Artprice T2 2015 : CA en hausse de +30% au 1er semestre 2015, modèle gratuit n'impactant pas le CA validé. Objectif 12 millions de clients, le Marché de l'Art connaît une croissance sans précèdent.

Chiffre d'affaires en K€	2T2015	2T2014	Variation en %
Internet	985	897	+11
Opérations de courtage aux enchères par la Place de Marché Normalisée *	*	*	
Indices et autres prestations	72	91	-21
Total 2 ème Trimestre	**1057**	**988**	**+7**

*Non significatif. En cours de transfert

Chiffre d'affaires en K€	1er semestre 2015	1er semestre 2014	Variation en %
Internet	2718	2106	+29
Opérations de courtage aux enchères par la Place de Marché Normalisée *	*	*	*
Indices et autres prestations	250	173	+45
Total 1er semestre 2015	**2968**	**2279**	**+30**

*Non significatif. En cours de transfert

Artprice: 1er Semestre 2015 en croissance de 30% sur le 1er Semestre 2014.

Artprice T2 2015 : Croissance Internet à deux chiffres 11%, modèle gratuit n'impactant pas le C.A. qui est en hausse de +7 %, validant ainsi l'offre freemium, le portage en Mobile First de toutes les banques de données Artprice ainsi que le transfert des serveurs de routage aux USA, en Allemagne et à Singapour en I.P. natives de ces pays.

A la demande de ses nouveaux actionnaires qui ne cessent de croître, les communiqués d'Artprice proposent des contenus régulièrement bilingues extrêmement détaillés et se doivent de reprendre les éléments clés du groupe.

A contrario de la presse écrite dans le monde qui vit une crise sans précèdent car elle ne trouve pas encore de modèle rentable avec l'Internet, Artprice a commencé à injecter dans Internet 85% de ses données en mode gratuit (900 millions de data en mode freeware), par ses accords avec Google (2003) puis Baidu et Bing (Microsoft), en déterminant avec précision la bonne césure dans la valeur ajoutée de ses data, en ne gardant en mode payant que les 15% de la data où la valeur ajoutée déterminante réside et cautionne ainsi la véracité des 85% de part gratuite.

Les chiffres Artprice de 2014 valident en tous points cette stratégie et ont permis d'acquérir durant cet exercice 1 150 000 nouveaux membres qualifiés avec leurs modes comportementaux, dans le respect des textes en vigueur, ce qui constitue, dans l'économie du numérique, la

principale richesse en haut de bilan. C'est le principal paramètre de la finance anglo-saxonne pour déterminer la capitalisation d'une société.

Ces chiffres confirment ainsi le pari industriel d'injecter 900 millions de données alphanumériques gratuites, de manière contractuelle à Google Inc. et ce malgré le passage de données gratuites de 80% (T2) à 85% au T1 2015 et qui se poursuit en 2015/2016, notamment avec les banques de données des nouveaux indices.

Le véritable succès économique réside dans le fait qu'Artprice n'a perdu aucun chiffre d'affaires et en a même gagné, ce que la presse écrite et de nombreux éditeurs, hélas, ne peuvent revendiquer sauf en de rares cas. Artprice constate un nombre impressionnant de journaux d'art honorablement connus qui, au bord du dépôt de bilan, reconnaissent qu'Internet les a détruits, notamment par la domination de l'Internet mobile.

Forte de ce succès industriel, validé par ses chiffres, Artprice va continuer plus que jamais à injecter ses données alphanumériques gratuites dans les mêmes conditions juridiques pour 2015 et 2016 sous le mode freeware (licence informatique propriétaire distribuée gratuitement sans toutefois conférer à l'utilisateur certaines libertés d'usage) par ses accords contractuels spécifiques avec Google (depuis 2003). La même démarche est activée avec Bing (groupe Microsoft) qui détient 18,4% aux USA de parts de marché ainsi que Baidu (Chine).

Chaque trimestre, Artprice progresse d'environ 450 000 nouveaux membres, amateurs, collectionneurs et professionnels de l'art.

Arprice détermine avec précision la bonne césure dans la valeur ajoutée de ses données, en ne gardant en mode payant que les 15% de la donnée où la valeur ajoutée déterminante réside, cautionnant ainsi la véracité des 85% de part gratuite incluant désormais depuis la fin du 4T2014 une grande partie des indices de banques de données gratuits avec les dernières années payantes.

