

Artprice : rapport financier annuel 2018, résultats records et perspectives très positives

Au 31/12/2018, en comptes sociaux :

Artprice dégage les meilleurs résultats de son histoire avec un résultat qui se solde par un bénéfice de 1 339 K€.

Au 31/12/2018, en comptes consolidés, Artprice dégage un résultat de l'exercice clos se soldant par un bénéfice de 1 004 K€.

Les capitaux propres en comptes consolidés s'améliorent et s'élèvent à 18 086 K€ contre 17 103 K€ en 2017.

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2018, le chiffre d'affaires a connu une augmentation record de +8,3 % et s'élève à 8 134 K€.

Les chiffres et résultats Artprice de l'exercice 2018 valident en tous points la stratégie de monnayer désormais tous les services et produits, permettant ainsi d'acquérir durant cet exercice 1 520 000 nouveaux membres abonnés par les réseaux sociaux qualifiés, avec leurs modes comportementaux, dans le respect des textes en vigueur en France, en Europe et aux USA.

Ces résultats démontrent notamment la poursuite de la croissance et la très bonne rentabilité d'Artprice avec, pour la deuxième année consécutive, un bénéfice au-dessus de 1,3 M€ pour un chiffre d'affaires annuel record de plus de 8,1 M€. Cette performance témoigne d'une gestion rigoureuse combinée à une conquête de parts de marché sur la grande Asie et la Côte pacifique des USA.

Ce rapport financier annuel est publié le jour même où le monde entier s'émeut devant la tragédie affectant Notre-Dame de Paris, un des plus beaux chefs-d'œuvre de l'Humanité depuis 900 ans et le monument le plus visité au monde. Un appel aux dons a été lancé. A ce titre, La famille Ehrmann, Groupe Serveur et Artprice se joignent à ces dons.

<https://don.fondation-patrimoine.org/SauvonsNotreDame/~mon-don>

<https://frenchheritagesociety.org/event/notre-dame-fire-restoration-fund/>

Le Rapport Financier Annuel 2018, incluant les honoraires des CAC et co-CAC ainsi que le rapport du Président sur le contrôle interne, est disponible aux adresses suivantes :

http://serveur.serveur.com/Press_Release/2019_communication_financiere.html

<https://www.actusnews.com/fr/>

Ces résultats confirment la maîtrise parfaite et l'amélioration des coûts d'exploitation, notamment sur les coûts de R&D qui sont très importants.

Artprice possède pour la deuxième fois (fait rare pour les entreprises cotées sur un marché réglementé) le label BPI « Entreprise Innovante » qui est un label étatique, soumis à une stricte éligibilité.

Artprice, en 21 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 2018, avec Artprice Images®, demeurent inchangées jusqu'à 90 M€ de C.A. en incluant les charges découlant de l'extension de la Place de Marché Normalisée® aux enchères d'Artprice, avec son infrastructure opérationnelle.

L'intégralité des investissements très conséquents sur la Chine ont été passés en totalité en compte de charge.

De plus, Artprice n'a aucun emprunt obligataire, ni de dette bancaire.

Pour information et fait très rare, Artprice n'a jamais fait l'objet d'augmentation de capital en 20 ans à la stricte 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 Thierry Ehrmann de ne pas diluer les actionnaires, ni d'affaiblir le cours de l'action.

Enfin, Artprice invite ses nouveaux actionnaires qui désirent connaître l'historique de la société à prendre pleinement connaissance de son information réglementée et très détaillée dans son Rapport Financier Annuel 2018, notamment au niveau des paragraphes << Activité et événements importants survenus au cours de l'exercice >> et << Événements importants intervenus depuis la date de clôture, le 31 décembre 2018, et perspectives d'avenir >> <<Analyses des risques>> et << Informations complémentaires>> du rapport du Conseil d'Administration.

Perspectives 2019 très positives :

Artprice et Artron adaptent leur stratégie 2019 pour la Nouvelle Route de la Soie du Marché de l'Art dans le cadre des Nouvelles Routes de la Soie 'One Belt, One Road' présentées par le Président Xi Jinping fin Mars 2019 en France.

Le Président Chinois Xi Jinping était en effet très récemment en Europe et notamment en France pour défendre les Nouvelles Routes de la Soie "One Belt, One Road" (OBOR) ou "Belt and Road Initiative" (BRI).

En effet, l'initiative de « la ceinture et de la route » englobe près de 65 pays asiatiques et européens, représentant près de 55 % du PIB mondial, 70 % de la population mondiale soit 4,4 milliards d'habitants, 75 % des réserves énergétiques mondiales, pour une durée d'investissement pour l'ensemble des projets d'environ trente à trente-cinq ans. Le coût estimé des premiers projets est de l'ordre de 900 milliards de dollars et on évoque des prêts, de la part de la Chine, pouvant atteindre 8 trillions de dollars pour les infrastructures à venir dans les différents pays traversés.

[<https://imgpublic.artprice.com/img/wp/sites/11/2019/03/one-belt-one-road-obor-bri.jpg>]

Belt and Road Initiative (BRI) Artprice - Artron - Art Market ©

Wan Jie, Président du Groupe Artron et partenaire d'Artprice, dans son édito concernant le 21ème Rapport mondial du Marché de l'Art co-édité par les deux groupes le mois dernier, écrit : "Cette progression au fil du temps, tout comme le partenariat entre Artron et Artprice, ne cessera de se surpasser grâce à l'intégration des ressources, à l'optimisation des données, à la mise à niveau de la technologie Internet et à la diversification des modèles de coopération commerciale.

