L'ART CONTEMPORAIN

QUEL RÔLE POUR UN NOUVEL ACTEUR DANS LA DISTRIBUTION DE L'ART CONTEMPORAIN AU CÔTE DES MAISONS DE VENTES AUX ENCHERES ET GALERIES EN FRANCESUR LE WEB ET EN DEHORS DU WEB ?

INTRODUCTION

Depuis toujours, il ne me vient qu'une idée en tête celle de collectionner de l'art, pourquoi, ? un père journaliste et antiquaire, et une mère qui s'est consacrée à notre éducation avant de devenir professeur de peinture.
Mais pas seulement, ce que j'aime et ai toujours aimé, c'est le beau, l'accessible, la spéculation, créer de la valeur et être avant-gardiste.

Depuis que je travaille, je scrute les tendances, les évolutions, et ainsi j'ai toujours acheté ce qui me paraissait être à fort potentiel, (artistes jeunes, street art, photos), et aussi les bonnes affaires où quand vous savez où sourcer un produit et bien vous trouver de belles affaires moins chères que le premier marché, le second marché (vente publique), et les sites spécialiser.

Depuis une quinzaine d'année, je collectionne donc de l'art contemporain que je qualifierai d'abordable (entre 200 et 2000 euros), et au travers de ces achats, je me suis rendu compte qu'il y avait un souci ai niveau des frais et que sur chaque achat soit le galeriste prenait un % élevé sur l'artiste et donc vous, soit les maisons de ventes prenaient près de 50% de frais sur le vendeur et l'acheteur (30%+20 %), et donc les bonnes affaires que je pensai acheter à 0€ , me revenaient au final à 1300€ et 800€ pour le vendeur .
J'ai réfléchi et me suis dit, voilà où je veux évoluer et créer une nouvelle forme de distribution de l'art contemporain au côté de ce duopole qui scrute le marché.
Même si l'art a toujours fait partie de ma vie, j'ai souvent pensé autant comme objet de collection que fonds de placement. Mais l'âge aidant, j'ai commencé à collectionner sérieusement dès que j'ai pu gagner correctement ma vie.
J'ai suivi mon père sur son site internet artcult.com qui réunit 50 000 lecteurs chaque mois en français et en anglais, et j'ai commencé à regarder les calendriers des ventes, les résultats, et suivre les ventes en ligne qui existe depuis les années 2000. Quel plaisir de pouvoir acheter sans se déplacer, et suivre l'évolution au travers des sites spécialisés et avoir sur un support les résultats des ventes mondiales et les tendances (Artprice).

Au vu de mon budget, j'ai commencé à m'intéresser à l'art urbain (graffiti, photo et dessins), seul art qui est de ma génération et qui était encore accessible et je suis devenu un membre actif sur ce marché entouré d'artistes et d'experts, ainsi qu'à la photo car on parlait alors de spéculation vue que les artistes des années 70 (Warhol, K Haring.) étaient déjà devenus inaccessibles pour des « petits budgets »
J'ai donc acheté une grande quantité de petits artistes, sauf qu'à force de suivre et sur les conseils d'un galeriste A Llinderman, celui-ci m'a dit dans le monde de l'art, les opinions changent constamment : le génie de d'aujourd'hui peut devenir la honte de demain, si vous décidez d'acheter, acheter que pour le plaisir que procure l'œuvre.

« De gustibus et coloris non est disputandum (des goûts et des couleurs on ne dispute point) vaut encore aujourd'hui : tout le monde n'aimera pas forcément ce que vous aimez.»

Pour vendre une œuvre, on a donc besoin de quelqu'un qui aime cette œuvre

L'art contemporain : attrayant mais pourquoi ?

Qu'est ce qui rend si attrayant, si sexy le fait de posséder de l'art ? Est-ce le fait de voir un tableau de Warhol passer de 65000 à plus de 200000$ en l'espace de quelques années ? Pour le collectionneur c'est oui et non. En effet, au-delà de l'ego trip, personne n'a envie de choisir un loser, et si l'œuvre que vous avez acheté continue de prendre de la valeur , cela aide à rappeler que votre choix était le bon, que ce tableau aura meilleur aspect quand quelqu'un vous offre le double ou le triple ou dix fois le prix que vous avez payé.

Me voilà lancer, l'étape suivante, : élaborer un programme, mettre au point une stratégie et s'y tenir. par où commencer et comment m'y prendre

En partant du postulat de base :

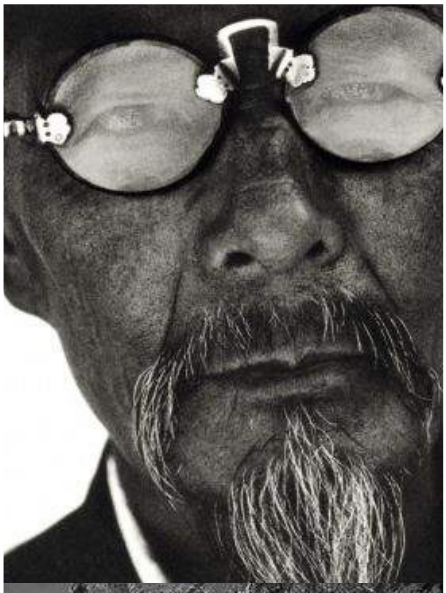
- Que la galerie d'art prend 40 à 70% sur l'artiste et que la maison de vente prend 20% sur le vendeur et 30% sur l'acheteur soit 50% en tout sur la même œuvre
- Que seuls les artistes connus travaillent et exposent, alors qu'il y en a des milliers
- Que les résultats d'art contemporain en salle de vente concernent toujours les mêmes noms
- Que si si vous êtes artistes et si vous avez eu un échec une seule fois en exposition vous êtes grillés

- Que je collectionne et que j'ai une petite collection et ai des contacts dans ce milieu

- Que ce qui m'attire c'est de trouver des pépites pour faire du leverage ,

J'ai décidé de lancer ma startup, appelée « The Counselart » pour mettre en avant des artistes contemporain allant de 500 à 20 000 euros (après il faut de l'expertise et c'est moins de l'achat plaisir comme on va le voi)r , et développer le business d'artistes que j'aurai sélectionner afin de gérer leur développement, puis de créer une plateforme web dédiée (avec un site marchand) , où se rencontreraient les gens intéressées par investir sur les artistes de demain et de distribuer l'art contemporain aux côtés des acteurs traditionnels en place par les biais que je détaillerai plus loin suite à l'analyse du marché, des acteurs, des règles, de l'étude de la concurrence, et du positionnement que je souhaite adapter tout en veillant aux business plans associés.

Trouver le nouveau Ketih Haring et propulser des artistes de talent aux côtés des artistes établis, c'est mon objectif de cette start-up , en mettant en œuvre ma passion, mes outils HEC et une stratégie claire et définie pour ne pas concurrencer en frontal ces mastodontes et au contraire petit à petit casser les codes établis.



EXECUTIVE SUMMARY

Quelle est la problématique à laquelle répond TheCounselart?	Partant du double constat que les particuliers et les artistes n'ont pas facilement accès au marché de l'art contemporain, ni aux experts, ni aux œuvres à potentiels à cause de la mainmise sur le marché des galeries et des maisons de ventes aux enchères avec leurs frais exorbitant, que l'art est devenu un marché comme l'immobilier , et que de leur côté les particuliers, les artistes et le marché de l'art en ligne sont à la recherche d'opportunités de développement et d'achat/ revente à moindre frais. L 'ambition de TheCounselart est de proposer une solution innovante de mise en relation particuliers (Acheteurs et Vendeurs) - Artistes à potentiel non travaillés - Experts grâce à une plateforme web experte et une société de conseil spécialisée (artistes et investisseurs) visant à casser le duopole de distribution de l'art contemporain ,rendre plus liquide ce marché capter par deux acteurs majeurs aujourd'hui et quelques nouveaux entrants généraliste sur le web et devenir un acteur référent pour la communauté de passionnés d'art contemporain.
Quelle est la question stratégique qui se pose ?	La recherche du business model pour monnayer les services de la plateforme et de la solution et les rendre rentables est important, pour autant, sachant que dans la nouvelle économie du web et des nouvelles économies, le « winner takes it all », la question essentielle est celle de savoir comment TheCounselart peut devenir un distributeur d'art contemporain accessible et à potentiel, et devenir une référence sur les cibles adressées sur le marché de l'art contemporain.
Que propose TheCounselart ?	TheCounselart est une plateforme web à lancer qui vise à adresser les passionnés d'art contemporain désireux d'acheter ou vendre des œuvres d'art contemporain à potentiel (500 euros à 20 000 euros) sélectionnées par une équipe d'expert hors des circuits traditionnels des galeries et maisons de ventes aux enchères qui pratiquent elles des frais énormes. En s'appuyant sur un site d'information existant artcult.com (50 à 100 K lecteurs </ mois), une collection de 300 œuvres disponibles à la vente , et une équipe d'artistes et d'experts déjà sélectionnée, puis grâce à cette plateforme , nous créerons à côté une structure de conseils pour créer des club deals (partage du risque entre x investisseurs), puis nous créerons une écurie de production avec les artistes sélectionnés afin de dynamiser la carrière d'artistes en devenir sur le modèle des Jeff KOONS ou Keith HARING tous 2 travaillés par des experts business et marketing, et enfin nous créerons le 1er vide dressing d'art contemporain qui sera une déclinaison du portail TheCounselart. Accessible à tous, les particuliers pourront acheter ou vendre des œuvres d'art à moindre frais qu'en galeries ou maisons de vente, qui seront toutes accompagnées d'un certificat, une note d'information, Ils pourront demander conseil auprès des experts du site et de la communauté, ou solliciter une mise en contact direct avec l'artiste de leur choix. L'objectif est de devenir un distributeur et l'offre référents en matière d'art contemporain encore accessible et à potentiel de R.O.I.
Quel est son marché ? Qui sont ses clients ?	⬟ Le marché de l'art contemporain uniquement dont les cotes sont entre 500€ et 20000 € afin de pouvoir les travailler, et aussi être en mesure de créer de la valeur et de la rentabilité. ⬟ Les artistes à potentiel non adressés par les galeries traditionnelles ⬟ Il s'agit d'une plateforme web commerciale 'achat / vente, vide dressing d'at contemporain) biface qui s'adresse aux acheteurs / vendeurs, et aux artistes d'art contemporain, et une société de conseil aux investisseurs dotés de moyens plus élevés. ⬟ Enfin une société de production artistiques adressera les entreprises dotées d'une fiscalité avantageuse. ⬟ La création de club deal grâce aux experts membres du projet initial

Qui sont ses concurrents ?	Depuis 2006, une vingtaine de start-up d'art contemporain se sont développés en France, certaines ont développé un modèle d'affaires proposant de la vente pure d'œuvre sur le modèle de galerie virtuelle, d'autres font de la mise en relation avec les galeries, (artsper) d'autres de l'indivision (Myartinvest à, et d'autres de la vente dites expertes (Expertissim), mais multi -art. Aucune n'adresse l'art contemporain avec pour objectif de dénicher des talents, ou même n'a crée un vide dressing de l'art contemporain faute d'expertise et d'informations. Seulement sur de marchés locaux (UK, Belgique), on voit des sites qui œuvrent à la promotion des talents de demain mais sans équipes expertes. Aucun n'est leader, et beaucoup espèrent se faire racheter par les acteurs en place sur le marché qui opèrerent une diversification / extension de leur activité. Offrir une solution différenciante avec des experts, ayant une stratégie capitalistique et financière ayant la volonté de casser le duopole et rendre liquide le marché est une première.
Quels sont les opportunité, les barrières et les risques ?	Les opportunités de développement sont nombreuses sur un marché de l'art contemporain en plein boom si on regarde les chiffres, les résultats des ventes aux enchères, la chute des prix du pétrole, la recherche de valeur refuge, l'explosion du nombre de riches, le nombre d'artistes talentueux non adressés. Ces opportunités sont incontestables pour TheCounselart et ce, malgré le lancement de plusieurs offres / sites généralistes, sachant qu'un tel lancement aura également pour effet d'accélérer la liquidité du marché des œuvres d'art contemporaines soumis à de fortes contraintes imposées par les galeries et maisons de ventes. Aussi, cela permettra de faire émerger d'autres artistes méconnus, et de faire profiter de l'expertise à tous et pas seulement aux initiés. L'explosion du marché de l'art en ligne profitera aux acteurs spécialisés tel que TheCounselart. Les barrières à l'entrée sont les liquidités énormes nécessaires au démarrage de start-up, des moyens considérables des acteurs déjà en place avec des actionnaires forts, la potentielle bulle spéculative de l'art, les artistes qui ne sont pas des actifs tangibles et les particuliers qui suivent les modes et tendances…
Facteurs clés de succès	Les facteurs clés de succès de plateforme :à savoir le trafic et le réseau - et d'autre part, les compétences et ressources clés parmi lesquelles l'accessibilité de la plateforme, la simplicité du référencement, la notation des utilisateurs, l'accessibilité des informations, les certificats , l'assurance , l'authenticité des œuvres, la logistique, facilité de paiement, la crédibilité et l'expertise reconnue de l'équipe , la qualité des œuvres proposées, la sélectivité des artistes et œuvres, l'accompagnement et le conseil aux particuliers et acheteurs / vendeurs et le site d'information existant, ainsi que le réseau professionnel de l'équipe
Quels sont les avantages compétitifs développés par TheCounselart ?	Expertise du marché : experts agrées auprès de la cour, qui interviennent déjà dans des ventes aux enchères d'art contemporain à Paris serviront de caution aux achat/ vente du site Artcult.com : site internet dédié au monde de l'art en activité depuis 1994, 60 000 articles, en anglais et français, 18 000 click/jour, 100 000 visites mensuelles, dirigé par A. Darmon Un track record d'achat à 1000 euros et revente à 20 000, : relaiera l'information et capitalisera la base installée Un site expert et un vide dressing d'at contemporain certifié Collectionneurs existants d'art contemporain : une base installée de 300 œuvres : offrira une crédibilité et la possibilité de démarrer rapidement avec une offre crédible Pool d'artistes émergents et confirmés : tendances du marché au lancement de l'offre Des particuliers soumis à l'ISF ou très riches foyers n'ayant aucune connaissance du marché et des avantages ou désireux d'acheter : clients potentiels de l'offre / revenus Les entreprises qui ont une fiscalité avantageuse liée à l'investissement d'œuvre d'art : un marché faiblement adressé

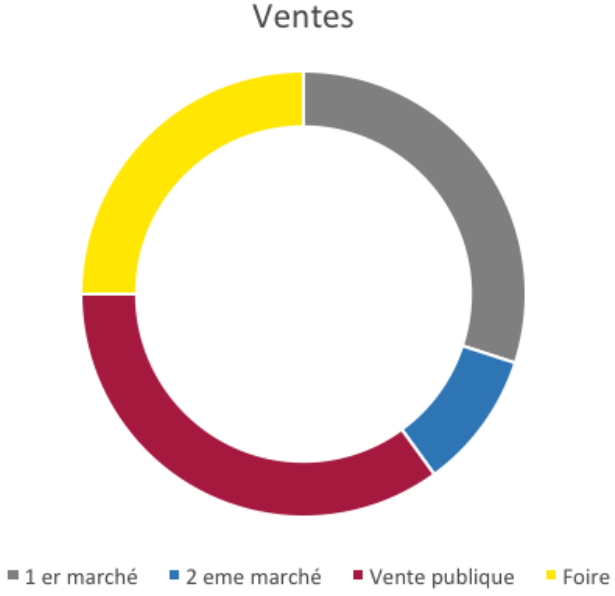
ANALYSE EXTERNE

1 STRUCTURE DU MARCHÉ DE L'ART CONTEMPORAIN

Dès que vous avez décidé de prendre le train en marche et collectionner vos premières œuvres d'art contemporain, qu'il s'agisse d'une œuvre à 1000€ ou 20000€ vous voulez un avis compétent.
Ainsi il y a toujours eu des experts, galeristes, des côtes Mayer, et maintenant des bases de données consultables telles Artprice ou Artvalue , afin de donner ces conseils.
Il ne faut pas oublier que tout le monde aura un avis différent : du fait que c'est de l'art contemporain, le consensus est rare, et reste fluctuant. Personne ne peut répondre à la question « faut-il que j'achète cette œuvre « Avant de se poser la question tout nouveau site d'art contemporain devra orienter au plus juste les choix des acheteurs.
En tant que nouvel arrivant dans le monde des collectionneurs, seuls les artistes en devenir et bénéficiant d'une côte inférieure à 20 000 euros sont accessibles, c'est ce positionnement que je veux, car après, vous êtes parmi les happy few et devez être dans les petites papiers des experts et autres acteurs pour avoir accès à des œuvres de première qualité de qualité esthétiques et à prix intéressants.
Dans l'art contemporain, il n'y a pas l'unanimité sur les jeunes artistes, c'est ce qu'il y a de merveilleux, car on peut créer encore au contraire des artistes contemporains confirmés : en fait c'est la décision d'acheter telle ou telle pièce qui contribue à établir la position potentielle de l'artiste dans l'histoire de l'art.

