

Artprice T3 2013, C.A. en hausse. Perspectives 2013.

CA en Keuros	3T13	3T12	Variation en %
Internet	1362	1270	+7%
Opérations de courtage au enchères par la Place de Marché Normalisée*	10	10	
Indices et autres prestations	45	88	-50%
Total 2eme Trimestre	1417	1368	+4%

CA en Keuros	1er Semestre 2013	1er Semestre 2012	Variation en %
Internet	2209	2167	+2
Opérations de courtage au enchères par la Place de Marché Normalisée	53	35	+51
Indices et autres prestations	168	104	+62
Total 1er semestre	2430	2306	+5

*Non significatif. En cours de transfert

Les chiffres du 3 t 2013 sont en progression et confirment le pari industriel d'injecter 540 millions de données alphanumériques gratuites, de manière contractuelle à Google Inc.

Le véritable succès économique réside dans le fait qu'Artprice n'a pas perdu de 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. Fort de ce succès industriel, validé par ses chiffres, Artprice va continuer plus que jamais d'injecter sous différents formatages, ces centaines de millions de nouvelles données alphanumériques gratuites dans les mêmes conditions juridiques pour fin 2013 et 2014.

Pour simple information, depuis le déploiement en test de nouveaux formatages de data en septembre 2013, Artprice constate une augmentation de 19% pour octobre 2013 sur le chiffre d'affaire Internet, par rapport à octobre 2012.

En effet, a contrario de la presse écrite dans le monde, qui est confrontée à une crise sans précédent car elle ne trouve pas encore de modèle rentable avec l'Internet, Artprice, depuis début janvier 2013, a accéléré l'injection de 80% de ses données en mode gratuit dans Internet avec 540 millions de data en mode freeware (licence informatique propriétaire distribuée gratuitement sans toutefois conférer à l'utilisateur certaines libertés d'usage) par ses accords avec Google (depuis 2003) puis Baidu (Chine), en déterminant avec précision la bonne césure dans la valeur ajoutée de ses données, en ne gardant en mode payant que les 20% de la donnée où la valeur ajoutée déterminante réside, cautionnant ainsi la véracité des 80% de part gratuite. 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 clients qualifiés et de viser à terme (horizon 2014/2015) plus de 10 millions de clients avec leurs modes comportementaux, dans le respect des textes en vigueur, sans la moindre perte de C.A. avec un résultat positif et un accroissement des fonds propres (c.f. 2012).

Ces masses de données gratuites en mode freeware très importantes pour le Marché de l'Art vont modifier radicalement la structure de la connaissance de ce marché historique et très archaïque et donc faire migrer les transactions physiques vers l'Internet de par la normalisation des œuvres permettant ainsi la dématérialisation comme la corbeille et les carnets d'ordres face aux bourses électroniques (ECN).

Les chiffres d'Artprice qui ont été clôturés en 2012 valident en tous points cette stratégie et ont permis d'acquérir durant cet exercice 700 000 nouveaux clients avec leurs modes comportementaux, dans le respect des textes en vigueur. Ceux de 2013 seront nettement en hausse.

Les informations personnelles constituent un bien très précieux pour les principaux acteurs d'Internet (exemple : Amazon, Apple, Facebook, Google et Microsoft). Ces géants peuvent ainsi mieux anticiper les demandes des internautes et leur proposer des réponses payantes très ciblées. «Les données personnelles sont devenues une nouvelle matière première», selon J. Colin, expert chez Roland Berger Strategy Consultant. Selon ce célèbre institut d'études qui vient de publier une analyse sur «la gestion et l'exploitation des données des utilisateurs», le secteur est en croissance exponentielle car la production et la quantité de données générées sur Internet sont en pleine expansion.

Une tendance qu'Artprice a acquise en pionnier, à travers le Big Data et l'analyse de milliards de logs de comportements de ses clients dans le respect des législations nationales, européennes et américaines. Pour la France, l'institut d'études Roland Berger estime le simple marché français sur les données personnelles comme un marché de 100 milliards de dollars (cf. Le Figaro).