Le résultat final « Une Nouvelle Route de la Soie reliant les Mondes de l'Art et les marchés de l'Est et de l'Ouest »".

Le Président Xi Jinping, lors du discours pour la célébration des 40 ans de réforme et d'ouverture de la Chine, a annoncé de nouvelles directives notamment pour le renforcement du marché intérieur chinois qu'Artprice et Artron ont immédiatement intégrées.

Artprice, pour épouser de manière optimale l'énorme marché intérieur chinois et en saisir le potentiel économique, adapte avec Artron le renforcement de sa feuille de route avec la création et mise en production par le groupe Artron d'une plateforme de paiement et infrastructures sino-chinoises pour répondre aux nouvelles directives de l'administration Chinoise de février 2019.

Dans ce cadre, Artprice va démarrer avec Artron sa campagne officielle avec un nouveau nom et marque chinois **雅派.艺术道** avec une nouvelle Baseline en chinois **掌握全球艺术市场** qui ont été

communiqués au marché fin du mois de mars 2019. Cette mise en conformité imprévue des directives chinoises 2019, amenant à cette nouvelle stratégie, décale quelque peu les objectifs d'Artprice qui restent inchangés (voir pour information complémentaire chapitre analyses de risques en Chine dans le Rapport Financier Annuel).

thierry Ehrmann : « Artprice s'intègre dans l'Histoire et le quotidien de la culture chinoise millénaire, en devenant pour la Chine une marque chinoise, prenant en compte la sensibilité spécifique des amateurs, collectionneurs et professionnels de l'Art chinois, pour ainsi accroître plus rapidement sa notoriété et son chiffre d'affaires ».

Plus que jamais l'un des principaux objectifs d'Artprice est en effet de répondre aux besoins de l'administration chinoise des 34 provinces ainsi que ceux des douanes pour délivrer l'assiette fiscale des œuvres d'art sur lesquelles les taux s'appliquent.

Par ailleurs, Artprice devient membre du Nouvel Institut Franco-Chinois de Lyon lancé en 1921. Créé à l'initiative de la Métropole et de la Ville ainsi que de l'ADERLY, Le Nouvel Institut Franco-Chinois de Lyon a déjà rassemblé de nombreux partenaires institutionnels et privés, comme le Groupe SEB, EDF, Bank Of China... et se définit, entre autres, comme la mise en réseau facilitant les contacts aux plus hauts niveaux tant en France qu'en Chine.

La mission de cet Institut est d'assurer la promotion internationale du territoire et de l'attractivité économique de la région lyonnaise en valorisant le tissu économique lyonnais en Chine et à l'accueil des investissements chinois en région Rhône-Alpes.

C'est fort logiquement qu'Artprice devient membre du Nouvel Institut Franco-Chinois de Lyon car Lyon est l'un des points d'aboutissement historique des Routes de la Soie depuis la Renaissance. Lyon est d'ailleurs la ville française la plus visitée par les dirigeants chinois.

D'autre part, il faut se souvenir de la visite officielle à Lyon du Président Xi Jinping en 2014 après avoir lancé en 2013 le projet d'un « Couloir économique des pays traversés par l'ancienne Route de la Soie ». C'est dans ce contexte que naît le Nouvel Institut Franco-Chinois de Lyon qui entend, fort d'un passé exceptionnel (1921), donner une impulsion nouvelle à l'avenir des relations entre Lyon et la Chine, dans lequel Artprice s'inscrit naturellement.

2019, une nouvelle ère pour Artprice et ses actionnaires avec Artron en Chine et une diffusion en continu sur 1,8 milliard de personnes à travers le monde par le partenariat avec Cision (PR Newswire).

En effet, un consensus général des experts crédite pour 2020 la grande Asie, dominée par la Chine, de 70% du Marché de l'Art et ce n'est qu'un début, selon cette fois l'avis unanime des grands acteurs du Marché de l'Art.

En effet, l'Histoire de l'Art en Chine s'inscrit sur 4 000 ans contre 300 ans pour les USA.

Preuve en est, la remarquable performance de LVMH pour 2018 (actionnaire historique d'Artprice à ses débuts) en Chine, très bon marqueur de l'appétence des chinois pour les produits de luxe dont la consommation d'Art est un segment naturel. On voit aussi un record des ventes pour Hermès grâce à sa forte croissance en Chine.

Forte de ces chiffres, Artprice superpose aussi l'avantage d'être une des rares sociétés occidentales à avoir pénétré l'Intranet chinois, grâce à l'aide et aux conseils d'Artron, fournissant ainsi ses données uniques au monde, en répondant à un besoin indispensable et nécessaire de la part des amateurs, collectionneurs et professionnels de l'Art en Chine.

Pour cela, Artprice a déployé, notamment sur ses banques de données Internet en mandarin, 54 millions de pages en mandarin ayant demandé 10 ans de développement et de travail puis en 2018 Ali-pay et WeChat (1,8 milliard d'utilisateurs) qui sont des plateformes de paiement instantané chinoises (QR Code en mode kiosque débitant de suite le client Chinois au profit d'Artprice) obligatoires pour l'acheteur chinois.

