

## **Artprice : le disrupteur du Marché de l'Art, vers une IPO de sa filiale artmarket.com**

Cette version traduite peut contenir des erreurs absentes de l'original, dues à la traduction elle-même. La version originale en anglais, seule normative, se trouve à l'adresse :

<http://www.actusnews.com/communiqu.php?ID=ACTUS-0-36953> qui a fait l'objet le 20 août 2014 d'une communication en version originale auprès du diffuseur Actusnews, homologué par l'AMF dans le cadre de l'information réglementée.

Une étude de Tradindandipo.com

Le mot français disrupteur, dans le domaine de l'électricité, signifie le fait d'ouvrir instantanément un circuit. En anglais le verbe to disrupt signifie bouleverser, déranger, perturber.

L'innovation technologique et l'avènement d'Internet ont apporté ces dernières années des bouleversements fulgurants de la donne établie, dans un laps de temps réduit à l'extrême, avec l'émergence de nouveaux acteurs devenus incontournables à l'échelle planétaire, et dont l'existence apparaît comme un aboutissement naturel. De nouveaux marchés s'érigent verticalement, balayant ou modifiant ceux qui leur ont servi de fondation, avec une création de valeur inédite.

Internet a modifié en profondeur le commerce mondial. Les entreprises qui n'ont pas su ou voulu prendre le virage du numérique ont souvent disparu.

Il est effectivement impossible de lutter contre l'évolution naturelle de l'économie. Celle-ci prend désormais la forme d'une économie disruptive. Selon Clayton Christensen, professeur d'économie à Harvard Business School, nous sommes face à une évolution fondamentale du capitalisme. Clayton Christensen a abordé pour la première fois le sujet dans son livre « Le dilemme de l'innovateur : quand les nouvelles technologies font chuter de grandes entreprises ». L'histoire de Kodak en est une illustration indiscutable. Le groupe est passé très près du gouffre avec l'arrivée du numérique et s'est sorti de la faillite in extremis en payant le prix fort, avec la cession de ses activités « photos » qui avaient justement fait sa réputation.

Être un disrupteur c'est obéir conjointement aux lois de Robert Metcalfe (fondateur de 3Com) et de Gordon Earle Moore. Selon Metcalfe «L'utilité d'un réseau est proportionnelle au carré du nombre de ses utilisateurs » et selon Moore « les outils informatiques deviennent performants de manière exponentielle ». La combinaison de ces deux lois permet donc au disrupteur de réduire ses coûts de fonctionnement au fil du temps grâce aux performances croissantes des outils numériques et informatiques et donc de créer de plus en plus de valeur. Nous allons analyser si Artprice est un pur disrupteur dans le Marché de l' Art.

Contrairement aux systèmes économiques qui changent de manière incrémentale, la technologie change de manière exponentielle et devient en quelque sorte le carburant du disrupteur. La disruption se caractérise par la volonté d'imagination de son créateur afin de briser la conformité créée par l'habitude ou les monopoles. L'évolution technologique permet de donner corps et vie aux projets disruptifs. Qui osait penser il y a 30 ans avoir un jour la capacité de passer des ordres de Bourse depuis son domicile en une fraction de seconde ?

Les activités que l'on peut dématérialiser, et dont on peut abaisser sensiblement le coût de la prestation ou du service, de l'intermédiation, sont les cibles de choix des disrupteurs. Nous

avons l'exemple récent d'Uber, qui bouleverse le secteur du taxi et du déplacement urbain, dont la valorisation dépasse aujourd'hui 17 milliards de dollars.

La rentabilité est d'autant plus facile à atteindre que les coûts de fonctionnement se réduisent à l'extrême selon le principe de la conjugaison des lois de Metcalfe et Moore. Il en résulte un risque bien moins élevé, et un profit sans doute plus rapidement au rendez-vous. Le comportement de l'investisseur obéit alors à la logique du bon sens. Il entrera plus facilement au capital d'un disrupteur, comme en témoigne le niveau des levées de fonds réussies par Uber ou Airbnb. Ce comportement explique donc fort logiquement les niveaux de valorisation atteints par les entreprises disruptives.