Pour rappel, Artprice opère sur 72 pays et, au regard des critères de cette étude, ne peut que constater que la valorisation des données comportementales relatives au marché de l'art positionne les données d'Artprice en haut de l'échelle de Roland Berger Strategy Consultant. Ces données, qui ne sont pas activées dans le bilan d'Artprice, constituent pourtant de très loin sa richesse principale, d'où une double cotation en réflexion avancée sur une bourse étrangère qui maîtrise et valorise cet actif immatériel.

Concernant sa Place de Marché Normalisée aux Enchères, Artprice ne peut que constater la volonté très clairement affichée et sans ambiguïté du Conseil des Ventes Volontaires (Instance de régulation française du Marché de l'Art) de modifier à nouveau la loi du 20 juillet 2011 (2011-850) et notamment l'article 5, sous lequel Artprice a bâti son cahier des charges et sa Place de Marché Normalisée aux Enchères en tant que "infrastructure permettant la réalisation d'opérations de courtage aux enchères réalisées à distance par voie électronique".

Cette position inconcevable mène ainsi Artprice à redévelopper intégralement cette activité en Asie, plus particulièrement à Hong Kong avec de nouvelles plates-formes bancaires pour 2014.

Pour mémoire, Artprice rappelle que la France s'est vue sérieusement remise à l'ordre par la vraie fausse réforme du 10 juillet 2000. De surcroît, la France a produit, pour sa deuxième réforme de 2011, une nouvelle loi suite à la directive européenne sur les services, avec deux années de retard, tout cela pour préserver les intérêts des acteurs français, ce qui n'a pas empêché le déclin de la France, reléguée désormais avec 4% de parts de marché fine art et moins de 2,7% sur le segment contemporain.

Il faut préciser que la croissance du Marché de l'Art en 2013, malgré la crise mondiale qui perdure, se porte très bien, et se distingue depuis le début de la crise en 2007 comme une véritable valeur refuge, même sur le Marché de l'Art contemporain qui connaît une croissance exponentielle (Rapport du Marché de l'Art contemporain Artprice octobre 2013 <http://goo.gl/txKJ2W>)

Artprice a donc pris connaissance par la presse, d'une troisième "réforme" française sur les enchères d'art en préparation visant principalement les acteurs de l'Internet. Cette démarche se passe de tout commentaire. Cet incroyable posture française pour annihiler les enchères d'art sur Internet illustre parfaitement le climat économique et politique actuel en France.

Cette focalisation du Conseil des Ventes, avec des déclarations publiques récurrentes telles que: "les géants du net Artprice et Ebay ont créé une confusion vis-à-vis des consommateurs", vient corroborer la décision d'Artprice d'annoncer en Assemblée Générale d'installer intégralement sa Place de Marché Normalisée à prix fixe et aux enchères en Asie où se réalise plus de 50% du marché de l'art mondial, avec une prévision pour 2015 de 70% (Cf. Evénements futurs en 2013/2014 : Déplacement du cœur industriel de Artprice à Hong Kong <http://www.actusnews.com/communiqu.php?ID=ACTUS-0-32651>).

Cette démarche relève de l'acte de gestion salutaire et bénéfique pour Artprice, ses clients, ses actionnaires français et étrangers au regard de l'état des lieux du marché de l'art et des entraves en France.

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 pour les trois trimestres de 2013.

Evénements futurs

Artprice opérera cette transformation avec un nouveau développement informatique de l'intégralité de la Place de Marché Normalisée à prix fixe et aux enchères, avec une extrême simplicité pour les clients, Artprice n'ayant pas à subir les contraintes malheureuses et invraisemblables imposées par la France. Artprice a donc réécrit l'intégralité de sa place de Marché à Prix Fixe et aux enchères ainsi que les différentes banques de données.

En décembre 2013, Artprice mettra en ligne en version bêta, ses nouveaux sites Internet avec un design particulièrement attractif et intuitif demandé par ses clients.

Pour cette nouvelle version, Artprice a fait en sorte que, quel que soit le smartphone, la phablet, la tablette, le système d'exploitation, notamment Android, IOS et Windows Phone, soit près de 7 000 versions toutes cumulées, l'utilisateur d'Artprice n'aura absolument plus besoin de télécharger des applications. 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.

Le futur site en ligne inclura les nouveaux modes de paiement comme bien sûr le kiosque, avec la possibilité pour Artprice de mettre ses banques de données au cœur de l'opérateur 4G/LTE, sans aucun risque de piratage d'un tiers.