Cette économie numérique en pleine croissance mondiale se nomme " freemium ", où le principal est gratuit et la valeur ajoutée payante.

Selon thierry Ehrmann, Président et fondateur d'Artprice, "Cela démontre la capacité exceptionnelle d'Artprice à générer de nouveaux membres ultra qualifiés et de viser à terme (horizon 2016/2017) plus de 12 millions de profils clients avec leurs modes comportementaux grâce notamment à l'aide conséquente des réseaux sociaux, dans le strict respect des textes en vigueur, sans la moindre perte de C.A. avec un résultat positif et un accroissement des fonds propres" (c.f. rapport financier annuel et document de référence 2014 enregistré à l'AMF le 24/07/2015).

Perspectives 2015/2016

Concernant l'évolution du Marché de l'Art en 2015, face à l'incertitude d'une stagnation en Europe et d'une croissance anémique sur les autres continents, grâce à l'Art Market Confidence Index (indice de confiance d'Artprice du Marché de l'Art en temps réel), qui fait désormais référence dans le Marché de l'Art et la presse économique, Artprice constate et confirme une hausse continuelle de son indice de confiance, depuis fin 2011, sur l'ensemble des pays qui représente 90 % du Marché de l'Art.

Les résultats impressionnants enregistrés en 2014 et le premier semestre 2015 sur le Marché de l'Art attestent les chiffres et prévisions d'Artprice.

Le Marché de l'Art a toujours été historiquement une valeur refuge face aux crises de grandes ampleurs et notamment aux dépréciations d'actifs financiers que l'économie mondiale continue d'affronter plus que jamais en 2015/2016, avec un loyer de l'argent proche de zéro.

Pour information, le CA du Marché de l'Art mondial en ventes publiques affiche une progression insolente à deux chiffres, malgré la dégradation de l'économie mondiale. Le CA 2014 est historique, avec un résultat de 15,2 milliards USD et une croissance de +26% par rapport à 2013.

Les leviers d'une telle croissance passent par la facilité d'accès aux informations sur le Marché de l'Art, la dématérialisation des ventes - le tout sur Internet avec 93% des acteurs connectés - la financiarisation du marché, l'accroissement des consommateurs d'art (de 500 000 à l'après-guerre à 70 millions en 2015), leur rajeunissement, l'extension du marché à toute la Grande Asie, zone Pacifique, Inde, Afrique du Sud, Moyen-Orient et Amérique du Sud. De même, le système bancaire international connaît une croissance spectaculaire sur les prêts sur l'art (cf rapport Sotheby's 2015). Artprice constate d'ailleurs une très croissance d'abonnements sur les établissements bancaires, qui jusqu'en 2010 ne touchaient que le private banking et le family office et s'étendent désormais à la banque de détails.

Ils passent aussi par l'industrie muséale (700 nouveaux Musées/an) devenue une réalité économique mondiale au XXIème siècle. Il s'est construit plus de Musées entre 2000 et 2014 que durant tout le XIXème et XXème siècles. Cette industrie dévoreuse de pièces muséales est l'un des facteurs primordiaux de la croissance spectaculaire du Marché de l'Art.
Le Marché de l'Art est désormais mature et liquide, offrant des rendements de 10% à 15% par an pour les oeuvres supérieures à 100 000 USD et 5 à 7% pour les œuvres supérieures à 50 000USD.

Les prix de l'art ne cessent ainsi de changer d'échelle. Après avoir stagné sur une fourchette haute de 10 mUSD dans les années 1980 puis atteint au cours des années 2000 la barre des 100 mUSD, ils ont franchi le 5 février 2015 selon « The New York Times » la barre des 300 mUSD avec la vente d'un Gauguin par un acheteur qatarien. Cette échelle est, selon Artprice, « appelée à franchir le milliard de dollars très prochainement. » (cf. dépêche AFP).

On peut logiquement considérer que la crise, puis la reprise accompagnée d'une violente et rapide correction du Marché de l'Art, avec l'irruption de la Chine au premier rang dès 2010, avec depuis 2014 une première place mondiale disputée de près avec les USA, sont une opportunité de forte croissance qu'Artprice a saisie en accroissant sa présence en Chine avec son puissant partenaire historique et institutionnel Artron.