1.1 LES MODES D'ACQUISITION DE L'ART CONTEMPORAIN

Il existe quatre modes d'acquisition sur le marché de l'art contemporain, les connaitre et les adresser servira à notre positionnement



1.1.1 Achat sur le premier marché

Les meilleures acquisitions ne se font pas en vente publiques ou les frais vont de 20% à 30% sur les œuvres selon les montants. Sur l'art contemporain, le collectionneur veut acheter sur le premier marché c'est-à-dire directement chez le ou les marchands primaires de l'artiste, à savoir son galeriste en règle générale. (on l'appelle galeriste mais c'est un marchand qui a l'exclu et gère les œuvres et production de l'artiste.
Parce que les gens veulent les œuvres d'art les plus fraiches, l'art le plus récent, et que le travail n'est pas encore vendu à titre spéculatif.
Le marchand doit vendre ses prix en dessous de ceux du marché public et vente publique car il doit vendre 365 jours par an, c'est pourquoi le prix du 1er marché est plus bas. A moins d'être un gros collectionneur et très « ami », la liste est longue et souvent vous ne pouvez acquérir que très peu sur ce 1er marché. Au cas où vous êtes un des « heureux acquéreurs », vous devrez signer un accord de revente, vous avez l'œuvre mais vous ne pourriez la revendre qu'à 'la galerie si vous décidiez de vous en séparer. Vous venez d'acheter une œuvre en multipropriété.
Pour éviter la revente sur marché public, dans les ventes aux enchères où la cote pourrait être attaquée si le prix était bas,

1.1.2 Achat sur le second marché

Si vous avez raté l'expo et que le marchand n'a pas d'œuvres récentes à revendre, il faut demander s'il n'a pas des œuvres à revendre, attention c'est soit un déchet (mauvaise année ou thème), ou un chef d'œuvre et cela se paye. Mais là, plus de condition de revente et de multipropriété.

1.1.3 Achat dans les ventes publiques ou aux enchères

Dans le cas où vous n'avez rien fait sur le 1er et 2nd marché, il vous reste les ventes publiques où l'œuvre ira au plus offrant. C'est à dire sans remise, et avec des frais acheteurs en moyenne à 30% en plus du prix payé.
Le seul intérêt est de dénicher une belle œuvre au travers des catalogues de vente qui sont publiés un mois avant la vente, et donc l'acheteur potentiel peut faire ses recherches sur la qualité. Souvent, les marchands enchériront sur les œuvres de leurs propres artistes afin de contrôler la côte.
L'intérêt de la vente est d'avoir un certificat qui authentifie l'œuvre et décrit son année et état.
Il faut au maximum se renseigner car des œuvres comportent des défauts ou vices structurels.
Toute offre aujourd'hui doit prendre en considération la qualité, le certificat et doit rassurer, dans mon business « The COUNSELART », je m'attacherai à cet élément de confiance envers mes clients.

1.1.4 Achat dans une foire

L'immense flux de personnes et de vente dans ces foires à Art basel, Miami, Bale, La Frieze art de Londres, a mis la pression sur les galeristes qui doivent être sur 2 fronts dorénavant. Mettre en avant des pièces attractives, la foire doit vendre et participe à la promotion de la galerie. Généralement, les meilleures pièces sont pré-vendues et on vous oriente vers les 2nd rang. Bâle et Miami sont les 2 plus grandes foires.

1.1.5 Acheter soit sur coup de cœur, soit au préalable avoir fait des recherches

J'ai parlé de la nécessité d'acheter des bonnes œuvres (thème et année), et pour cela, faire ses recherches est essentielle ou être conseillé de manière pointue.

Il faut

- Acheter livre et catalogue de l'artiste que l'on scrute,
- Etudier les images scrupuleusement
- Connaître ce sur quoi porte le thème ?
- Pouvoir parler avec le galeriste sur le travail passé, et actuel, afin de saisir les tendances
- Lire les revues spécialisées
- Sur internet via Artvalue, Artprice et Artnet vous aurez une tonne d'information dont les dernières ventes publiques

Même si tout n'est pas possible de savoir, suivre les tendances et l'actualité permet de savoir comment se comporte la liquidité de l'œuvre ou des artistes.

LE MARCHÉ DE L'ART : UN MARCHÉ SEGMENTÉ , EN FORTE CROISSANCE ET TRÈS CONCURRENTIEL

La dénomination marché de l'art recouvre des réalités diverses et contradictoires, puisque les œuvres d'art sont vendues soit à travers des galeries (transaction de gré à gré), marché privé dont le chiffre d'affaires n'est pas connu soit à travers des ventes aux enchères dont les chiffres et résultats sont seuls publiés et connus. Le marché est également segmenté en périodes et secteurs : art classique, art moderne, art primitif, art chinois, art contemporain, objets d'art, etc. qui recouvrent des réalités différentes art classique (1600-1840), vente moderne (1840-1940), vente contemporaine (après 1945), etc. Le marché est également segmenté par région, pays, puisque les droits et réglementations fiscales, définition de l'œuvre d'art varient d'un pays l'autre, France, Angleterre, États-Unis, Chine… mais aussi à l'intérieur d'un pays, comme en France avec des marchés régionaux autour de capitales régionales, Lyon, Toulouse, etc.

2.1 LE MARCHÉ DE L'ART EN FRANCE ET À PARIS

En France, la loi no 2000-642 du 10 juillet 2000 a mis fin au monopole des commissaires-priseurs et libéralisé dans une certaine mesure le marché des ventes publiques aux enchères.

De plus aux honoraires du commissaire-priseur payés par le vendeur et par l'acheteur (environ 10 % de frais de commission pour le vendeur, 28 % pour l'acheteur) peuvent également s'ajouter le droit de suite 4 %, ou la taxe à l'importation de 5,5 %, si l'œuvre a été importée pour être vendue en France, suivant les cas pour le vendeur. Les honoraires sont soumis à la TVA (20,6 %) et la vente est soumis à l'impôt sur les plus-values, une taxe forfaitaire de 5 % pour le vendeur.

En fait le vendeur touche environ les deux tiers du prix de l'adjudication « hors frais », l'acheteur paye 28 % en plus du prix de l'adjudication hors frais, le commissaire-priseur touche environ le tiers du prix de l'adjudication hors frais, l'ensemble des taxes représentent environ 11 % du prix de l'adjudication avec frais.

- En France, 75% des adjudications (et des œuvres en galeries) sont sous la barre des 15.000 euros.
- La place de Paris représentait en 1950, 80 % du marché de l'art, en 1990 elle présentait encore 40 %, aujourd'hui, en 2010, elle en représente moins de 5 % environ.

Après avoir interviewé plusieurs maisons parisiennes (Artcurial et Tajan) , il est vrai qu'elles ont d'importants frais de structure et que les gens se plaignent de devoir supporter à l'entrée et à la sortie ce coût.
On voit arriver des structures purement sur Internet qui baissent ces frais en souhaitant capter grâce à cela les clients habituels des maisons de vente traditionnelles.

2.2 LE MARCHÉ MONDIAL DE L'ART AUJOURD'HUI :

Entre 2000 et 2007

À l'échelle mondiale, le marché de l'art est désormais très concentré sur quelques pays. Les États-Unis représentaient ainsi en 2000 49,8 % du marché, contre 28,75 % pour le Royaume-Uni et 5,6 % pour la France2. Selon les chiffres d'Artprice (2004), les États-Unis représentaient 46,3 % du marché total, le Royaume-Uni 26,9 %, la France 7,2 %, l'Italie 3,7 %, l'Allemagne 2,9 % et Hong Kong 1,9 %17.

En 2006, les dix artistes dont la vente des œuvres avaient atteint les plus fortes valeurs étaient en chiffre d'affaires :

Pablo Picasso 399 M$	Andy Warhol 199 M$	Gustav Klimt 175 M$	Willem de Kooning 107 M$	Amedeo Modigliani 91 M$
Marc Chagall 89 M$	Egon Schiele 79 M$	Paul Gauguin 62 M$	Henri Matisse 60 M$	Roy Lichtenstein 60 M$

Fin 2007, le marché de l'art a connu quelques turbulences, qu'Artprice a liées à la crise des subprimes. Les ventes suivantes ont cependant confirmé les prix élevés observés depuis plusieurs années sur le marché de l'art contemporain.

2.3 LE MARCHÉ DEPUIS 2010

En 2010, selon Artprice, la Chine (avec Hong-Kong) représente 33 % du marché des ventes aux enchères, les États-Unis 30 %, le Royaume-Uni 19 % et la France 5 %. Toujours en 2010, les artistes ayant atteint les 10 enchères les plus importantes sont :

Pablo Picasso 95 M$	Alberto Giacometti 92,5 M$	Amedeo Modigliani 61,5 M$	Andy Warhol 56,5 M$	Wen Zong 44,8 M$
Henri Matisse 43,5 M$	Joseph M.William Turner - 40,2 M$	Gustav Klimt 38,2 M$	Roy Lichtenstein 38 M$	Lawrence Alma-Tadema - 32 M$

En 2014, les artistes ayant les transactions les plus importantes sont :

Pablo Picasso 345,8 M$	Andy Wahrol 299,2 M$	Francis Bacon 236,5 M$	Claude Monet 176,6 M$	Qi Bashi 168,9 M$
Gerhardt Richter 159,2 M$	Mark Rothko 146,4 M$	Jean-Michel Basquiat 131,9 M$	Alberto Giacometti 116,7 M$	Zhang Daqian 118,5 M$

2.3.1 Raisons de l'envolée des prix du marché

- L'augmentation du nombre de milliardaires (il y en a 2325 en 2014, en hausse de 7 % sur un an) Ces très riches regorgeant de liquidités investissent dans l'art.
- Le rétrécissement de l'offre face à la demande qui explose avec l'industrie muséale qui est devenue un véritable secteur économique (multiplication du nombre de musées et de centres d'art, publics ou privés dans le monde) ;
- La garantie des ventes par les maisons d'enchères (quitte à payer de leur poche la différence) ;
- Le rôle de valeur refuge de l'art dans un monde financier incertain. Outre sa valeur refuge, l'art est un important élément de valorisation sociale et souvent peu fiscalisé.

2.4 LE MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE : EXPLOSION DU NOMBRE D'UTILISATEURS & D'ACTEURS

Depuis la fin des années 2000 et le début des années 2010, le marché de l'art en ligne a connu une très forte croissance.

En 2013, il représentait 1,37 milliards de dollars, en 2014, 2,64 milliards de dollars ; il est estimé qu'il atteindra 6,3 milliards en 2019. Il existe plusieurs types de sites : et ma start up « Thecouncelart » devra trouver sa place à leur côté, nous étudierons la recommandation stratégique et le positionnement choisis plus loin.

- Des places de marché comme Artsper, Artsy ou Auction After Sale, où les vendeurs sont exclusivement des galeries d'art
- Des sites de vente aux enchères comme Auctionata, Christie's Live ou encore Drouot Live
- Des sites d'expertise en ligne comme Expertissim
- Des sites de vente de gré à gré comme Artviatic
- Des galeries en ligne comme Carré d'artistes & Des sites pour artistes.

L'Observatoire du Web social dans l'art contemporain a publié en 2016 une étude intitulée «Le Marché de l'art et Web social en 2016» faisant état du retard de la France dans l'art contemporain sur les réseaux sociaux, et surtout l'absence de véritables dénicheurs de talents, et dénué d'orientations stratégiques….

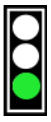
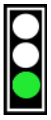
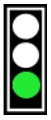
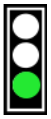
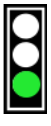
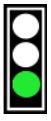
2.5 RENTABILITÉ DU MARCHÉ DE L'ART

Depuis plus de trente ans, des études diverses ont tenté de démontrer la rentabilité du marché de l'art. Suivant les configurations choisies la rentabilité serait inférieure au rendement des actions (avec moins de 1 % de rentabilité), d'autres études démontrent le contraire avec 6 à 7 % environ, et Artprice parle de 15%.

2.5.1 La fiscalité des œuvres d'art

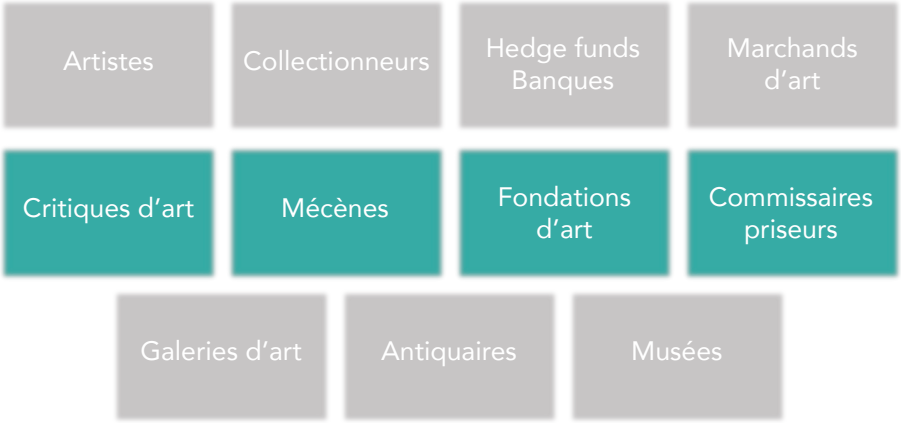
Avec une rentabilité souvent supérieure aux valeurs mobilières et financières, l'art permet de diversifier son patrimoine. Selon le rapport annuel Art et Finance publié par Deloitte et l'agence ArtTactic, 76 % des collectionneurs achètent des œuvres avec la volonté de faire un investissement. Un placement qui bénéficie d'une fiscalité spécifique et attractive, puisque les œuvres n'entrent pas dans l'assiette de l'ISF, quelle que soit leur nature : peintures, dessins, gouaches, aquarelles, sculptures et bronzes. Avec les biens professionnels, il est le seul élément du patrimoine à échapper à ce prélèvement. Un outil parfait de déplafonnement de l'ISF. Les œuvres d'art bénéficient également d'un régime de taxation avantageux des plus-values. Si le vendeur dispose de la facture, il peut soit opter pour une taxation forfaitaire de 5 %, soit pour l'application du régime général des plus-values, qui ouvre à une exonération totale au bout de 21 ans.

Le recours au PESTEL confirme l'analyse et le potentiel de marché de l'ART et de son potentiel de marché et de valeur, afin d'être rapidement opérationnel, je me limiterai qu'à l'art contemporain et aux artistes vivants ayant des cotes < à 20 000€, afin de travailler les R.O.I et rentabilités, sinon je serai en concurrence frontale avec les acteurs bien établis et sans élément différenciant.

	ELEMENTS EN FAVEUR	RISQUES	TENDANCES
POLITIQUE	- Fin du monopole des commissaire priseurs -Initiative locale pour le dynamisme des villes -Exonération ISF et incitation fiscale - Budget culture en hausse	- Concentration des acteurs - Effet de mode - Vulgarisation excessive de l'art	
ECONOMIE	- Augmentation du nombre de milliardaire - Fin des fontières grâce à Internet - R.OJ & Rentabilité forts - Levée de capitaux de la nouvelle économie	- Secteur restreint aux riches - Non liquidité du marché - Bulle spéculative - Acteurs en dehors du marché	
SOCIAL	- Explosion des réseaux sociaux - Lieux de vie dédiés à l'art & Street art - Tous artistes grâce aux réseaux sociaux - Démocratisation de l'art	- Perte de crédibilité des artistes à trop être visible - Banalisationde l'art - Effet de mode - Qui sont les meilleurs	
TECHNOLOGIE	- Explosion des réseaux internet et réseaux - Explosion de la 3D pour l'image - Accès à l'information - Croissance de l'usage de smartphone - Plateforme de vente en ligne sécurisée	- Coûts technologiques élevés - Fusion acquisition massive - Fraude - Perte de visibiité des oeuvres	
ENVIRONNEMENT	- Baisse des coûts de transports - Facilité de circulation trains, avions, voitures - Ventes aux enchères records d'artistes vivants		
LEGAL	- Fiscalité avantageuse ISF et entreprise - Droit de douane réglementé - Droit propriété littéraire et intellectuelle en place - Droit sur les oeuvres d'art		

3 LES ACTEURS DU MARCHÉ DE L'ART / LA FILIÈRE

Les acteurs du marché de l'art sont variés et ont des rôles différents et sont tous influenceurs à leur échelle sur le marché



- Les artistes ; font la production, représentent le produit et ont une valeur marchande ou cote
- Les collectionneurs d'art ; Achètent et revendent, sont les cibles marketing, rendent ou pas liquide la marche
- Les commissaires-priseurs ; Régulent la liquidité du marché via leurs ventes, peuvent faire monter ou baisser la cote de l'artiste, rôle de conseils experts fort auprès des acheteurs et vendeurs, grosses structures de coût
- Les galeries d'art ; rendent liquide le marché, sélectionne les artistes en vogue, gèrent l'offre et la demande sur les marchés, peuvent tuer un artiste, gros frais de structure
- Les antiquaires : moins exposés, font office de marché d'occasion, les acheteurs peuvent y faire de bonnes affaires car frais de structure moins élevés
- Les marchands d'art : Ont des moyens importants, et font les cotes et tendances , ils verrouillent le marché
- Les critiques d'art : peuvent faire monter la cote des artistes comme un produit classique via un marketing élaboré
- Les musées : Acheteurs d'œuvres d'art, ils participent à l'envolée du marché
- Les mécènes : Participent à la liquidité du marché, car investissent sur les futurs grands en payant la production…
- Les fondations d'art : Grace à elle, si un artiste entre dans une fondation, sa cote explose
- D'autres acteurs comme les hedge funds ou les banques privées : Ils s'intéressent au produit et à la rentabilité à court et moyen terme , utilisent les liquidités de leurs clients fortunés e font exploser les cotes