Bien évidemment, les kiosques 4G, LTE (Long Term Evolution) en Asie et aux USA à terme sont un formidable relais de croissance pour Artprice avec les kiosques payants de type Apple iTunes .

Pour 2014, l'ensemble des grands bureaux d'études émet un consensus sur le fait que la majorité des accès à Internet se feront dans le monde entier avec des objets mobiles (smartphones, phablet, tablettes, NetTV...), en utilisant des réseaux sans fil. Selon eux, en 2014 sur une année pleine, 2,8 milliards de personnes utiliseront des objets et réseaux mobiles pour accéder à Internet et dépasseront pour la première fois les 2 autres milliards d'internautes sur réseaux fixes.

La domination commerciale de l'Internet mobile colle parfaitement à Artprice, car sa clientèle est par nature nomade, aisée et a besoin d'informations dans le feu de l'action (Galeries, Salles des ventes Expertises...). L'Internet mobile pour Artprice devrait représenter sous peu de temps 80% de ses consultations. Artprice, en octobre 2013, est déjà à près de 57 % (iOS, Android). Ce chiffre est très supérieur à la moyenne de 34% rencontrée sur les sites marchands au 1^{er} semestre 2013 .

Artprice considère que ce nouveau paradigme économique de l'Internet mobile est irréversible ainsi que l'arrivée très récente des "Silver surfeurs" que sont les plus de 50 ans, amateurs et collectionneurs d'art, à haut pouvoir d'achat et principaux utilisateurs d'Artprice, qui font désormais d'Internet leur terrain de prédilection pour la recherche d'œuvres d'art dans le monde avec les tablettes et smartphones à grand écran qui correspondent parfaitement à leurs cultures de Seniors et dont le P.C. représentait une vraie barrière psychologique pour accéder à Internet et donc à Artprice.

En parallèle, Artprice, dans le cadre de sa recherche et développement, a bien noté, selon l'IDATE et l'ICANN (en français, Conseil suprême de l'Internet pour l'attribution des noms de domaine et des numéros sur Internet) que 15 milliards d'objets sont déjà en permanence reliés à Internet en 2013, soit deux fois plus que la population mondiale. L'IDATE en prévoit 30 milliards en 2020 et l'IDC, 212 milliards. Une réflexion en profondeur s'est opérée avec les Maisons de Ventes, les galeries d'art, les

marchands, les experts, les foires d'art, les zones franches, les douanes, les services judiciaires qui, par leur lourd retard informatique, vont bénéficier désormais d'une palette extrêmement riche en solutions logiciels et informatiques connectées à Internet.

Artprice, par son acquisition à 100% en son temps de Xylogic (Suisse), le leader de logiciels informatiques pour le monde de l'art, permettra aux acteurs du marché de l'art une traçabilité et une normalisation (détenu par Artprice au titre de la propriété intellectuelle) sur l'ensemble de la chaîne de valeurs entre les clients et les professionnels de l'art. Cela inclut, entre autres, la logistique propre aux œuvres d'art, les différents contrats d'assurance, le stockage, le marketing, la vente à prix fixe ou aux enchères et la livraison chez le client final. Cet Internet des objets, selon Gartner Group, va créer un écosystème de 1380 milliards €. Pour Artprice, c'est l'aboutissement de sa normalisation du marché de l'art.

Artprice note, par ailleurs, que les plus grandes Maisons de Ventes en 2013, qui se targuaient de plusieurs siècles d'existence, ne jurent plus désormais que par l'Internet où selon leurs propres propos, le middle market, qui représente 81% du marché de l'art mondial, est désormais sur Internet.

De même, la vente d'œuvres d'art par les géants anglo-saxons et asiatiques de l'Internet est une formidable opportunité pour les banques de données normalisées ISO Artprice d'artistes et d'œuvres fine art, auxquelles leurs clients pourront être reliés.