Pour information Google, Facebook, Twitter, etc... sont pour le moment inaccessibles en Chine.

Par analogie, cette collaboration Artprice et Artron équivaudrait exactement à la fusion des savoirs respectifs de Google et Baidu.

De même, Artron a prévu un plan media, un marketing électronique et physique, incluant des ressources humaines importantes pour la période 2019/2022.

Artron est, il faut le souligner, et selon lui, le premier site Web d'Art mondial, avec des chiffres qui se passent de tout commentaire : 15 millions de visites quotidiennes en moyenne, 3 millions de membres professionnels soit 450 millions de visiteurs/mois sur leur site Internet et 5,4 milliards de visiteurs passionnés d'art par an.

De son côté, Artprice prévoit avec Artron d'effectuer des roadshows en Chine sur la période 2019/2020 avec les grands rendez-vous tel que « Art Basel Hong Kong » (mars 2019) afin de présenter aux acteurs prépondérants du Marché de l'Art chinois les avantages des indices et données d'Artprice pour appréhender de manière optimale les données du Marché de l'Art, notamment le segment occidental.

Pour être clair : La Chine possède plus de 1,2 million d'artistes contemporains vivants contre 120 000 en Europe et aux USA. Elle compte 3 millions de professionnels de l'Art qui sont déjà sur Artron contre 270 000 en Europe et aux USA.

Enfin, en 2018 la Chine comptait pour 45 % des échanges en ligne mondiaux, réalisant 12 fois plus de transactions en ligne que les USA. La Chine a l'immense avantage sur l'Occident de construire son économie de marché directement sur la base d'Internet (Source GEAB/LEAP 2020).

Artprice, en tant que Leader mondial de l'information sur le Marché de l'Art, se devait d'être au cœur de son marché. Pour rappel, la France pesait 4% du Marché de l'Art mondial pour 2018.

Selon Artron, seule l'expertise économétrique d'Artprice (associée à Artron) va pouvoir donner une fluidité extraordinaire au Marché de l'Art en Chine sur les différentes provinces et régions autonomes pour ainsi satisfaire les autorités fiscales, administratives et douanières.

Cette demande, d'après Artron et son Président Wan Jie, est colossale et seul un tiers certificateur comme Artprice, Leader mondial de l'Information sur le Marché de l'Art, faisant autorité dans le monde, peut la satisfaire en toute légitimité pour le calcul de l'assiette fiscale.

Pour information, les provinces de Chine sont la plus haute division administrative en République Populaire de Chine. Il existe trente-quatre divisions de cette sorte, réparties en vingt-trois provinces, quatre municipalités, cinq régions autonomes et deux régions administratives spéciales.

Les abonnements Artprice vendus en exclusivité par Artron en Chine peuvent ainsi toucher directement le cœur de cible et le client final. De même, Artprice est accessible via la home page d'Artron.Net et sur tous les réseaux sociaux chinois où Artron est omniprésent.

Compte tenu du changement radical de périmètre attendu, Artprice s'orientera naturellement, par rapport à son projet d'IPO, vers une introduction de sa filiale artmarket.com avec sa Place de Mar-

ché Normalisée®, sur une place Boursière Chinoise (Shanghai, Hong Kong, Shenzhen...) et non sur un marché anglo-saxon comme initialement prévu.

La patience en 2019 est la clé de la vraie réussite, notamment pour être au cœur de son Marché. La Grande Asie représentera 70% du CA mondial du Marché de l'Art.

La grande Asie amène en plus l'assurance d'une croissance à 2 chiffres pour une bonne décennie, ce n'est pas pour rien que l'Amérique délaisse depuis 10 ans l'Europe pour la zone Asie Pacifique.

Il faut préciser que la Place de Marché Normalisée® d'Artprice, proposant actuellement plus de 60 000 œuvres en ligne, pourrait devenir la plus grande Place de Marché Normalisée au Monde, incluant sa Blockchain dont Artprice est l'unique déposant en brevet logiciel par son antériorité car Artron fournira à terme à la Place de Marché Artprice plusieurs dizaines de millions de nouvelles œuvres en ligne, engendrant donc un véritable choc pour le Marché de l'Art mondial par le montant global des œuvres en ligne, soit une valorisation d'Artmarket.com potentiellement très élevée.

Le Président fondateur d'Artron, Wan Jie, a tout de suite saisi la pertinence et la force incontestable des DNS artmarket.com .net et .org qui absorbent le plus légalement des millions de requêtes/mois sur la demande générique « Art Market » sur Google.com.

Artmarket.com .net et .org sont donc l'atout maître sur Internet pour capter le Marché de l'Art Mondial.

Artmarket.com est Numéro 1 sur 1,82 milliard de résultats sur Google.com (toutes langues), constat d'Huissier du 05/11/2018 (SCP Pons-Mergui), pour pénétrer l'Occident et pousser par Artprice les 1,2 million d'artistes contemporains chinois et leurs dizaines de millions d'œuvres déjà hébergés par Artron.

De plus, cette appellation est le titre universel depuis 45 ans que reprennent à 100% tous les journaux économiques financiers et artistiques pour parler du Marché de l'Art comme le Wall Street Journal, Financial Times, The New York Times, The Art Newspaper, The Guardian, etc.