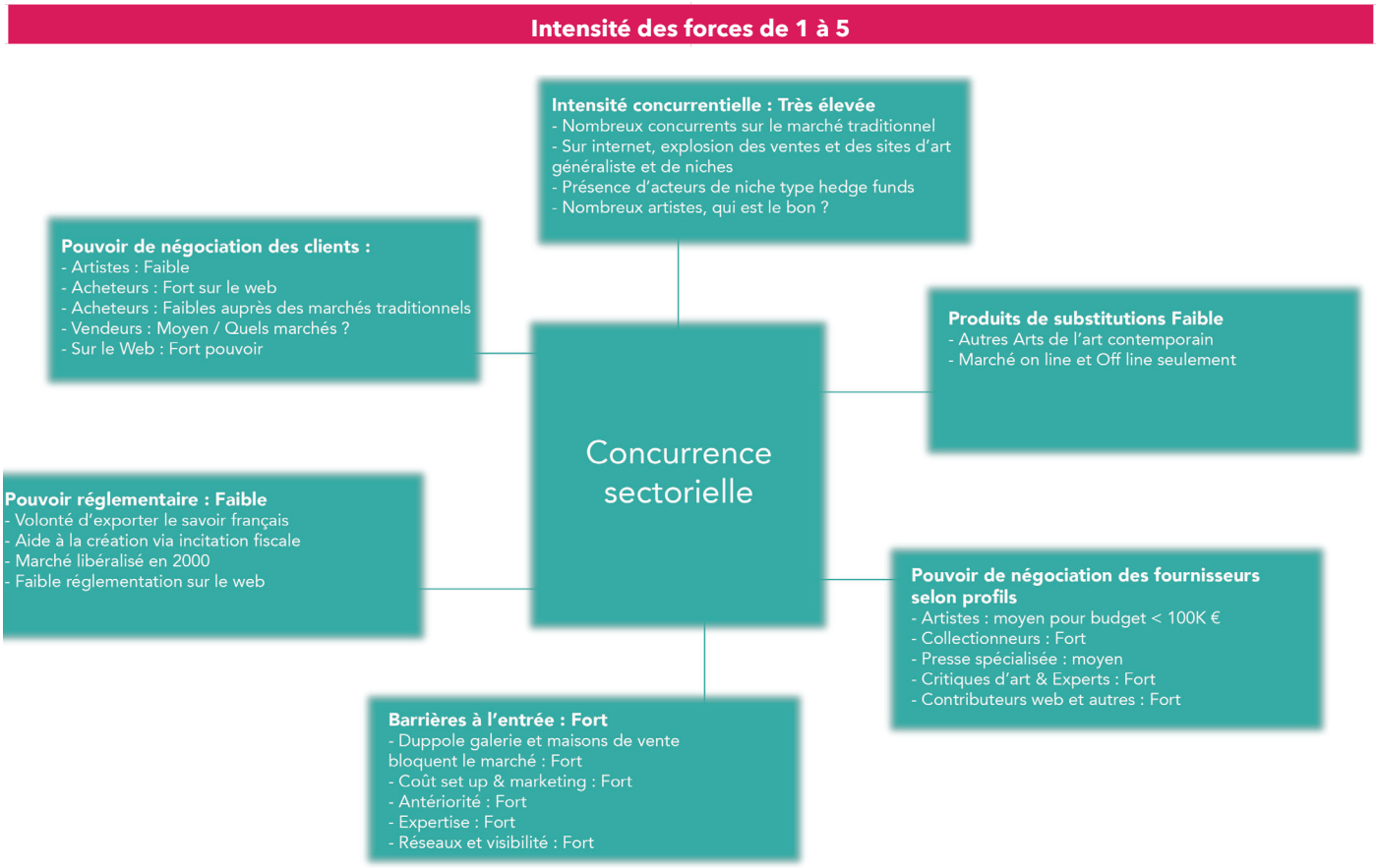
3.1 UN MARCHÉ DE L'ART CONTEMPORAIN CONCURRENTIEL AVEC DES OPPORTUNITÉS POUR UNE OFFRE DIFFÉRENCIANT, EXPERTE ET CIBLÉE

Devant ce constat et l'état du marché, j'ai fait le choix de consacrer ma start-up sur l'offre de l'art contemporain accessibles (X <20 000 €), afin de créer de la valeur,
Les gens en ont assez de payer autant de frais pour vendre ou revendre ce qu'ils ont acheté en vente publiques, les galeries et maisons de vente trustent le marché en imposant leurs règles,

Les artistes se font exploiter, car ils doivent céder entre 40 et 70% pour pouvoir exposer en galerie et donc faute de moyens n'ont jamais accès au marché.
C'est pourquoi on ne voit que les artistes qui sont « tendances » dans les expositions et qui sont prêts à accepter ces conditions.
Aujourd'hui l'art contemporain est devenu un actif tout comme l'immobilier ou l'or, seuls les plus malléables ou résistants subsistent.
Ainsi, un artiste connu en 2014 et qui aurait eu le malheur de faire une mauvaise exposition, se verrait bannir des salles de vente et même d'exposition dans d'autres galeries, le marché le qualifiant de « has been » et donc incapables de générer des plus-values potentielles alors qu'il est toujours aussi talentueux.

A force d'interviewer les peintres, les experts, les acheteurs potentiels et suite à mon analyse il est clair que je peux encore découvrir le nouveau Keith Haring sans pour autant passer par le circuit traditionnel, et faire émerger une nouvelle offre de distribution de l'art en gardant l'aspect plaisir, mais aussi potentiel de ROI, car un de mes enjeux est de trouver rapidement une forme de rentabilité et casser ce duopole en faisant rapidement émerger des talents.

3.1.1 Schéma de Porter associé au marché de l'art contemporain tradition



Pouvoir de négociation des fournisseurs	3,5
Pouvoir de négociation des clients	4
Produits de substitution	1
Intensité concurrentielle	4,5
Barrières à l'entrée	3
Pouvoir réglementaire	2

3.1.2 Les enseignements du Porter ?

Au travers de cette analyse de Porter, et des interviews de tous les acteurs de la filière, j'ai noté des éléments importants à intégrer à toute offre que je souhaiterais lancer et qui sont des freins pour le lancement d'une offre sur le marché traditionnel

1 - La nécessité d'avoir une expérience reconnue sur le marché

2- La nécessité d'avoir de grands moyens financiers afin de fidéliser les meilleurs artistes en devenir et les meilleurs experts capables de référencer et expertiser les œuvres

3- Un besoin en BFR énorme pour supporter les coûts de lancements, la mise en place d'un site web, les coûts marketing pour apparaître auprès des acteurs en place et attirer les clients de l'offre, payer les experts, frais de stockage, photographie des œuvres ….

4- La concurrence féroce des acteurs en place et des nouveaux entrants sur le web

5- L'actif intangible que représente l'artiste

6- Le manque de liquidité au démarrage, et la faible innovation de l'offre autres que le positionnement stratégique adopté (< 20 000 €).

Pour limiter ces freins, l'option choisie au démarrage sera le lancement sur le web de toute l'offre associée à la start-up « Thecounselart » et je ferai à la marge du conseil et de l'opération en marchand d'art (achat revente en direct ou pour compte de tiers sur le marché off line, ce qui permet un démarrage rapide, un coût de set up & marketing moindre, une sélection établie d'artistes, et aussi me permet de bénéficier de la base installée du site Artcult.com.

Pour trouver ma place au côté des distributeurs classiques et du duopole établi, il me faut de toutes les manières innover et être différenciant.
Repartir de la base du site www.artcult.com, donnera une visibilité et une crédibilité à TheCounselart , car le circuit classique est saturé, et on pourra profiter de suite d'une base de 50 à 100 000 internautes passionnés d'art capables d'être adressés de suite.

Mais avant tout, il faut étudier les tendances et les prérequis pour positionner une offre sur le web, afin d'être au maximum en phase avec les attentes des cibles (acheteurs, vendeurs, et artistes) de mon projet, et permettre un time to market rapide.

4 LE MARCHÉ DE L'ART EN LIGNE, OÙ ET COMMENT POSITIONNER L'OFFRE DE « THECOUNSELART » SUR LE WEB AU CÔTÉ DE LA CONCURRENCE

4.1 STRATÉGIE DU SITE EN LIGNE « THECOUNCELART »

Quels sont les facteurs clés de succès, les éléments à intégrer et les choses à trouver sur l'offre pour qu'elle soit claire.

4.1.1 Le marché de l'art en ligne

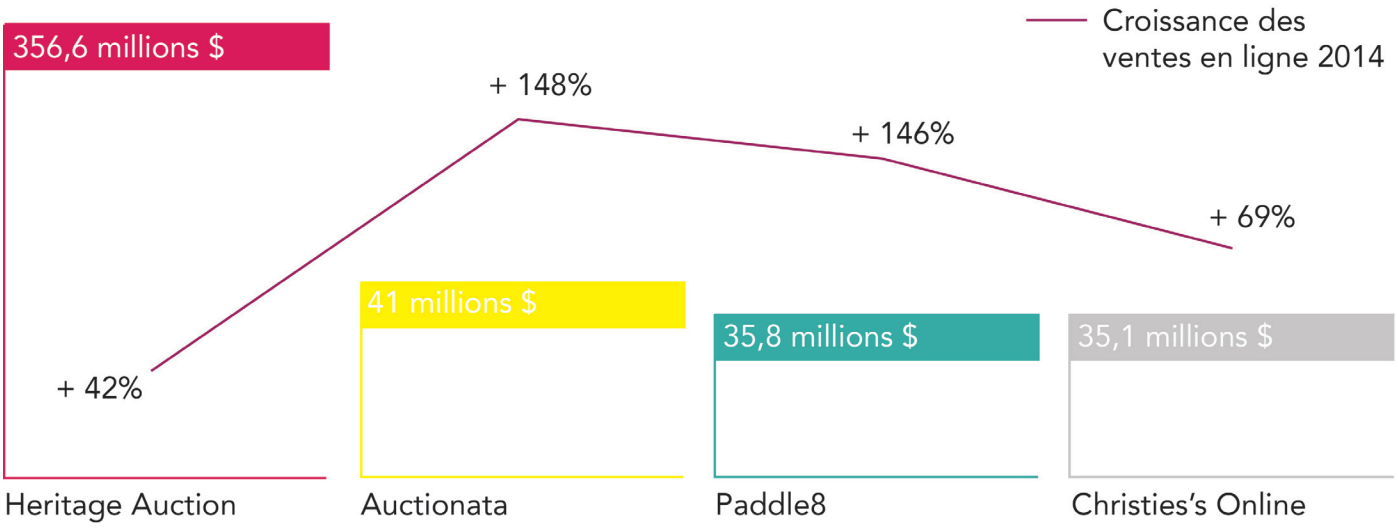
Les choses ont beaucoup changé depuis deux ans sur le marché de l'art en ligne.
Passé à la vitesse supérieure, le marché de l'art en ligne est désormais doté de robustes fondations, et face à cette menace les maisons de vente que j'ai vues ainsi que les galeries sont dépassées car elles doivent repenser toute leur organisation et leur business model.
Recréer un acteur en ligne pour ces mastodontes est lourd à mettre en place car elles briseraient leurs revenus récurrents et elles entraîneraient une profonde mutation de leur activité (réception des vendeurs, estimations, expertise, expositions, catalogues, jour de vente, frais vendeur, parution des résultats), là via le web, le business en ligne est réduit et les frais divisés par 2 (on divise par 2 les frais)

4.1.2 Les chiffres du marché de l'art en ligne

4.1.2.1 Marché global

L'évolution des ventes montre que le marché mondial de l'art en ligne est passé d'un peu moins de 1,57 milliard $ en 2013 à un volume estimé de 2,64 milliards $ cette année en 2015 (Artprice 2015).
En nous appuyant sur cette trajectoire de croissance, nous pouvons évaluer sa valeur à 6,3 milliards $ en 2019 .
Le retour sur investissement est une motivation qui gagne en importance, les objets d'art étant de plus en plus considérés comme des actifs négociables en ligne.

Un certain nombre de plateformes d'enchères et de sites de vente en ligne ont enregistré une croissance à trois chiffres au cours de l'année dernière, mais ont un passé bien installé et des moyens considérables pour se lancer.



Méthodologie :
L'évaluation du marché mondial de l'art en ligne se fonde sur les chiffres de ventes publiés ainsi que sur les estimations des principales plateformes de vente en ligne d'objets d'art et de collection (présentées en annexe au présent rapport.
Près de la moitié de ces ventes sont générées par la croissance rapide des plateformes de vente en ligne d'objets d'art et de collection telles que Heritage Auction, Lauritz. com,Auctionata, paddle8, mais aussi par des agrégateurs d'enchères tels que LiveAuctioneers, The-Saleroom et Invaluable .com. Les ventes en ligne générées par ces entreprises représentent environ 48% du total des ventes en ligne ($ 2,64 milliards).

4.1.3 Les enchères sur Internet

Les enchères sur Internet continuent d'alimenter l'essor du marché de l'art en ligne. Auctionata et Paddle8, des acteurs opérant exclusivement en ligne, ont ainsi fait état d'une augmentation de chiffres d'affaires respectifs de 148% et 146% en 2014.
Une trajectoire de croissance identique est observable chez les acteurs plus traditionnels : avec 357 millions $ de ventes en ligne en 2014, Heritage Auctions est par exemple devenue la plus grande maison de ventes aux enchères en ligne au monde.

La donne est en train de changer et le marché de l'art en ligne continue de forcer l'ancien et le nouveau monde de l'art à s'adapter.

La taille et la dimension étant des facteurs clés de survie sur ce marché en ligne extrêmement concurrentiel, diverses acquisitions, opérations de fusion-acquisition et 'joint-ventures' telles que le partenariat entre Sotheby's et eBay ont fait les gros titres ces 12 derniers mois.
À l'avenir, il semble que la frontière entre marché de l'art traditionnel et en ligne est appelée à devenir de plus en plus floue, les consommateurs entendant bénéficier de la flexibilité et du confort offerts par l'expérience d'achat d'art multicanal.

4.1.4 Le rôle des médias sociaux

Les médias sociaux ont également un rôle à jouer puisqu'ils changent la manière dont les consommateurs découvrent et achètent des objets d'art. Bien que le marché de l'art en ligne soit toujours restreint par rapport au marché de l'art dans sa globalité, il fait déjà ses preuves en tant que plateforme et pépinière de premier ordre pour la prochaine génération d'acheteurs et de collectionneurs.
Les médias sociaux semblent jouer un rôle important, on peut découvrir une plateforme de vente en ligne d'objets d'art par l'intermédiaire des médias sociaux. Facebook et Instagram sont considérés comme les deux principaux réseaux sociaux utilisés dans le monde de l'art.
TheCounselart veut profiter du boom du marché en ligne, profiter de la concentration du secteur et créer quelque chose de nouveau en capitalisant sur l'audience existante ainsi que les assets que je détaillerai plus loin.

4.2 LES RAISONS POUR LANCER L'OFFRE THECOUNSELART SUR INTERNET

<u>Une croissance exponentielle</u>
Le marché de l'art en ligne atteint un volume de 2,64 milliards $ qui montre que les gens n'hésitent plus à acheter de l'art contemporain en ligne.
Les ventes d'art en ligne sont passées à la vitesse supérieure l'année dernière, les plateformes mondiales de vente en ligne d'objets d'art et de collection ayant gagné en popularité. Auctionata a fait état d'une croissance de 148% de ses enchères en ligne, tandis que Heritage Auctions a vendu pour un montant de 357 million $ d'œuvres d'art l'an passé, soit une progression de 42% par rapport à 2013, se hissant ainsi parmi les principales maisons de ventes aux enchères en ligne au monde.

<u>Un placement plaisir à rendement attendu</u>
Le retour sur investissement constitue une motivation solide pour les acheteurs d'art en ligne.

Si le bénéfice émotionnel demeure un important motif à l'origine de l'achat d'œuvres d'art en ligne. La motivation liée à l'investissement est plus présente parmi les acheteurs d'art novices et citent le 'potentiel de valeur comme élément déclencheur de leur achat d'art en ligne.

Cela sous-entend chez eux un sens aigu de la négociation et démontre le potentiel des sites de vente d'œuvres d'art en ligne.

Facilité d'usage et d'achat

La tendance **au « click and buy »** gagne en importance. Le « click and buy » est populaire auprès des acheteurs novices qui affirment avoir ressenti l'expérience d'achat d'art comme moins intimidante en ligne que dans une galerie ou une maison de ventes aux enchères traditionnelle.

Typologie des achats en lignes : dans la cible de TheCounselart

L'essentiel des transactions en ligne concerne des objets dont la valeur est inférieure à 12 000 €.