Les process industriels d'Artprice (tous protégés au titre de la propriété intellectuelle aux USA, Europe et grande Asie) qui normalisent le Marché de l'Art (ID artiste/bio, ID œuvre/traçabilité, ID catalogue raisonné, ID estimation/économétrie, ID indice, ID image, ID bibliographie, ...) avec des centaines de millions de données propriétaires sont en train de se déployer dans l'Internet avec, sur 2013/2014 les bases de données en clair de l'intégralité des œuvres et de leurs traçabilités (de 1700 à nos jours) dans le Marché de l'Art pour générer une nouvelle accélération très forte du fichier clients mais aussi par le développement des A.P.I. ouvertes réalisées sous architecture REST.

De telles banques de données normalisées, qui s'enrichissent tous les jours, sont le fruit de dizaines d'acquisitions dans le monde par Artprice et plus d'un million d'heures de ses Historiens, Rédacteurs et Développeurs de 1997 à 2013 (c.f. détail et historique intégral dans le document de référence Artprice 2012 A.M.F. du 1er octobre 2013). Sans aucune contestation possible, les banques de données d'Artprice en 6 langues, dont le mandarin, sont reconnues indiscutablement comme les plus exhaustives au monde par les professionnels de l'Art.

En outre, Artprice a bâti son modèle économique en écartant le poste publicité en ligne, la culture du groupe n'étant pas de vendre prioritairement de l'espace publicitaire. Ceci dit, le fait d'injecter des centaines de millions de données prioritaires dans Internet fait qu'invariablement, Artprice est incontournable. Artprice a donc des acteurs du Marché de l'Art, principalement des galeries et des Maisons de Ventes qui lui demandent spontanément des campagnes sur mesure.

D'où pour 2014, la création d'une régie publicitaire qui inclura entre autres de la vidéo en format court. Ce changement de culture n'est pas un problème, mais plutôt une réponse construite à une demande entrante naturelle, sans que Artprice ait besoin de démarcher des clients.

De même, Artprice dès janvier 2014, va déployer l'ensemble de ses services et produits qui seront intégrés nativement par des A.P.I. (interface de programmation) dans les réseaux sociaux après 18 mois de test sur Facebook, Tweeter et Artprice Insider.

La logique retenue est de placer un réseau social puissant et ouvert de type Facebook qui permet à Artprice de capitaliser de nouveaux clients en masse dans différentes langues, avec des barrières strictes en terme d'échanges. Par la suite, ces nouveaux clients vont accéder à Artprice Insider sur lequel leur véritable identité ainsi qu'un indice de confiance leur permettront d'échanger à découvert, entre membres, des informations sensibles sur le Marché de l'Art qui ne peuvent bien évidemment pas être abordées sur un réseau grand public.

Ce retard a été bénéfique pour Artprice qui a pu ainsi inclure Twitter dans son fil d'information comme le réseau social destiné principalement aux émetteurs d'informations primaires de type agences de presse comme Artprice.

<http://www.artprice.com> (c)1987-2013 thierry Ehrmann

Pour les nouveaux actionnaires, Artprice vous invite à lire : "Entretien exclusif de thierry Ehrmann avec Trading and Ipo" du 30/09/2013 qui permet de décrypter en profondeur l'historique d'Artprice et ses développements futurs : <http://www.actusnews.com/communique.php?ID=ACTUS-0-33600>

A propos d'Artprice :

Pour information, au 30 Juin 2013, la liquidité de l'action Artprice est de 2,92 millions d'euros par jour en fourchette basse sur 515 séances de bourse où il s'est traité 1,508 milliard d'euros.

Artprice, avec plus de 13 ans de communication réglementée sur l'Eurolist, se fait un point d'honneur à 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 sur Internet sur son propre site, <http://www.artprice.com>, et sur celui de son diffuseur homologué par l'AMF, ActusNews (<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 27 millions d'indices et résultats de ventes couvrant plus de 500 000 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 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 met à la disposition de ses 2 300 000 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).

Artprice est cotée sur Eurolist by Euronext Paris au compartiment B, SRD long only et: 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 / Demeure du Chaos. <http://goo.gl/zJssd>

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

<http://twitter.com/artpricedotcom>

<https://www.facebook.com/artpricedotcom>

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, la société renvoie le lecteur au document de référence Artprice 2012 déposé à l'A.M.F le 1/10/2013 sur le chapitre 4.1 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 46 à 49 en ligne sur le diffuseur homologué par l'AMF, <http://www.actusnews.com>.