

**Artprice.com Résultats 2008 :**  
**Progression du RN de 467% et CA +9% et perspectives 2009**

L'exercice 2008, pour les comptes consolidés, est marqué par une forte progression du résultat net de 467% qui s'élève à 960 kEuros contre 171 kEuros au 31/12/2007 et du résultat opérationnel en augmentation de 319% sur 2008 soit 850 kEuros contre 203 kEuros en 2007.

Au 31/12/2008, pour les comptes sociaux, Artprice dégage un résultat bénéficiaire en très forte hausse à 551 KE contre – 42 KE au 31/12/2007, avec un résultat d'exploitation de 930 KE.

Les capitaux propres s'améliorent à 12 618 kEuros contre 11 958 kEuros. Ces résultats confirment la maîtrise des coûts d'exploitation. Artprice, en 12 ans, a mis en place l'ensemble des process industriels permettant de limiter l'effectif à une moyenne de 41 personnes en 2009 pour un groupe où les charges, incluant Artprice Images® demeurent inchangées jusqu'à 30 ME de CA. Artprice n'a aucun emprunt obligataire, une dette bancaire nulle et dispose d'une trésorerie conséquente. Le chiffre d'affaires s'est élevé à 5 689 kEuros contre 5 238 kEuros pour l'exercice précédent soit une progression de 9 %.

Le rapport financier annuel 2008, le rapport spécial du président sur le contrôle interne, le rapport des commissaires aux comptes sur le rapport spécial du président sur le contrôle interne et le tableau des honoraires des commissaires aux comptes pour l'exercice 2008 est disponible à l'adresse suivante :

[http://serveur.serveur.com/Press\\_Release/2009\\_pdf/Arprice-Rapport-Financier-Annuel-2008.pdf](http://serveur.serveur.com/Press_Release/2009_pdf/Arprice-Rapport-Financier-Annuel-2008.pdf)

<http://www.actusnews.com>

Ce résultat est obtenu alors que les dépenses importantes engagées au cours de l'exercice pour le lancement de la nouvelle banque de données, Artprice Images® a été maintenue intégralement en charges (postes de charges de personnel et charges externes) et impacte donc les comptes de l'exercice 2008. Ces charges exceptionnelles, ayant permis de multiplier par un facteur 45 le volume des banques de données d'Artprice, prennent fin dans leur majorité sur le premier semestre 2009.

Artprice, afin d'accroître sa masse d'abonnés, compte-tenu de la pire crise financière et économique que le monde a connu depuis 1945 (Sources : FMI, OCDE...) a persisté toute l'année 2008, en partenariat avec Paypal et les opérateurs bancaires, à proposer des abonnements mensuels à durée indéterminée. Cette option marketing améliore fortement les taux de renouvellement de ses clients. Le chiffre d'affaires de l'année 2008 en croissance de 9% par rapport à l'année 2007 prend en compte le modèle de quasi gratuité mis en place spécifiquement pour la place de marché normalisée afin d'absorber progressivement le marché mondial des ventes de gré à gré ainsi que l'impact de l'abonnement payé mensuellement.

### **Perspectives 2009**

Face à la crise du marché de l'art, Artprice constate depuis mi 2008 avec une tendance renforcée début 2009 une progression extrêmement importante du nombre d'oeuvres mises en vente sur sa place de marché normalisée, avec une accélération des achats-ventes. L'analyse fait ressortir que la durée moyenne de mise en vente d'une oeuvre est de plus en plus courte. Certaines oeuvres d'art n'excèdent pas quelques heures de mise en ligne, traduisant ainsi un rapprochement immédiat de l'offre et de la demande.

On peut logiquement considérer que la crise du marché de l'art est une opportunité de forte croissance pour la place de marché Artprice. En effet, l'histoire du marché de l'art comme tous les marchés tend naturellement à privilégier le circuit le plus rapide, le moins coûteux en terme de frais, le plus liquide et celui qui permet de trouver un prix de marché en temps réel avec une masse critique d'intervenants. La place de marché normalisée d'Artprice répond exactement à ces quatre points. Artprice avec son modèle de quasi-gratuité pour sa place de marché absorbe ainsi plus rapidement que prévu le marché mondial des ventes de gré à gré.

Le modèle de la place de marché normalisée d'Artprice (protégée au titre de la propriété intellectuelle) est désormais éprouvé et validé par le marché de l'Art notamment en période de crise majeure. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : selon le rapport d'activité 2005 du "Conseil des ventes volontaires de meubles aux enchères publiques", l'offre sur Artprice était de 1,3 milliard d'euros d'oeuvres d'art. En 2006, l'offre était de 2,7 milliards d'euros d'oeuvres d'art. En 2007, l'offre était de 4,32 milliards d'euros d'oeuvres d'art. Pour 2008, Artprice confirme avoir dépassé un volume proche des 5,4 milliards d'euros d'oeuvres d'art avec un taux de vente estimé de l'ordre du tiers sur lesquelles Artprice n'est pas encore commissionnée ; pour autant, cette très forte croissance du flux d'oeuvres d'art n'est pas génératrice de charges nouvelles et n'impactera d'aucune manière le résultat 2009.