L'achat d'art en ligne = une expérience multicanal

- Avant d'acquérir une œuvre d'art en ligne, 91% des acheteurs interrogés par Artic ont fait des achats dans une galerie ou une maison de ventes aux enchères traditionnelle.

- Parmi ceux-ci, 48% affirment toujours préférer acheter dans un lieu physique, contre 56% l'an passé. Ce résultat laisse entendre que les acheteurs d'art deviennent moins dépendants de la galerie traditionnelle en tant que lieu d'achat et que, de plus en plus, les collectionneurs choisissent indifféremment l'un ou l'autre canal pour acquérir des d'œuvres d'art.

À l'avenir, il sera donc essentiel pour « TheCounselart » d'offrir le choix entre différents canaux d'acquisition aux acheteurs potentiels d'art.

4.3 LA VENTE D'ART EN LIGNE, UN SECTEUR QUI SE CONCENTRE

Face à la menace, et au duopole toujours en place c'est par le biais de fusions acquisitions, ou Joint Ventures ou partenariats que des acteurs en place se sont rapprochés pour créer des leaders et avoir des longueurs d'avance.

On voit le parallèle avec M Porter son analyse de la stratégie de différenciation et sa limite , à savoir sur la partie « compétences nécessaires » au début les petits innovent grâce à des capacités commerciales forte , ou un technologie du produit, de l'intuition et de la créativité, avec des capacités de recherches fondamentales, et la réputation de qui la fait .Et sur la partie mode d'organisation : on se coordonne on innove dans la gestion des compétences, on offre des avantages pour attirer de l'expertise et faire mieux, mais on est vite rattraper par les plus gros qui ont des moyens quasi illimités .Une fois validée, elles se font racheter par les gros du secteur, et on assiste à la concentration entre les traditionnels et les nouveaux entrants.

5 L'INFLUENCE DES MÉDIAS SOCIAUX : QUELS CRITÈRES À PRENDRE EN COMPTE POUR THECOUNSELART, QUELLE STRATÉGIE SOCIAL NETWORK À ADOPTER ?

5.1 L'ESSOR DES MÉDIAS SOCIAUX

Bien que parfois liée à une démarche solitaire, la passion et la collection d'œuvres d'art relèvent plus fréquemment des relations avec d'autres passionnés ainsi que du partage de goûts et de connaissances.

Il s'agit d'un marché qui évolue au travers d'échanges et de débats, non seulement entre négociants et collectionneurs, mais aussi avec les critiques, les conservateurs, les artistes et les amateurs d'art.

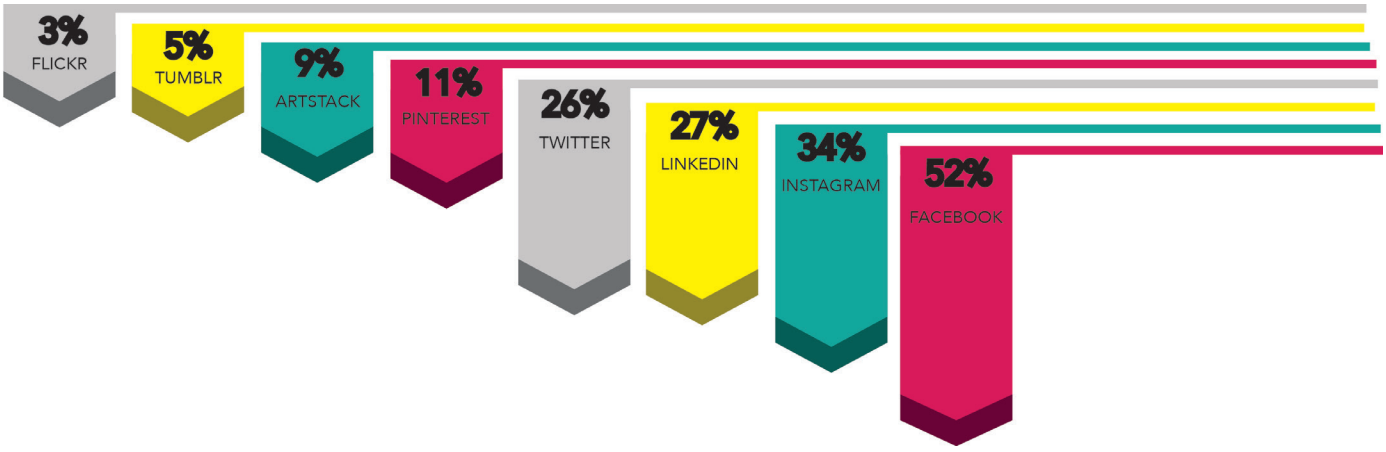
Les médias sociaux s'alignent ainsi naturellement sur la structure de base du monde de l'art et l'écosystème du marché, tout en influant sur l'équilibre habituel des pouvoirs entre les acteurs clés.
Les œuvres répertoriées sur les réseaux sociaux ont pour vocation d'attirer l'attention des internautes.

5.2 QUELS RÉSEAUX SOCIAUX ADRESSÉS POUR ÊTRE VISIBLE ?

Facebook et Instagram sont les deux principaux réseaux sociaux utilisés dans le monde de l'art, chacun ayant une vocation différente. Facebook est le réseau social le plus important à des fins artistiques suivi d'Instagram.
Facebook se classant au deuxième rang mondial derrière Google, il n'est guère surprenant qu'il arrive premier dans le domaine de l'art.
Avec une base de plus de 300 millions d'utilisateurs actifs et plus de 70 millions d'images partagées en moyenne chaque jour, Instagram dépasse désormais Twitter.

Toute stratégie Web du site devra reposer sur l'usage de ces réseaux sociaux, qui permettent d'interagir tant sur le professionnel que sur le personnel au travers des posts.

Quels réseaux sociaux utilisez-vous le plus s'agissant de thématiques liées à l'art ?



Ce résultat suggère que les « influenceurs » traditionnels conservent un poids significatif non seulement sur le marché de l'art, mais aussi sur les réseaux sociaux.
De nos jours, mêmes les achats à caractère privé peuvent être révélés en temps quasi-réel à toutes les personnes suivant un collectionneur désireux de partager des informations. Cela suggère que les possibilités d'influer en temps réel sur les habitudes des collectionneurs se sont accrues.
L'utilisation des médias sociaux en vue d'orienter les tendances sur le marché de l'art, de façonner les goûts et même de vendre directement les œuvres d'art aux acheteurs continuera de progresser et d'évoluer à mesure que le nombre d'influenceurs enregistrés sur une plateforme et celui des utilisateurs les sollicitant augmenteront, avoir une plateforme comme Artcult servira de base à lancer l'activité et influer sur les tendances des artistes.

5.3 COMMENT « THE COUNSELART » PEUX INFLUENCER LE PROCESSUS D'ACHAT D'ART ?

Aucun canal n'exerce une influence dominante, l'influence est plutôt distribuée de manière équitable entre les différents faiseurs d'opinions du marché de l'art.
Les différentes méthodes permettant d'améliorer la confiance, relèvent de plusieurs grandes thématiques (source Hiscox), tous ces éléments seront introduits dans mon offre the CounselArt :

Davantage d'informations sur les artistes connus
⬟ Lien avec l'artiste (actualités/renseignements) ⬟ Avis d'expert ⬟ Discussions sur les artistes/oeuvres ⬟ Les articles d'opinion informent sur les habitutes d'achat
Découverte
⬟ Nouveaux modes d'achat en ligne ⬟ Nouveaux artistes ⬟ Nouveau styles/goûts
Popularité des artistes tendance
⬟ Hashtags (combien et par qui) ⬟ « Actif » / tendance ⬟ Statut des commentateurs
« Validation par les pairs »
⬟ Opinions d'amis ⬟ Conditionnement des goûts ⬟ Budgets/fourchettes de prix habituels

À l'avenir, la clé du succès résidera dans la manière dont les plateformes de vente d'art en ligne parviendront à maintenir l'engagement de leurs visiteurs ainsi qu'à gagner la confiance et la loyauté de leurs clients. Un défi de taille lorsque la concurrence se trouve à un seul click.
Trouver les leviers de croissance : offrir du contenu, de l'expertise, et une histoire sur chaque œuvre, tels sont les défis que le site devra avoir.

6 LES TENDANCES DU « CLICK AND BUY »

6.1 ACHETER DES ŒUVRES D'ART EN LIGNE : CHIFFRES

Le marché de l'art en ligne s'accélère : les gens achètent des objets d'art et de collection directement en ligne, sur un site web ou à l'aide d'une application de click and buy (ou click and bid – enchères exclusivement en ligne), et cette tendance est une nette progression par rapport à l'année dernière,

La confiance se renforce parmi les acheteurs en ligne existants et que l'achat en ligne occupe une place de plus en plus importante au sein des canaux d'acquisition et de collection d'œuvres d'art et de plus en plus, les collectionneurs choisissent indifféremment l'un ou l'autre canal.

L'achat d'art en ligne doit être considéré davantage comme un complément que comme un substitut aux galeries, maisons de ventes aux enchères et salons dédiés à l'art. Ceci dit, les résultats des interviews montrent que le marché de l'art en ligne attire et façonne une toute nouvelle génération de collectionneurs d'art.

6.2 MOTIVATIONS POUR L'ACHAT D'ART EN LIGNE - LE R.O.I ESPÉRÉ

Si le bénéfice émotionnel demeure pour les collectionneurs le principal motif à l'origine de l'achat d'œuvres d'art en ligne, tous les investisseurs privés que j'ai rencontrés pour les ¾ ont une motivation liée à l'investissement et se déclarent prêt à source la bonne affaire.

7 TYPOLOGIE DES ŒUVRES D'ART ACHETÉES SUR INTERNET ?

Sur les créneaux de 1200 à 12 000 euros, les œuvres les plus primées sont

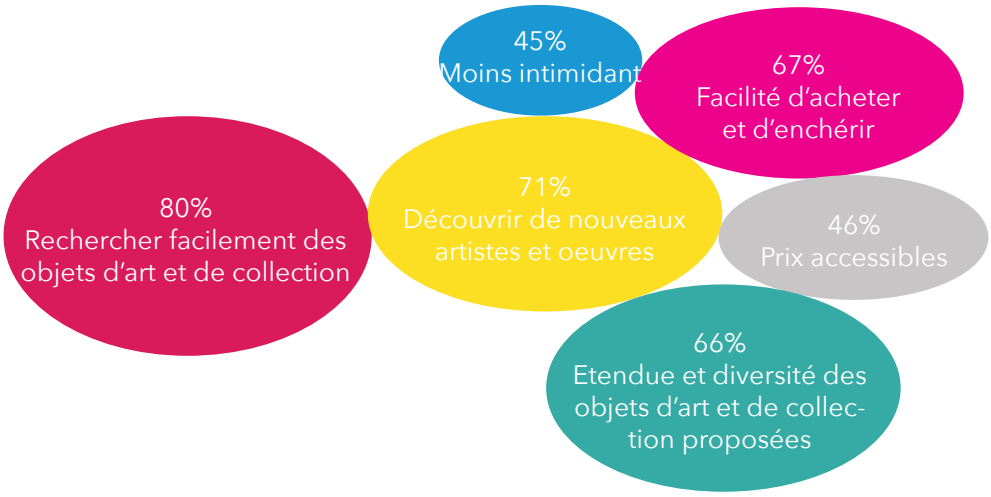
7.1 LES TABLEAUX PHOTOGRAPHIES, DESSINS, SCULPTURES ET REPRODUCTIONS

Les tableaux demeurent les objets d'art les plus populaires jusqu'à 'à 12 000 €
Le segment 5 000 € - 10 000 € est en croissance, au-delà de ces chiffres et prix selon Diego Escobar (expert art contemporain de la maison TAJAN), les achats sont limités car ils nécessitent de l'expertise , ce qui tend à démontrer que le positionnement prix est trouvé sur l'art en ligne et que les œuvres que je sélectionnerai devront se positionner dans cette gamme de prix. Les photos et dessins seront représentés par des experts du secteur sur l'offre Thecounselart.

Les reproductions à tirage limité se maintiennent en deuxième place du classement des objets les plus populaires sur le marché de l'art en ligne, mais cela résulte essentiellement du segment de prix inférieur.
Les facteurs clés de succès pour lever les freins à l'achat d'art en ligne ?

8 POURQUOI ACHETER DE L'ART EN LIGNE

8.1 LES AVANTAGES DE L'ACHAT EN LIGNE (ÉTUDE ARTIC)



9 LES BARRIÈRES À L'ACHAT D'ART EN LIGNE

9.1 LA VÉRIFICATION MATÉRIELLE

Le problème : pour les des acheteurs d'art en ligne, le principal problème réside dans l'impossibilité d'inspecter l'œuvre de visu et que l'objet d'art puisse différer de sa représentation numérique.

La solution : une meilleure information et des rapports obligatoires sur l'état de conservation, établis par un expert, pourraient rassurer les acheteurs. Le problème lié à l'apparence réelle de l'objet par rapport à sa représentation numérique suggère la nécessité d'images 3D (rotation), et d'options de zoom haute résolution. Une politique de retours s'avèrera essentielle au fur et à mesure du développement du marché de l'art en ligne, des personnes interrogées affirmant qu'une possibilité de retour sous 30 jours influerait sur leur décision d'achat.

9.2 L'AUTHENTICITÉ

Le problème : 2/3 des acheteurs d'art en ligne déclarent craindre d'acheter un faux..

La solution : les certificats d'authenticité doivent devenir une pratique standard de la vente en ligne d'objets d'art et de collection. Les certificats devront t être rédigés (et devraient être signés) par le créateur de l'objet d'art, l'éditeur de l'œuvre (dans le cas de reproductions limitées), un négociant établi, l'agent de l'artiste (non un quelconque tiers) ou encore un expert reconnu des travaux de l'artiste.

9.3 LA RÉPUTATION ET LA CONFIANCE

Le problème : le principal frein lors de l'achat d'œuvres sur Internet est lié à la confiance. L'importance accordée à la réputation du vendeur reste significative ; elle constitue un défi pour les nouveaux acteurs, mais une opportunité pour les opérateurs établis.

La solution : les commentaires et les notations d'autres acheteurs en ligne sur mon site « TheCounselart » permettraient d'instaurer une plus grande confiance dans le processus d'achat d'art en ligne. L'introduction d'un système de notation fondé sur la réputation des vendeurs et des acheteurs en ligne serait bien accueillie par les acheteurs actuels et potentiels afin d'évaluer l'efficacité, le service à la clientèle, l'engagement et l'honnêteté.

Information
Le problème : plus de la moitié des personnes interviewées ont déclaré être préoccupés par le manque d'informations sur l'objet, tant en ce qui concerne la qualité que l'origine. Ils m'ont indiqué attacher une grande importance au fait de posséder davantage d'informations sur l'artiste et souhaitent avoir des informations pertinentes et historiques des prix comme sur Artprice mais payant et dans le cas présent directement intégré au site.

La solution : Sur un marché où les tarifs et les estimations n'ont souvent rien d'une science exacte, disposer d'un historique des prix permettrait de rassurer l'acheteur sur le fait qu'il paye la juste valeur, tout en lui permettant de connaître et de suivre les tendances en matière de prix d'objets similaires vendus par le passé.

Des liens avec Artvalue ou Artprice seront installés sur le site afin de bénéficier des côtes de prix en ligne

9.4 LA LOGISTIQUE

Le problème : des personnes interviewées m'ont exprimé des inquiétudes quant aux aspects logistiques de la transaction en ligne, et notamment les conditions d'emballage et d'expédition.

9.5 L'ASSURANCE

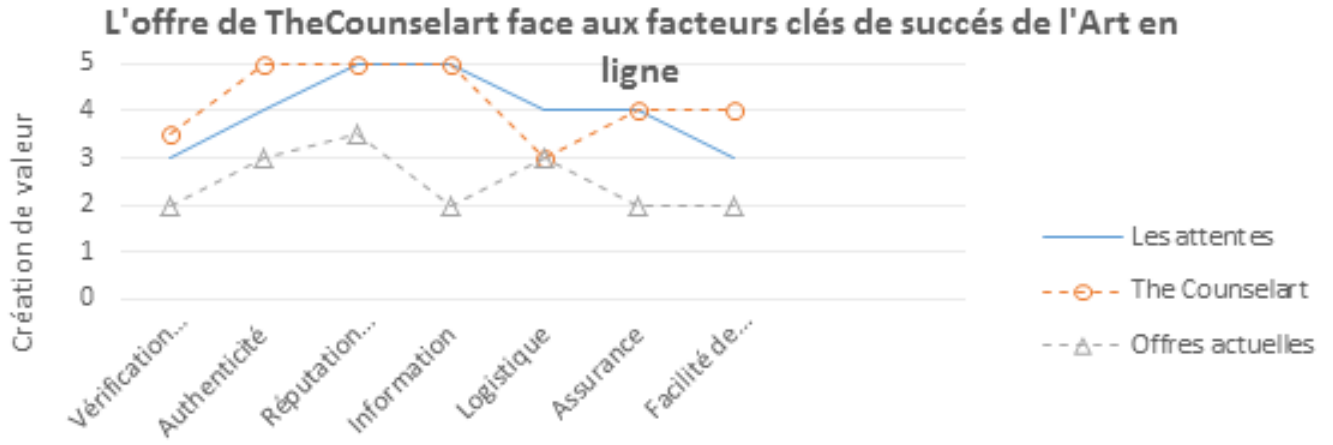
Le problème : importance accrue au fait de bénéficier d'une couverture d'assurance appropriée lors de l'achat. Mais ils maîtrisent mal les produits d'assurance existants, et leur couverture en cas de perte ou de dommage. Il faudra informer les acheteurs d'art en ligne quant aux avantages d'une couverture d'assurance adaptée.