Concernant l'historique conséquent de la construction des relations entre Artprice, Artron Group et sa filiale AMMA (Art Market Monitor by Artron) et les conséquences économiques, il faut se référer aux documents de référence d'Artprice et notamment au document de référence 2017 déposé auprès de l'AMF le 1er Juin 2018, en application du règlement général, notamment l'article 212-13, ainsi qu'aux communiqués sur le site homologué de l'AMF : Actusnews.

Artprice et Cision (PR Newswire) donnent naissance à la Première Agence de Presse mondiale dédiée au Marché de l'Art le 01 janvier 2019.

thierry Ehrmann, Fondateur et PDG d'Artprice : "Pour de multiples raisons, l'année 2019 se présente sous les meilleurs auspices pour Artprice et ses fidèles actionnaires depuis 21 ans."

Dès le 1er janvier 2019, Artprice et Cision ont donné ainsi naissance à la première agence de presse dédiée à l'information sur le Marché de l'Art : Art Press Agency ® dont Artprice est le Leader mondial.

Depuis 120 ans Cision (PR Newswire) a bâti peu à peu un réseau mondial de diffusion d'informations, reconnu par plus de 100 000 clients notoirement connus sur les marchés financiers.

Cision est le Leader mondial du logiciel de RP & Influence et de la recherche média.

Avec ses bases de données ultra-qualifiées de 1.6 million de journalistes et de médias, Cision diffuse, sur l'ensemble des 5 continents, sans aucune exception, une information qualitative et exhaustive.

Artprice se félicite de bénéficier depuis quelques semaines du réseau de presse numérique et analogique le plus puissant au monde sur 1.8 milliard de personnes touchées de manière continue.

En effet, un partenariat exceptionnel a été conclu avec le Leader mondial du fil d'informations et des méta-bases de données d'influenceurs économiques qu'est Cision.

Lire le communiqué officiel de Cision cotée au NYSE CISON « Artprice and Cision Enter Distribution Partnership » disponible à l'adresse :

<https://www.prnewswire.com/news-releases/artprice-and-cision-enter-distribution-partnership-300770437.html>

Ainsi, Artprice diffuse en continu, depuis le 1^{er} janvier 2019, des actualités et informations pertinentes sur le Marché de l'Art avec le fil d'informations Cision.

Le fil d'informations Cision distribue l'ensemble des indices uniques au monde d'Artprice : Artprice100®, Artprice Global Index®, AMCI®, etc... Diffusés en temps réel par les réseaux électroniques de Cision, notamment en salles des marchés.

Artprice renforce ainsi de manière incontestable sa position de Leader mondial de l'Information sur le Marché de l'Art, sur plus de 1.8 milliard de personnes ciblées sur les 5 continents représentant 90% du PIB de la planète.

Grâce à cette diffusion massive, Artprice distribue son savoir unique sur le Marché de l'Art, sensibilisant sans aucun doute de nouveaux amateurs, collectionneurs et professionnels de l'Art, dont la situation géographique était jusque-là un obstacle en matière de rentabilité pour la propagation de la marque Artprice et de ses banques de données.

Cet obstacle est désormais annihilé permettant ainsi à Artprice d'être la référence globale du Marché de l'Art.

Le terme "Glocal" vient de la contraction de deux mots : Global et Local. C'est une stratégie entre le marketing dit "global" et le marketing dit "local", c'est-à-dire pour un groupe d'avoir une stratégie mondiale mais la mettre en œuvre en ayant des relais locaux.

Une expression illustre ce principe : "Think global, act local".

Artprice est le Leader mondial global mais des poches économiques locales subsistaient.

Non seulement Artprice, depuis le 1^{er} Janvier 2019, par son fidèle associé institutionnel Artron, irrigue les 34 divisions / provinces de la République Populaire de Chine de ses banques de données payantes, mais aussi ajoute en même temps Cision grâce auquel aucun territoire, quel que soit le continent, n'échappera à Artprice.

Artprice devient donc à cet instant incontournable au niveau mondial, dès qu'il s'agit de parler de Marché de l'Art / Art Market, via Cision et son réseau de distribution de communiqués le plus vaste et le plus fiable du secteur, en identifiant notamment les influenceurs clés, pour former la première agence de presse mondiale dédiée au Marché de l'Art : Art Press Agency ® et Artmarket.com ®. Elles sont toutes deux propriétés d'Artprice.

Quatre mois après son lancement, Artprice peut, d'ores et déjà en ce début avril 2019, analyser et mesurer les premières retombées.

Elles sont spectaculaires de par la couverture géographique de ce réseau mondial qui touche l'intégralité des continents avec une diffusion multilingue.

En effet, grâce à ce partenariat stratégique, Artprice bénéficie désormais de langues supplémentaires sur lesquelles sont diffusés quotidiennement ses communiqués, alors qu'avant 2019, ces langues onéreuses et complexes (telles que le japonais) n'étaient réservées qu'aux trois rapports annuels majeurs sur le Marché de l'Art d'Artprice.

À ce titre, le Japon est en ligne de mire cette année pour Artprice qui sera régulièrement présente dans l'archipel, en commençant en mars par Art Fair Tokyo 2019.