Le changement est radical dans l'approche des critères d'investissement. Autrefois obnubilé par la rentabilité à court terme, le capital se déplace désormais vers les projets dont le potentiel est celui de l'acteur dominant à moyen – long terme avec un profit ainsi décuplé, et le disrupteur en est naturellement le véhicule par excellence.

L'action de « disrupter » c'est l'art de raccourcir le circuit et de mettre directement l'offre en face de la demande. Mais pour y parvenir, il est nécessaire que cette offre et cette demande soient normalisées. La révolution numérique et Internet ont permis d'y parvenir, en proposant une ergonomie intuitive, alliant la description du produit ou du service et l'action compréhensible par chaque Internaute, quelle que soit sa nationalité.

Par la capillarité d'Internet, ces nouveaux acteurs et ces nouveaux circuits ont pu se développer de manière exponentielle. Ils abolissent la notion d'état-nation. La croissance de l'économie immatérielle et virtuelle non localisée génère un monde commun et unificateur. Ce sont des acteurs transversaux à l'échelle planétaire, comme dans le cas d'Artprice.

Les réseaux sociaux font partie intégrante de l'économie disruptive, ils jouent un rôle prépondérant, s'érigeant en agence publicitaire mondiale des nouveaux services ou concepts. Ce sont des accélérateurs incomparables. Eux-mêmes sont des disrupteurs.

Voici des exemples de disrupteurs : le crowdfunding, un concept qui bouleverse le secteur bancaire, court-circuitant les traditionnelles levées de fonds par la banque, en réduisant considérablement les commissions et donnant une liberté de choix aux donateurs par la multitude des projets proposés. Le crowdfunding offre un potentiel de réussite de la levée de fonds proportionnel à son exposition mondiale et draine de nouveaux investisseurs du fait de cet horizon sans limite.

Dans le secteur de la location de logements, le site Airbnb impose sa donne aux acteurs historiques du secteur de l'hôtellerie, propose à la location des centaines de milliers d'appartements à travers le monde à des tarifs imbattables par rapport aux tarifs hôteliers, par le fait de confronter directement l'offre et la demande sur son site et sans l'inertie et les coûts de fonctionnement d'un parc hôtelier.

A chaque apparition d'un disrupteur, les acteurs traditionnels, bousculés par l'arrivée brutale de ce concurrent inattendu, font pression sur les gouvernements. Ils tentent de freiner l'essor du disrupteur par une réglementation contraignante, lui intentent des procès ou pratiquent un lobbying, dans des combats d'arrière-garde bien souvent perdus d'avance. Car, comme le souligne Clayton Christensen « la disruption est une transformation irréversible du capitalisme ».

1 Clayton Christensen, né en 1952, auteur de « The Innovator's Dilemma : when new technologies cause great firms to fall ». En 2011, Forbes le considère comme « un des plus fameux théoricien des affaires des 50 dernières années. »

2 Robert Metcalfe, né en 1946, ingénieur et inventeur d'Ethernet et fondateur de 3Com

3 Gordon Earle Moore, né en 1929, co-fondateur d'Intel

4 Uber a levé 1.2 milliards de dollars en Juin 2014 et Airbnb 450 millions de dollars en Avril 2014 pour des valorisations respectives de plus de 17 milliards de dollars et 10 milliards de dollars.

Trading and Ipo va analyser pourquoi Artprice est le disrupteur du Marché de l'Art, dans la perspective de l'activation d'artmarket.com.

De même, Trading and Ipo mènera régulièrement des études et analyses concernant les disrupteurs majeurs sur leur marché respectif.

Le marché de l'Art est un marché mondial depuis des siècles et Artprice est, selon les agences de presse et les grands médias internationaux de référence, le Leader mondial de l'information sur le marché de l'art. Artprice enrichit en permanence ses banques de données en provenance de 4 500 Maisons de ventes partenaires et publie en continu les tendances du Marché de l'Art pour les principales agences et 7200 médias de presse écrite et audiovisuelle. Artprice compte 3,2 millions de membres gratuits ou abonnés en adoptant le mode Freemium.