9.6 LES POSSIBILITÉS D'ÉTALEMENT DE PAIEMENT

Le problème : la confiance des acheteurs d'art vis-à-vis de l'achat d'œuvres dans les segments de prix supérieurs (entre 6 000 € et 25 000 €) est présente, le besoin en matière de financement devient plus évident. Proposer un paiement en plusieurs fois serait de bon ton et offrirait un avantage concurrentiel fort

La value curve de l'offre / offres actuelles et attentes

Plutôt que faire généraliste, on voit qu'il faut clairement



être différenciant même sur le web, car les places ont déjà été prises, et il faudra d'énormes moyens pour pénétrer un marché.

Toute offre crédible devra :

1- Bénéficier d'une expertise fine et d'une équipe ayant déjà une renommée

2- Intégrer tous les facteurs énoncés précédemment dès le lancement (cf value curve)

3- Une compréhension totale du fonctionnement de la filière et être visible de tous les acteurs du marché

4- Des moyens financiers importants pour avoir une offre haut de gamme et claire

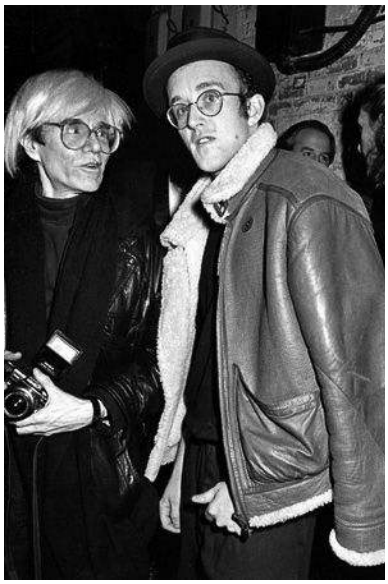
5- Des artistes prêts travailler et écouter les instructions dans un mode capitalistique et non qu'artistique

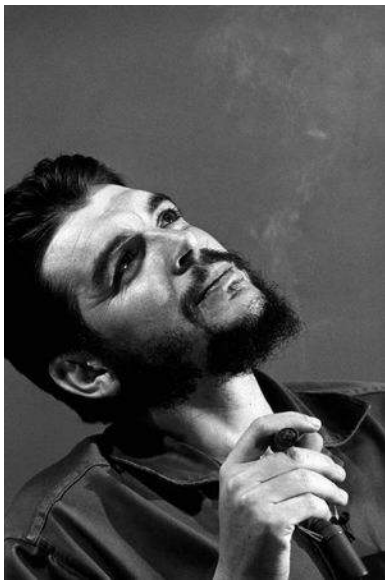
6- Une offre de conseil complète de « TheCounselart » dès le lancement avec une segmentation claire, un positionnement lisible et des cibles identifiées et qualifiées

7- Une collection d'œuvres prêtes à être vendues

8- Une base d'information disponible

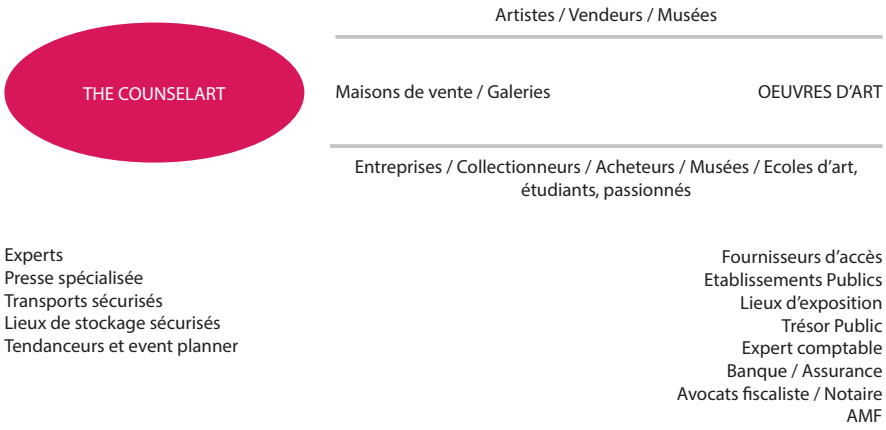
Pour être accessible et rentable et ne pas entrer en conflit trop rapide, j'ai décidé de lancer cette activité en France sur le créneau des œuvres de 500 à 20000 euros, afin de créer de la valeur, et de pouvoir travailler des œuvres et artistes qui ont encore du potentiel.





THECOUNSELART : UNE OFFRE DÉDIÉE À L'ART CONTEMPORAIN ENCORE ACCESSIBLE

1 QUELLE EST LA CHAINE DE VALEUR DE LA FILIÈRE DE L'ART CONTEMPORAIN ?

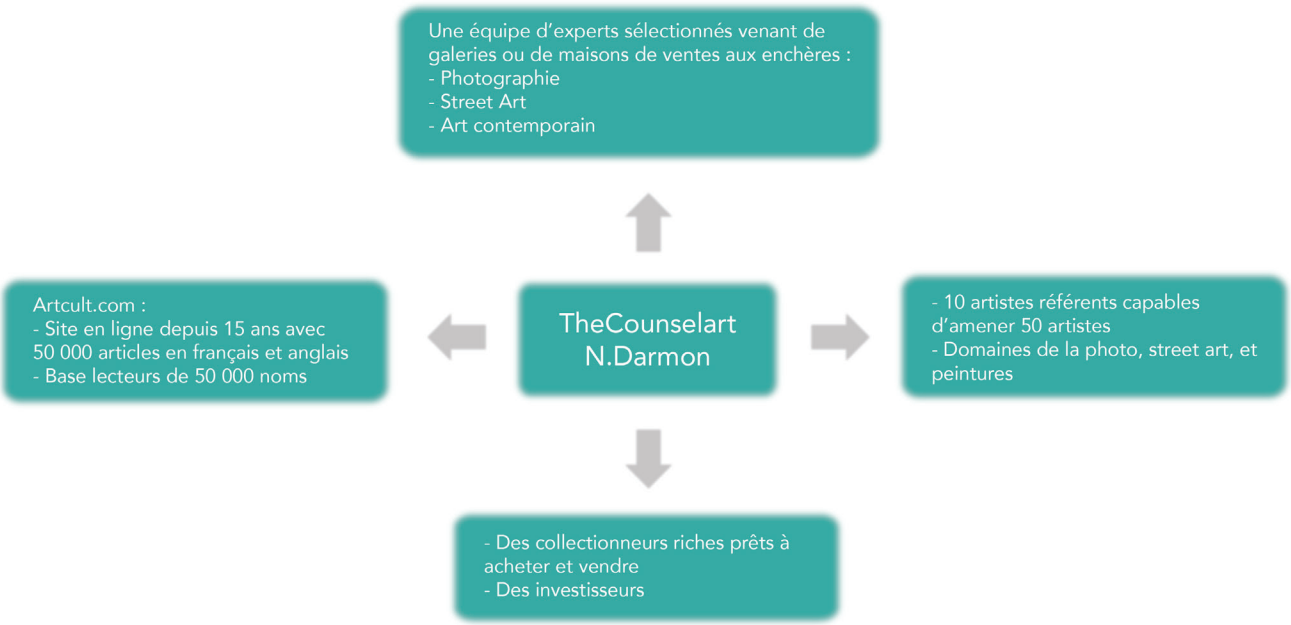


1.1 ANALYSE INTERNE DE LA SOCIÉTÉ

Les assets disponibles pour lancer l'activité :

- Une passion éprouvée depuis quinze ans et une connaissance fine des acteurs (artistes contemporains, experts, collectionneurs…), je suis doté d'un fort réseau sur le marché de l'art contemporain.
- Une équipe d''experts de l'art contemporains actifs en salle de vente et en galeries (M Vidal, A Hadida, …) prête à démarrer et à apporter leur caution
- Mise à disposition du site Artcult.com : Site web dédié avec 100000 articles dédiés au monde de l'art et 50 000 visites par mois
- Une collection de 240 œuvres disponibles le jour du lancement pour la vente
- Une base de collectionneurs identifiés et intéressés
- Une équipe de 10 artistes référents dans leurs domaines, et influenceurs (Key opinion leader) capable de produire et prêt à être en exclusivité avec ma société car ils sont lassés des pratiques du marché d'aujourd'hui
- Des investisseurs privés identifiés assujettis à l'ISF et souhaitant diversifier leurs risques sur ce type d'actif
- Une méconnaissance partielle des entreprises des avantages fiscaux liés à la détention des œuvres d'art

Avec ces atouts, l'objectif initial de la start-up » TheCounselart était d'adresser trois grands domaines stratégiques :



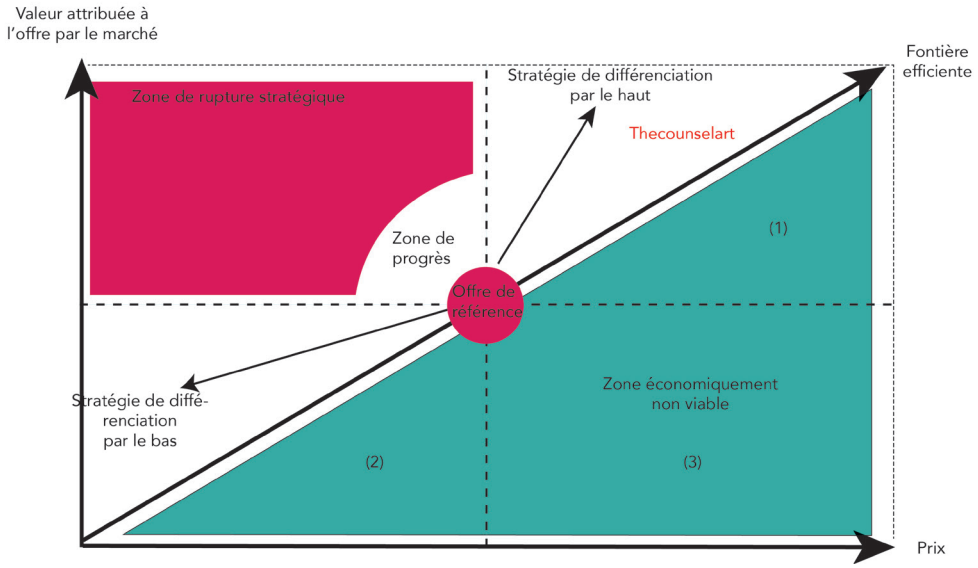
1- Casser le duopole des galeries et maisons de ventes aux enchères (game-changing strategy)

2- Devenir la solution globale référence du marché de l'art contemporain émergeant (différenciation par offre globale)

3- Conseiller l'ensemble des acteurs sortant de la filière classique

Les interviews des experts, des artistes contemporains connus, et en devenir, des acheteurs dotés de budget allant de 1000 à 100k€, des experts d'art contemporain des maisons de vente Artcurial et Tajan, de galeristes connus de Paris (M Vidal, et A Hadida, C Bismuth), du fait que l'artiste est un actif non tangible (au gré de ses humeurs il produit et a des états d'âme à parler d'argent) des règles ainsi que du marché de l'art en ligne , montrent ô combien casser ce duopole est très risqué et trop consommateur de cash.
Se spécialiser est donc naturellement la voie la plus classique que je propose d'adresser via ma Start -up et de me différencier avec une sélection pointue d'artistes en amont et dont je gérerai la carrière , du conseil aux acheteurs et vendeurs potentiels en bénéficiant des expertises et informations associées pour rendre rentables les achats et ventes de chacun tout en réduisant les frais associés par rapport aux offres actuelles en tenant compte des critères pour évoluer sur le web tout en gardant pour cibles 3 orientations stratégiques :
Les objectifs aujourd'hui :

LES DIFFERENTES STRATEGIES DE DIFFERENCIATION



Participer au développement de l'art contemporain en France et créer de la valeur pour les acheteurs, vendeurs et les artistes, mon objectif aujourd'hui est donc :

1- Devenir la solution globale de référence du marché de l'art contemporain pour les artistes émergents (de 500 à 20K € dont la cote, l'histoire, les aspects marketing, et packaging business doivent être travaillés et peuvent être développés (différenciation par offre globale) et rendre liquide ces actifs non adressés

2- Conseiller l'ensemble des acteurs sortant de la filière classique, en leur adjoignant des expertises, des conseils avisés et un potentiel de ROI avec une offre adaptée et experte (high end différenciation) et créer des clubs deals

3- Faire émerger des artistes qui ne sont pas ou plus adressés au côté du duopole des galeries et maisons de ventes aux enchères (Game changing strategy), en leur offrant une structure adaptée, du coaching et des outils de développement business via une société de production artistique TheCounselart

4- Créer un vide dressing de l'art contemporain avec sélection des œuvres, tierces confiances entre acheteurs et vendeurs

Fournisseurs ... *(cf filière économique)*
Artistes / Collectionneurs / Contributeurs / Presse spécialisées / Critiques

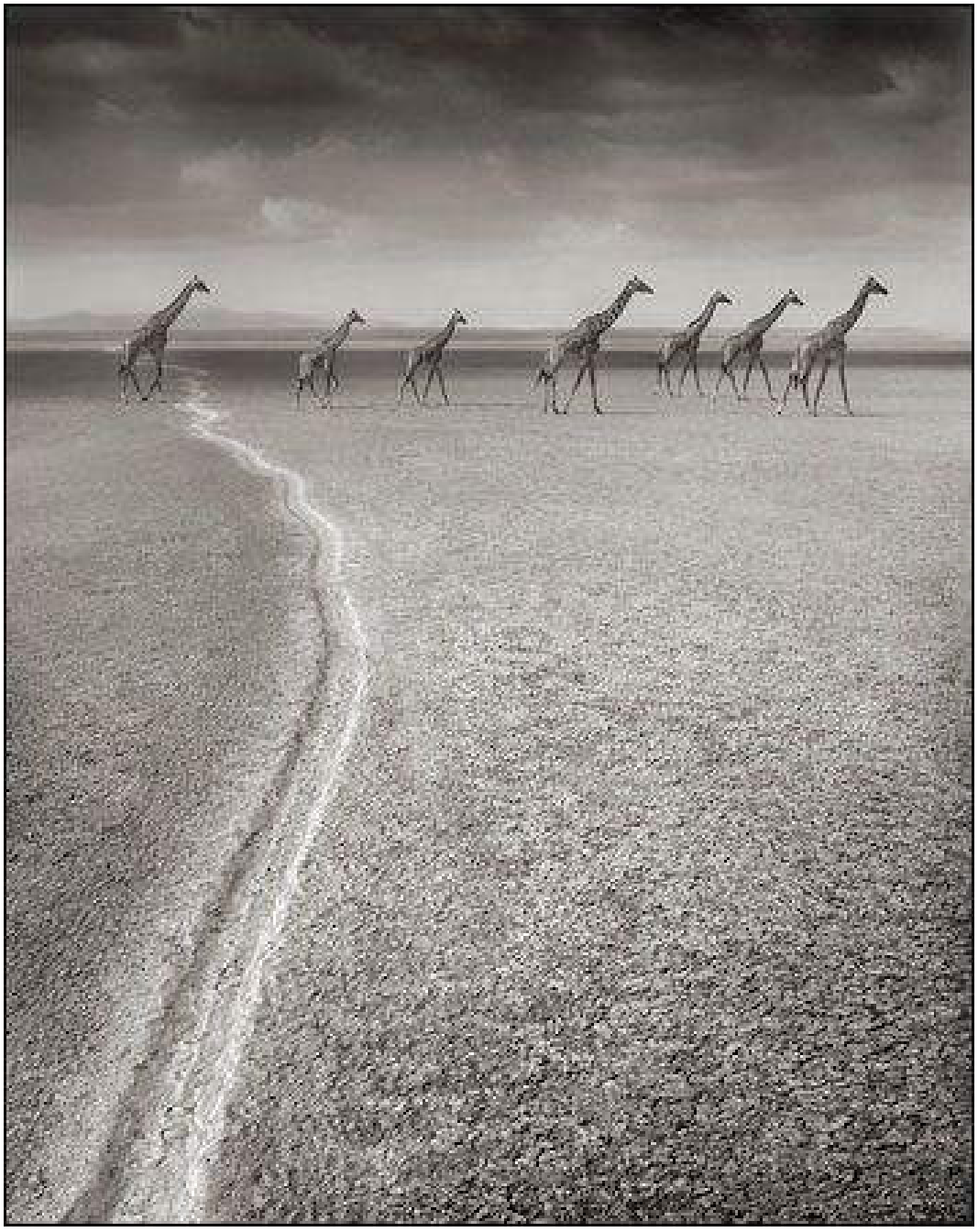
Barrière à l'entrée : faibles
Gestion des droits de propriété intellectuelle

THE COUNSELART
Marketplace et Contenus via artcult

Substiution
Presse papier

Clients
Collectionneurs / Passionnés /Acheteurs

Concurrents
- Artprice.com : Base de données, cotes, annonces
- ArtValue : Base de données des résultats
- Artsper : Offres des galeries mondiales
- Auction live / Drouot live
- Myartinvest : individion d'oeuvres
- Sites spécialisés ca-art.com
- Medioni : location de tableaux aux sociétés
- Concurrents à l'international
- Sites web Galeries / Maisons de vente aux enchères
- Paddle8 : vente en ligne format enchères
- lefigaro.fr



1.2 OPTION 1 : UNE OFFRE DE SERVICES ET CONSEILS POUR LES ACHETEURS & VENDEURS (PRIVÉS ET PROFESSIONNELS)

Le souci du marché d'aujourd'hui est que la liquidité du marché est opérée par les maisons de vente, les marchands / galeries qui décident qui va être diffusé, vendu ou doit faire le buzz, et qui ont des moyens considérables car déjà fort bien établis.
On l'a vu, pour se lancer sur le web, elles procèdent à des acquisitions ou des partenariats leur permettant de se diversifier rapidement (cf. annexe).
Ce que l'on propose au travers de « TheCounselart » c'est :

- De travailler certains artistes dont la cote ne dépasse pas 20 000 euros et créer leur environnement en mettant en place la structure adaptée.
- De ne vendre que des œuvres dont le prix est inférieur à 20 000 euros

En reprenant les éléments du début de ce mémoire sur notre site et des éléments à adresser sur le web, notre offre sera claire, lisible et experte.
Toutes les œuvres seront certifiées, avec une histoire, la cote et les actualités liées à l'artiste.
Pour chaque rubrique et la sélection des œuvres à vendre et disponibles à l'achat, nous avons sélectionné les experts qui nous accompagnent sur le projet :

- Tableaux contemporains et reproductions : Diego Escobar : maison Tajan
- Photos : A Hadida, Christophe Lun (Artcurial)
- Peintures USA: M Vidal
- Street Art : Rony Avilon et Nicolas Masterson (tous 2 artistes de street art) et ayant avec eux dans leurs collectifs une trentaine d'artistes en devenir et dont les cotes ne dépassent pas encore les 5000 €.

