

Artrprice T1 : Croissance du C.A. Internet, Premières Analyses de la Place de Marché Normalisée aux enchères. Objectif 2012 : 2 millions de clients qualifiés.

Chiffre d'affaires en K€	1T12	1T11	Variation en %
Internet	1440	1410	+2
Indices et autres prestations	63	109	-42
Poste éditions supprimé			
Total 1er Trimestre	1523	1519	+ 1

Le chiffre d'affaires du T1 2012 progresse légèrement sur le T1 2011 alors que la Place de Marché Normalisée ® d'Artrprice est passée depuis 2011 entièrement gratuite avec de plus, pour 2012, la mise en place pour Artrprice d'une grande partie de ses bases de données et sa normalisation en mode freeware. (voir paragraphe - perspectives 2012). Pour autant, cette stratégie nouvelle qui entraîne une très forte croissance du flux d'œuvres d'art et de nouveaux membres n'est pas génératrice de charges nouvelles et n'impactera pas le résultat annuel de 2012.

Il faut préciser que le 1T 2012 n'inclut absolument pas le nouveau statut d'Artrprice démarré le 18 janvier 2012, (voir paragraphe ci-dessous)

Selon thierry Ehrmann, Fondateur et Président d'Artrprice, cette stratégie de gratuité intégrale mise en place en 2011 pour sa Place de Marché Normalisée à prix fixe était nécessaire à Artrprice pour être un acteur mondial incontournable de la libéralisation des enchères au niveau du Marché de l'art, en devenant une infrastructure normalisée permettant de réaliser en 2012 des opérations de courtage aux enchères réalisées à distance par voie électronique (article 5 de la loi n° 2011-850 du 20 juillet 2011).

Premières analyses sur l'ouverture de la Place de Marché Normalisée d'Artrprice en sa qualité d'opérateur de courtage aux enchères réalisées à distance par voie électronique.

Le chiffre d'affaires T1 2012 ne comporte pas encore les produits résultants de la Place de Marché Normalisée aux enchères d'Artrprice lancée le 18 janvier 2012. Les premiers versements des produits résultants de la Place de Marché Normalisée aux enchères d'Artrprice ont donc concrètement commencés le 5 avril 2012 soit un règlement définitif à 45 jours. En effet, il y a lieu de prendre en compte le débouclage effectif de l'œuvre mis aux enchères, le démarrage de la procédure, avec 30 jours de séquestre/règlement imposés par le tiers de confiance. De plus, l'opération se réalise autour de deux actes principaux: le séquestre de la somme versée par l'acheteur et la mainlevée de ladite somme au profit du vendeur lors de la bonne réception de l'œuvre objet des enchères qui repose sur une vingtaine d'étapes que les deux Tiers de Confiance spécialisés, retenus par Artrprice, décrivent sur leurs sites.

Néanmoins, après plus de 3 mois d'activité, Artrprice est en mesure de délivrer les premiers feedback. Artrprice, est en mesure d'exprimer sereinement qu'elle réalisera en 2012 ce qu'elle avait escompté sur l'exercice 2013 en matière d'œuvres d'art proposées sur sa Place de Marché Normalisée aux enchères.

En effet, depuis toujours dans le marché de l'art, la difficulté principale réside principalement dans la recherche d'œuvres de qualité pour être mises aux enchères ou vendues de gré à gré.

Le nombre et la qualité des enchères à ce jour sont très au-delà du prévisionnel d'Artrprice qui tablait initialement sur 70 000 lots présentés par an.

Le pari de dépasser plus de 5000 lots aux enchères le premier jour était extrêmement périlleux, le marché de l'art ne reprenant qu'après la mi-janvier. Artrprice a relevé le défi et l'a gagné. Pour information, les plus grandes ventes cataloguées au monde (USA, Chine) ne dépassent jamais 1800 lots. Les 5000 lots en ligne le 18 janvier 2012 ont bien été dépassés pour une valeur globale

de 820 millions de USD. Chaque jour, sur Artprice, depuis 3 mois, le nombre d'œuvres proposées sur sa Place de Marché Normalisée aux enchères est à ce jour systématiquement supérieur à 2000 oeuvres.

