

Artprice Rapport Financier au 30 juin 2013 : C.A. en hausse validant le modèle gratuit.

Le chiffre d'affaires du premier semestre 2013 a progressé de 2,62 % par rapport à celui du premier semestre 2012. Malgré cette hausse du chiffre d'affaires, Artprice enregistre une légère variation du résultat net au 30 juin 2013 de -179 K€, contre -44 K€ au 30 juin 2012. Cette baisse, par rapport au premier semestre 2012, est due notamment à la forte augmentation des charges qui pèsent sur les sociétés françaises et son implantation en Asie, intégralement passée en compte de charge.

La hausse du chiffre d'affaires est encourageante surtout au regard de la situation économique et financière mondiale très dégradée qui perdure depuis 2007 et à laquelle Artprice, comme toutes les sociétés, doit faire face. Ce résultat confirme principalement le succès du pari industriel d'injecter des centaines de millions de données alphanumériques gratuites 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, hélas, ne peut revendiquer sauf en de rares cas. Fort de ce succès industriel, validé par les chiffres, Artprice va injecter 540 millions de nouvelles données alphanumériques dans les mêmes conditions en 2013/2014.

En effet, à 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 250 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 (2003) puis Baidu (Chine), en déterminant avec précision la bonne césure dans la valeur ajoutée de ses data, en ne gardant en mode payant que les 20% de la data où la valeur ajoutée déterminante réside, cautionnant ainsi la véracité des 80% de part gratuite.

Les chiffres d'Artprice du premier semestre 2013 valident en tous points cette stratégie et ont permis d'acquérir durant ce semestre près de 270 000 nouveaux clients avec leurs modes comportementaux dans le respect des textes en vigueur. Pour information sur l'année 2012, Artprice en a gagné 700 000.

Ce fichier clients unique au monde 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 de la réussite d'une vente aux enchères cataloguée depuis la naissance des enchères d'art en Europe au début du XIX siècle.

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).

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.

Les capitaux propres, en comptes consolidés, sont stables à 13 274 KE. Ces résultats confirment la maîtrise des coûts d'exploitation en période d'instabilité économique mondiale et notamment sur le Marché de l'Art. Artprice, en 16 ans, a mis en place l'ensemble des process industriels permettant de limiter l'effectif à une moyenne inférieure à 45 personnes pour un groupe où l'intégralité des charges en 2012, avec Artprice Images(R), demeurent inchangées jusqu'à désormais 90 ME de C.A en incluant cette année les charges potentielles découlant de l'extension de la Place de Marché Normalisée® d'Artprice aux enchères, avec son infrastructure opérationnelle depuis fin janvier 2012 (désormais réglementée par les alinéas 2 et 3 de l'article L 321.3 du code du commerce) ainsi que par ailleurs, son installation en Chine.

Artprice n'a aucun emprunt obligataire, une absence de dette bancaire et dispose d'une trésorerie conséquente. Le chiffre d'affaires semestriel 2013 s'est élevé à 2 368 KE, a progressé de 2,62 % par rapport à celui du premier semestre 2012 alors que le modèle gratuit s'est imposé définitivement en 2013. Pour information, Artprice n'a jamais fait l'objet d'augmentation de capital à l'exception des opérations de levées d'options réservées à ses salariés. Ceci résulte d'une volonté affichée du Conseil d'Administration d'Artprice et de son Président de ne pas diluer ses actionnaires et affaiblir le cours de l'action.

De même, tous les investissements relatifs à la Directive Européenne sur les services (libéralisation des ventes aux enchères par voie électronique par la loi 2011-850 du 20 juillet 2011) ont été intégralement comptabilisés en poste de charge sur l'exercice 2012, notamment tous les développements très conséquents relatifs à la Place de Marché Normalisée ® à prix fixe et aux enchères ainsi que l'installation à Hong Kong d'Artprice, cette dernière étant opérationnelle depuis le 14 août 2012.

Le Rapport Financier 1^{er} semestre 2013, incluant les honoraires des CAC et le rapport du Président sur le contrôle interne est disponible aux adresses suivantes :

<http://www.actusnews.com>

http://serveur.serveur.com/Press_Release/2013_communication_financiere.html

Événements et perspectives futurs

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 (article 5 de la loi n° 2011-850 du 20 juillet 2011)", menant Artprice à redévelopper intégralement cette activité en Asie, plus particulièrement à Hong Kong avec de nouvelles plates-formes bancaires.

En effet, 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.

Enfin, Artprice a pris connaissance d'une troisième "réforme" des ventes aux enchères prévue pour la rentrée 2013 et visant principalement les acteurs de l'Internet. Cette démarche se passe de tout commentaire.

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 et ses actionnaires français et étrangers au regard de l'état des lieux 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, notamment pour le premier semestre 2013.

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 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 en train de muter sur Internet.