Grace à cette équipe, notre différenciation sera visible

Le schéma de Porter associé à une cible :
Porter Finance / Achat : Création de valeur / Gestion de Patrimoine / Conseil investissement et défiscalisation pour les membres

Barrière à l'entrée : low
- Taxes liée à la détention et transmission de l'oeuvre
- Réglementation uniquement sur la gestion de patrimoine et le conseil en défiscalisation

Substiution
- Vente directe par l'artiste / Galeries / MV
- Achat de valeurs refuges alternatives (vin, immobilier, produits financiers...)

Fournisseurs ... *(cf filière économique)*
Artistes / Collectionneurs particuliers / Entreprises / Etablissements publics

Clients
Artistes / Entreprises / Particuliers

Concurrents
- Artprice.com : Base de données, cotes, annonces
- ArtValue : Base de données des résultats
- Auction.fr : calendrier des ventes aux enchères et annonces
- Artsper : Offres des galeries mondiales
- Auction live / Drouot live
- Ebay / Le bon coin (individuels low cost)
- Myartinvest : individion d'oeuvres
- Sites spécialisés ca-art.com
- Medioni : location de tableaux aux sociétés
- Concurrents à l'international
- Galeries . Maisons de vente aux enchères
- Collectionneurs / Experts (+ 50M€ par oeuvre
- Paddle8 : vente en ligne format enchères

1.3 OPTION 2 : CRÉATION DE CLUB DEAL POUR OPTIMISER SON PATRIMOINE VIA L'ART CONTEMPORAIN :

La vente de l'at contemporain en ligne, pour des œuvres < 20k€, et dont le business model repose grandement sur du commissionnement à l'achat et à la vente, à des abonnements, et dont les coûts de set up sont importants

m'obligent à créer à côté de la structure une **o**ffre club deal qui a pour objectif de réunir des investisseurs désireux de défiscaliser et de réaliser des plus-values.

Mon emploi actuel a montré l'intérêt de créer des clubs deals ou des fonds d'investissement alternatif en art contemporain.

C'est suite à des interviews avec ces experts que je me suis rendu compte que l'argent était le nerf de la guerre sur le marché de l'art contemporain, et que bien renseigné, vous pouviez trouver des œuvres d'art et les revendre ensuite. Ces experts ont un carnet d'adresse, et ils m'ont signalé le manque de liquidités pour acheter ces œuvres et les revendre ensuite.
Ils ont la connaissance des vendeurs, des acheteurs potentiels et surtout des tendances puisqu'ils interviennent directement sur le 1er et 2nd marché ainsi que dans les ventes publiques, et peuvent orienter les achats.

Pour lancer cette offre, je me suis adjoint l'accompagnement de 2 sociétés expertes du domaine en plus de l'équipe citée en option 1.

- Cabinet d'expertise comptable (Fidexia Satec, fidexia.fr) fiscale et de gestion de patrimoine à cause de la fiscalité particulière permettant de déduire le montant des œuvres et de sortir de l'assiette fiscale de l'ISF la détention des œuvres.
- Une société d'Asset Management Novaxia dont je suis le directeur commercial et marketing, qui est spécialisée dans le private equity immobilier et la collecte de fonds dans un but de défiscalisation et qui cherche de nouvelles sortes de Fonds d'investissement alternatifs aux côté des traditionnels (innovation, soficap, Immobilier, foret) et qui serait intéressée par créer un fonds d'art contemporain.

Rappel :
Fiscalité sur les œuvres d'art :

- La taxation des plus-values pour les particuliers
  En cas de revente, le vendeur, s'il dispose d'une facture, peut opter soit pour la taxation forfaitaire de 5%, soit pour l'application du régime général des plus-values (régime identique à celui des plus-values immobilières avec exonération au bout de 15 ans).
- Exonération ISF
  Les œuvres d'art ne sont pas assujetties à l'Impôt de Solidarité sur la Fortune (ISF). Elles ne sont donc pas mentionnées dans la déclaration de l'ISF et les montants consacrés à l'acquisition sont non imposables.
- La taxation des entreprises
  La Fiscalité des œuvres d'Art en France est très avantageuse pour les entreprises (relevant de l'IS, des BIC, BNC ou BA) qui souhaitent acquérir des œuvres d'artistes vivants.
  Toute entreprise Française, souhaitant investir dans une œuvre d'un artiste vivant, peut défiscaliser et amortir chaque année 20% de ses acquisitions dans le cadre du mécénat d'art. En effet, les entreprises peuvent déduire du résultat de l'exercice en cours, leurs acquisitions à hauteur de 5 pour mille du chiffre d'affaires de l'année, et ce durant 5 ans.
  Les œuvres acquises doivent être inscrites à un compte d'actif immobilisés.
  L'œuvre doit être exposée durant les 5 années, dans un lieu librement accessible aux employés et aux visiteurs de l'entreprise.

1.3.1 Création de club deal « TheCounselart »

Dans le langage financier, un club deal fait référence à un investissement syndiqué, collectif. Isolés, des investisseurs ne pourraient acquérir des entreprises dont la surface financière excède largement la leur. En s'unissant, ils répartissent les risques et diversifient leur portefeuille. En se contentant de positions moindres, mais dans des entreprises importantes, les membres du club deal font des acquisitions collectives qui seraient autrement hors de portée.
Ainsi, face à une œuvre potentiellement achetable et présentant un intérêt fort de R.O.I, on syndiquera des investisseurs privés capable de réunir la somme nécessaire à l'acquisition de l'œuvre.

1.3.2 Business model du club deal

Dans nos Club Deal d'art contemporain, nous réunirons plusieurs investisseurs privés dans une même société sous forme de SARL ou SAS pour acquérir un actif exceptionnel en Art contemporain. Chaque associé apportera entre 20 et 50% de fonds propres et la société créée pour cette acquisition va faire appel à la dette pour les 80 ou 50% restant afin de bénéficier de l'effet de levier quand cela sera nécessaire.

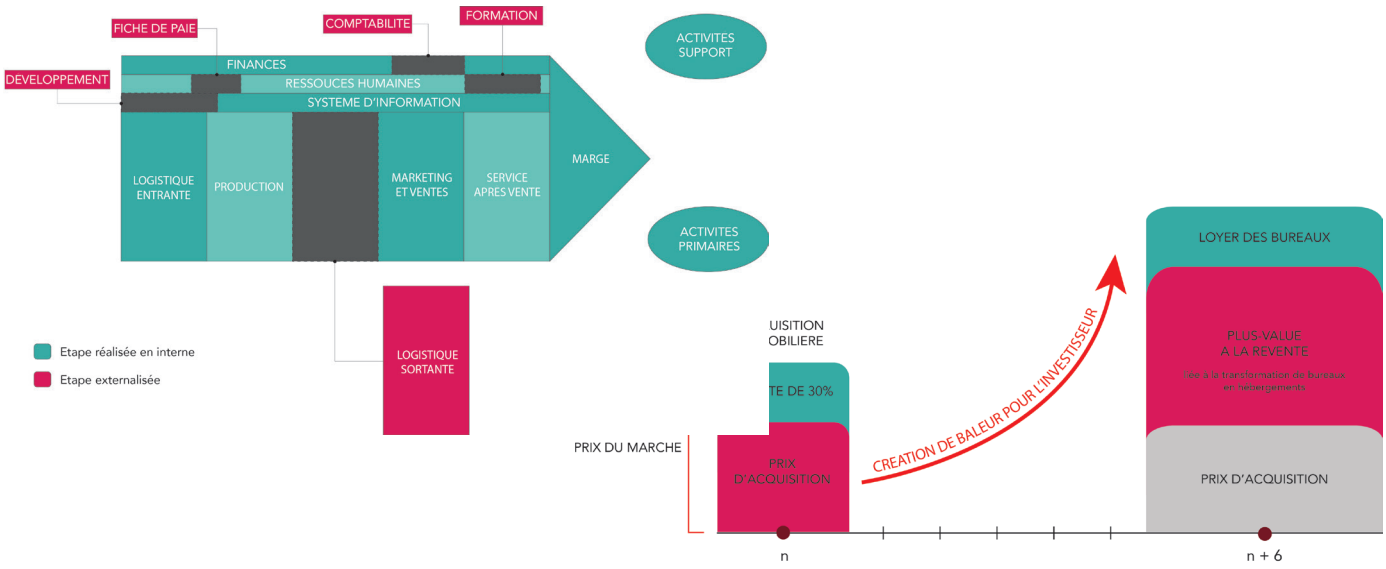
En participant à un Club Deal Art, vous pourrez acquérir en direct un actif d'art contemporain exceptionnel et vous créerez un patrimoine d'exception pour bénéficier de plus-values latentes qui vont vous générer des taux de rentabilité annuel de plus de 5% 'selon l'état du marché et l'œuvre achetée).
Nous identifierons des actifs prime sur lesquels nous réunissons plusieurs investisseurs privés de 3 à 10 suivant l'actif pour vous permettre d'acquérir soit une œuvre de 20 à 40k€, de 40K€ à 100k€ et plus de 100k€. Ces clubs deal seront mis en place à partir d'un volume d'investissement de vingt mille jusqu'à 1 millions d'euros.

Notre société assurera l'identification de l'actif prime, la négociation, la rédaction de l'offre, la création de la société créée spécifiquement pour acquérir l'actif, le suivi de la promesse de vente, la recherche du financement et la gestion de l'actif.
La comptabilité de la société sera assurée par un des plus grands cabinets d'expertise comptable associé au projet au début (Fidexia Satec, expert-comptable et commissaire aux comptes).
En bénéficiant de l'expertise d'expert d'art contemporain, nous nous assurerons de la qualité des œuvres, de leur état et de leur provenance, et bien entendu du R.O.I potentiel à terme.

Grâce au club deal, je pourrai prendre des frais d'entrée, de gestion et une marge sur la plus-value réalisée et créer une expertise sur ce type de deal et devenir une référence en montant une offre structurée.

Exemple de fonds ou club deal « TheCounselart »

- Bénéficiez du potentiel de création de valeurs issue de l'achat de l'art contemporain
- Souscription à partir de 20 000 euros
- Un marché soutenu par les pouvoirs publics et incitations fiscales
- Création de valeur grâce à une sélection rigoureuse de chaque achat et à l'expertise de l'équipe « TheCounselart » : l'investissement peut potentiellement offrir une double perspective de gains provenant de l'achat optimisé puis de la plus-value à la revente, après une période de mise en avant de l'artiste, de création marketing autour des œuvres.



En échange de de frais : ex sur un fond global de 5 M€

Frais supportés directement par les clients	
Droits d'entrée	Maximum 8% pour TheCounselart dont 3% incompressibles pour l'équipe d'expert net de toutes taxes assises sur le prix d'acquisition de l'œuvre
Commission d'acquisition	A définir selon le montant des œuvres
Frais supportés par le fond	
Constitution	Maximum de 100 000 € TTC lors de la constitution uniquement du fond global
Rémunération de la société de gestion TheCounselart	Maximum de 3% du montant total souscrit
Frais de fonctionnement	Maximum de 60 000 euros
Rémunération du CAC	8400€ / an
Rémunération du dépositaire	0,06% de l'actif du fond avec un minimum de 10 000€
Honoraire à verser à TheCounselart Sarl – contrat de pilotage et commercialisation	Maximum 10% TTC/œuvre du prix global TTC de revente des œuvres
Honoraires à verser à TheCounselart SARL- contrat de maîtrise d'ouvrage déléguée (sourcing, mise en place du fonds, et marketing des œuvres à revendre)	Maximum 5% TTC/œuvre du prix de revente quand l'œuvre est vendue

Cette option est profitable et elle peut être lucrative, néanmoins, il y a des objections fortes, à savoir :

- Le temps de mise en place du fond (agrément AMF ou pas)
- Combien d'œuvres doit-on trouver ?
- Comment convaincre les gens d'investir dans un actif non tangible, sur la seule foi d'une équipe experte et de résultats passés sur des œuvres ?
- Pour être connu, il faudra un budget marketing et relation publique fort pour être connu rapidement C'est

pourquoi, TheCounselart doit creuser la piste d'une option 3, et offrir un autre service en capitalisant sur les forces de la société.

1.4 OPTION 3 : CRÉATION D'UNE SOCIÉTÉ DE PRODUCTION D'ARTISTES CONTEMPORAINS SÉLECTIONNÉ PAR L'ÉQUIPE DE THECOUNSELART AFIN DE DÉNICHER LE FUTUR KEITH HARING

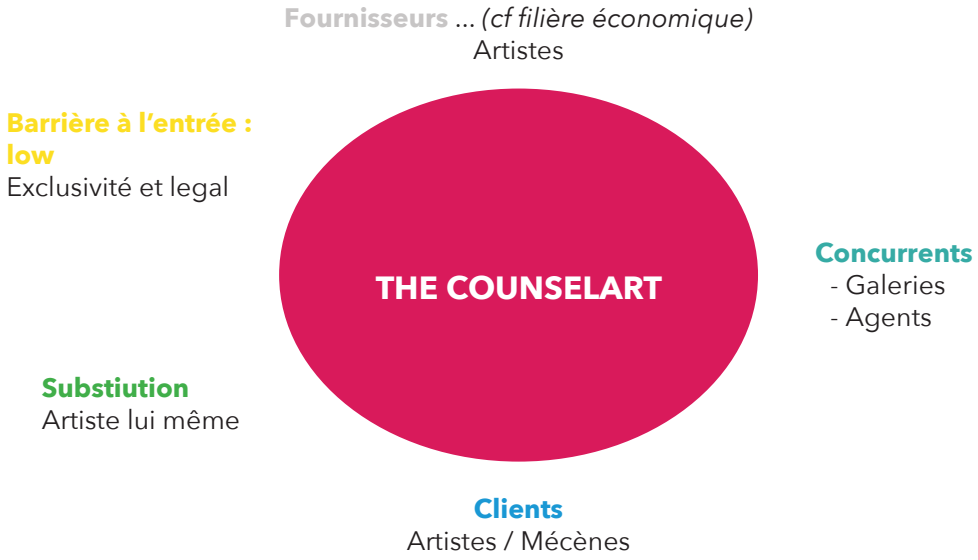
Sélection des artistes
L'étude et le rôle de la galerie montre que l'artiste contemporain est devenu un produit de consommation, auquel on peut appliquer les concepts HEC pour monter une écurie d'artistes que nous aurons sélectionné sur le modèle des boites de production où tout est géré d'A à Z en espérant des gains rapides.

La société gèrera la carrière des artistes en échange de récupérer les fonds investis sur lui.
Une sélection de 5 artistes maximum sera opérée par l'équipe de la start-up auxquels on offrira une structure complète pour gérer leur business et créer de la valeur autour de ces artistes.
Tous les artistes auront signé un contrat d'exclusivité

La start-up deviendra une galerie/ marchands d'art et offrira la possibilité aux artistes sélectionné de créer, produire et de diffuser leurs œuvres.