De même, Artprice est désormais présente en continu depuis le 1er janvier 2019 sur les écrans de Bloomberg et Reuters ainsi qu'auprès des grandes agences de presse telles que APA, Belga, AFP, BPA, PA, AdnKronos, ANP, Europa SDAAP, CNW, AAP, PRN Asia, Kyodo ainsi que les portails généralistes et financiers type Yahoo Finance.

Ce puissant réseau inclut aussi la diffusion nominative à une sélection de journalistes dans le monde, la viralisation en syndication de contenus, le rayonnement sur le réseau social de journalistes (PRNJ).

La distribution sur le Proche et Moyen-Orient, avec les États du Golfe et du Levant, la Russie, le Japon, l'Australie, l'Afrique du Sud, les pays de l'Ex-Union Soviétique ainsi qu'une vingtaine de pays, micro-états et principautés échappaient en partie à Artprice car il n'existait pas, ou très peu, de journaux artistiques, papier ou numérique ou de presse généraliste/économique traitant du marché de l'Art. De même, les acteurs du Marché de l'Art ne présentaient pas de visibilité sur les réseaux d'art internationaux.

Pour autant, les 90 millions d'amateurs, collectionneurs, institutionnels et professionnels de l'art ne sont pas concentrés seulement sur les hotspots du Marché de l'Art comme New York, Londres, Beijing, Shanghai, Hong Kong, Paris etc ...

Historiquement, le Marché de l'Art est présent dans l'ensemble des pays, quels que soient le PIB, le nombre d'habitants ou le système économique en vigueur.

Artprice considérait auparavant que le coût de pénétration et la difficulté de saisir l'étroit sommet de la pyramide à très haut pouvoir d'achat sur près d'une cinquantaine de pays exotiques, micro-états et principautés, était trop onéreux et incertain.

Grâce à ce partenariat stratégique, ces 50 pays, micro-états et principautés sont désormais accessibles et immédiatement rentables.

Le vaste réseau d'influenceurs des bases de données Cision s'avère très bénéfique pour Artprice car ces influenceurs, plus que quiconque, ont parfaitement compris la mutation du Marché de l'Art en marché efficient, très proche des marchés financiers grâce aux données et indices propriétaires d'Artprice.

Cette intrusion dans le monde feutré des grands décideurs et stratèges permet à Artprice d'atteindre des sphères de pouvoir dans le monde entier.

Les résultats sont là car Artprice constate, avec à peine un mois de recul, des requêtes personnalisées sur ses indices, des demandes d'accords de partenariats, des achats d'abonnements provenant de pays qui jusqu'à présent étaient des zones blanches pour Artprice.

Avec l'arrivée de la 5G+ en Europe et aux USA en 2019, le modèle d'Artprice (Kiosque payant) s'affirme gagnant sur le modèle gratuit.

En effet, toute la R&D, le développement et le marketing d'Artprice sont focalisés sur l'Internet Mobile qui désormais est de l'ordre de 90% en consultation de la part des clients et membres d'Artprice.

En 2019, c'est plus de 5,4 milliards d'internautes mobiles qui pourront potentiellement se connecter à Artprice.

Avec l'arrivée de la 5G+ en Europe et aux USA (la 5G est en Asie depuis fin 2017), les principaux opérateurs télécoms, 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 3G ou 4G simple.

Ainsi, il est prévu, dans le cadre d'une fonction kiosque 5G et 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 et/ou Internet.

De même, le mode payant qu'a toujours privilégié Artprice est désormais accepté par les consommateurs de par le confort technologique et la qualité de service que leur proposent les opérateurs télécom qui eux-mêmes sont les grands gagnants en prenant une marge de 15 à 20% sur la facturation du contenu au client télécom, avec une réversion de 70 à 85% à l'émetteur primaire comme Artprice.

Artprice, par son nouveau moteur de recherche Artprice Search®, a permis de prendre définitivement l'ascendant sur toute concurrence potentielle car il permet des recherches qualitatives sur la base de données Artprice qui est la plus exhaustive au monde avec plus de 700 000 artistes référencés, 126 millions d'œuvres et 30 millions de cotes et indices. Il est facile de comprendre que le professionnel, le collectionneur ou l'amateur d'art est plus attiré par une base de données mise à jour en temps réel, qui est la plus complète du monde. Un nombre croissant d'acteurs du Marché de l'Art ne cessent de rejoindre Artprice.

Pour information, Artprice, tant par son document d'IPO de 1999 que par ses multiples communiqués depuis 2008, a intégré bien avant tous les acteurs, un Big Data extrêmement puissant de 18 milliards de logs analysés par an, confirmant ainsi sa place de premier industriel générateur de "first party data" sur le Marché de l'Art où il n'a aucun concurrent. Son côté précurseur avec ses ingénieurs data scientists lui permet, grâce à une actualité brûlante, d'avoir une méthode d'approche de valorisation donnée en début de semaine par l'acquisition d'Epsilon par Publicis Groupe pour un montant de 4,4 milliards de dollars, dont on remarque un patrimoine d'actifs incorporels très similaires à Artprice, en l'occurrence le Big Data sur un "niche market" (Cf. Les Echos / Le Figaro).

