

Artprice : CA T1, transposition de la directive européenne des enchères électroniques en droit français et perspectives 2009

Chiffre d'affaires en Keuros	1T2009	1T2008	Variation en %
Internet	996	1 343	-26
Indices et autres prestations	116	70	66
Edition	5	6	-17
Télématique	1	4	-75
Total 1er Trimestre	1 118	1 423	-21

Le chiffre d'affaires du T1 est en baisse de 21 %, deux facteurs expliquent cette baisse provisoire, le premier est la rupture conventionnelle par décision unilatérale d'Artprice dans les règles de l'art de tous les contrats de partenariats médias et opérateurs Internet (exemple: Boursorama) en France et à l'internationale où Artprice mettait ses banques de données à disposition des sociétés tierces, moyennant rétribution. Ces ruptures ne concernent pas le partenariat avec Google. Cette action impacte donc le chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2009 mais la clôture de ces contrats intervenue fin 2008 va permettre mécaniquement à Artprice de retrouver en direct, cette déperdition de sa clientèle au profit du partenaire (jusqu'à la fin 2008) dans les trimestres suivants, avec dans ce nouveau cadre, 100 % du chiffre d'affaires acquis à Artprice au lieu d'une reversion réalisée par le Partenaire Internet/média franchisé au profit d'Artprice.

La société Artprice, dans le cadre de la réforme des ventes aux enchères en ligne (directive européenne sur les services) se doit juridiquement de contrôler 100 % des flux acheteurs et vendeurs de sa place de marché. Dans le cadre du second facteur, la croissance des clients se maintient en positive mais les moyens de paiement sont de plus en plus mensualisés compte tenu de la conjoncture actuelle. Pour information, ces deux facteurs figuraient dans le rapport financier annuel 2008 en chapitre Risques (rapatriement des différentes bases de données Artprice en provenance d'éditeurs et médias Internet ; marché de l'art, cf. pages 23 et 31).

Transposition de la directive européenne des enchères électroniques en droit français et perspectives 2009

Pour analyser la position française, il est nécessaire de lire les conclusions de l'Autorité de régulation des ventes volontaires aux enchères publiques (l'Autorité de régulation qui est dénommée Conseil des Ventes Volontaires, ou C.V.V., est l'équivalent de l'A.M.F. pour le marché de l'art) dans son nouveau rapport publié à la Documentation Française ce mois de mai 2009 "Pour développer les enchères électroniques et protéger le consommateur". La phrase d'introduction du Conseil des Ventes Volontaires résume bien la position : "le Réseau Internet a été fait pour les Ventes aux Enchères publiques, il constitue, pour les besoins de l'organisation et la réalisation des Ventes aux Enchères, une vaste salle de ventes modulable et extensible à l'infini".

Les "principes de labellisation" pour être "opérateur d'enchères" sont précisément les statuts juridiques défendus par Artprice, notamment dans le principe de responsabilité vis à vis de l'enchère électronique (annexe 4 du Rapport Documentation Française).

De même, "le cahier des charges et clauses techniques" pages 235 et suivantes sont conformes aux attentes d'Artprice. La stratégie d'Artprice, d'avoir intégré ses propres salles machines et son développement en interne, est le choix qui s'impose à la lecture des documents notamment par la maîtrise de l'écriture de son propre ERP (ERP ou PGI, Progiciel de gestion intégré). Le C.V.V. confirme ce que Thierry EHRMANN, P.D.G fondateur d'Artprice, a toujours défendu, à savoir que "la dématérialisation des enchères

s'est réalisée il y a 30 ans par le téléphone" et que "l'Internet n'est qu'une continuité naturelle". Le CVV confirme ce chiffre en indiquant que "80 % des ventes d'art se font aujourd'hui par téléphone" et basculeront, bien évidemment, sur Internet dès l'application de la Directive Européenne". D'un point de vue subsidiaire, Artprice constate que de nombreuses sociétés, comme Artnet.fr, sont visées comme site de ventes aux enchères non agréé correspondant au champ légal des SVV (annexe 3 p 225 du Rapport Documentation Française). Ceci conforte la position de prudence et de loyauté qu'Artprice a toujours adopté dans sa démarche.

La place de marché normalisée et protégée au titre de la propriété intellectuelle a donc permis à Artprice d'asseoir son modèle depuis 2004, et d'être prêt à basculer en enchères en ligne, principalement comme opérateur pour les 2900 Maisons de Ventes avec lesquelles Artprice travaille en étroite collaboration depuis 1987.

Cette période de crise entraîne des restrictions budgétaires qui poussent les quelques dernières Maisons de Ventes hésitantes à s'allier à Artprice, qui au delà de sa place de marché, possède le fichier client qualifié fine art le plus important au monde. Ce fichier client (conservation des logs de comportements clients en accord avec les directives) est dans le marché de l'art, la base de la réussite d'une vente aux enchères cataloguée depuis la naissance des enchères d'art en Europe au début du XIX siècle.