- Coaching de l'artiste **:** aspects financiers, aspect marketing, gestion de la relation presse, partenaire, rédaction de contrat
- Développement business de l'artiste sélectionné : négociation pour lui, recherche de lieux, de clients, création de son environnement et de son mix marketing pour
- Mise en place d'une stratégie associée à chaque artiste
- Production des œuvres

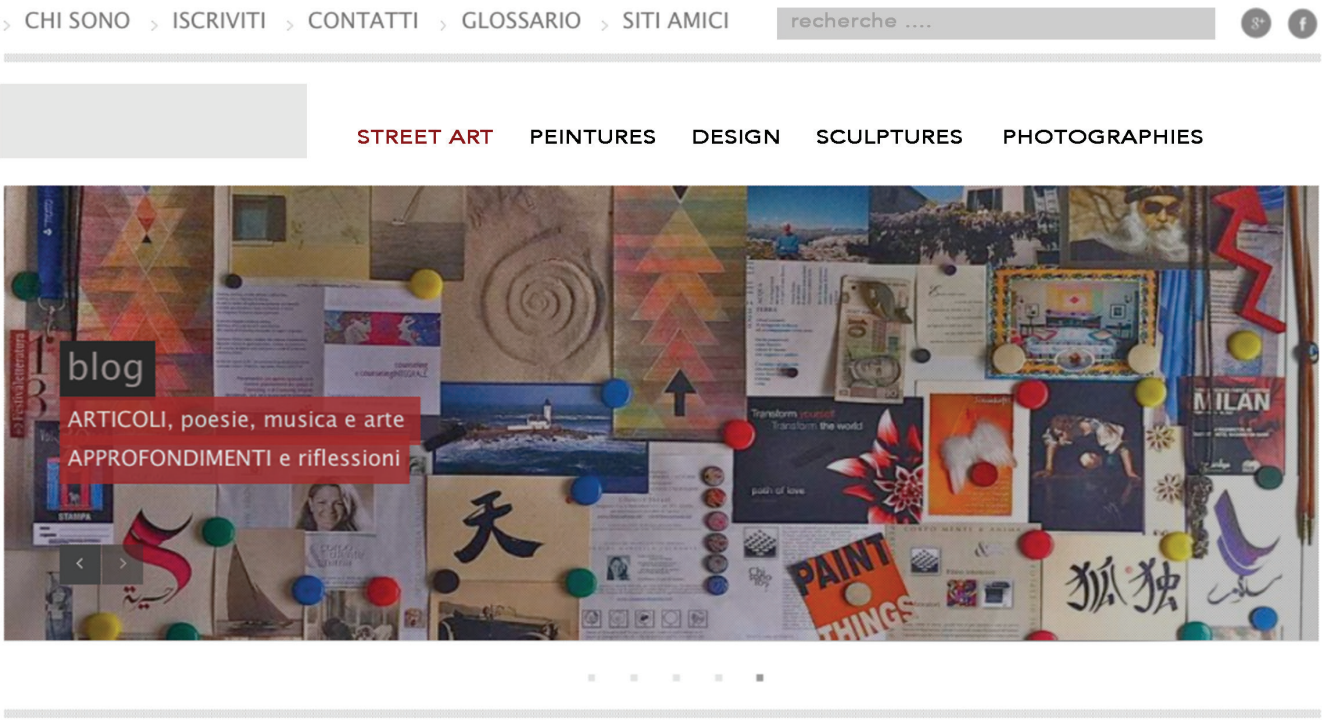
Schéma de Porter associé à cette option :



1.4 OPTION 4 : CRÉATION D'UN VIDE DRESSING DE L'ART CONTEMPORAIN « ARTOUTPRIX.COM » PAR L'ÉQUIPE DE THECOUNSELART QUI JOUERA LE RÔLE DE TIERS DE CONFIANCE ENTRE ACHETEURS ET VENDEURS

Nous avons étudié le marché de l'at en ligne qui se démocratise et nous connaissons les éléments à mettre en ligne (cf. value curve)

- Nous avons une équipe dédiée au projet capable de faire office d'expert
- Toutes les œuvres peuvent être authentifiées
- Crédibilité de l'équipe du site
- Le site d'information existe, il sera facile de lier les sites en place et créer de l'information autour des œuvres et artistes en vente
- Nous avons déjà un stock d'œuvres disponibles à la vente
- Seul un site web est à créer avec une solution de paiement et un système de notation



1.5 OPTION RETENUE : GARDER TOUTES LES OPTIONS AU DÉMARRAGE

La création du site et de la société une fois réalisées, on peut lancer les 4 activités en parallèle afin de rentabiliser les investissements.
En capitalisant sur les assets en place, je maximise mes sources de revenus, et aucunes des activités en place ne se cannibalisent

	Options / critères	Volume d'affaire	Concurrence	Valeur Ajoutée	Score Global
1	Achat & vente	3	4	2	9
2	Optimisation patrimoniale	2	3	3	8
3	Boite de production artistique & coaching	2	1	3	6
4	Vide dressing de l'art contemporain	3	1	4	8

On retiendra toutes les options car nous avons tous les assets disponibles au démarrage, et nous gardons notre spécificité.

2 RESSOURCES ET ORGANISATION

TheCounselart est un projet de start-up qui est muri depuis un an déjà.

Un comité de direction est prêt à démarrer dès le lancement de l'activité.
Toute l'équipe mobilisée pour le projet a une solide expérience des domaines adressés. Ces expertises et talents permettront d'être crédibles et d'assoir rapidement la notoriété du site et de devenir la référence dans la distribution de l'art contemporain.
Tous les membres ne percevront pas de salaire mais seront rémunérées à l'acte ou sous forme d'action au bout des 3 premières années et selon la révision du business plan.

Equipe dirigeante
Associé fondateur : Nolan Darmon

Experts au comité de direction
- Adrian Darmon (fondateur d'artcult.com et historien d'art)
- Diego Escobar (expert art contemporain maison Tajan)
- Michel Vidal (expert art contemporain – Galerie rue des beaux arts)
- Rony Avilon (artiste peintre street- art, fondateur de collectif et collaborateur artcurial)
- Philippe Bonan (photographe)
- Joachim Azan (Président Fondateur Novaxia groupe)
- Stephane Barsimanto (Expert-comptable associé Fidexia)

Autres
- A Hadida (galerie A – photographie contemporaine)
- C Luhn (expert photo artcurial
-Crew TPL, VA et TER

ANALYSE SWOT

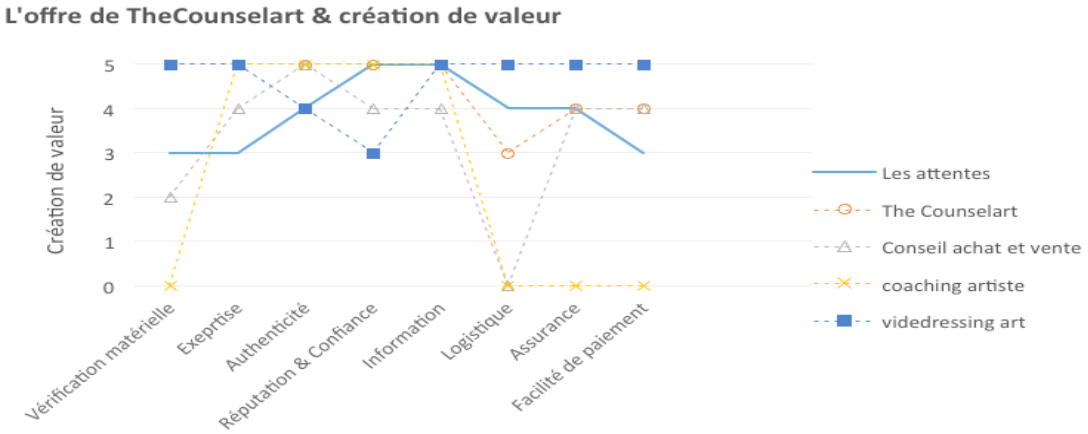
FORCES	FAIBLESSES
⬟ Stratégie différenciante (prix / expertise marché et métier) ⬟ Légitimité éditoriale avec audience en place (Artcult) ⬟ Infrastructures en place pour la promotion ⬟ Vente multi-supports (online, offline, direct/ intermédiation) ⬟ End to end (consulting et distribution) ⬟ Equipe de management (compétences, personnalités) / équipe support ⬟ Ecurie d'artistes et pépinière ⬟ Collection / Actif disponible (300 : vente, expo, buzz) ⬟ Ecosystème de services (assurances, banques, expertise, conseil, ...) ⬟ Network (HEC Alumni, Dauphine, Sorbonne, Cergy, Family and friends, acteurs du marché de l'Art, ...)	⬟ Non professionnels du secteur (visibilité / renommée) ⬟ Capital ⬟ Structure naissante à structurer et développer ⬟ Beaucoup d'acteurs ⬟ Rétention à long terme d'artistes mis en valeur
OPPORTUNITÉ	**MENACES**
⬟ Marché sclérosé ⬟ Nouveau entrants larges ⬟ Valeur refuge / achats coups de coeur / tendance ⬟ Contexte fiscal ⬟ Valeurs portées par le business model ⬟ Track records concrets ⬟ Peu d'acteurs ⬟ Non structuration d'une offre globale ⬟ Worlwide web ⬟ Environnement légal et fiscal ⬟ Artistes ⬟ Concurrence sans contenu	⬟ Environnement légal et fiscal (restrictions défiscalisation, durcissement sur la propriété intellectuelle et le droit à l'image) ⬟ Duopole (maison de ventes / galeries) ⬟ Concurrence des sites spécialisés ⬟ Presse ⬟ Artistes ⬟ Coûts du marketing / promotion ⬟ Crise économique ⬟ Evolution sociales / Tendances ⬟ Risques d'atteintes à l'image ⬟ Réplication du modéle économique ⬟ Filière large et segmentée / défragmentée / non totalement contrôlable ⬟ Rapport de force

4 COURBES DE VALEURS, ARCHITECTURE DE VALEUR ET ÉQUATION DE PROFIT DE L'OFFRE THECOUNSELART

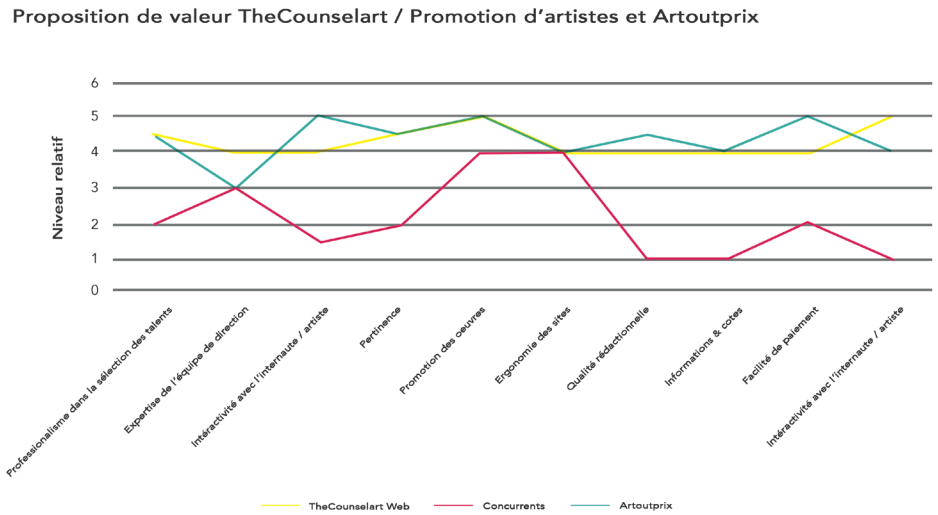
L'art contemporain est devenu un actif comme l'immobilier où le R.O.I attendu est fort, et la recherche de rentabilité aussi forte. Le marché est soumis au duopole qui dicte les règles et bloque la liquidité du marché ; Seuls quelques artistes sont traités commercialement et ont une chance de percer au même titre que les Andy Warhol
La connaissance de l'équipe de ce marché, la possibilité de repartir d'un site web existant, la volonté de développer le marché et gérer la carrière d'artiste en devenir, de créer une communauté de l'art contemporain encore accessible sont des avantages compétitifs fort et de ce fait, constituent des atouts forts pour répondre à la demande latente du marché face au duopole et aux acteurs traditionnels en place, qui sont très généralistes et peu spécialisés.
Aussi, elle répond à la demande des acheteurs et vendeurs de pouvoir renouveler leur stock, de rendre liquide le marché et d'investir en espérant un gain futur sur leur acquisition.
Grâce à l'offre et l'équipe en place de TheCounselart, nous répondons à toutes les demandes exprimées par le marché et ses acteurs

- Rendre visible des artistes méconnus ou non travaillés ayant une cote encore accessible (500 € à 20 000€)
- Rendre liquide le marché en se passant des galeries et maisons de vente
- Rendre rentable les achats d'art contemporain
- Participer à la création artistique
- Participer à une communauté d'art contemporain
- Acheter de l'art accessible de qualité et susceptible de revente avec plus-value à terme
- Créer un acteur incontournable et un incubateur pour les artistes de l'art contemporain aux côtés des acteurs traditionnels

4.1 COURBES DE VALEURS DES OFFRES



4.2 PROPOSITION DE VALEUR THECOUNSELART



4.3 LE BUSINESS MODEL INNOVANT

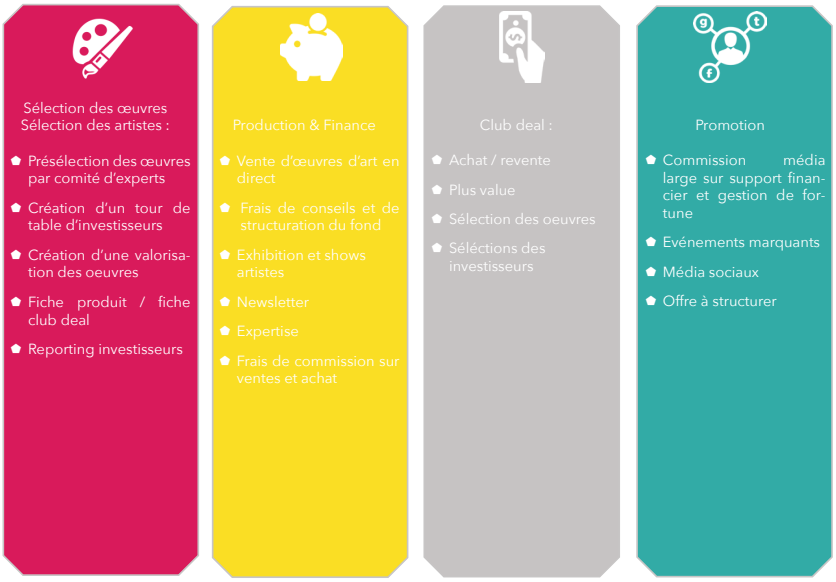
TheCounselart s'appuie sur une audience existante, rassemble des experts reconnus du marché pour prodiguer des conseils à l'achat et à la vente d'art contemporain accessibles (500 à 20K€), créera des clubs deal, créera une société de production sur le modèle des bites de production musicale aux artistes que la société aura sélectionné.

4.4 ARCHITECTURE DE VALEURS ASSOCIÉES

4.4.1 Architecture de valeur sur l'offre globale TheCounselart

4.4.2 Architecture de valeurs pour le conseil en achat et vente d'art (500 à 20 000 euros)

4.4.3 Architecture de valeur pour les clubs deal



4.4.4 Architecture de valeur pour la boite de production d'art contemporain

4.4.2 Architecture de valeur pour la boite de production d'art contemporain

5 EQUATION DE PROFIT

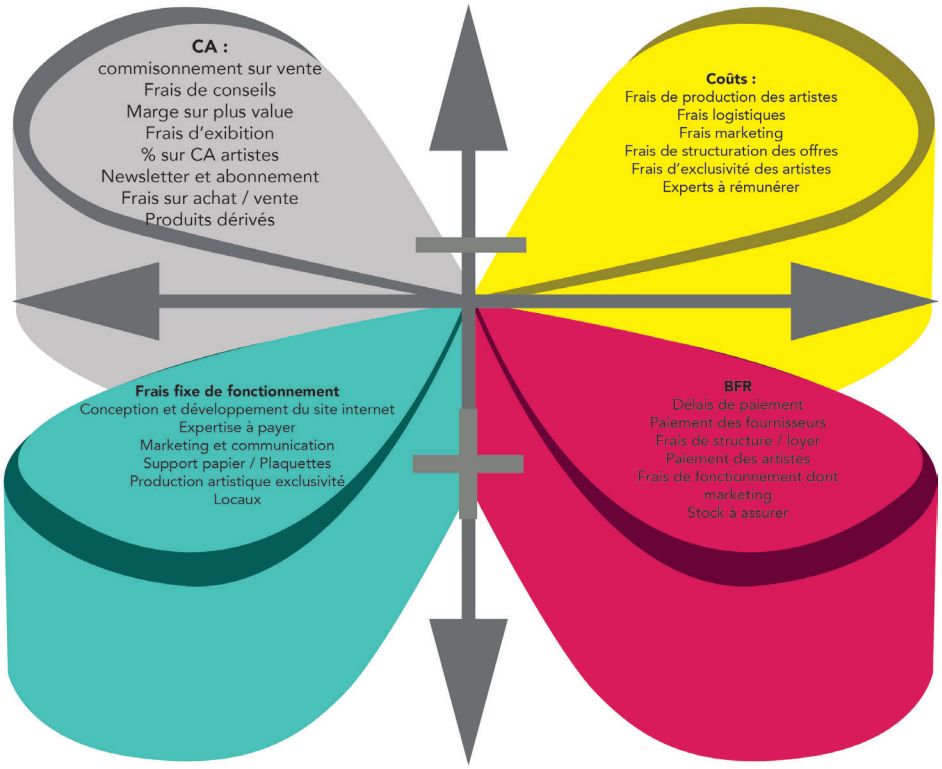
L'offre TheCounselart repose sur des frais fixe liés à la création de l'offre, du site internet les frais d'expert, les coûts de production des artistes et des frais de fonctionnement d'une start-up qui se lance (locaux, marketing importants, logistique), les entrées en face sont liées aux commissions, marge sur vente, des frais de structuration des offres club deal, des évènement organisés, et des frais liés au conseil.