Mutation du Marché de l'Art qui s'accélère en 2019

La mutation du Marché de l'Art passe aussi par l'industrie muséale qui est devenue une réalité économique mondiale au XXIème siècle. En effet, il s'est construit plus de Musées entre 2000 et 2014 que durant les XIXème et XXème siècles réunis, soit 700 nouveaux musées par an.

Pour 2019, on en dénombre plus de 750. Cette industrie dévoreuse de pièces muséales est l'un des facteurs primordiaux de la croissance spectaculaire du Marché de l'Art. Elle est désormais mature et liquide.

Le Marché de l'Art est devenu un marché efficient, historique, mondial et dont la capacité à résister aux crises économiques et géopolitiques n'est plus à démontrer. Il surperforme depuis 19 ans les principaux marchés de placement de manière incontestable.

Par ailleurs, afin de répondre à des demandes de plus en plus nombreuses vers des placements alternatifs performants, Artprice a créé et lancé, pour la finance et les investisseurs, son indice Artprice100® constitué des « Blue chips » du Marché de l'Art.

La création de l'indice Artprice100® répond en effet à la demande incessante des clients d'Artprice, principalement les établissements financiers et bancaires, notamment le Private Banking et la Ges-

tion de Patrimoine qui désire un produit indicé fiable et pérenne ne nécessitant pas par son utilisateur une connaissance particulière du Marché de l'Art.

Avec l'Artprice100®, le Marché de l'Art - considéré unanimement aujourd'hui comme une alternative aux placements financiers traditionnels - possède désormais un indice de référence comparable aux principaux indices boursiers de la planète : S&P 500, FTSE 100, CAC 40, DAX, NIKKEI 225, etc... Sa composition s'inspire du principe général de construction de ces indices : il se concentre sur les artistes fondamentaux du Marché de l'Art et tient compte de leur importance relative.

Sur 18 années, l'Artprice100® affiche une progression de +360 %, soit un rendement annuel moyen de +8,9 % face aux taux négatifs ou proche de zéro du loyer de l'argent qui laminent les épargnants.

Cette accélération à l'échelle mondiale de l'engouement vers le Marché de l'Art ne peut que profiter à Artprice qui fournit l'information indispensable pour intervenir avec pertinence sur ce marché historique et si particulier, en tant que Leader mondial, avec notamment les aides à la décision, outils exclusifs développés par la R&D d'Artprice, qui donnent aux clients d'Artprice une information précieuse contre laquelle personne ne peut rivaliser.

En tant qu'acteur historique de l'économie numérique, Artprice a su très tôt imposer sa présence et sa communication sur les réseaux sociaux, percevant en amont la prépondérance que prendraient ces vecteurs transversaux de communication dans le marketing du XXIe siècle.

Objectif réussi pour Artprice qui est, selon les chiffres officiels Facebook, n°1 mondial sur les pages officielles Facebook qui traitent de l'information sur le Marché de l'Art avec plus de 4,1 millions d'abonnés.

Pari difficile mais incontestablement gagné alors que de nombreux groupes du S&P 500 ont échoué malgré des investissements colossaux.

Cette culture numérique a permis à Artprice de voir croître, tant qualitativement que quantitativement, son audience. Artprice qui possède 4,1 millions d'abonnés, vise en 2019 le palier des 5 millions d'abonnés sur sa page officielle Facebook, tandis que celle de son siège social Musée d'Art Contemporain gérant La Demeure du Chaos / Abode of Chaos (dixit The New York Times), a très nettement franchi ce cap (3,6 millions d'abonnés).

L'alchimie née du croisement de ces deux entités ne peut que profiter au rayonnement et à l'empreinte numérique mondiale d'Artprice, captant, de ce fait, inéluctablement de nouveaux clients. C'est bien 7,6 millions d'abonnés Facebook mondiaux sur lesquels Artprice peut compter.

Le Siège social d'Artprice au cœur du Musée d'Art Contemporain L'Organe, gérant La Demeure du Chaos / Abode of Chaos, bénéficie de retombées mondiales exceptionnelles avec plus de 3 600 médias.

Depuis 1999, le Groupe Artprice, Leader mondial de l'information sur le Marché de l'Art, a pour siège social le célèbre Musée d'Art Contemporain L'Organe, ayant en gestion exclusive La Demeure du Chaos / Abode of Chaos (dixit The New York Times), qui est aussi une résidence d'artistes et d'écrivains.

La Demeure du Chaos est formée par un corpus de 6 300 œuvres, sculptures monumentales, peintures, gravures, installations qui se nomment « La Demeure du Chaos / Abode of Chaos », sur un

domaine de 9 000 m² et produites par son auteur unique thierry Ehrmann, Président Fondateur d'Artprice.

Elle est devenue aujourd'hui, avec plus de 3 600 reportages de presse écrite et audiovisuelle de 72 pays, en 20 ans, une Œuvre et une "Factory" incontournable et unique dans le monde, selon la presse internationale. C'est un Musée d'Art Contemporain à ciel ouvert siège social d'Artprice dont l'entrée est libre et gratuite, qui présente plus de 6 300 œuvres, où convergent chaque année désormais plus de 180 000 visiteurs.