Quand aux USA dopés par un dollar fort, ils ont connu sur les six premiers mois de 2015 une progression de 20% (pour un nombre de lots vendus en hausse de 2%). De même, l'Angleterre, sortie de la crise, délivre un produit des ventes publiques qui croît de +6 % au 1er semestre 2015. Une croissance qui s'ajoute à celle enregistrée en 2014 (+35 %) et qui confirme la puissance grandissante de Londres sur le Marché mondial.

En Europe, seule la France s'effondre avec un chiffre d'affaires insignifiant. La France n'a jamais plus retrouvé la santé qui était la sienne avant la crise financière de 2009. Le produit des ventes publiques de Fine Art au 1 S 2015 organisées sur l'ensemble du pays s'élève à 243 m$ seulement. C'est 16 % de moins que lors de l'exercice précédent et la moitié du résultat de 2009 ! On peut

dire qu'une seule vente cataloguée de prestige de 1h30 à Londres ou New York équivaut à une année de ventes en France.

En effet, l'économie du Marché de l'Art, comme tous les marchés, tend naturellement à privilégier le circuit le plus rapide, le moins coûteux, le plus liquide et celui permettant de trouver un prix de marché en temps réel avec une masse critique d'intervenants et, bien sûr, une information transparente sur l'intégralité des prix et indices.

La Place de Marché Normalisée à prix fixe et aux enchères d'Artprice ainsi que ses banques de données (toutes protégées au titre de la propriété intellectuelle) répondent exactement à ces cinq points.

Du fait de la crise économique et financière mondiale, qui a changé en une décennie la géopolitique du Marché de l'Art mondial, la quasi-totalité des Maisons de Ventes dans le monde, et principalement dans la grande Asie, se rapprochent spontanément d'Artprice qui travaille avec elles en étroite collaboration depuis 1987 pour réaliser leurs enchères en ligne grâce à la Place de Marché Normalisée d'Artprice et ses 3,6 millions de membres dans plus de 90 pays, en mode marque blanche ou marque grise.

En effet, les Maisons de Ventes, quels que soient leurs tailles et leurs pays, sont toutes en train de fermer tour à tour leurs salles des ventes physiques, génératrices de charges désormais inutiles, licencier massivement, pour aborder avec 18 ans de retard, les ventes d'art sur Internet où la barrière d'entrée financière et technologique est très lourde mais vitale pour leurs survies.

Le Marché de l'Art s'élargit continuellement. Le leader mondial Christie's annonce +24 % de nouveaux clients sur l'année, principalement grâce aux ventes sur Internet.

Patricia Barbizet, Présidente-Directrice Générale de Christie's, est parfaitement consciente de cette évolution et explique : « une génération de « digital natives » est apparue et les ventes en ligne sont devenues partie intégrante de Christie's » (Les Echos, mardi 21 juillet 2015). De même, Sotheby's, dans son rapport financier semestriel, confirme elle aussi la croissance à deux chiffres de nouveaux clients grâce aux nouveaux canaux qu'offre l'Internet (+49%).

Il est vrai qu'en 18 ans, le nombre de connectés à Internet est passé de 45 millions à 3,9 milliards d'internautes, devenus de réels consommateurs de biens et de services. Mais il faut aussi prendre en compte l'arrivée plus récente des "Silver Surfeurs" que sont les plus de 50 ans, à haut pouvoir d'achat et principaux utilisateurs d'Artprice, qui font désormais d'Internet leur terrain de prédilection pour la recherche d'oeuvres d'art dans le monde, avec comme mode d'accès privilégié les tablettes, phablettes et smartphones qui correspondent parfaitement à leur culture et leur statut social.

Le triomphe commercial de l'Internet mobile colle parfaitement à Artprice car sa clientèle est par nature nomade et a besoin d'informations dans le feu de l'action, comme c'est le cas pour les Experts, les Assureurs, les Galeristes, les Maisons de Ventes, les Douanes et bien sûr les collectionneurs et amateurs en situation d'achat ou de vente en galerie ou en salle des ventes.

L'Internet mobile pour Artprice devrait représenter sous peu 90% de ses consultations. Artprice en est déjà à près de 84% au 2 ème trimestre 2015.