Cette économie numérique en pleine croissance mondiale se nomme "freemium". De nombreuses data sont en accès gratuit mais la valeur ajoutée est payante.

Le rapport semestriel d'Artprice sur le marché de l'art diffusé par l'Agence France Presse (AFP) en août 2014 démontre que Le Marché de l'Art est en pleine expansion. Le titre de cette longue dépêche AFP résume bien l'état du marché : «Marché mondial de l'art : les ventes ont bondi de 17% au 1er semestre, record absolu ».

Trading and Ipo va donc confronter les théories de Clayton Christensen à celles de Thierry Ehrmann, Président et fondateur d'Artprice, pour valider point par point la place d'Artprice dans les axiomes de l'économie disruptive.

**Trading And Ipo :** Selon Clayton Christensen, « l'innovation disruptive, c'est avant tout une façon de définir le processus de transformation d'un marché. Elle se manifeste par un accès massif et simple à des produits et services auparavant peu accessibles ou coûteux en les ouvrant au plus grand nombre ». Comment Artprice définit sa position de disrupteur ?

**Thierry Ehrmann :** Artprice est l'incarnation exacte du disrupteur dans le Marché de l'Art. Nous sommes passés des 500 000 grands collectionneurs d'après-guerre à 70 millions d'art consumers, amateurs et collectionneurs, grâce à une information instantanément disponible sur Internet. Artprice dispose de très loin de la plus grande banque de données au monde sur l'information sur le Marché de l'Art et offre un accès illimité pour moins de 100 \$ par an.

**Trading And Ipo :** Selon Clayton Christensen, « le potentiel d'émergence de nouvelles entreprises de ce type est conséquent et croissant. Partout où il existe des activités que l'on peut dématérialiser et réintermédiaire et il y a de la place pour de nouveaux modèles économiques », pour reprendre mot pour mot le postulat de Clayton Christensen.

**Thierry Ehrmann :** C'est précisément là qu'Artprice a construit son monopole en toute légalité. Nous avons normalisé, après plus d'un million d'heures de travail d'historiens de l'art, 108 millions d'œuvres d'art et plus d'un million d'artistes avec des identifiants uniques et une traçabilité implacable. On ne peut dématérialiser et réintermédiaire que si le disrupteur dominant normalise le marché qu'il veut s'accaparer. Par la suite, vendre ou acheter une œuvre d'art sur Artprice, en rapprochant en millisecondes l'offre et la demande par notre Place de Marché Normalisée à prix fixes ou aux enchères, est d'une simplicité extraordinaire.

**Trading And Ipo :** Selon Clayton Christensen, « la disruption permet de faire émerger de nouveaux modèles et crée des marchés plus vastes en rendant moins chers et plus accessibles des produits et des services dans des cas de rentes de situation ou d'oligopoles non transparents ». C'est une transformation fondamentale, radicale et irréversible du système capitaliste. « Les disrupteurs sont des innovateurs qui cherchent des solutions aux problèmes qu'ils rencontrent ».

**Thierry Ehrmann :** Notre grande chance est d'arriver sur le Marché de l'Art dont les acteurs, quelles que soient leurs tailles, sont restés avec des pratiques du XIX<sup>ème</sup> siècle : un déni certain pour l'informatique, aucune normalisation, avec une information opaque tenue par une véritable caste, des ententes souvent illicites, des relations incestueuses avec le pouvoir en place depuis cinq siècles. Il faut rajouter un fort potentiel de victimes consentantes qui achètent leurs œuvres avec un coefficient acheteur/vendeur exorbitant. Désormais, avec Artprice et sa capillarité sur Internet avec principalement Google puis Baidu (numéro 1 Chinois) et Bing (Microsoft), après la mise en ligne de nos 540 millions de données en six langues, les marges s'effondrent mécaniquement. Pour reprendre Clayton Christensen, nous avons trouvé « des solutions face à des problèmes ancestraux », en innovant.

