

Position et analyse d'Artprice sur la version originale de l'étude "Pour qui sonne le glas, la mort de Christie's et Sotheby's" par Artemundi Global Fund

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 (C.F. 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 fidèles 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 principale, Artprice communique en intégralité le texte original anglais d'Artemundi Global Fund qui est plus développé que la traduction d'Artemundi Global fund de son texte en Français sur la mort des maisons de ventes :

<http://www.artemundigroup.com/2012/10/for-whom-the-bell-tolls-the-death-of-christies-and-sothebys/> <http://www.artemundigroup.com>

"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'enranger 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.

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 Artemundi globalfund)"

Original Version in English "FOR WHOM THE BELL TOLLS: THE DEATH OF CHRISTIE'S AND SOTHEBY'S

Progress finally has caught up with the major art auction houses. Consider this carefully. You are reading that Christie's and Sotheby's death sentence is about to be carried out. It is time for the art industry to either be ready for the future or be left behind? The concept of selling art at auction houses is an anachronism that has been held up by the traditions of art sales that have supported old forms and stodgy protocols for how to connect buyers and sellers.

The technology revolution is pretty much decimating every storied seller in every industry and the art auction houses are not immune to the revolution. It was inevitable. The auction

house, a middleman that earns commissions that average 25 percent, has marked its own grave through its inefficiency. Just as fast the internet destroyed newspapers, the auction houses soon will be relegated to a footnote in the annals of history where the list of businesses that have died due to poor business judgment grows larger by the second.

For some, it is an incredible assertion that auction houses are dead when Sotheby's and Christie's have had recent record sales, but those who question these facts have not looked carefully at global auctions. While on its face, during the past five years gross auction market sales have been steady in terms of gross sales, closer scrutiny shows that the market has been buoyed by sales at the top 1 percent of the market which are not sustainable over time. To put this in perspective consider that in 2007 the global auction market reached its peak at \$31.2 billion dollars while sales in 2011 were \$29.9 billion dollars. The recent numbers, however, are misleading because of record prices such as Giacometti's *L'Homme qui marche* at \$104 million dollars and Munch's *The Scream* at \$119.9 million. It is probable that in a healthier economic environment these prices would have not been achieved. In the art jargon, the Giacometti and Munch pieces are called objects of passion, which are "trophies" purchased by the super rich. According to Art Price, 58 percent of the total auction market revenue in 2011 came from 1% of all lots, i.e., the over inflated trophy art sales. Record prices for these trophy pieces certainly do not reflect the general market. For example, according to Clare McAndrew, of the 36.8 million art transactions in 2011 only 1,680 lots were valued over \$1 million dollars. The bottomline is that the amount of auction market sales are misleading.

The simple fact is that auction houses have onerous overhead, which they are afraid to shed. You cannot blame them, but they have marked their own graves. Theirs is a fate that they can neither avoid nor, as their actions show, wish to avoid. You do not need to be Nostradamus to predict the future the art world. It is happening as this article is being written. Art funds are growing in value and in number. What began as an investment experiment in the late 70s has now been accepted as an institutionalized investment vehicle. Moreover, art funds have the resources to attract highly valued art portfolios and to form synergies with all the players of the art market, while auction houses are stepping on everybody's toes.

Internet sales are changing the infrastructure of the market; in the last couple of years they have had a slow but steady growth. On average 5% of the auction bidding and 10% of dealer sales are done online. Furthermore, internet has increased the amount of information available to the public creating a more transparent and competitive environment.

Ask the auction houses this question: Why do we need you? What are you doing for me? The answer is increasing irrelevant as the auction houses try to hold onto a position that already has been rendered irrelevant. This means the auction houses are blinded by self-preservation and cannot be trusted when asked to evaluate your artworks because they have such a high stake in the art that is being sold.

1994 work in Sears a guy in college tells you're going out of business ... The next great seller of electronics will not have a store. Will not have been in bunnies as of the last 200 years and will have a corporation with 200 Ivy league graduates. Yet that is exactly what will happen.

So what is the future? The traditional brick and mortar auction houses are dead; it is not a matter of if, but just how soon. Auction houses are an anachronism born of an age before the internet and proficient computer users. In the past, an auction house was an important location to connect a buyer and a seller. It was a place where accurate and real market prices

were set. A seller was willing to pay a premium because there were limited means to reach buyers. But those days are gone. The auction house is an expensive middle man that has become an unnecessary transaction cost. The future is an art exchange with lower overhead where commissions will almost be zero. It will look more like the New York Stock Exchange than Ebay or Amazon, but there is no doubt that the art market already has moved in this direction. Paintings will arrive in a centralized location, be catalogued and inspected by experts, and then sales will be conducted. Javier Lumbreras"

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:

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.

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