FICHE D'IDENTITÉ

(DR.)

▶ **Création :** 1744 (présence physique en France depuis 1967).
▶ **Siège social France :** Paris (VIIIe).
▶ **Chiffre d'affaires France 2012 :** 182 millions d'euros.
▶ **Effectif :** 1 570 salariés (110 en France).
▶ **Président-directeur général France :** Guillaume Cerutti *(photo)*.

L'AVIS DE L'EXPERT

▷ **Nina RODRIGUES-ELY,** directrice de l'Observatoire de l'art contemporain

Ses atouts

■ « Le côté haut de gamme est joué à fond. Sur le site de Sotheby's, à côté des calendriers et des résultats des ventes, on trouve un aspect assumé de *magazine de luxe*, avec notamment des blogs tenus par des personnalités incontournables dans chaque pays. La communication autour des ventes est ainsi optimisée. Récemment, la plupart des objets de design proposés par la vente RED ont très largement dépassé leur estimation. Sotheby's est en outre en train de capter à vitesse grand V le marché de la vente online, pour être en phase avec le rajeunissement d'une clientèle globale (les nouvelles fortunes asiatiques sont souvent des trentenaires) et avec les habitudes hors Occident. »

Ses points faibles

■ « Originellement anglaise, Sotheby's a été achetée en 1983 par Taubman, pionnier du concept de centre commercial. Elle est devenue une multinationale avec un siège social aux Etats-Unis et est cotée en Bourse depuis 1988. Elle suit donc les logiques de toutes les entreprises cotées : compte rendu aux actionnaires, objectifs de progression… William Ruprecht, le président de la société, serait dans le viseur de son actionnaire majoritaire. Ce n'est pas bon signe. Par ailleurs, pour pénétrer le marché chinois, Sotheby's a dû nouer un partenariat et n'est donc pas totalement autonome. Et attention à ne pas délaisser le *middle market* avec ce positionnement luxe exacerbé. »

Active dans 70 domaines de collection, Sotheby's est la plus ancienne des maisons de vente au monde et la seule cotée en Bourse. Depuis quelques années, elle évolue vers le haut de gamme et mise sur Internet. DOSSIER RÉALISÉ PAR MARC HERVEZ

Sotheby's, le luxe

(DR.)

Sotheby's
250 ventes par an dans le monde, *dont une trentaine en France*

9 salles de vente dans le monde *dont une à Paris*
Présence physique dans **40** pays

Total ventes réalisées en 2012 :
Monde **3,9 Mds€**
France **182 M€**

20 adjudications supérieures à **1 M€** en France en 2012

Répartition des acheteurs par nationalité (pour les ventes en France) :
Français 35 % — Européens hors France 35 % — Reste du monde (dont Asie 12 %) 30 %

Record historique :
le Cri d'Edward Munch
120 M$
soit **88,7 M€** (mai 2012, New York)

L'actu de la marque

POSITIONNEMENT

■ Sotheby's est la plus ancienne des maisons de vente au monde et fut la première à s'être installée à Hongkong (1973), en Russie (1988), à avoir tenu une vente aux enchères en France (en 2001) après l'ouverture du marché à la concurrence étrangère et, plus récemment, à Pékin en 2012. Elle est active dans 70 domaines de collection : des tableaux anciens à l'archéologie en passant par les arts d'Asie, le vin ou l'horlogerie. En France, son prix de vente moyen pour un lot est le plus élevé de tous : 52 000 €. Il s'agit de la seule maison cotée en Bourse. « Cela nous impose une plus grande transparence et une rigueur plus forte », note Guillaume Cerutti, PDG France. Depuis quelques années, Sotheby's a évolué vers le haut de gamme. « Nous nous spécialisons vers des lots qui ont une valeur minimale autour de 4 000 €, alors qu'il n'y a pas de seuil minimum chez nos concurrents. » Le 4 décembre à Paris, Sotheby's organise la vente d'un tableau d'Amedeo Modigliani, le portrait du collectionneur Roger Dutilleul, datant de 1919. L'œuvre est estimée entre 7 et 10 millions d'euros.

STRATÉGIE

■ Si Sotheby's compte 9 lieux de vente à travers le monde, son activité a été recentrée autour de 5 salles majeures : « New York, Londres et Paris pour les ventes généralistes, Hongkong pour les objets d'art d'Asie, les bijoux et le vin et enfin Genève, qui est une plaque tournante pour le marché de l'horlogerie », expose le PDG. L'Asie étant un lieu de développement extrêmement rapide, Sotheby's a conclu l'an dernier un partenariat avec une structure de Chine continentale, GEHUA. Une vente consacrée à divers domaines artistiques a d'ailleurs eu lieu à Pékin du 28 novembre au 1er décembre. L'accent est également mis sur la présence sur Internet, « qui a agi comme un démultiplicateur au service des ventes aux enchères, d'autant que les grands acheteurs préfèrent ne pas se déplacer en salle et rester discrets », souligne Guillaume Cerutti. En parallèle, la maison a développé une activité en forte croissance : les ventes privées de gré à gré. Sotheby's se charge de trouver à son client un acheteur à prix fixe et confidentiel. Ce créneau pèse 15 % du chiffre d'affaires mondial du groupe.