**Trading And Ipo :** Selon Clayton Christensen, « l'innovation disruptive est en train de s'imposer comme la règle, cruelle et brutale, du capitalisme ». De fait, les premiers croulent sous les réglementations, les frais de structure, l'immédiateté du marché à servir, les résultats financiers à assurer, les emplois à sauvegarder... Alors ils tentent de faire pression sur les gouvernements pour freiner à coup de réglementations la bonne marche des disrupteurs de manière pas toujours très efficace et, surtout, très risquée à terme. Ils peuvent aussi les imiter afin de rafler les parts de marché qui restent à prendre, en espérant profiter de l'augmentation de la taille du marché. Ou encore, sous peine de mourir, racheter les nouveaux venus, s'ils en ont les moyens, ce qui n'est pas donné à tous.

**Thierry Ehrmann :** Le postulat de Clayton Christensen s'applique en tous points à Artprice. Nous avons connu près de très nombreux procès, tous gagnés dans le temps, d'une rare violence de la part de l'ancienne économie du Marché de l'Art. Notre riposte judiciaire a été sans pitié mais on n'arrête pas le train de l'histoire. Une grande partie des acteurs du marché de l'art sont en train de mourir, écrasés par les frais des structures, la fermeture des salles des ventes, le poids de l'immobilier, avec des milliers de salariés à licencier ...

En France, le milieu des affaires et l'Etat ont fondamentalement une peur viscérale de la disruption comme on a pu le constater dans le secteur des Télécoms, des réservations hôtelières, des taxis, la liste est très très longue !

Comme par hasard, notamment sur le Marché de l'art, ils ont fait appel au Législateur, ont inventé des réformes (2001) après environ 500 ans de monopole depuis 1556 puis « la réforme de la réforme » en 2012 pour, en 2014, faire interdire tout simplement le terme « vente aux enchères » sur Internet. Ils ont pratiquement inventé tout ce qui est possible et imaginable pour tuer toute forme de disrupteur, d'où notre départ aux USA à NY par notre filiale Artmarket.com anciennement Artprice Inc. / Sound View Press (1973).

Notre force c'est la normalisation intégrale du Marché de l'Art sur toute la chaîne de valeur ajoutée qui est protégée au titre de la propriété intellectuelle et, sans cette normalisation, on ne peut pas dématérialiser. Nous allons enfin valoriser notre vrai fonds de commerce au juste prix par une IPO sur le marché anglo-saxon. Nous avons une préférence pour le Nasdaq qui au passage a rejoint les 4500 points. Les méthodes comptables françaises sont étroitement liées à l'ancienne économie. La notion d'économie numérique est inexistante en France et donc une valorisation adéquate y est impossible.

**Trading And Ipo :** Artprice revendique 3.2 millions de membres et vise 12 millions de membres. Airbnb en revendique 11 millions et sa valorisation dépasse 10 milliards de dollars. Existe-t-il une différence de qualification entre un membre Airbnb et un membre Artprice ?

**Thierry Ehrmann :** Une énorme différence car un membre d'Artprice ne peut pas être substitué par un autre membre, à l'inverse d'un membre d'Airbnb. A contrario, les membres d'Artprice sont ultra qualifiés par plusieurs milliers de requêtes (logs, Big Data) qui nous permettent, dans le strict respect des lois européennes et américaines, de connaître ce qu'ils recherchent, possèdent ou veulent céder en terme d'œuvres d'art (fine art). Même si les trois premières Maisons de Ventes au monde fusionnaient leurs fichiers, il leur serait impossible d'atteindre simultanément un tel niveau d'information et rivaliser avec le nombre de membres que possède Artprice. Pour répondre précisément à votre question comparative avec Airbnb, leurs membres sont substituables parce qu'ils sont homogènes. Dans le cas d'Artprice, les membres ne sont pas substituables car ils sont hétérogènes. Il est donc évident que la valorisation d'Artprice est très supérieure à celle d'Airbnb en fonction de la qualification de ses membres.

**Trading And Ipo :** Il est peut-être nécessaire de reprendre une chronologie courte qui explique les deux axes du métier d'Artprice : le premier que nous connaissons, celui de fournir toute l'information sur le marché de l'art avec tous les indices, statistiques et cotes et le deuxième axe qui est la Place de Marché Normalisée. Peut-on faire le point sur le premier axe historique ?