L'ensemble des grands bureaux d'études émet une nouvelle prévision à la hausse du nombre de Smartphones et tablettes vendus pour 2015 qui se situe dans le consensus global des analystes à 2,1 milliards de nouveaux internautes mobiles. En effet, la notion-même de téléphone portable dépourvu d'Internet est en train de disparaître sur l'ensemble des continents et même sur les pays émergents.

Pour la deuxième fois, le célèbre cabinet d'études Gartner a voulu estimer le volume global du marché informatique mondial en agrégeant ses prévisions dans quatre secteurs clés : le PC, le mobile, smart T.V., Surface pro® ou équivalent et les tablettes tactiles. Le chiffre pour 2015 est très impressionnant puisque le britannique table sur 2,5 milliards d'unités vendues cette année reliées à Internet.

Un long développement informatique en 2014 permet à Artprice, depuis janvier 2015, d'afficher un nouveau design intégral et des fonctionnalités informatiques conformément aux ambitions qu'elle s'est fixées dans ses précédentes déclarations relatives à son développement.

Le transfert des serveurs de routage aux USA en I.P. américaines fin 2014 en Virginie (USA) ouvre la voie juridique nécessaire au futur d'Artprice et, par conséquent, à celui de sa filiale américaine Artmarket.com pour son IPO sur un marché anglo-saxon. De même, Artprice est dans les data centers de Francfort (Allemagne) et Singapour, avec à chaque fois une IP correspondant au pays pour optimiser l'indexation et la géolocalisation.

Pour cette nouvelle version des banques de données Artprice en ligne, en 5 langues (outre le français) et intégralement en "Mobile First", Artprice fait en sorte que, quel que soit le smartphone, la phablette, la tablette, le système d'exploitation, notamment Androïd, IOS et Windows Phone, soit près de 8 000 versions toutes cumulées, l'utilisateur d'Artprice n'a absolument plus besoin de télécharger des applications. Les principaux moteurs de recherche comme Google et Baidu donnent une priorité d'indexation très forte pour les services en Mobile First avec une IP propre à leur continent (géolocalisation).

Tout est écrit pour que l'utilisateur d'Artprice, quel que soit son mobile Internet dans le monde, ait Artprice en version optimisée, avec une ergonomie très intuitive.

Avec l'arrivée de la 4G/4G+ LTE dans le monde, les principaux opérateurs telecoms, dont certains sont déjà fournisseurs du Groupe depuis de nombreuses années, vont permettre à Artprice une multitude d'actes tarifaires qu'il était impossible de réaliser en mode 2G ou 3G.

Ainsi, il est prévu, dans le cadre d'une fonction kiosque 4G+/LTE avec les opérateurs télécoms, une facturation de micro-paiements (que les banques sont dans l'incapacité de traiter) ou au prélèvement mensuel automatique via l'abonnement téléphonique. En 2015/2016, c'est plus de 3,6 milliards d'internautes mobiles qui pourront potentiellement se connecter à Artprice.

Afin d'accroître le niveau de sécurité et de confiance dans l'économie numérique, Artprice s'est rapprochée en 2011 d'Interpol Monde où, sur l'ensemble des pages clés des banques de données d'Artprice et principalement sur la Place de Marché Normalisée, figurent de manière permanente le logo Interpol et le lien hypertexte vers INTERPOL's Stolen Works of Art database permettant à la clientèle d'Artprice de vérifier si l'oeuvre présentée fait l'objet d'une poursuite judiciaire.

A contrario de services de ventes d'œuvres d'art sur Internet et notoirement connus, Artprice impose à sa clientèle une présence judiciaire permanente donnant ainsi la confiance nécessaire au bon développement de sa Place de Marché Normalisée à prix fixe et aux enchères.

De même, son concours depuis 8 ans auprès de 70 polices judiciaires de différentes nationalités, a permis à Artprice d'établir un niveau de confiance rarement égalé sur Internet, renforcé par la collaboration constante avec les artistes, les ayants droit et les experts.

Au coeur de sa Place de Marché Normalisée, Artprice possède le fichier clients qualifié Fine Art le plus important au monde. Ce fichier clients sous forme de Data Mining puis de Big Data (conservation de milliards de logs de comportements clients en accord avec les différentes directives Françaises et Européennes) est, dans le Marché de l'Art, la base vitale de la réussite d'une vente aux enchères cataloguée depuis la naissance des enchères d'art en Europe au début du XIX siècle.

