

Sotheby's et eBay s'allient sur la Toile

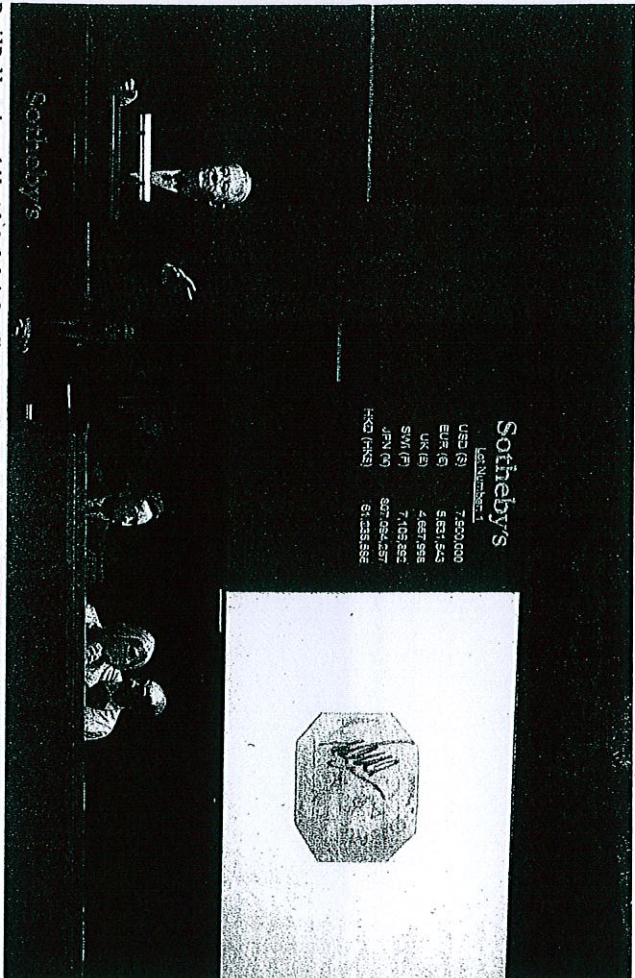
La maison américaine de vente aux enchères veut accroître la part de ses transactions en ligne d'objets d'art

C'est l'alliance en matière de l'art et du Web sur le trône du commerce. Lundi 14 juillet, la célèbre maison de vente aux enchères américaine Sotheby's et le mastodonte de la vente en ligne eBay ont conclu un partenariat pour développer une plateforme Internet qui permettra à des millions de personnes dans le monde de découvrir, de rechercher et d'acquérir des œuvres d'art, des antiquités et des objets de collection.

Seules les grandes ventes internationales de prestige ne sont pas comprises dans l'accord signé entre les deux partenaires

Des prochaines ventes organisées par Sotheby's à New York après l'été, les 145 millions d'utilisateurs d'eBay auront accès à la salle des ventes et pourront enchérir en compétition avec les clients présents sur place ou au téléphone. À partir de 2015-2016, l'accord devrait être étendu aux autres salles de vente de la maison (Londres, Hongkong, Paris...). Seules les grandes ventes internationales de prestige ne sont pas comprises dans l'accord signé entre les deux partenaires.

« La clientèle sur Internet est aujourd'hui universelle », explique Bruno Vinçiguerra, directeur général de Sotheby's à New York, pour résumer la philosophie de l'accord. « La qualité de l'expérience a évolué de manière considérable. Tous les clients sont présents sur la Toile, et Sotheby's peut leur proposer sa démarche de sélection, d'examen et de conseil », poursuit-il. « As moins de 18 catégories seront proposées (bijoux, montres, arts, design, photographie, édition, art contemporain, etc.). »



David Redden, vice-président de Sotheby's, lors d'une vente à New York, le 17 juin. STRATHEUM/AP

En 2000, Sotheby's avait déjà noué un premier partenariat stratégique avec eBay, mais celui-ci avait rapidement fait long feu. « C'était trop tôt », résume M. Vinçiguerra. Le marché de l'art n'était pas encore mûr.

