

ART SHOPPING

PARIS • CARROUSEL DU LOUVRE

Qu'est-ce qui fait courir les visiteurs à Art Shopping ?

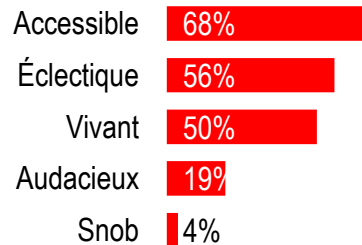


21% faire un placement financier

Created by Chanetsa
from Noun Project

72% pour acheter de l'art
94% Contact avec les artistes,
93% Plaisir & Découverte ,
90% Participer à une
exposition vivante !

Quels sont les mots qui, pour vous, caractérisent le mieux Art Shopping ?



PRINTEMPS
28 - 29
mai 2016

AUTOMNE
22 - 23
oct. 2016

Une étude réalisée GoudLink & MRCC

Qu'est-ce qui fait courir les visiteurs à Art Shopping ?

PRINTEMPS

28 - 29

mai 2016

AUTOMNE

22 - 23

oct. 2016

Avec 27 000 visiteurs en 2015 et une fréquentation en hausse constante, le salon Art Shopping constitue le rendez-vous incontournable de l'art contemporain.

Le salon Art Shopping s'inscrit dans la mouvance de nouveaux profils d'acheteurs, plus sensibles à leurs coups de cœur qu'à une volonté d'investissement ou de placement à long terme.

Il ouvre les portes de l'art contemporain à tous, et permet à des artistes, toujours plus nombreux, de présenter leurs œuvres et de rencontrer leur public.

Enseignements clés

Motivations : 72% des visiteurs viennent pour acheter.

Et ils comptent se faire plaisir, rencontrer des artistes directement, découvrir des œuvres à leur portée.

Ce sont les dimensions clés d'une exposition vivante.

Seuls 21% sont dans l'optique d'un placement.

Perception : Invités à choisir les mots qui définissent le mieux Art Shopping, les visiteurs désignent : Accessible, Éclectique, Vivant, Audacieux
Seuls 4% cochent Snob

Méthodologie :

Un questionnaire en ligne a été adressé à un échantillon aléatoire des visiteurs du salon Art Shopping.

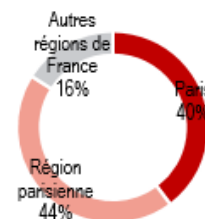
Terrain du 6 au 11 Mai 2016 : 300 répondants.

Age moyen : 54 ans.

50% sont des CSP+

55% sont des femmes

Une étude GoudLink x MRCC



MOTIVATIONS

72% des visiteurs viennent pour acheter et ils comptent se faire plaisir, rencontrer des artistes directement et découvrir des œuvres à leur portée. Ce sont les dimensions clés d'une exposition vivante.

Seuls 21% sont dans l'optique du placement

Q. Qu'est-ce qui motive vraiment votre visite d'Art Shopping ?

% réponses d'accord



PERCEPTION

Accessible, Éclectique, Vivant, Audacieux pour 99% des répondants !
Seuls 4% choisissent Snob

Q. Quels sont les mots qui, pour vous, caractérisent le mieux Art Shopping ?

% cités