De même, la vente d'œuvres d'art sur Amazon est une formidable opportunité pour les banques de données normalisées ISO Artprice d'artistes et d'œuvres fine art, auxquelles les clients d'Amazon Art pourront être reliés. Artprice produira pour les clients d'Amazon Art une application spécifique avec les API (interfaces d'applications informatiques) d'Amazon leur facilitant leurs achats en leur donnant en simultané les outils d'estimation et d'aide à la décision d'achat en ligne. Enfin, Amazon Art est bien la preuve que la migration définitive du marché de l'art sur Internet est en train de se réaliser aux dépens de l'ancienne économie. Pour mémoire, la stratégie d'Amazon est uniquement d'arriver sur des marchés mûrs pour la dématérialisation.

Contrairement à certaines idées reçues, notamment pour Amazon, les places de marchés sur l'art comme Amazon et Google ont un besoin vital de normalisation de ce marché produite par 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 qui sont en train de se déployer dans l'Internet avec, début janvier décembre 2013 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 dans le document de référence Artprice).

Durant l'année 2013, de nouveaux développements d'Artprice comportent des fonctions et des contenus interactifs sur web, smartphones et tablettes, y compris sur iPhone, iPad et sous Android. Artprice peut désormais créer ses contenus web dans un format hybride, qui s'adapte au navigateur

que le client utilise. Les contenus animés en Flash® sont lisibles sur les navigateurs web qui supportent le Flash et sont automatiquement adaptés en HTML5 sur les navigateurs qui ne supportent pas Flash.

Artprice résout le problème de beaucoup d'éditeurs, à savoir comment gérer désormais plus de 7 000 modèles différents de smartphones et tablettes, dans le cadre de son développement, quelque soit le modèle ou l'OS utilisé, le client Artprice n'aura plus besoin de télécharger une application.

Bien évidemment, le kiosque 4G à terme est un formidable relais de croissance pour Artprice avec le kiosque payant. L'Internet mobile pour Artprice devrait représenter sous peu de temps, 80% de ses consultations. Artprice en 2013 est déjà à plus de 45%. L'ensemble des grands bureaux d'études émettent une prévision en nombre de Smartphones et tablettes vendus pour 2013 qui se situe entre 900 et 1,3 milliard de nouveaux internautes mobiles. Pour la première fois, le célèbre cabinet d'études Gartner a voulu estimer le volume global du marché informatique mondial en agrégeant ses prévisions dans trois secteurs clé : le PC, le mobile et les tablettes tactiles. Le chiffre pour 2013 est très impressionnant puisque le britannique table sur 2,4 milliards d'unités vendues cette année reliées à Internet.

Avec l'arrivée de la 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 2014, c'est plus de 3,6 milliards d'internautes mobiles qui pourront potentiellement se connecter à Artprice.

Il est vrai qu'en 13 ans, le nombre de connectés à Internet est passé de 90 millions à 3 milliards d'internautes devenus de réels consommateurs de biens et de services. Mais il faut surtout 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 et smartphones qui correspondent 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 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.

Concernant l'évolution du Marché de l'Art au deuxième semestre 2013, face à l'incertitude d'une violente 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 fait désormais référence dans le Marché de l'Art et la presse économique, Artprice constate et confirme une hausse continue de son indice de confiance, depuis fin 2011, sur l'ensemble des pays qui représentent 90 % du Marché de l'Art.

Les résultats impressionnants enregistrés au premier semestre 2013 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 2013/2014.

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 désormais pour 2012 près de 50% de part de marché des ventes aux enchères de Fine Art devant le Royaume-Uni et les USA, est une opportunité de forte croissance que Artprice a saisie en s'installant en Chine. Pour information, la Chine pesait à peine 2 % de parts de marché en 2000. Il faut préciser que l'intégralité des services, produits, Place de Marché Normalisée à prix fixe et aux enchères ainsi que les 27 millions de pages de données sont en mandarin depuis 4 ans dans un marché de plus en plus dématérialisé et mondial.

Par ailleurs, le déploiement de la vente d'Artprice Screen ® (terminal data) en mode simple ou multi-user comme Bloomberg ou Reuters est en train d'infiltrer l'ensemble des acteurs du marché de l'art mondial grâce à une approche de mass market et des prix Low cost. Cette stratégie donne à Artprice une position dominante sans le moindre abus, au regard des Autorités de la concurrence Européenne, nord Américaine et Asiatique.

Pour information, Artprice Screen ® délivre par tous types de terminaux, 27 millions d'indices et résultats de ventes couvrant plus de 500 000 Artistes. Artprice Screen permet un accès illimité au plus grand fonds du Marché de l'Art au monde constitué de 108 millions d'images ou gravures d'oeuvres d'Art de 1700 à nos jours. Artprice Screen fournit ainsi à ses abonnés en temps réel, ses 171 banques de données enrichies entre autres, par les flux data 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 en 5 langues outre le français.

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

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).