**Thierry Ehrmann :** En effet, nous arrivons avec un avantage considérable par rapport à une pure start-up car nous avons cette position de leader mondial de l'information sur le Marché de l'Art avec plus de 3,2 millions de membres qualifiés, plus de 30 millions d'indices et statistiques et nous sommes le seul groupe à produire des données très fiables, sur de grandes masses avec des requêtes très pointues, selon la méthode des ventes répétées. Cette méthode consiste à tracer de manière incontestable une œuvre et de calculer sa production indiciaire à travers le temps. Jusqu'à lors, la principale méthode était celle des comparables qui, dans le Marché de l'Art, donne des résultats extrêmement médiocres. Pour avoir construit ce

monopole parfaitement légal, nous avons dû acheter pratiquement toutes les sociétés historiques d'éditions sur le Marché de l'Art qui produisaient des livres de cotes, biographies et catalogues raisonnés en Europe et aux USA.

Nous avons racheté aux USA par exemple Sound View Press, leader américain des livres de cotes, biographies d'artistes avec entre autres le célèbre Who was Who in American Art. Sound View Press, qui comporte une quarantaine de fonds, fut créée en 1973 par Peter Hastings Falk qui est toujours avec nous.

Nous avons aussi acquis aux USA le fonds Signatures & Monograms de Caplan & Creps ainsi que la banque de données américaine Bayer sur le marché de l'art anglo-saxon de 1700-1913.

En Europe, nous avons acquis une trentaine de fonds dont par exemple le célèbre Guide Enrique Mayer (1962-1987), le Dictionnaire des Ventes d'Art H. Mireur (1700-1900) et les éditions Franck Van Wilder. Nous avons aussi racheté 450 000 manuscrits et catalogues de ventes que nos historiens ont intégralement remis à jour durant 18 ans en normalisant des centaines de millions de données. Désormais, une œuvre d'art possède avec Artprice un véritable passeport qui permet de négocier de manière dématérialisée cette œuvre dont on a la certitude de parler, ce qui rejoint bien évidemment le postulat de Clayton Christensen.

**Trading And Ipo :** Parlez-nous maintenant de cette Place de Marché Normalisée qui, d'après nos analyses et recherches, a été créée en 2004.

**Thierry Ehrmann :** Effectivement, depuis 2004, nous avons créé et protégé au titre de la propriété intellectuelle la première Place de Marché Normalisée à prix fixe dans le monde sur laquelle, chaque jour, acheteurs comme vendeurs peuvent trouver entre 70 000 et 90 000 œuvres d'art avec un prix moyen autour de 11 000 \$.

Cette Place de Marché Normalisée à prix fixe a été entièrement réécrite pour se combiner avec une Place de Marché Normalisée aux Enchères lancée en 2012 sur laquelle nous avons en offres le jour de son ouverture plus de 500 millions \$ d'œuvres d'art. A cet instant précis, le Conseil des Ventes Volontaires, organisme public français qui lutte contre l'économie disruptive, a fait une importante conférence de presse au cours de laquelle il a indiqué poursuivre judiciairement Artprice pour le lancement de sa Place de Marché Normalisée aux Enchères.

Tout cela était faux et relevait du mensonge puisque le Conseil des Ventes Volontaires a été obligé d'avouer qu'il n'existait aucune poursuite judiciaire à l'encontre d'Artprice. C'est pathétique mais c'est la France.

Cette focalisation du Conseil des Ventes Volontaires sur Artprice, avec des déclarations publiques récurrentes telles que : "les géants du net Artprice et Ebay ont créé une confusion vis-à-vis des consommateurs", est venue corroborer la décision d'Artprice d'annoncer en Assemblée Générale d'installer intégralement sa Place de Marché Normalisée à prix fixe et aux enchères aux USA où se réalise entre la zone Pacifique et les USA plus de 75 % du Marché de l'Art mondial, avec une prévision pour 2015 de 80 %.

**Trading And Ipo :** Pouvez-vous nous rappeler votre cours de bourse durant l'ouverture de la Place de Marché Normalisée aux enchères, en janvier 2012 ?