Artprice peut donc affirmer que la partie la plus critique sur sa Place de Marché Normalisée aux enchères qui est l'offre, est une réussite incontestable par rapport à ses prévisions pour 2012.

La partie acheteurs des oeuvres sur la Place de Marché Normalisée aux enchères est l'objet d'une réglementation très spécifique, au regard de l'article 5 de la loi du 20 juillet 2011 transposé dans le Code du Commerce à l'article L321-3, où Artprice ne peut en aucun cas, se substituer en tout ou en partie au Tiers de Confiance.

Artprice note le besoin de pédagogie pour ses utilisateurs en mode acheteurs de la Place de Marché Normalisée aux Enchères® incluant les clients historiques d'Artprice (1,4 millions) et les nouveaux clients. En effet, l'opération se déroule, autour de deux actes principaux: le séquestre de la somme versée par l'acheteur et la mainlevée de ladite somme au profit du vendeur lors de la bonne réception de l'œuvre, objet des enchères qui repose sur une vingtaine d'étapes que les deux Tiers de Confiance spécialisés, retenus par Artprice, décrivent en langue anglaise.

Concernant le risque de refus sur une monnaie unique de règlement, à savoir le dollars, que traite le leader mondial des Tiers de Confiance, escrow.com (pour mémoire le terme "escrow" signifie "séquestre" en anglais), Artprice, après le lancement des enchères sur sa Place de Marché Normalisée® le 18 janvier 2012, a constaté un blocage très net de sa clientèle qui refusait de se voir imposer le dollar comme monnaie unique. Artprice a donc remédié à ce problème après son lancement mondial des enchères sur sa Place de Marché Normalisée® en retenant fin février 2012, le Tiers de Confiance leader européen Transpact.com (société anglaise) qui accepte désormais les règlements en euro, en livre sterling et en dollar.

Pour autant, la barrière linguistique subsiste pour certains clients, notamment, pour la clientèle mondiale d'Artprice qui a l'habitude de converser en anglais mais qui, pour autant, n'a pas la maîtrise suffisante des termes techniques et juridiques anglais qui décrivent la vingtaine d'étapes permettant le bon déroulement du règlement de la transaction consécutive à l'enchère. Artprice, au regard de l'article 5 de la loi du 20 juillet 2011 transposé dans le Code du Commerce à l'article L321-3, ne peut en aucun cas se substituer en tout ou en partie au Tiers de Confiance. De même, Artprice ne peut détenir, directement ou indirectement à travers des liens capitalistiques, une quelconque participation dans une société Tiers de Confiance.

Artprice est donc en négociation avec Escrow et Transpact, ses Tiers de Confiance actuels ainsi que des parties tiers, pour les problèmes de traduction car, d'une part, seul le Tiers de Confiance connaît ses lignes de programme, API et mode opératoire entre acheteur et vendeur qui évoluent constamment et, d'autre part, le Tiers de Confiance agissant en toute autonomie par rapport à Artprice, ce dernier n'a pas pouvoir à imposer au Tiers de Confiance la traduction de leurs sites en différentes langues.

Dans ce cadre, Artprice ne peut, dans l'immédiat, satisfaire pleinement les principales langues de ses clients utilisées sur ses banques de données à savoir le français, l'allemand, l'italien, l'espagnol et le chinois. Pour autant, Artprice recherche activement la solution liée au problème des 5 langues tant auprès de ses Tiers de Confiance actuels qu'auprès d'autres Tiers de Confiance, notamment pour la zone Asie-Pacifique où le règlement bancaire des banques chinoises est fondamentalement différent.

Artprice, avec ses deux Tiers de Confiance, a montré le nombre important de clients qui, arrivés sur la page du site du tiers de confiance, décrochent car ils considèrent que transférer des sommes importantes sans une maîtrise totale du texte dans leurs langues habituelles, est un risque juridique non négligeable. C'est en montrant ce pourcentage de transactions désactivées en

dernière minute sur les sites de nos tiers de confiance, que ces derniers prennent conscience qu'il est absolument nécessaire qu'ils prennent la responsabilité de traduire leurs sites dans les langues d'Artprice (français, anglais, allemand, italien, espagnol et chinois), leurs pages et leurs API informatiques. (plus d'informations : voir Rapport financier annuel 30 avril 2012).