POLITIQUE SOCIALE

■ Sur les 1 570 collaborateurs mondiaux, deux tiers travaillent au service de l'expertise, effectuent des travaux de recherche et conseillent les clients, à la vente comme à l'achat. « Les experts de Sotheby's sont des salariés en interne, quand d'autres externalisent cette fonction. Cela renforce notre engagement auprès de nos clients », se félicite Guillaume Cerutti. En France, la moyenne d'âge des salariés est de 39 ans, et 69 % de l'effectif est féminin. Mieux, sur les 12 départements d'expertise à Paris, 7 sont dirigés par des femmes. Entre 2007 et 2013, la filiale parisienne est passée de 78 à 110 collaborateurs. Sotheby's compte un représentant dans 8 villes de Province (Montpellier, Marseille, Toulouse, Bordeaux, Lille, Nantes, Strasbourg et Lyon) ainsi qu'un bureau de trois personnes à Monaco afin d'effectuer un travail de proximité avec les clients, vendeurs ou acheteurs.

ÇA CARTONNE

(Photos DR.)

▶ **Silver Car Crash :** cette œuvre signée Andy Warhol (1963), qui fait partie de la série Death and Disaster, s'est vendue au mois de novembre pour 105 millions de dollars (77,5 millions d'euros) aux enchères à New York. Sotheby's a établi du même coup un nouveau record pour une œuvre de l'artiste américain.

▶ **Le Pink Star :** l'acquéreur de ce diamant rose de 59,6 carats, un New-Yorkais, a dû débourser 83 millions de dollars (61,2 millions d'euros) le mois dernier à Genève pour se le voir adjuger. Il s'agit de la plus grosse somme jamais déboursée pour l'acquisition d'un bijou.

▶ **Les crus de Lily Lacoste :** alors que Sotheby's avait estimé à 900 000 € l'ensemble de ces Petrus rescapés des caves de l'héritière, la vente, tenue à Londres en octobre, a finalement ramené plus du double. Les amateurs asiatiques ont représenté 43 % des acquéreurs.

Forte de 80 catégories d'objets de collection, la maison Christie's a pris le parti de l'exhaustivité et de la diversification. Les enchères physiques ne sont qu'une partie de son activité qui englobe aussi les ventes de gré à gré et en ligne.

Christie's, la collection

(DR.)

Christie's
450 ventes par an dans le monde, *dont 38 en France en 2012*

12 salles de vente dans le monde *dont une à Paris*
Présence physique dans **32** pays

Total ventes réalisées en 2012 :
Monde **4,6 Mds€**
France **231,4 M€**

25 adjudications supérieures à **1 M€** en France en 2012

Répartition des acheteurs par nationalité (pour les ventes en France) :
Français 23 % — Européens hors France 39 % — Asiatiques 15 % — Américains 23 %

Record historique :
Trois études de Lucian Freud triptyque de Francis Bacon
142,4 M$
soit **105 M€** (novembre 2013)

L'actu de la marque

POSITIONNEMENT

■ Propriété de la holding Artémis (détenue par la famille Pinault) depuis 1998, Christie's a vu son leadership sur le marché des ventes aux enchères renforcé le 12 novembre, avec la vente du triptyque de Francis Bacon pour 142 millions de dollars (plus de 104 millions d'euros), soit le plus gros montant jamais enregistré. Forte de 80 catégories, la maison mise sur l'exhaustivité et la diversification : instruments de musique mythiques, œufs de dodo, squelettes de dinosaure, tapis… ont fait l'objet de ventes publiques mandatées par la maison. « Nous ne faisons pas que du *fine art*. Nous vendons aussi des objets qui ont la spécificité d'être de collection de par leur caractère unique », avance Aline Sylla-Walbaum, directrice générale de Christie's France. En 2011, la société a également été la première à proposer des ventes totalement dématérialisées, « à la eBay », avec une collection de bijoux ayant appartenu à Liz Taylor. « Cette année, nous aurons fait une quarantaine de ventes purement online, soit 10 % de notre activité en nombre de ventes. Cela permet de ne pas brader des lots qui n'ont pas forcément une grande valeur artistique mais qui ont appartenu à des icônes », explique Aline Sylla-Walbaum. Les ventes classiques sont, quant à elles, accessibles aux Internautes depuis 2006.