**Thierry Ehrmann :** Le marché est animal et a payé le juste prix. Nous sommes allés jusqu'à 67EUR avec une consolidation de 50EUR et quatre fois le turnover de l'intégralité du flottant de 63%, soit plus de deux fois l'intégralité du capital d'Artprice. Nous avons donc un prix de référence extrêmement bien travaillé et le marché a pricé une réalité qui était l'offre en ligne et non un business plan. C'est la raison pour laquelle l'IPO d'Artmarket.com s'appuiera sur des données de marché bien réelles avec des modèles déjà validés. Nous pensons offrir, au regard des études indépendantes, une croissance exponentielle, un monopole parfaitement légal sur la normalisation des données sur le marché de l'art et la certitude que nous avons réussi en 2012 notre pari, pari qui a été bloqué en France par la peur malade du disrupteur provenant des « oligopoles non transparents qui détenaient des rentes de situation », telles que décrites par Clayton Christensen.

**Trading And Ipo :** Cette Ipo d'Artmarket.com en s'installant à New York est-elle une revanche ?

**Thierry Ehrmann :** On ne lutte pas contre la peur et la bêtise. Je suis pragmatique comme un Américain et je vais là où le marché et les autorités me permettent de faire mon business et là où les investisseurs savent payer en Bourse le vrai prix. Le marché va adorer acheter une croissance phénoménale, telle que la décrivent toutes les études de marché indépendantes d'Artprice, en ayant la sécurité du leader mondial qui a validé l'ensemble de ses modèles et qui possède un monopole parfaitement légal bâti sur l'innovation, le travail acharné, la croissance externe et la propriété intellectuelle.

**Trading And Ipo :** Artmarket.com est bien évidemment le générique rêvé qui, dans tous les journaux d'art et d'économie. Est-ce parce qu'il désigne la rubrique Art Market ?

**Thierry Ehrmann :** Effectivement, cette acquisition nous permet sur la requête Google.com « Art Market » d'être systématiquement numéro 1 sur 425 millions. Je rappelle que la maison-mère d'Artprice, Server Group, est sur Internet depuis 1987 et que nous avons toujours déposé ou acquis les Domain Names Server (DNS) génériques. En tant que juriste de formation, je considère que le générique ne porte pas atteinte aux droits d'un tiers, où que nous soyons dans le monde. J'ai coutume d'expliquer que les DNS génériques anglo-saxons sont supérieurs à une marque mondiale qui connaîtra forcément des obstacles dans certains pays. Artprice a d'ailleurs verrouillé les éventuels contrefacteurs en détenant Artmarket.net qui sera notre Intranet dédié aux 4500 Maisons de Ventes partenaires depuis de très nombreuses années. Artmarket.org diffusera les dépêches de notre agence de presse Art Market Insight. Ce sont des actifs capitaux qui génèrent déjà un trafic naturel très important.

**Trading And Ipo :** Clayton Christensen décrit que l'économie disruptive est en train de s'imposer comme « la règle cruelle et brutale de la continuité du capitalisme ». A ce titre, pouvez-vous nous expliquer le marché de l'art en quelques mots ?

**Thierry Ehrmann :** Je dis souvent que le marché de l'art c'est le marché financier en dix fois plus cruel et intelligent car les acteurs maîtrisent toutes les règles des marchés financiers dont ils sont très souvent issus. Le marché de l'art est, selon les historiens, le plus vieux marché au monde.

**Trading And Ipo :** Pourquoi s'installer à New York ?

**Thierry Ehrmann :** Une fois de plus, les Français ont perdu leur rang. En 1950, la France pesait plus de 50% du marché de l'art mondial. Aujourd'hui, elle pèse moins de 4%, selon notre dernier rapport semestriel sur le marché de l'art. Les Américains, qui sont partis de zéro, ont compris la seule chose qu'il fallait comprendre : détenir le marché de l'art mondial est un acte politique, puissant, qui se situe entre le pouvoir temporel et le pouvoir spirituel, d'où la lutte sanglante au cours de laquelle la Chine a détrôné les USA en 2010. Mais les USA par un sursaut patriotique ont réagi très rapidement dans cette guerre pour reprendre la première place au premier semestre 2014. La fin de l'année sera une bataille féroce entre les USA et la Chine.