Artprice, pour son projet d'introduction de sa filiale américaine Artmarket.com, analyse toutes les stratégies les plus gagnantes en terme de valorisation.

Artprice étudie notamment, son rapprochement avec différentes Maisons de Ventes ayant un rayonnement mondial et en prenant en compte le fait que le Marché de l'Art se divise en deux parties : Europe / Amérique du Nord et zone Asie Pacifique avec bien évidemment une Chine dominatrice. Le montage final pour Artmarket.com ne peut faire l'économie d'une telle situation de marché.

Les différents majors du Marché de l'Art et leurs propositions spontanées vers Artprice confirment parfaitement la situation à la mi-2015, à savoir que le Marché de l'Art a basculé intégralement sur Internet (point d'inflexion), que les grandes Maisons de Ventes absentes d'Internet ou échaudées par leur expérience en interne sur Internet se tournent vers Artprice qui a 25 ans de présence sur Internet, les logs de comportement de ses 3,6 millions clients (Big Data) et détient de manière incontestable les banques de données les plus exhaustives au monde ainsi que sa Place de Marche Normalisée à prix fixe et aux enchères protégée au titre du DPI.

Ce projet de fusion avec la filiale américaine d'Artprice, Artmarket.com (anciennement Sound View Press, créée en 1976), permettra à la ou aux Maisons de Ventes retenues une position de leadership incontestable.

En contrepartie, la filiale d'Artprice aura l'expertise, la garantie et la confiance des nouveaux clients grâce à la notoriété mondiale d'une ou de plusieurs Maisons de Ventes retenues pour acquérir la confiance absolue des grands comptes, la confiance sur Internet étant un élément clé, notamment pour des transactions supérieures à 50 K€.

Artprice rappelle que sa Place de Marché Normalisée à prix fixe (pour laquelle elle ne perçoit aucune commission) croît de manière conséquente d'année en année depuis 2005, notamment sur l'année 2014 avec une accélération au 4ème trimestre et au premier trimestre 2015 avec plus de 90 000 œuvres d'art de qualité présentées chaque année (soit un jeu égal avec la Maison France dans son ensemble) sur lesquelles Artprice ne perçoit rien mais capte une abondante masse de nouveaux clients pour ses banques de données.

Artprice a développé, avec une équipe dédiée, la capacité pour son agence de presse ArtMarketInsight de diffuser 24h/24 en 4 langues une moyenne de 50 dépêches par jour sur le Marché de l'Art.

Au cours des 3ème et 4ème trimestre 2014 ainsi que du 1er trimestre 2015, Artprice a développé, avec une équipe dédiée, la capacité pour son agence de presse ArtMarketInsight de diffuser actuellement 24h/24 en 4 langues une moyenne de 50 dépêches par jour sur le Marché de l'Art.

Pour référence, les grandes agences de presse internationales, sur leur fil Art, ne diffusent en moyenne que 40 à 50 dépêches par jour de 450 signes chacune.

Pour Artprice, les résultats sont impressionnants. Désormais, au regard des chiffres officiels de Facebook et de SocialBakers (Leader mondial de l'analyse des logs de connexions de Facebook), Artprice a créé la plus grande communauté mondiale sur Facebook qui s'intéresse spécifiquement à l'information chiffrée sur le Marché de l'Art avec plus de 9 millions de membres. L'audience hebdomadaire est de 1,9 millions de visiteurs (source Facebook).

De même, trois fils Twitter ainsi que le lancement par Artprice de son service Google+ permettent désormais, quels que soient le pays, le fuseau horaire et l'événement artistique, de couvrir l'information en temps réel, au même titre que les grandes agences de presse anglo-saxonnes.

Ce travail très conséquent est le résultat d'une très longue coopération avec tous les acteurs du Marché de l'Art (Institutionnels & Musées, Foires & événements, Galeries & Maisons de Ventes, Experts & Historiens, Critiques d'art & Journalistes Marché de l'Art, Collectionneurs & Market Makers …).

