

Mise au point d'Artprice sur l'étude d'Artemundi Global Fund de la mort des Maisons de Ventes

Thierry Ehrmann, Fondateur et Président d'Artprice, souhaite clarifier et écarter toute interprétation erronée entre Artprice et Artemundi Global Fund suite à la publication de son étude sur la mort des Maisons de Ventes, dont Sotheby et Christie's en tête (cf l'étude d'Artemundi).

Au préalable, Artprice, par la voix de son Président, tient à préciser qu'elle ne possède aucun lien capitalistique, n'a aucun intérêt, ni accord contractuel ou partenariat avec Artemundi Global Fund. Une confusion s'est opérée avec cette étude qui a, pour autant, le mérite de mettre en lumière des réalités économiques et sociales qui sont désormais inévitables pour les Maisons de Ventes face à Internet.

Il est vrai qu'il y a 5 ans, Artprice a effectivement indiqué la mort, non pas des Maisons de Ventes qui sont ses partenaires depuis 25 ans, mais seulement des salles des ventes au sens du lieu physique où s'effectue les enchères depuis des siècles face au grand public qui sont appelées à disparaître de l'actif des Maisons de Ventes, petites ou grandes, pour migrer sur Internet et ses 3 milliards de connectés comprenant, bien évidemment, tous les professionnels, amateurs et collectionneurs d'Art. La confusion qui s'est établie naît du fait, d'une part, que cette étude d'Artprice portait sur une sémantique similaire et, d'autre part, que l'étude d'Artemundi Global Fund fait usage de données en provenance d'Artprice.

Le fait qu'Artemundi Global Fund utilise en toute légalité des données d'Artprice ne constitue pas un quelconque accord ni caution d'Artprice sur son étude même si cette dernière s'appuie incontestablement sur des données sérieuses et un argumentaire étayé et réfléchi. Artprice rappelle dans ses communiqués qu'elle fournit, de par son métier historique, chaque année 6300 médias de presse écrite et audiovisuelle ainsi que de nombreux bureaux d'études de par son statut de Leader mondial de l'information sur le marché de l'art.

La position d'Artprice est très claire, les Maisons de Ventes, qui sont depuis toujours ses partenaires et ses clients historiques, doivent affronter un terrible choc culturel et économique vis à vis de l'Internet comme la presse écrite le vit actuellement.

A ce titre, les Maisons de Ventes, selon Artprice, ont le bon réflexe de s'allier principalement avec elle sur sa Place de Marché Normalisée protégée au titre de la propriété intellectuelle afin d'effectuer une migration bénéfique parce que la majorité d'entre elles n'a pas les moyens de construire des infrastructures informatiques adéquates et/ou parce qu'elles ne possèdent pas les droits d'auteur et droit sui generis pour reproduire la Place de Marché Normalisée d'Artprice.

Enfin, les dirigeants des plus grandes Maisons de Ventes se sont tous exprimés sans aucune ambiguïté pour affirmer que le middle market est désormais sur l'Internet comme il en ressort, entres autres, de l'interview du Président de Christie's cette année qui indique au journal Les Echos : "l'avenir du middle market de 800 à 10 000 € est sur le Net" où Artprice précise que ce segment représente, à l'échelon mondial, 81 % des transactions.

De même, Artprice ne peut que constater, en étant désormais établi également physiquement en Chine, que la notion de salle de ventes physique pour les grandes Maisons de Ventes chinoises qui se sont bâties depuis les années 2000, à contrario des grandes Maisons de

Ventes anglo-saxonnes qui ont plusieurs siècles, n'a pas vraiment de sens à l'heure où l'intégralité des acteurs liés au marché de l'art dans le monde et possédant un pouvoir d'achat conséquent est sur Internet et n'a donc aucune raison de se rendre physiquement dans une salle des ventes. L'Asie, qui va peser près de 70 % du Marché de l'Art mondial, donne la longue marche à suivre pour perdurer au XXIème siècle.

De plus, Artprice est d'ores et déjà, par ses partenariats, capable d'affirmer que la Chine, pour 2012, va littéralement écraser le marché de l'art américain et européen qu'elle avait déjà amplement dépassé en 2011 (Chine : 41,4 %, USA 23,6 %, GB 19,4 %, France 4,5 %).

A titre d'information, Artprice communique en intégralité le texte original d'Artemundi Global Fund sur la mort des maisons de ventes :

(une version anglaise, espagnole et française est en ligne chez eux : <http://www.artemundigroup.com/2012/10/for-whom-the-bell-tolls-the-death-of-christies-and-sothebys/>)

"POUR QUI SONNE LE GLAS: LA MORT DES MAISONS DE VENTES

Artemundi Global Fund, un fonds d'investissement dédié à l'art, annonce à travers un récent communiqué de presse la mort prochaine des maisons de ventes, Christie's et Sotheby's en tête. Le progrès rattrape ces poids lourds des enchères et il semblerait qu'elles ne peuvent rien y faire.