L'intérêt croissant des clients, actionnaires et Maisons de ventes partenaires d'Artprice s'est témoigné ce mois-ci où a été mis en ligne le documentaire d'Etienne Perrone HD de 23 minutes sur l'Histoire d'Artprice, la révolution du marché de l'art et son avenir. Ce film, désormais en ligne <http://web.artprice.com/video/> (ou en téléchargement) en version française, anglaise, chinoise, allemande, espagnole et italienne, a dépassé les 145 000 consultations en 3 semaines. Ces chiffres de consultation pour un documentaire d'entreprise sont exceptionnels.

Artprice constate, depuis le début avril 2009, face à une correction attendue sur le marché de l'art qui a été naturellement impactée par la crise financière et la récession économique mondiale, une hausse de son indice de confiance du marché de l'art en temps réel l'Art Market Confidence Index (AMCI©) qui fait désormais référence dans le marché de l'art et la presse économique.

Face à la crise du marché de l'art, Artprice confirme la tendance du 4 t 2008 avec, en 2009, à savoir une progression extrêmement importante du nombre d'oeuvres mises en vente sur sa place de marché normalisée, avec une accélération des achats-ventes. L'analyse fait ressortir que la durée moyenne de mise en vente d'une oeuvre est de plus en plus courte. Certaines oeuvres d'art n'excèdent pas quelques heures de mise en ligne, traduisant ainsi un rapprochement immédiat de l'offre et de la demande.

On peut légitimement considérer que la crise du marché de l'art est une opportunité de très forte croissance pour Artprice. En effet, l'histoire du marché de l'art comme tous les marchés tend naturellement à privilégier le circuit le plus rapide, le moins coûteux en terme de frais, le plus liquide et celui qui permet de trouver un prix de marché en temps réel avec une masse critique d'intervenants. La place de marché normalisée d'Artprice répond exactement à ces quatre points. Artprice avec son modèle de quasi-gratuité pour sa place de marché absorbe ainsi plus rapidement que prévu le marché mondial des ventes de gré à gré.

Le modèle de la place de marché normalisée d'Artprice (protégée au titre de la propriété intellectuelle) est désormais éprouvé et validé par le marché de l'Art notamment en période de crise majeure. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : selon le rapport d'activité 2005 du Conseil des ventes volontaires de meubles aux enchères publiques, "l'offre sur

Artprice était de 1,3 milliard d'euros d'oeuvres d'art". En 2006, l'offre était de 2,7 milliards d'euros d'oeuvres d'art. En 2007, l'offre était de 4,32 milliards d'euros d'oeuvres d'art. Pour 2008, Artprice confirme avoir dépassé un volume proche des 5,4 milliards d'euros d'oeuvres d'art avec un taux de vente estimé de l'ordre du tiers sur lesquelles Artprice n'est pas encore commissionnée ; pour autant, cette très forte croissance du flux d'oeuvres d'art n'est pas génératrice de charges nouvelles et n'impactera pas le résultat 2009.

Dans ce contexte de crise mondiale, Artprice plus que quiconque dispose de tous les atouts pour offrir aux maisons de ventes leurs migrations intégrales sur Internet en accélérant leurs ventes et en effondrant les frais acheteurs/vendeurs (qui se situent selon la C.V.V entre 36 à 37,5 %). Artprice est donc prêt aux enchères en ligne conformément aux directives européennes (2006/123/CE sur les services votées le 12.12.06) sur la réforme des ventes aux enchères en Europe où le calendrier de mise en conformité (au plus tard le 28/12/2009) est accélérée à la demande des autorités de tutelle française et de l'ensemble des acteurs du marché en Europe, compte tenu de la crise mondiale.

Pour information, le texte voté par la commission des lois est désormais le texte débattu en séance publique, probablement le 2 ou 3 juin 2009, selon les rapporteurs.

Source: <http://www.artprice.com> (c)1987-2009 thierry Ehrmann

Pour découvrir l'univers d'Artprice : <http://web.artprice.com/video/>
Artprice est le leader mondial des banques de données sur la cotation et les indices de l'art avec plus de 25 millions d'indices et résultats de ventes couvrant 405 000 artistes. Artprice Images(R) permet un accès illimité au plus grand fonds du marché de l'art au monde, bibliothèque constituée de 108 millions d'images ou gravures d'oeuvres d'art de 1700 à nos jours commentées par ses historiens. Artprice enrichit en permanence ses banques de données en provenance de 2 900 Maisons de ventes et publie en continu les tendances du marché de l'art pour les principales agences et 6300 titres de presse dans le monde. Artprice diffuse auprès de ses 1 300 000 membres (member log in), ses annonces normalisées, qui constituent désormais la première place de marché mondiale pour acheter et vendre des oeuvres d'Art (source Artprice). Artprice est cotée sur Eurolist by Euronext Paris : Euroclear: 7478 - Bloomberg : PRC Reuters : ARTF Artprice.com.

Contact: Josette Mey - Service actionnaires, Numéro de fax: +33(0)4-78-22-06-06, e-mail: ir@artprice.com