Synthèse des 3 premiers mois de la Place de Marché Normalisée aux Enchères®.

Artprice est arrivée en quelques mois à mettre en ligne, par sa Place de Marché Normalisée aux Enchères protégée au titre de la propriété intellectuelle, des œuvres millionnaires et à minima des œuvres de grande qualité avec des vendeurs internationaux notoirement connus.

Concernant l'avenir du marché de l'art sur Internet, Artprice invite à lire l'analyse des Echos du 3 mars 2012, où le Rapport annuel d'Artprice sur le marché de l'Art est présenté avec en écho, une interview du Président de Christie's qui se termine par cette phrase "L'avenir du Middle Market de 800 à 10 000 € est sur le net." Qui mieux que Christie's peut le certifier ? Artprice précise, que ce segment représente à l'échelon mondial, 81 % des transactions. Artprice ramène donc bien la preuve par un tiers qui a la qualité d'expert incontestable, que l'ancienne économie du marché de l'Art considère noir sur blanc que 81% passera bien par Internet et de facto, par notre position de leader incontesté, sur notre Place de Marché Normalisée.

Le Nerf de la guerre est le coût d'intermédiation (37,5% en moyenne selon le C.V.V.) où Artprice a imposé ses taux, là où résidait le profit, à savoir : 9% de produit résultant de la Place de Marché Normalisée aux enchères sur les oeuvres de moins de 7500€, 7% de 7 500 à 15 000 € et 5% sur les œuvres de plus de 15 000 €. Cette politique tarifaire est imbattable pour saisir le Middle Market de 800 à 15 000 € qui représente 81% des transactions.

Artprice considère que ce nouveau paradigme économique est irréversible avec 2,7 milliards d'internautes ainsi que 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.

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. L'Internet mobile pour Artprice devrait représenter sous peu de temps, 80% de ses consultations. Artprice en 2011 est déjà à plus de 30%. L'ensemble des grands bureaux d'études émet une prévision en nombre de Smartphones vendus pour 2012 qui se situe entre 550 et 700 millions de nouveaux internautes mobiles.

A une question souvent posée à Artprice par des tiers, le transfert imposé d'office à notre clientèle de la Place de Marché Normalisée à prix fixe, à la version enchères (en supprimant la version prix fixe) est considéré par Artprice comme une grave erreur qui fragiliserait la Place de Marché Normalisée à prix fixe, compte tenu de ses volumes énormes, et qui est un véritable écosystème économique depuis janvier 2005. C'est par cette réflexion qu'Artprice doit opérer une transition en douceur, sans jamais forcer ses fidèles clients.

Artprice se fonde sur le principe qu'une très grande majorité des vendeurs choisira naturellement les enchères car, contrairement à un marché comme l'immobilier ou l'automobile, où la variation entre le prix fixe et les enchères est somme toute peu importante, dans le cadre d'Artprice, le différentiel du prix fixe que l'on présume d'une œuvre d'art et celui du prix résultant d'une enchère peut, même si le vendeur est un professionnel, passer du simple au double très naturellement.

C'est sur ce postulat qu'Artprice considère qu'il détient, de manière propriétaire, depuis 8 ans, un nombre de vendeurs et d'acheteurs très important dans un mode bases de données et software propriétaires, et ce, dans le monde entier, avec un volume de ventes annuelles quantifié par Artprice à un volume d'environ 6,3 milliards d'euros d'oeuvres d'art avec un taux de ventes estimé à environ, de l'ordre d'un tiers sur lesquelles Artprice n'est pas encore commissionnée.

Pour rappel, le modèle de la Place de Marché Normalisée à prix fixe 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. En 2008, l'offre était de 5,4 milliards d'euros d'oeuvres d'Art. En 2009, l'offre était de 5,85 milliards d'euros. En 2010, elle était de 6,30 milliards d'euros. (c.f. Document de référence AMF).