En effet, l'industrie de l'art est en pleine évolution et les maisons de vente sont laissées de côté. Artemundi Global Fund les décrit comme étant des anachronismes, maintenues artificiellement par traditionalisme.

Elles représentent d'anciens protocoles, d'anciennes façons de fonctionner et de mettre en relation un acheteur et un vendeur. La révolution technologique met à mal de nombreuses entreprises établies, tous secteurs confondus, et l'industrie de l'art n'est pas épargnée.

Pour Artemundi, les maisons de ventes – un intermédiaire beaucoup trop cher réclamant des commissions d'au moins 25 % – sont en train de « creuser leurs propres tombes ».

Comme Internet tue la presse papier, Internet tue les maisons de vente. Elles sont en passe de devenir des reliques du passé, et ce ne sera ni la première et ni la dernière fois que cela se produira.

Certes, certains pourraient contredire les affirmations de Artemundi Global Fund en s'appuyant sur les chiffres d'affaire réalisés récemment par les maisons de vente : elles continuent d'engranger des sommes considérables.

Toutefois, le fonds d'investissement déclare qu'en les analysant dans leur ensemble, à une échelle globale on constate alors que ces résultats – semblent-ils stables – ont été soutenus par des ventes non viables. Les résultats sont « truqués » par des ventes records. Artemundi prend l'exemple de la vente de *L'homme qui marche* de Giacometti pour 104 millions de dollars, ainsi que celle de *The Scream* de Munch pour 119 millions de dollars. Selon eux, si le contexte économique avait été plus sain alors ces records n'auraient jamais été atteints. On parle ici « d'objets de passions » ou de « trophées » achetés par de riches collectionneurs qui ne reflètent aucunement l'état global du marché de l'art.

Ainsi, Artprice indique que 58 % du chiffre d'affaire total du marché de l'art en 2011 ne correspond qu'à 1 % des lots, ces fameux « trophées » souffrant de l'inflation. Seulement 1.680 lots auraient été vendus au dessus du million de dollars, sur 36,8 millions de transactions dans le monde : un chiffre minime.

www.artemundiglobalfund.com

Pour Artemundi Global Fund, l'avenir du marché de l'art peut dès aujourd'hui être connu. Les fonds d'investissement gagnent en envergure : valeur et nombre en perpétuelle hausse. Depuis les années 1970, ils se sont développés au point de devenir des institutions organisées. Ils travaillent en synergie avec tous les acteurs du marché de l'art, ce que les maisons de vente ne savent pas faire.

Par ailleurs, il est clair que les ventes d'oeuvres d'art sur Internet sont en train de modifier la structure même du marché de l'art, surtout qu'il s'agit d'un phénomène de plus en plus courant. Internet fournit aussi un accès à un très grand nombre d'informations permettant la création d'un environnement transparent et compétitif ; tant de facteurs contre lesquels les maisons de vente ne peuvent pas lutter.

Les maisons de vente ne savent pas ou plus ce qui est nécessaire, elles sont aveuglées par l'auto-préservation. Cela ne les rend pas digne de confiance en matière d'évaluation des œuvres d'art.

La question que Artemundi veut donc que l'on se pose est la suivante : combien de temps reste-t-il réellement aux maisons de vente traditionnelles ? Elles appartiennent à un passé sans Internet ni ordinateur. Elles étaient, certes, des lieux importants où se rencontraient acheteurs et vendeurs, mais cela est révolu.

Ces intermédiaires n'ont plus aucune chance face à cette nouvelle façon de fonctionner – où les commissions, par exemple, approcheront les zéro. À l'avenir, l'industrie du marché de l'art ressemblera plus à New York Stock Exchange qu'à eBay ou Amazon, mais cela est déjà un grand changement.

Javier Lumbreras"

(Fin de citation)

A propos d'Artprice :

Artprice intègre le SBF 120 le 21 décembre 2012 après la clôture du Marché. En effet, à la suite de la révision trimestrielle des indices Euronext Paris, en date du 6 décembre 2012, le Conseil Scientifique des Indices a pris la décision d'admettre Artprice.com dans les échantillons composant les indices CAC Mid 60 et SBF 120 dont la date d'effet est fixée au vendredi 21 décembre 2012 après la clôture du Marché.

Artprice avec plus de 12 ans de communication réglementée à 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 (www.actusnews.com).
(c)1987-2012 thierry Ehrmann

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. <http://www.actusnews.com/communique.php?ID=ACTUS-0-26960>

Lien Internet ci joint sur Actusnews, site homologué de l'AMF à l'adresse ci-jointe : <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® 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 1 953 000 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 et intègre le SBF 120 le 21 décembre 2012 après la clôture du Marché : Euroclear : 7478 - Bloomberg : PRC - Reuters : ARTF

Sommaire des communiqués d'Artprice:
Erreur! Signet non défini.

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.

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