De multiples opérations de communication sur le siège social d'Artprice, au cœur du Musée d'Art Contemporain l'Organe, permettent désormais une très bonne pénétration dans le milieu des galeries et marchands (75% de nos clients professionnels) qui ne voyaient en Artprice qu'une société puissante avec une vision froide et financière sur le Marché de l'Art sans partage de valeurs communes. Désormais, Artprice a inversé définitivement chez ses clients dans le monde le cours de l'Histoire avec son siège social.

Cette clientèle vitale pour le Groupe a revu sa position du fait qu'Artprice ait établi son siège social au cœur du Musée d'Art Contemporain L'Organe et que les clients d'Artprice peuvent constater par Internet ou de visu que 100 % des salariés d'Artprice évoluent au cœur-même de leurs bureaux, parmi des milliers d'œuvres d'art, créées par un unique auteur qui est thierry Ehrmann, sculpteur-plasticien depuis 37 ans mais aussi Fondateur et PDG d'Artprice.

Les retombées presse du Musée d'Art Contemporain et siège social se chiffrent chaque année au profit d'Artprice à plusieurs millions d'euros dans le monde, en se basant sur les grilles tarifaires de publicités, en sachant bien que les impacts sont issus d'articles rédactionnels et donc ont un taux de pénétration très supérieur aux espaces publicitaires retenus comme modes de calculs.

Pour simple exemple en 2018, le reportage d'Antoine de Caunes dont la renommée n'est plus à faire, pour le groupe Canal Plus (diffusion en prime time) sur le siège social d'Artprice qui est le célèbre Musée d'Art Contemporain L'Organe, ayant en gestion exclusive La Demeure du Chaos / Abode of Chaos, vient de dépasser en avril 2019 les 28 millions de vues sur Facebook et Twitter, cette vidéo est un record absolu pour un reportage de ce type en Europe. (Constats 2018, 2019 Maître PONS).

Meilleure notation française de Google sur les Musées d'Art Contemporain français.

De même, le célèbre Musée d'Art Contemporain L'Organe, ayant en gestion exclusive La Demeure du Chaos / Abode of Chaos atteint 3,6 millions d'abonnés sur Facebook.

Sur Google, il possède la meilleure note en visiteurs Google sur les musées d'Art en France avec 4,6/5 de notation. Pour information, le Centre Pompidou est à 4,4/5 la Fondation Cartier à 4,4/5, le Palais de Tokyo à 4,4/5, le Musée d'Art Contemporain de Lyon 4,2/5, la Fondation Lambert 4,3/5, le Musée d'art moderne et contemporain de St Etienne 4,2/5, la Fondation Maeght 4,5/5, Le Magasin Grenoble 4,1/5, Les Abattoirs de Toulouse 4,1/5, Le Musée d'Art Moderne et d'Art Contemporain de Nice 4,1/5, Le Consortium à Dijon 4,3/5 et Le Musée d'Art Contemporain de Marseille 4,0/5. De plus, il faut préciser que le nombre moyen d'avis visiteurs de ces 12 musées d'art contemporain est très inférieur au nombre d'avis propres au Musée d'Art Contemporain L'Organe.

Ce chiffre est très impressionnant sur une étude comparative des Musées d'Art Contemporain en France car il reflète exclusivement l'opinion des visiteurs sans que le Musée d'Art puisse intervenir auprès de Google qui refuse toutes démarches en ce sens.

Artprice utilise donc à l'infini, de manière constante et permanente, les images, vidéos, textes, reportages de presse écrite et audiovisuelle du Musée d'Art Contemporain pour son marketing mondial et pages Internet, ses réseaux sociaux, ses plaquettes de communication institutionnelle, l'inté-

gratité de ses communiqués financiers incluant un tiers de ces documents dans la rubrique informations « À propos d'Artprice » à usage principal d'un droit de reproduction exclusif lui donnant ainsi une visibilité dix fois supérieure à l'histoire-même d'Artprice.

La banque de données images du Musée L'Organe a atteint les 39 millions de vues sur Flickr (constat huissier 27/03/2018 Maître PONS). Elle permet à Artprice de puiser de manière illimitée sur ces 70 000 photos et 5 000 vidéos, dont certaines atteignent plusieurs millions de vues du siège social sans avoir besoin de traduire.

La Demeure du Chaos / Abode of Chaos, 1er musée privé d'art contemporain en Rhône-Alpes avec 180 000 visiteurs/an, est un ERP géré par le Musée l'Organe où Artprice (Leader mondial de l'information sur le Marché de l'Art) et ses filiales ont établi volontairement leur siège social, par la démarche philosophique qui les implique.

En effet, à la lecture des pages 474 à 489 de l'Opus IX bilingue de la Demeure du Chaos, le lecteur de l'information réglementée pourra aisément comprendre l'Alchimie entre Artprice, Groupe Serveur et le Musée l'Organe. Pour information, cet ouvrage bilingue est également consultable gratuitement en ligne en format PDF ainsi que sur le Issuu où il a été téléchargé 37 millions de fois (constat d'Huissiers étude Mamet Pons) :

<http://blog.ehrmann.org/pdf/demeureduchaos-abodeofchaos-opus-IX-2013.pdf>

<https://issuu.com/demeureduchaos/docs/demeureduchaos-abodeofchaos-opus-ix-1999-2013>

Les plus grands journaux d'art dans le monde définissent le Musée d'Art contemporain l'Organe gérant La Demeure du Chaos comme un corpus unique au monde d'œuvres qui s'inscrit dans l'histoire de l'art comme l'œuvre majeure du début de notre 21ème siècle (cf revue de presse, notamment le n° spécial du journal « The New York Times »).