Extension de l'objet social par l'A.G.E. de fin mars 2012.

La confiance d'Artprice s'est traduite à la fin mars à provoquer une A.G.E. qui acte définitivement la réussite de sa mutation économique qui est désormais pour Artprice de l'ordre de la certitude. Artprice, dans un premier temps, avec 16 ans de travail, est devenu le leader mondial de l'information sur le marché de l'art avec 1,4 million de clients. Au premier trimestre 2012, Artprice a acquis avec assurance la conviction que son cœur de métier et sa rentabilité optimale se situeraient sur la Place de Marché Normalisée à prix fixe et aux enchères. C'est la raison pour laquelle Artprice a étendu son objet social pour être en adéquation avec son avenir et la modification de sa valorisation.

Le flux global, prenant en compte simultanément le nombre de visiteurs, le nombre de logs (requêtes) et la consommation de bandes passantes IP sortantes, a atteint depuis le lancement une croissance de 225 % avec un apport incontestable de nouveaux clients.

Perspectives fin 2012 : 2 millions de clients qualifiés avec un objectif potentiel de valorisation de 450 M€ pour ce patrimoine incorporel.

Le principal patrimoine incorporel (hors banques de données) d'Artprice qui n'apparaît pas dans le haut de bilan 2011 ni dans son cours de bourse, et qui pourtant représente désormais le paramètre principal qui valorise Artprice grâce à l'extension de son objet social par l'A.G.E. de fin mars 2012 est son fichier clients et l'intégralité de leurs logs de comportements. (Voir paragraphe précédent).

Par sa Place de Marché Normalisée à prix fixe et aux enchères, Artprice, au regard des pratiques et méthodes éprouvées depuis plus de 120 ans sur le marché de l'Art, considère désormais, fort de sa nouvelle extension de son objet social, votée à l'unanimité par les actionnaires à l'A.G.E. du 30 Mars 2012, que son principal patrimoine incorporel non intégré dans son périmètre économique et dans son cours, est son nombre de clients qui est, à ce jour de 1,4 millions.

L'objectif d'Artprice avec l'extension de son objet social est de passer avant le fin décembre 2012 à 2 millions de clients (avec leurs logs comportementaux) pour arriver de manière potentielle à une valorisation du fichier clients à 450 millions d'euros.

Pour accélérer cela, Artprice est en train de mettre progressivement une grande partie de la structure de ses bases de données et sa normalisation du marché de l'Art en mode freeware, (logiciel propriétaire distribué gratuitement sans toutefois conférer à l'utilisateur certaines libertés d'usage). L'ensemble des process industriels d'Artprice formant ses banques de données est déposé et protégé notamment par l'A.P.P. (Agence de Protection des Programmes).

Ces process industriels qui normalisent le Marché de l'Art (ID artiste, ID oeuvre, ID catalogue raisonné, ID bibliographie, ...) avec des millions de données propriétaires vont donc déferler dans le marché de l'Art avec le partenariat signé avec Google en 2003 sans impacter le chiffre d'affaires et le résultat d'Artprice 2012 pour générer une accélération très forte du fichier clients.

Le réseau social nominatif des professionnels de l'art dans le monde, Artprice Insider(R), qui se mettra en place très prochainement permettra d'accélérer la croissance de nouveaux clients tant pour la Place de Marché Normalisée à prix fixe et aux enchères que l'abonnement payant aux contenus des banques de données.

Grâce aux nouveaux produits issus de sa Place de Marché Normalisée à prix fixe et aux enchères, Artprice peut dès début juin, basculer des d'informations très conséquentes en mode freeware dans le but de porter avant fin décembre son fichier client de 1,4 millions avec ses logs de comportements (achat, vente, recherche, portefeuille d'œuvres etc..) à 2 millions.

