de la moitié d'entre eux ont ainsi acheté des œuvres d'artistes découverts sur ce réseau.

Instagram est également plébiscité car il permet à ses utilisateurs de **suivre des artistes qu'ils affectionnent, de connaître les dernières tendances, de partager des photos, d'interagir lors de foires et bien sûr de trouver des œuvres à acheter**. Facebook reste toutefois le réseau de prédilection pour trouver des expositions et lire des articles sur l'art.

Bien qu'Instagram ne permette pas encore la fonctionnalité « achat » sur les photos d'œuvres, de plus en plus de collectionneurs achètent par ce biais. **35% des galeries interrogées par Hiscox indiquent en effet qu'Instagram leur génère des ventes**, contre 13% pour Pinterest et 7% pour Facebook.

Brett Gorvy a ainsi vendu, juste en postant une photo de l'œuvre sur Instagram, une peinture de Jean-Michel Basquiat au prix faramineux de 24 millions de dollars ! Certaines œuvres sont vendues avant même qu'elles puissent arriver en salles. Un Fabergé a ainsi été vendu par Sothebys à 245K€, dix fois son prix estimé, après que l'acheteur l'ait vu sur une publication Instagram.

Encore peu utilisé par les acheteurs traditionnels, Instagram est un réseau précieux pour les collectionneurs avertis qui peuvent ainsi **avoir accès à des informations en avant-première**. La galerie Gagosian a ainsi annoncé le lancement de son exposition sur Rudolph Stingel uniquement sur Instagram.

Les comptes mélangent souvent photos d'œuvres avec des photos personnelles, donnant l'impression aux abonnés d'être proche de la personne et lui offrent la possibilité de **rentrer en contact avec le vendeur directement** contrairement à des comptes institutionnels.

C'est également un canal d'influence où l'on peut **étaler sa puissance**. [Yusaku Maezawa](#) a ainsi acquis un tableau de Basquiat pour 110 millions de dollars, la plus haute somme jamais atteinte pour une œuvre d'art, et s'est empressé de le claironner sur Instagram.

UN CANAL DE VENTE A EXPLORER

Les galeries et maisons de ventes utilisent aujourd'hui Instagram pour augmenter leur visibilité, identifier des œuvres à fort potentiel, s'aligner avec les intérêts de leurs clients et bien sûr vendre.

Instagram reste toutefois **peu utilisé par les maisons françaises**, qui restent sur un mode de fonctionnement traditionnel. Seuls quelques comptes se démarquent, notamment celui de [Millon](#) ou ceux de commissaires-priseurs travaillant dans des grandes maisons comme [Astrid Guillon](#) (Artcurial) ou [Camille de Foresta](#) (Christies).

Or selon le rapport Hiscox, la **grande majorité des achats en ligne se situent en dessous de 5000\$/an**. Les acheteurs sont donc à la recherche d'œuvres accessibles, ce qui est l'apanage de la plupart des « petites » maisons de ventes.

LES CONSEILS D'ELIOTT ET MARKUS

Positionnez-vous sur Instagram à l'aide d'un compte institutionnel et d'un compte personnel. Le premier contiendra plutôt des photos d'œuvres à petit prix et de coulisses des enchères et sera un canal d'informations sur les ventes. Le deuxième devra plus avoir une touche confidentielle, avec des informations exclusives et des photos personnelles.

Répondre aux commentaires et questions vous permettra de créer une relation de qualité avec vos clients actuels et potentiels.

Il est conseillé d'utiliser **les hashtag #** avec soin et parcimonie afin d'augmenter votre visibilité sur le réseau et de poster un **maximum de deux publications** aux heures d'affluence.

Par ailleurs, c'est en suivant et en aimant les publications de comptes connus que vous pourrez vous faire connaître à votre tour.

[Pinterest](#) est également un réseau que nous recommandons d'investir et qui vous permettra d'évaluer la popularité des œuvres en vente.

70% des acheteurs de moins de 35 ans utilisent aujourd'hui Instagram lorsqu'ils effectuent une recherche sur l'art. L'avenir est déjà là et il faut s'y adapter.

POUR ALLER PLUS LOIN

[Rapport Hiscox sur le marché de l'art en ligne](#), 2017

[Instagram, nouvel acteur du marché de l'art](#)

[Want to sell a \\$24 million painting fast ? Instagram for the win](#)

[How collectors use Instagram to buy art](#)