Ces investissements, qui sont passés intégralement en comptes de charges et qui n'ont pas empêché Artprice pour l'exercice 2015 de connaître une très forte croissance de son résultat d'exploitation en comptes sociaux (+233%) et de son résultat net consolidé, permettent à Artprice d'apparaître désormais comme le principal acteur de l'information en temps réel sur le Marché de l'Art.

En effet, si Artprice est depuis 18 ans le Leader mondial de l'information sur le Marché de l'Art, par ses 81 banques de données et près de 900 millions de data, la société jusqu'à lors ne pouvait pas, par la structure même de ses banques de données, répondre en temps réel à une demande éditoriale et informative.

Désormais, Artprice, tout en restant Leader mondial de l'information sur le Marché de l'Art, est en train de prendre des parts de marché très conséquentes sur l'information en temps réel et de séduire, notamment par l'Internet mobile, une clientèle qui était jusqu'à présent connectée aux journaux d'art en ligne et pas forcément client d'Artprice.

Ce pari difficile mais pleinement réussi donne à Artprice un complément d'image très stratégique qui permet ainsi de garder captif le client, tant pour l'information en temps réel, que pour la recherche de data sur les banques de données Artprice.

En moins d'un an, Artprice a enregistré des milliers d'abonnements de nouveaux clients composés d'acteurs prestigieux du Marché de l'Art. Enfin, de très nombreux collectionneurs se connectent

désormais plusieurs fois par jour aux fils d'informations d'Artprice alors qu'ils ne se connectaient que quelquefois par semaine sur les banques de données d'Artprice.

Le succès est au rendez-vous avec certaines dépêches lues par plus de 700 000 personnes (comptage Facebook) et des vidéos dépassant unitairement le million de vues. Enfin, ces fils d'informations en temps réel permettent d'être constamment dans Google News et d'être repris régulièrement par la presse artistique, financière ou généraliste.

2015 est l'année où Artprice va terminer un long développement informatique qui vise essentiellement son circuit de paiement pour objectif de diviser par 300% le nombre de pages nécessaires à un client pour souscrire à ses abonnements et d'inclure la fonction kiosque.

En effet, Artprice a constaté que les grands sites marchands mondiaux sur Internet ne cessent de réécrire leurs circuits de paiements pour les simplifier car chaque page supplémentaire est une perte potentielle de clients. Artprice s'est donné pour objectif de diviser par 300% le nombre de pages nécessaires à un client pour souscrire à ses abonnements. Contrairement à l'idée reçue, ce type de programmation informatique, qui associe les différentes plates-formes bancaires, les ERP comptables et back office, est extrêmement complexe.

Ainsi, il est prévu entre autres, dans ce nouveau circuit de paiement, dans le cadre d'une fonction kiosque 4G+/LTE avec les opérateurs télécoms, une facturation de micro-paiements (que les banques sont dans l'incapacité de traiter) ou au prélèvement mensuel automatique via l'abonnement téléphonique. En 2015/2016, c'est plus de 3,6 milliards d'internautes mobiles qui pourront potentiellement se connecter à Artprice.

Artprice : réussite confirmée pour le déploiement grand public de sa plate-forme multi-paiements et multi-devises ce 03 août 2015.

Artprice confirme et réitère ce 5 août 2015 la bascule et la mise en production industrielle du nouveau système de multi-paiements et multi-devises (en référence au communiqué du compte-rendu de l'Assemblée Générale Mixte du 26 juin 2015 avec les questions diverses publié le 30/06/2015), qui s'est opérée le 3 août 2015 avec un succès total et un déploiement sur l'ensemble des salles informatiques principalement en Virginie USA, à Francfort en Allemagne, à Singapour et au siège social à Lyon.

Les premiers retours clients d'Artprice depuis 10 jours sont excellents, quels que soient le pays et la devise avec un Big Data en temps réel de sa plates formes multi-paiements et multi-devises, ce qui ouvrent dès aujourd'hui pour Artprice, des perpectives impensables avec les plates formes bancaires traditionnelles.

Ce développement informatique extrêmement pointu et performant supplantera toutes les plates-formes de paiement actuelles que produisent les établissements bancaires. Selon thierry Ehrmann, fondateur et PDG d'Artprice : « En effet, si l'Internet connaît une croissance exponentielle comme aucun média de masse n'a connu aux XXème et XXIème siècles, le mode de paiement actuel sur Internet a pratiquement trente ans de retard. Il est bon de rappeler entre autres que le kiosque télématique moyen et haut palier constitue toujours une supériorité technologique sur les systèmes de paiement actuels dans le monde ».