Dans ce contexte de crise mondiale, Artprice plus que quiconque dispose de tous les atouts pour offrir aux maisons de ventes leurs migrations intégrales sur Internet en accélérant leurs ventes et en effondrant les frais acheteurs/vendeurs. Artprice est donc prêt aux enchères en ligne conformément aux directives sur la réforme des ventes aux enchères en Europe où le calendrier de mise en conformité (au plus tard le 28/12/2009) est accélérée à la demande des autorités de tutelle française et de l'ensemble des acteurs du marché en Europe, compte tenue de la crise mondiale.

Pour analyser la position française, il est nécessaire de lire les conclusions de l'Autorité de régulation des ventes volontaires aux enchères publiques (l'Autorité de régulation qui est dénommée Conseil des Ventes Volontaires, ou C.V.V., est l'équivalent de l'A.M.F. pour le marché de l'art) dans son rapport publié à la Documentation Française.

Le C.V.V. déclare dans ses conclusions en recommandation : "la directive services est un effet d'aubaine qu'on ne retrouvera pas de sitôt pour réformer en profondeur le régime de la loi de 2000" sur la première réforme des ventes aux enchères. Toujours d'après le Conseil des Ventes Volontaires, "ce serait une erreur de se borner à une transposition a minima, modifiant à la marge tel ou tel article de la loi de 2000 pour ne pas tomber sous le coup d'un "avis motivé" de la Commission pour infraction "manifeste", puis d'une condamnation par la CJCE"(page 47 Documentation Française C.V.V.). Enfin le Conseil des Ventes Volontaires soutient la nécessité de disposer "d'une industrie française des enchères", forte, capable de se battre à armes égales avec ses concurrents avec une vraie vision libérale que ne peut qu'approuver Artprice.

Le C.V.V. "ne peut que constater qu'il a très tôt senti le vent de l'histoire qu'il porte à la modernité numérique". Les propositions d'Artprice, faites notamment dans son audition de janvier 2008 dans le cadre du Rapport Bethenod, trouvent leur plein écho dans les propos du régulateur. Toujours selon le C.V.V., la marge d'intermédiation moyenne en matière d'art incluant frais vendeur et frais acheteur se situe de 36 à 37.5 % ce qui laisse, selon Artprice, une marge de manœuvre considérable pour une intermédiation issue d'une place de marché

normalisée électronique. De même, le C.V.V. note que les Maisons de Ventes françaises n'ont pas suivi le processus des ventes dématérialisées, en proportion de l'explosion de l'Internet dans le monde, ce qui, là aussi, conforte Artprice qui à vocation à devenir la plate-forme d'enchères en ligne de référence pour les 2900 Maisons de Ventes avec lesquelles Artprice travaille depuis 1987 avec Internet. En 2009, Artprice est prêt à déployer après l'adoption de la Directive Services, les enchères en ligne sur iPhone d'Apple et Android de Google qui constitueront, selon thierry Ehrmann, "le relais de croissance de l'Internet, en effet, après le premier milliard d'internautes arrivés par le PC, les deux prochains arriveront par le mobile".

Cette période de crise majeure entraîne des restrictions budgétaires qui poussent les quelques dernières Maisons de Ventes internationales, hésitantes à s'allier à Artprice, qui au delà de sa place de marché, possède le fichier client qualifié "fine art" le plus important au monde. Ce fichier client 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.

Artprice est donc prêt aux enchères en ligne conformément aux directives européennes (2006/123/CE sur les services votées le 12.12.06) sur la réforme des ventes aux enchères en Europe.

Source: <http://www.artprice.com> (c)1987-2009 thierry Ehrmann

Pour découvrir l'univers d'Artprice : <http://web.artprice.com/video/>

Artprice est le leader mondial des banques de données sur la cotation et les indices de l'art avec plus de 25 millions d'indices et résultats de ventes couvrant 405 000 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 2 900 Maisons de ventes et publie en continu les tendances du marché de l'art pour les principales agences et titres financiers dans le monde. Artprice diffuse auprès de ses 1 300 000 membres (member log in), ses annonces normalisées, qui constituent désormais la première place de marché mondiale pour acheter et vendre des oeuvres d'Art (source Artprice). Artprice est cotée sur Eurolist by Euronext Paris : Euroclear: 7478 - Bloomberg : PRC Reuters : ARTF Artprice.com.

Contact: Josette Mey - Service actionnaires, Numéro de fax: +33(0)4-78-22-06-06, e-mail: [ir@artprice.com](mailto:ir@artprice.com)