**Trading And Ipo :** Vous nous parlez d'Amérique, mais notre question porte sur la ville de New York.

**Thierry Ehrmann :** C'est très simple, New York, en terme de Place de Marché, est la première place mondiale devant Pékin, Londres et Hong Kong. 90% du marché de l'art américain se traite en final à New York. La messe est dite.

**Trading And Ipo :** Dans certaines interviews, notamment dans la presse internationale comme dans le Time Magazine, ou dans Le Monde en France, vous parliez déjà, il y a déjà longtemps, « d'économie disruptive comme la continuité d'un capitalisme ayant fusionné ses deux courants, rhénan et anglo-saxon ». Aujourd'hui, comment réagissez-vous à une vision qui est devenue une doctrine ?

**Thierry Ehrmann :** On ne peut comprendre Internet, pour lequel nous sommes les pionniers en France depuis 1987, que si l'on admet que nous sommes en présence d'un véritable paradigme. Par ce postulat, la doctrine Christensen devient parfaitement limpide. Selon moi, nous sommes en 2014 à moins de 10% de l'histoire d'Internet. A mon sens, c'est le moteur le plus excitant pour les pionniers historiques de l'Internet que nous sommes en Europe. C'est la raison pour laquelle nous voulons écrire la suite de cette révolution numérique aux USA.

**Trading And Ipo :** Cette analyse économique, froide et sévère laisse peu de place à l'émotion.

**Thierry Ehrmann :** Détrompez-vous. Savez-vous qu'en dehors de mes fonctions de Président et fondateur de mes groupes industriels, je suis aussi sculpteur plasticien depuis 1982 et j'ai réalisé ma rétrospective de 30 ans de sculptures monumentales de 1982 à 2012 dans le musée d'Art contemporain que j'ai fondé à Lyon, le Musée l'Organe, connu aussi sous le nom de La Demeure du Chaos / Abode of Chaos dicit The New York Times. On peut donc concilier l'industrie, la finance et l'art parce que l'art restera toujours la passerelle entre le matériel et le spirituel.

### **A propos d'Artprice :**

Artprice est cotée sur Eurolist by Euronext Paris, SRD long only et: Euroclear : 7478 - Bloomberg : PRC - Reuters : ARTF. Depuis le 5 mars 2014, Artprice fait partie du nouvel indice CAC® PME d'Euronext.



Artprice, avec plus de 14 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 30 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 3,2 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 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).

Pour les nouveaux actionnaires, Artprice vous invite à lire : "Entretien exclusif de thierry Ehrmann avec Trading and Ipo" du 30/09/2013 qui permet de décrypter en profondeur l'historique d'Artprice et ses développements futurs : <http://www.actusnews.com/>

### **Sommaire des communiqués d'Artprice :**

[http://serveur.serveur.com/press\\_release/pressreleasefr.htm](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.

<http://goo.gl/zJssd>

<https://vimeo.com/87859684>

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

<http://twitter.com/artpricedotcom>

<https://www.facebook.com/artpricedotcom>

A propos de la volatilité du cours de bourse d'Artprice et des forts volumes quotidiens indépendants d'Artprice, la société renvoie le lecteur au document de référence Artprice 2013 déposé à l'A.M.F le 17/07/2014 sur le chapitre 4.3.22 et suivant facteurs " Risques de Marché" et notamment sur le "Risques actions" 4.1.3 et suivants. De même, Artprice souligne le très grave problème que constitue le principal forum français Boursorama Banque sur Artprice, objet quotidien de fausses informations et de violations répétées du Code Monétaire et Financier (qui sont traitées en détail avec les procédures judiciaires en cours dans le document de référence 2013 chapitre 4.3.22)" Risques liés aux Forums de bourse parlant d'Artprice et principalement le forum Boursorama en infraction avec le code monétaire et financier" page 50 à 51 en ligne sur le diffuseur homologué par l'AMF, <http://www.actusnews.com>

Contact : Josette Mey : e-mail : [ir@artprice.com](mailto:ir@artprice.com)