Entre des lignes de téléphone surtaxées issues des hotlines, les validations de cartes de crédit où désormais le prétendu niveau de sécurité oblige l'acheteur à s'impliquer plus de dix minutes et franchir une multitude de tests incluant une somme inimaginable de mots de passe supplémentaires tels que les SMS sécuritaires envoyés par la banque, le tout pour des achats n'excédant pas quelques dizaines de dollars, le paiement en ligne accuse un retard structurel et phénoménal.

A ce titre, Artprice et sa maison-mère Groupe Serveur qui ont été les pionniers de l'Internet en mars 1985 mais aussi les pionniers des banques de données (économiques, judiciaires et juridiques) à haut palier sous décision ministérielle à 9,21 FRF la minute dès les années 1980, font valoir leur savoir-faire dans cette application protéiforme qui permettra, notamment à travers le protocole IPv6, de franchir les frontières des modes de paiement actuels qui rivalisent en complexité inutile.

L'avenir de l'économie Internet est indiscutablement le mobile. Pour rappel, 83 % des clients Artprice accèdent à ses banques de données et sa Place de Marché Normalisée à travers l'Internet mobile. C'est dans ce cadre que ce système, qui va opérer en bêta tests avec des opérateurs télécom internationaux, annihilera les freins dus aux modes de paiement antédiluviens pour accéder entre autres à un débit automatique sur l'abonnement télécom des professionnels, collectionneurs et amateurs d'art dans le monde.

Artprice publie sur le deuxième trimestre 2015 les échanges de capitaux importants sur le marché réglementé Equiduct et manifestement non comptabilisés publiquement par Euronext.

La Société Artprice et son Président Fondateur thierry Ehrmann constatent sur l'année 2014 et sur le deuxième trimestre 2015 des échanges de capitaux très importants sur le marché réglementé Equiduct et manifestement non comptabilisés publiquement par Euronext.

Suite aux communiqués Artprice de 2014 et de 2015, constatant des échanges de capitaux importants et manifestement non comptabilisés publiquement par Euronext sur le réseau Equiduct, Artprice a pu constater que de très nombreux actionnaires ne connaissaient pas les conséquences de la Directive européenne sur les marchés d'instruments financiers du 1er novembre 2007 et qui autorise la concurrence entre bourses, systèmes multilatéraux de négociation et internalisateurs systématiques au sein de l'Union Européenne.

Pour confirmer la nature des communiqués, la société Artprice communique pour mémoire les chiffres annuels du nombre d'actions Artprice traitées sur Equiduct, à savoir :

5 400 174 actions Artprice (PRC) sur l'année 2014 (255 séances) soit près de 90 % du capital et 21 177 titres par séance en moyenne sur Equiduct. Ce chiffre est calculable librement en ligne sur www.equiduct.com.

Pour référence, sur la même période, Euronext sur son marché réglementé (hors Equiduct) donne le chiffre de 10 198 934 actions Artprice (PRC) soit 39 995 titres par séance en moyenne par Euronext.

Sur ces chiffres officiels, on peut donc considérer que Equiduct traite 52,94 % de plus qu'Euronext d'actions Artprice (PRC) qui n'apparaissent pas sur les données et carnets d'ordres d'Euronext.

On peut donc considérer légitimement en l'état que le vrai chiffre du nombre de titres Artprice est en réalité de 61172 titres par séance en moyenne.

Pour le 2ème trimestre 2015, sur la même période, Euronext sur son marché réglementé (hors Equiduct) donne le chiffre de 1 009 058 actions Artprice (PRC) et Equiduct 1 535 053 actions Artprice, en incluant vraisemblablement la part d'Euronext. Dans ce cadre, Equiduct, au 2ème trimestre 2015, a donc traité 525 995 titres supplémentaires représentant un volume de +52,12% par rapport à Euronext .

On peut donc constater en l'état que le vrai chiffre du nombre de titres Artprice est en réalité de 40034 titres par séance en moyenne (62 séances).