Le lancement par Amazon de sa plate-forme spécialisée il y a un an n'a pas servi de détonateur. Certes, Amazon Art propose plus de 40 000 œuvres de 4 500 artistes différents à des prix allant de 10 dollars à plusieurs millions de dollars. Mais le géant de l'Internet a adopté une démarche de

type bazar : « On trouve tout sur Amazon », qui ne correspond pas au goût et aux attentes de la clientèle d'objets d'art.

En revanche, les bonnes performances commerciales enregistrées par Christie's - la rivale de toujours - qui organise des ventes 100 % en ligne depuis 2011, ont poussé Sotheby's à sauter le pas. Le partenariat passe avec eBay étant quant à lui en cours de négociation depuis plusieurs mois.

Cet accord avec eBay permet surtout à la direction de Sotheby's, en reprenant l'initiative, de répon-

dre aux critiques du financier Daniel Loeb, à la tête du fonds Third Point, qui est le premier actionnaire de Sotheby's et qui trouvait que la maison de vente aux enchères ne réagissait pas assez vite, face aux évolutions du marché mondial de l'art. Une critique exacerbée par le fait que Christie's a coté Sotheby's en 2013 pour le résultat des meilleures ventes mondiales (5,5 milliards de dollars pour la britannique, contre 4,6 milliards pour l'américaine).

Si le marché de l'art ne connaît pas la crise, des transformations en profondeur le traversent. Selon les estimations de la Tefaf (The European Fine Art Fair), le marché de l'art mondial a rapporté 65 milliards de dollars en 2013. Sur ce montant, la part des ventes en ligne se situe pour l'instant entre 1 % et 5 %, soit dans l'hypothèse haute, moins de 3,25 milliards de dollars. Mais pour la Tefaf, le marché de l'art sur Internet passera à 13 milliards de dollars à l'horizon de 2020.

Cette évaluation est supérieure à celle réalisée en avril par l'assureur Hiscox, pour qui le marché de l'art en ligne devrait atteindre 2,7 milliards d'euros en 2018, contre 1,3 milliard en 2013.

Tous les dignitaires semblent donc au vert pour assurer un véritable décollage des ventes aux enchères en ligne. Il y a 11 millions de personnes dans le monde dont le patrimoine atteint entre 2 et 5 millions de dollars, et qui sont autant de clients potentiels. De leur côté, les ventes en ligne devraient progresser de 25 % par an, dans la décennie qui vient.

Internet est le canal de vente qui devrait le plus se développer à l'avenir, mais il est surtout celui qui draine le plus de nouveaux clients. « Lors de nos enchères en ligne, 47 % des acheteurs sont de nouveaux clients », notait en janvier Steven Murphy, le directeur général de Christie's.

En ce qui concerne Sotheby's, le nombre de lots vendus par Internet a progressé de 36 % en 2013 par rapport à l'année précédente, alors que la firme ne proposait à ses clients que son service « bid now » (enchérissez maintenant). Après l'accord signé avec eBay, ce chiffre devrait monter en flèche.

Selon les prévisions, ce sont les ventes situées dans la zone de prix allant de 5 000 à 100 000 dollars qui devraient le plus progresser. Aujourd'hui, Sotheby's détient le record de vente sur Internet avec un livre de gravure de Jean-Jacques Audoubon, *Les Oiseaux d'Amérique*, acquis pour 3,5 millions de dollars. Aucun « pure player » ne s'est encore fait une place au soleil sur le marché de l'art en ligne, même s'il existe Artnet aux États-Unis, et qu'en France une start-up, Artpeper, a réussi une levée de fonds de 300 000 euros. Vu l'eldorado que représentent les ventes en ligne, Sotheby's et Christie's, qui disposent d'une très forte notoriété, ont tout intérêt à s'engouffrer massivement dans la brèche. ■

ALAIN BAYOU-MÉRY