En effet, depuis près de 120 ans selon la méthode des comparables, la valeur d'une Maison de Ventes et/ou d'une Galerie dans le monde se décompose en deux postes principaux: 80 % le fichier clients, entre minimum 225€ et 1800€ par client et 20 % pour la marque de la Maison de Ventes ou Galerie si cette dernière est notoirement connue. Pour bien comprendre la différence entre un poste client estimé à 225€ et l'autre à 1800€, c'est à partir des strates d'informations détenues sur le client final que l'on calcule l'estimation.

L'exemple est donné avec une vente d'une -Poubelle Organique- du sculpteur Fernandez Arman (1928/2005). On peut définir comme un degré un (225€) avec la Maison de Ventes ou Galerie qui possède des clients qui achètent les nouveaux réalistes comme Yves Klein, César, Arman ou Nikki de Saint-Phalle etc.... Le degré 2 est que la Maison de Ventes ou Galerie précise qu'elle a les clients qui n'achètent que les sculptures d'Arman sachant qu'il est aussi peintre et dessinateur. Mais la recherche optimum qu'Artprice peut proposer à ce jour, c'est le degré 3 où l'on peut proposer les - x - clients qui dans le monde recherchent les sculptures d'Arman sur le thème très précis des - poubelles organiques -. Dans ce cadre-là, détenir cette information finale constitue pour les Maisons de Ventes ou les Galeries, le succès garanti à 100% de leurs ventes car ils seront certains que les enchères ou vente de gré à gré atteindront des maximums. On peut donc construire le raisonnement que le degré 3 est la valorisation en fourchette haute du client.

C'est la plus vieille méthode pour valoriser une Maison de Ventes ou Galerie. La grande valeur d'Artprice, c'est de pouvoir trouver pour une vente, les collectionneurs dans le monde qui par leur présence vont permettre de doubler ou tripler le prix de vente de l'œuvre. Dans une vente cataloguée sur un artiste connu, des nouveaux collectionneurs de l'autre bout de la planète peuvent faire progresser de manière considérable la vente, et sur ce sujet-là, Artprice est le seul à détenir ces fameux collectionneurs avec leurs logs (requêtes) de comportement sur 210 pays.

Artprice possède un fichier client extrêmement complet avec plus de 18 milliards de logs, en respect avec la CNIL, les autorités Européennes et Américaines, ce qui permet à Artprice de savoir exactement ce que recherche ou possède chacun de ses clients par son Data Mining.

Artprice par son A.G.E. de mars 2012 et sa nouvelle extension de son objet social peut prétendre désormais sans contestation possible à bénéficier, avec sagesse, à la meilleure méthode pour valoriser une Maison de Ventes ou Galerie, parce qu'elle date de 120 ans, qu'elle est toujours d'actualité et éprouvée des milliers de fois de par le monde. Par principe prudentiel, Artprice dans la recherche de sa nouvelle capitalisation retiendra la fourchette basse avec l'objectif de 450 millions d'Euro pour la valorisation de ce patrimoine incorporel clients dans son cours de bourse.

L'avenir d'Artprice en 2012 et du Marché de l'Art passe par l'ouverture de sa filiale à Hong Kong.

Artprice a été la première agence de presse dans le monde à annoncer et certifier, chiffres à l'appui, en 2010 que la Chine était devenue dans le marché de l'Art la première puissance mondiale sans contestation possible devant les USA. Le Rapport du Marché de l'Art d'Artprice 2011 à indiqué que l'Asie, avec la Chine comme acteur essentiel et majeur, pèse désormais près de 50 % de parts du marché de l'art mondial. En 2015 Artprice émet l'analyse chiffres à l'appui que l'Asie pèsera au minimum, 70 à 75 % du marché de l'art mondial.

C'est donc avec une logique implacable qu'Artprice ouvre cette année sa filiale puis des salles machines à Hong Kong qui est le laboratoire d'essai de la République Populaire de Chine et la porte d'entrée de toute l'Asie. Hong Kong avec son port franc, est déjà dans les quatre premières places du marché de l'art mondial. L'économie du marché de l'art en Asie repose en grande partie sur son marché intérieur, Artprice va donc lancer sa Place de Marché Normalisée aux enchères asiatique en conformité avec le droit bancaire chinois ainsi que les us et coutumes des acteurs asiatiques. Artprice rappelle que l'intégralité de ses services, produits, Place de Marché Normalisée aux enchères et à prix fixe ainsi que ses 27 millions de pages de données sont en chinois depuis plusieurs années.