Sans préjugé sur la régularité de ces transactions, Artprice, au fil des jours, constate que des flux importants ne sont pas comptabilisés publiquement dans les carnets d'ordres d'Euronext.

Il serait donc souhaitable que ces volumes soient pris en compte de manière publique et en temps réel, ce qui permettrait ainsi à Artprice d'afficher une augmentation conséquente de sa liquidité quotidienne qui est un élément d'appréciation fondamental pour le marché et les actionnaires d'Artprice.

www.artprice.com (c) 1987-2015 thierry Ehrmann

A propos d'Artprice :

Artprice est cotée sur Eurolist by Euronext Paris, SRD long only et Euroclear : 7478 - Bloomberg : PRC - Reuters : ARTF. Depuis mars 2014, Artprice fait partie du nouvel indice CAC® PME d'Euronext ainsi que de l'EnterNext® PEA-PME 150 en novembre 2014.

Artprice, avec plus de 14 ans de communication réglementée sur l'Eurolist, se fait un point d'honneur de produire toute l'information nécessaire aux professionnels des marchés financiers mais aussi aux néophytes du Marché de l'Art. Toutes les questions des 18 000 actionnaires d'Artprice trouvent systématiquement leurs réponses dans l'information réglementée d'Artprice qu'elle diffuse en ligne par son diffuseur homologué par l'AMF http://www.actusnews.com

Artprice est le leader mondial des banques de données sur la cotation et les indices de l'Art avec plus de 30 millions d'indices et résultats de ventes couvrant plus de 592 000 Artistes. Artprice Images(R) permet un accès illimité au plus grand fonds du Marché de l'Art au monde, bibliothèque constituée de 118 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 4 500 Maisons de Ventes et publie en continu les tendances du Marché de l'Art pour les principales agences et 7200 titres de presse dans le monde. Artprice met à la disposition de ses 3,6 millions de membres (members log in), les annonces déposées par ses Membres, qui constituent désormais la première Place de Marché Normalisée® mondiale pour acheter et vendre des œuvres d'Art à prix fixe ou

aux enchères (enchères réglementées par les alinéas 2 et 3 de l'article L 321.3 du code du commerce).

Sommaire des communiqués d'Artprice :
http://serveur.serveur.com/press_release/pressreleasefr.htm

La version PDF du rapport annuel Artprice sur le Marché de l'Art mondial est téléchargeable sur Artprice : http://imgpublic.artprice.com/pdf/rama2015_fr.pdf
Découvrir l'alchimie et l'univers d'Artprice http://web.artprice.com/video dont le siège social est le célèbre Musée d'art contemporain Abode of Chaos / Demeure du Chaos. http://goo.gl/zJssd
https://vimeo.com/124643720

Suivre en temps réel toute l'actualité du Marché de l'Art avec Artprice sur Facebook, Google+ et Twitter,
https://www.facebook.com/artpricedotcom
https://plus.google.com/+Artpricedotcom/posts
http://twitter.com/artpricedotcom & http://twitter/artmarketdotcom
http://artmarketinsight.wordpress.com/
Musée d'Art Contemporain :
https://www.facebook.com/la.demeure.du.chaos.theabodeofchaos999
Contact : Josette Mey : e-mail : ir@artprice.com

A propos de la volatilité du cours de bourse d'Artprice et des forts volumes quotidiens indépendants d'Artprice notamment sur equiduct.com (>100M€ sur un an de MM), la société renvoie le lecteur au document de référence Artprice 2013 déposé à l'A.M.F le 17/07/2014 et celui de 2014 déposé à l'AMF le 24/07/2015, notamment au chapitre 4.3.22 et suivant facteurs "Risques de Marché" et notamment sur le "Risques actions" 4.1.3 et suivants. De même, Artprice souligne le très grave problème que constitue le principal forum français Boursorama Banque sur Artprice, objet quotidien de fausses informations et de violations répétées du Code Monétaire et Financier (qui sont traitées en détail avec les procédures judiciaires en cours dans le document de référence 2012 chapitre 4.3.22 "Risques liés aux Forums de bourse parlant d'Artprice et principalement le forum Boursorama en infraction avec le code monétaire et financier" page 50 à 51), en ligne sur le diffuseur homologué par l'AMF http://www.actusnews.com.
Contact : Josette Mey : e-mail : ir@artprice.com