STRATÉGIE

■ Christie's mise sur le multicanal. Les enchères physiques ne sont qu'une partie de l'activité. Les ventes de gré à gré représentent entre un cinquième et un quart du chiffre d'affaires. Le développement des ventes purement en ligne est perçu comme un moyen de maximiser le potentiel client et d'atteindre de nouvelles cibles. « Beaucoup de gens sont intimidés à l'idée de pénétrer dans une salle. On a constaté que 46 % des acheteurs online sont des nouveaux acheteurs. Cent quatre-vingt-trois pays ont déjà participé à ces ventes », détaille la directrice générale. L'expansion géographique est également l'une des priorités du groupe. L'ouverture d'une salle à Bombay (Inde) est prévue tandis qu'en 2014 Christie's envisage de mettre le cap sur le Brésil. La première vente à Shanghai a été inaugurée cet automne seulement, mais Christie's opère désormais sur le territoire chinois en nom propre, quand beaucoup de ses concurrents sont contraints de faire des joint-ventures.

POLITIQUE SOCIALE

■ La moitié des 106 collaborateurs en France sont des experts. La filiale française compte 63 % de femmes, « ce qui n'est pas surprenant puisque les études d'histoire de l'art sont souvent suivies par la gent féminine, souligne Aline Sylla-Walbaum. Pour autant, on a une représentation dans les niveaux managériaux de l'entreprise qui est parfaitement paritaire », complète-t-elle. Le groupe se dit très attentif à la mobilité de ses équipes entre les différents sites de vente. « Au cours des deux dernières années, une dizaine de collaborateurs français sont partis sur d'autres antennes du groupe, sur d'autres marchés à l'international », indique Aline Sylla-Walbaum. La réciproque est vraie : « Le patron du département impressionnisme et art moderne nous vient de Christie's New York. »

FICHE D'IDENTITÉ

(Samuel Kirszenbaum.)

▶ **Création :** 1766 (présence physique en France depuis 1969).
▶ **Siège social France :** Paris (VIIIe).
▶ **Chiffre d'affaires France 2012 :** 231,4 millions d'euros.
▶ **Effectif :** 108 en France.
▶ **Président France :** François de Ricqlès *(photo)*.

L'AVIS DE L'EXPERT

▷ **Nina RODRIGUES-ELY,** directrice de l'Observatoire de l'art contemporain

Ses atouts

■ « Christie's met en avant les fondements de son ADN grande maison et son côté traditionnel. L'esprit voulu par Christie's est celui d'une grande maison de luxe dans le mouvement de la globalisation, où l'aspect humain et accueillant est résolument mis en valeur. Son implantation à Shanghai est un coup de maître de François Pinault : l'accord des autorités leur permet de réaliser des ventes sans intermédiaire. La communication qui a accompagné la vente fut d'ailleurs un modèle, au point de l'élever au rang d'historique, moins par les lots qui la composaient (un ensemble de produits pur luxe) que par l'opération de rayonnement auprès des autorités chinoises avec moult festivités : conférences sur l'histoire de l'art, dîners de prestige… Leur stratégie d'expansion est agressive et la maison se positionne sur tous les domaines du *middle market* (moyenne gamme), notamment grâce au Net. »

Ses points faibles

■ « Même si cela semble un choix assumé, on peut s'étonner de la faible communication digitale de Christie's. L'enseigne est par exemple complètement absente des médias sociaux alors que de nombreuses nouvelles grandes fortunes ont moins de 30 ans et ont de vraies habitudes digitales. Leurs ventes online n'ont pas toujours marché par le passé, même s'il y a du mieux. Ils ont d'ailleurs dû effectuer une refonte de leur site Web qui ne marchait pas bien, histoire de se doter d'une image plus dynamique. »

ÇA CARTONNE

▶ **Le Sacrifice de Polyxène :** l'authenticité de ce tableau inédit de Charles Le Brun a été découverte fortuitement alors qu'il ornait les murs de la suite Coco Chanel du Ritz. Les initiales du peintre furent découvertes au moment des travaux de rénovation entrepris par l'hôtel parisien. Résultat, en avril à Paris, Christie's a signé le record de vente pour une œuvre de l'artiste (1,4 million d'euros).

(DR.)

(Tom Powel Imaging.)

▶ **Balloon Dog :** cette sculpture de Jeff Koons en acier chromé, référence aux modelages sur ballons pratiqués par les clowns, a été vendue plus de 58 millions de dollars (42,8 millions d'euros) à New York en novembre. Il s'agit de la vente la plus chère jamais enregistrée pour une œuvre signée d'un artiste encore vivant.

(DR.)

▶ **Les 50 ans de « James Bond » :** exclusivement online, cette vente a mis aux enchères les objets cultes apparus dans les films du célèbre agent secret, à l'automne 2012. Le lot le plus cher fut l'Aston Martin DBS utilisée par Daniel Craig dans « Quantum of Solace » : 2,6 millions de dollars (1,9 million d'euros).