Cette Place de Marché Normalisé aux enchères, dont le siège puis les salles machines seront à Hong Kong, se traduira par une alliance contractuelle, soit une participation capitalistique signifiante avec, soit une maison de ventes aux enchères, soit un conglomérat incluant maisons de ventes / galeries / foires d'art contemporain qui à terme, est la stratégie gagnante. A contrario de l'Europe et des USA, l'Asie considère que la structuration du marché de l'art est une continuité entre maisons de ventes, galeries, foires d'art contemporain et ventes after sale.

A la différence du marché européen ou nord américain, le marché asiatique, principalement la Chine, a plusieurs spécificités, étant arrivé récemment sur le marché de l'art. La principale, est que l'Asie, considère que les salles des ventes physiques (et non les Maisons de Ventes) sont totalement désuètes en 2012 par rapport aux places de marché électronique sur Internet (E.C.N.), dont Artprice détient les droits de propriété intellectuelle, notamment en terme de normalisation.

Evolution du marché de l'Art en 2012, valeur refuge face aux crises de grandes ampleurs.

Les résultats et records spectaculaires sur l'ensemble des continents enregistrés en 2011 et notamment au premier trimestre 2012 sur le marché de l'Art, attestent les chiffres et prévisions d'Artprice. Au même titre que l'or, 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 en 2012/2013

Concernant l'évolution du Marché de l'Art en 2012, face à l'incertitude d'une récession en Europe et d'une croissance anémique sur les autres continents, Artprice indique que, grâce à l'AMCI (indice de confiance d'Artprice du marché de l'art en temps réel), l'Art Market Confidence Index, qui est la référence dans le marché de l'art et la presse économique, Artprice constate et confirme une hausse continue de son indice de confiance sur l'ensemble des pays qui représente 90 % du marché de l'art depuis fin 2010.

Cette confiance se retrouve aux USA qui ont été les premiers touchés par la crise du marché de l'Art mais aussi en Europe et bien sûr en Asie. De même, la remontée des prix des oeuvres d'art (Artprice Global Index) et les records successifs en 2012, sur l'ensemble des continents, montre que la reprise du Marché de l'Art est définitivement en marche.

A propos d'Artprice:

Artprice invite ses actionnaires et le marché, pour comprendre précisément cette révolution législative et historique de 5 siècles et l'impact sur Artprice, à lire en 50 questions-réponses courtes et pédagogiques la synthèse faite en mars 2012 de la Place de Marché Normalisée à prix fixe et aux enchères depuis son lancement fin janvier 2012.

Lien Internet ci joint sur Actusnews, site homologué de l'AMF à l'adresse ci-jointe : <http://www.actusnews.com/communiquer.php?ID=ACTUS-0-26960>

Artprice est le leader mondial des banques de données sur la cotation et les indices de l'Art avec plus de 27 millions d'indices et résultats de ventes couvrant 450 000 Artistes. Artprice Images® 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 4 500 Maisons de ventes et publie en continu les tendances du Marché de l'Art pour les principales agences et 6 300 titres de presse dans le monde. Artprice diffuse auprès de ses 1 400 000 membres (member log in), ses annonces, qui constituent désormais la première Place de Marché Normalisée® mondiale pour acheter et vendre des oeuvres d'Art à prix fixes ou aux enchères (réglementée par les alinéas 2 et 3 de l'article L 321.3 du code du commerce).

Artprice est cotée sur Eurolist by Euronext Paris au compartiment B, SRD long only : Euroclear : 7478 - Bloomberg : PRC - Reuters : ARTF

Sommaire des communiqués d'Artprice:

http://serveur.serveur.com/press_release/pressreleasefr.htm

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.

Suivre en temps réel toute l'actualité du Marché de l'art avec Artprice sur Twitter:

<http://twitter.com/artpricedotcom>

Contact: Josette Mey, tel: +33(0)478-220-000, e-mail: ir@artprice.com