Elle est également présente dans le monde des idées. Elle a en effet engendré, depuis 20 ans dans le monde, des expositions, des débats, des dizaines de livres, des longs métrages de réalisateurs célèbres, des thèses, des recherches, des résonances sur les différents continents.

Elle a fait l'objet de travaux parlementaires pour modifier la réglementation des œuvres d'art au regard de l'urbanisme, par décision du 7 juillet 2016, article 1er, la liberté de création pour les artistes est libre.

La Demeure du Chaos a distribué gratuitement, depuis son ouverture au public il y a 13 ans, aux 2,15 millions de visiteurs, un catalogue d'exposition de 144 pages dans lequel une partie conséquente laisse place à Artprice venant renforcer l'intérêt du visiteur dont un nombre conséquent vient spontanément confier être client et/ou actionnaire d'Artprice.

De même, plus de 25 % des visiteurs, français ou étrangers, sont soit des amateurs et collectionneurs d'art ou des professionnels de l'art (galeristes, marchands, experts, institutionnels, historiens d'art, critiques d'art, commissaires-priseurs ...) qui sont clients d'Artprice et qui félicitent ce dernier lors de leur visite pour l'alchimie parfaite du Musée d'Art Contemporain L'Organe qui est le siège social d'Artprice.

L'exemple de cette alchimie, parmi de très nombreux autres médias, est la chaîne franco-allemande Arte, la référence absolue en matière d'art en Europe et aux USA, qui ne s'est pas trompée. Elle a réalisé une trentaine de productions depuis 3 ans où sont intimement liées Artprice et le Musée d'Art Contemporain L'Organe, dans lesquelles thierry Ehrmann apparaît en tant que PDG d'Artprice, historien de l'art et artiste plasticien.

Ces séries d'Arte France/Allemagne, qui veulent avoir une approche pédagogique, ont signé sur plusieurs années consécutives la reconduction de ces tournages car elles considèrent que cet équilibre

entre les deux parties donne une notion d'excellence à la chaîne Arte dont les critères en matière de pertinence et de qualité sont d'un très haut niveau. De même, Arte produit des documentaires avec de manière régulière l'intervention d'Artprice et du Musée d'Art Contemporain La Demeure du Chaos / Abode of Chaos. Par exemple, le réalisateur Jean-Michel CARRÉ, pour son documentaire « Chine, 1 million d'artistes », a pris thierry Ehrmann, en sa qualité d'artiste-plasticien et Artprice, comme unique intervenant occidental dans un film de 52 minutes.

Copyright 1987-2019 thierry Ehrmann www.artprice.com

Au sujet d'Artron :

Artprice couvre le monde entier et notamment la Chine avec son fidèle partenaire institutionnel Artron Art Group (Artron) fondé en 1993 et présidé par son Fondateur Mr Wan Jie qui est le plus grand imprimeur de livres d'art au monde, avec plus de 60 000 livres et catalogues de ventes aux enchères et un volume de publications total de 300 millions par an.

Artron.Net est la marque la plus respectée du monde de l'art chinois. Artron.Net compte plus de 3 millions de membres professionnels dans le secteur des arts et 15 millions de visites quotidiennes en moyenne, ce qui en fait le premier site Web d'art mondial.

A propos d'Artprice :

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

Découvrir Artprice en vidéo : <https://fr.artprice.com/video>

Artprice fut fondée en 1997 par thierry Ehrmann qui est son PDG. Artprice est auto-contrôlée par le Groupe Serveur créé en 1987. Voir biographie certifiée de Who's who © :

<https://imgpublic.artprice.com/img/wp/sites/11/2019/03/2019-bio-whoswho-thierry-ehrmann.pdf>

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 700 000 Artistes. Artprice Images® permet un accès illimité au plus grand fonds du Marché de l'Art au monde, bibliothèque constituée de 126 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 6300 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 4,5 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 oeuvres 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, labellisée par le BPI pour la deuxième fois en novembre 2018, développe son projet de Blockchain sur le Marché de l'Art.

Le Rapport Annuel Artprice du Marché de l'Art mondial 2018 publié en mars 2019 :

<https://fr.artprice.com/artprice-reports/le-marche-de-lart-en-2018>

Le Rapport du Marché de l'Art Contemporain 2018 d'Artprice :

<https://fr.artprice.com/artprice-reports/le-marche-de-lart-contemporain-2018>

Sommaire des communiqués d'Artprice :

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

<https://twitter.com/artpricedotcom>

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

<https://www.facebook.com/artpricedotcom> 4 millions d'abonnés

<https://twitter.com/artpricedotcom> & <https://twitter.com/artmarketdotcom>

<http://artmarketinsight.wordpress.com/>

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 dicit The New York Times / La Demeure du Chaos: <https://issuu.com/demeureduchaos/docs/demeureduchaos-abodeofchaos-opus-ix-1999-2013>

<https://vimeo.com/124643720>

Musée d'Art Contemporain siège social d'Artprice :

<https://www.facebook.com/la.demeure.du.chaos.theabodeofchaos999>

(3,6 millions d'abonnés)

Contact ir@artprice.com