Comme pour toutes les start-up, l'objectif est de créer une marque et de devenir sous 3 ans le site référent pour l 'art contemporain en France.

Les indicateurs détaillés dans le business plan associé sont conformes aux activités de start-up, très consommatrices de liquidités les 3 premières années et face aux peu de revenus certains. c'est un pari sur l'avenir que l'on engage.

- BFR : très fort, car nous avons besoin d'argent pour le lancement de l'activité, pour fidéliser les experts, les artistes , et beaucoup de frais de fonctionnement liés au marketing , aux locaux, et aux frais de structure en général .
- Capital : 10 000 euros détenu par une personne au démarrage
- Emprunt bancaire : 400 K€ la première année et levée de fonds de 600 k€ dès la deuxième année
- Structure juridique choisie est : Société (IS) - Gérant majoritaire.
- EBE- EBITDA : très mauvais
- ROCE : Comme pour toute start up, il est très faible car l'activité ne dégage des profits qu'au bout de 3 ans et de manière très faible

Cela est résumé sur le schéma de l'équation globale de profit :
Equation de profit de l'offre globale de TheCounselArt



BUSINESS PLAN ET ANALYSE FINANCIÈRE SUR 3 ANS

1 INVESTISSEMENTS ET FINANCEMENTS

Les investissements prévus sur la période : des investissements forts au démarrage

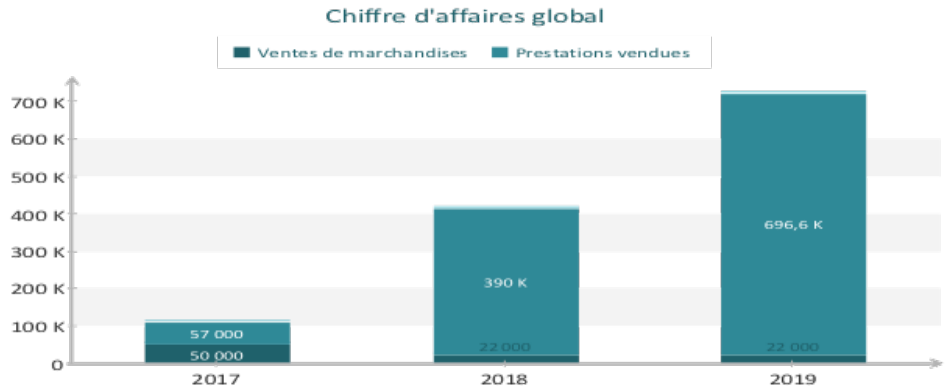
Investissements	2017	2018	2019
Immobilisations incorporelles	116 000		
Création web	70 000		
Refonte du site artcult depot de garantie locaux	30 000		
Depot de garantie locaux	6 000		
Extension site web pour artouprix	10 000		
Immobilisations corporelles	37 500		
Mobilier de bureau	7 500		
Materiel informatique	10 000		
Materiel et accessoires photo	20 000		
Total des investissements à réaliser	153 500		
Immobilisations existantes		153 500	153 500
Total des immobilisations	153 500	153 500	153 500

1.1 CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉVISIONNEL

Le chiffre d'affaires prévu : Un chiffre d'affaire en progression constante chaque année

Chiffre d'affaires	Secteur	2017	%	2018	%	2019	Marge	Stocks	TVA Ventes	TVA Achats
Commissions sur ventes	Services	22 000	331,82%	95 000	45,26%	138 000	100%	0 jour	20%	20%
Expertises	Services	5 000	100%	10 000	100%	20 000	100%	0 jour	20%	20%
Marge sur ventes directes	Négoce	50 000	-56%	22 000		22 000	30%	0 jour	20%	20%
Abonnements	Services			10 000	96%	19 600	100%	0 jour	20%	20%
Club deals	Services			87 000	82,76%	159 000	100%	0 jour	20%	20%
Ecurie de production	Services			120 000	58,33%	190 000	100%	0 jour	20%	20%
Artoutprix	Services	30 000	126,67%	68 000	150%	170 000	100%	0 jour	20%	20%
Chiffre d'affaires		107 000	285,05%	412 000	74,42%	718 600			20%	20%

Evolution du chiffre d'affaires

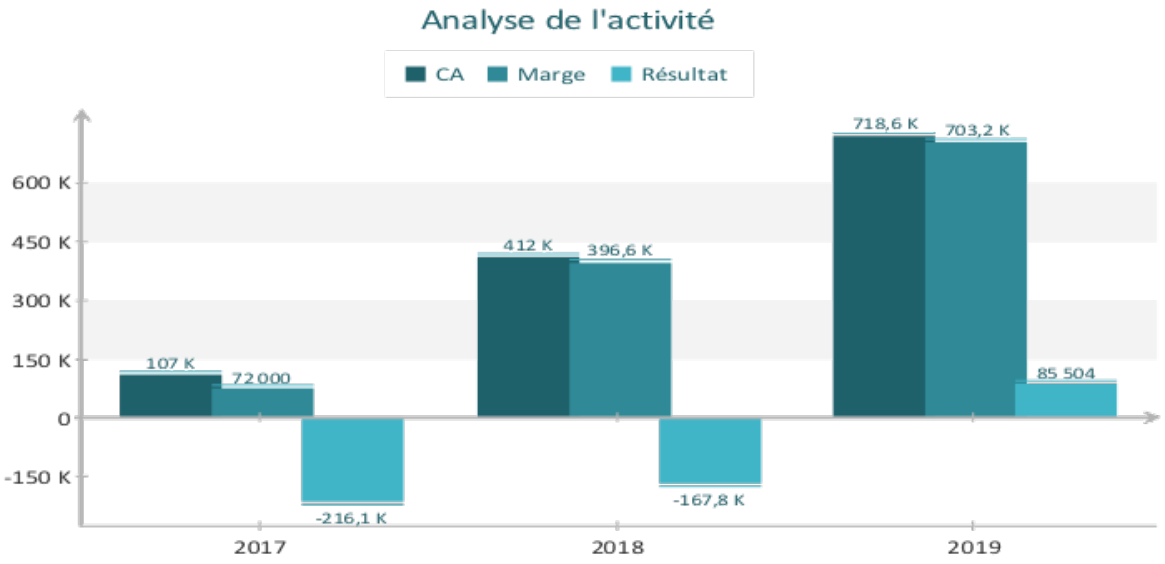


1.2 COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL

Évolution du compte de résultat : Forte rentabilité sur le post prestations vendues

Compte de résultat	2017	%	2018	%	2019	%
Ventes de marchandises	50 000	47%	22 000	5%	22 000	3%
Prestations vendues	57 000	53%	390 000	95%	696 600	97%
Chiffre d'affaires	107 000	100%	412 000	100%	718 600	100%
Total des produits d'exploitation	107 000	100%	412 000	100%	718 600	100%
Achats effectués de marchandises	35 000	33%	15 400	4%	15 400	2%
Fournitures consommables	6 550	6%	12 000	3%	17 000	2%
Services extérieurs	189 000	177%	313 000	76%	445 000	62%
Charges externes	195 550	183%	325 000	79%	462 000	64%
Impôts et taxes	369	0%	763	0%	812	0%
Salaires bruts (Salariés)	30 000	28%	62 000	15%	66 000	9%
Charges sociales (Salariés)	13 500	13%	27 898	7%	29 700	4%
Salaires bruts (Dirigeant)	24 000	22%	24 000	6%	35 000	5%
Cotisations TNS	8 173	8%	8 268	2%	12 685	2%
Charges de personnel	75 673	71%	122 166	30%	143 385	20%
Dotations aux amortissements	16 500	15%	116 500	28%	11 499	2%
Total des charges d'exploitation	323 092	302%	579 829	141%	633 096	88%
Résultat d'exploitation	-216 092	-202%	-167 829	-41%	85 504	12%
Résultat courant	-216 092	-202%	-167 829	-41%	85 504	12%
Résultat de l'exercice	-216 092	-202%	-167 829	-41%	85 504	12%

Analyse de l'activité sur la période : Un résultat positif dès la troisième année



Le bilan prévisionnel de la période :

Bilan	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019
Immobilisations	153 500	153 500	153 500
Amortissements, Provisions	16 500	133 000	144 499
Immobilisations nettes	137 000	20 500	9 001
Créances clients	16 200	62 400	106 080
Autres créances	53 418	36 716	
Disponibilités		520 486	625 256
Actif circulant	69 618	619 602	731 336
Total de l'actif	206 618	640 102	740 337
Capital social	400 000	1 000 000	1 000 000
Réserves, Report à nouveau		-216 092	-383 921
Résultat de l'exercice	-216 092	-167 829	85 504
Capitaux propres	183 908	616 079	701 583
Emprunts et dettes assimilés	4 093		
Dettes fournisseurs	8 400	3 360	3 360
Dettes fiscales et sociales	10 217	20 663	35 394
Total des dettes	22 710	24 023	38 754
Total du passif	206 618	640 102	740 337

1.4 BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT

Évolution du besoin en fonds de roulement : Un BRF en amélioration chaque année

Besoins en fonds de roulement	Initial	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019
Créances clients		16 200	62 400	106 080
Autres créances	10 700	53 418	36 716	
Besoins d'exploitation (Total)	10 700	69 618	99 116	106 080
Total des besoins	10 700	69 618	99 116	106 080
Dettes fournisseurs		8 400	3 360	3 360
Dettes fiscales et sociales		10 217	20 663	35 394
Ressources d'exploitation (Total)		18 617	24 023	38 754
Total des ressources		18 617	24 023	38 754
Variation du B.F.R.	10 700	51 001	24 092	-7 767
Besoins en fonds de roulement	10 700	51 001	75 093	67 326

La situation financière et les prévisions sur 3 années sont conformes à l'activité d'une start-up, où l'objectif est de créer une marque, puis de devenir l'offre de référence.
TheCounselart sera au bout de 3 années rentable, et pour assurer son démarrage a besoin de lever des capitaux pour assurer son activité où les revenus sont aléatoires et liés l'adhérence des usagers. Aussi, l'activité ne produit pas tout de suite de revenus à forte marge et à haute valeur ajoutée (conseils, fees d'expertise et commission sur achat et ventes) Le gros des dépenses seront liées au marketing et à la création du site web et de la refonte du site Artcult.com qui servira de rampe de lancement pour capter l'audience nécessaire à tout développement.

PLAN MARKETING ET D'ACTION COMMERCIAL

1 PLAN MARKETING ET D'ACTION COMMERCIAL

1.1 PROSPECTION COMMERCIALE

Elle a déjà commencé depuis un an auprès des collectionneurs, experts, artistes tous prêts à démarrer cette aventure.

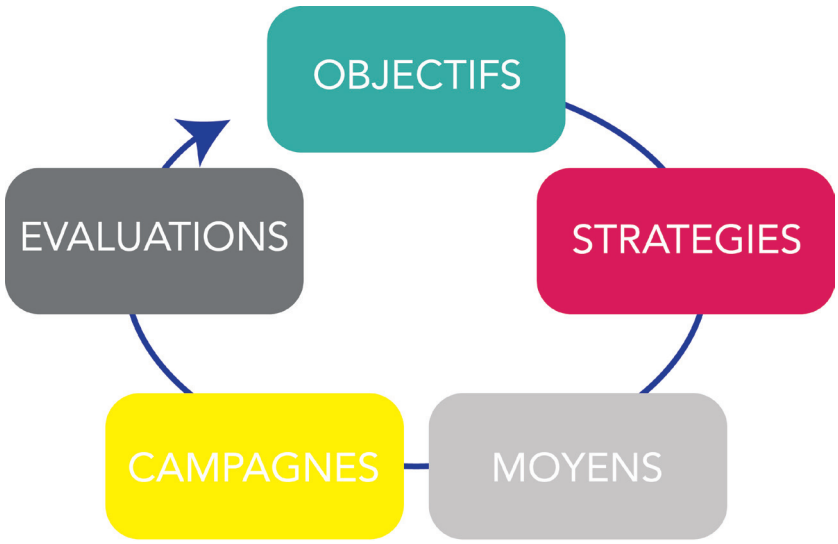
- Nous avons déjà une centaine d'œuvres d'art en stock pour démarrer les activités de vide dressing
- 6 experts de la place et collaborateurs de grandes maison de vente et experts agrées
- Une vingtaine d'artistes prêts à démarrer avec nous l'aventure
- Un site d'information Artcult.com (français, anglais) avec une base de 100 000 visiteurs, potentiellement utilisateurs de la base TheCounselart
- Prospections pour les entreprises pour leur rappeler les avantages fiscaux
- Prospection pour mener à bien les club deal et les vendre
- Le gros de la prospection pour trouver des acheteurs et des vendeurs se fera par recommandations et par campagne web marketing et google ad words.

1.2 SUPPORTS COMMERCIAUX

- Support et plaquettes seront à créer avec le site bien entendu

1.3 MARKETING

L'approche marketing viendra pour développer la marque, et créer une référence de l'art contemporain. Une grande partie servira à la communication, et sera organisée comme cela



Objectifs	• Faire connaître TheCounselart comme la référence en matière d'art contemporain encore accessible et créatrice de valeur • Devenir la société experte de l'art contemporain • Devenir le 1er vide dressing d'art contemporain • Créer les 1 ers club deals d'art contemporain • Devenir la société de production artistique avec des artistes de qualité

Stratégies	⬟ Mettre en avant l'équipe experte ⬟ Valoriser l'offre du site web ⬟ Capitaliser sur le bouche à oreille ⬟ Valoriser l'ambition de R.O.I sur les achats ⬟ Promouvoir les artistes ⬟ Créer une plateforme communautaire d'art contemporain
Moyens	⬟ Site web TheCounselart, refonte du site artcult, création d'artoutprix, ⬟ Capitaliser sur les experts liés au projet ⬟ Capitaliser sur les KOL artistes référents ⬟ Développer les animations et expos inattendues, ⬟ Jouer sur l'expertises de l'équipe et le potentiel futur des achats ⬟ Communication : off, on , paid , shared , réseaux sociaux à fond, earned media, owned media
Campagnes	⬟ Pilotage interne du marketing ⬟ Campagne ad Word sous traitée
Évaluations	⬟ Hebdomadaire

L'offre et son succès dépendront de :

- ⬟ Fiabilité : Comment et quelle expertise sera apportée aux services de TheCounselart
- ⬟ Accès : Est-ce que le service sera facilement accessible et délivré dans des temps acceptables
- ⬟ Crédibilité : Es ce que les consommateurs peuvent croire en la société ?
- ⬟ Sécurité ? Est-ce que le service est sécurisée et sans danger pour ses utilisateurs
- ⬟ Connaissances : Est-ce que TheCounselart fait tous les efforts pour connaître les besoins et demandes de ses usagers ?
- ⬟ Responsable : Est-ce que la société se sent responsable vis-à-vis de ses utilisateurs et rendre un service irréprochable ?
- ⬟ Compétences : Aura-t-on les compétences affichées réellement ?
- ⬟ Courtoisie : Nous devons être courtois et polis et adresser de cette façon les clients
- ⬟ Communication : le service va-t-il été clairement expliqué ?
- ⬟ Le tangible : est-ce que l'image du staff, la facilité et la qualité du service apparaissent, est ce que le service de haute qualité voulu par TheCounselart sera mesurable et perçu ?

Dans le marketing nous aurons d'abord effectué :

La segmentation :

- ⬟ Nous avons identifié, les particuliers, les entreprises, et les artistes, en se basant sur l'évolution du marché de chacun et leur potentiel respectif. Nous connaissons à tous leurs attentes, leurs besoins et ce qu'ils attendent d'une telle offre, ainsi que ce qu'offre les concurrents (cf courbe de valeurs)

Avantage différenciant :
En quoi notre offre est différenciante et comment la positionner pour qu'elle soit perçue par le client, au niveau des attributs : Comment allons-nous communiquer sur ces éléments ? quels sont les gens à adresser ? dans quels termes ?

Stratégie opérationnelle :

- ⬟ Comment transformer l'opportunité marketing d'introduire une nouvelle offre différenciante pour rendre efficace l'entreprise ? Comment TheCounselart optimisera ses services tout en délivrant une offre experte et de qualité ? Pour cela, l'entreprise est entourée des meilleurs du marché,
- ⬟ Pour offrir la perception de la mesure de la qualité , nous établirons des KPis dédiés aux processus de demande et de réponses par exemple ,

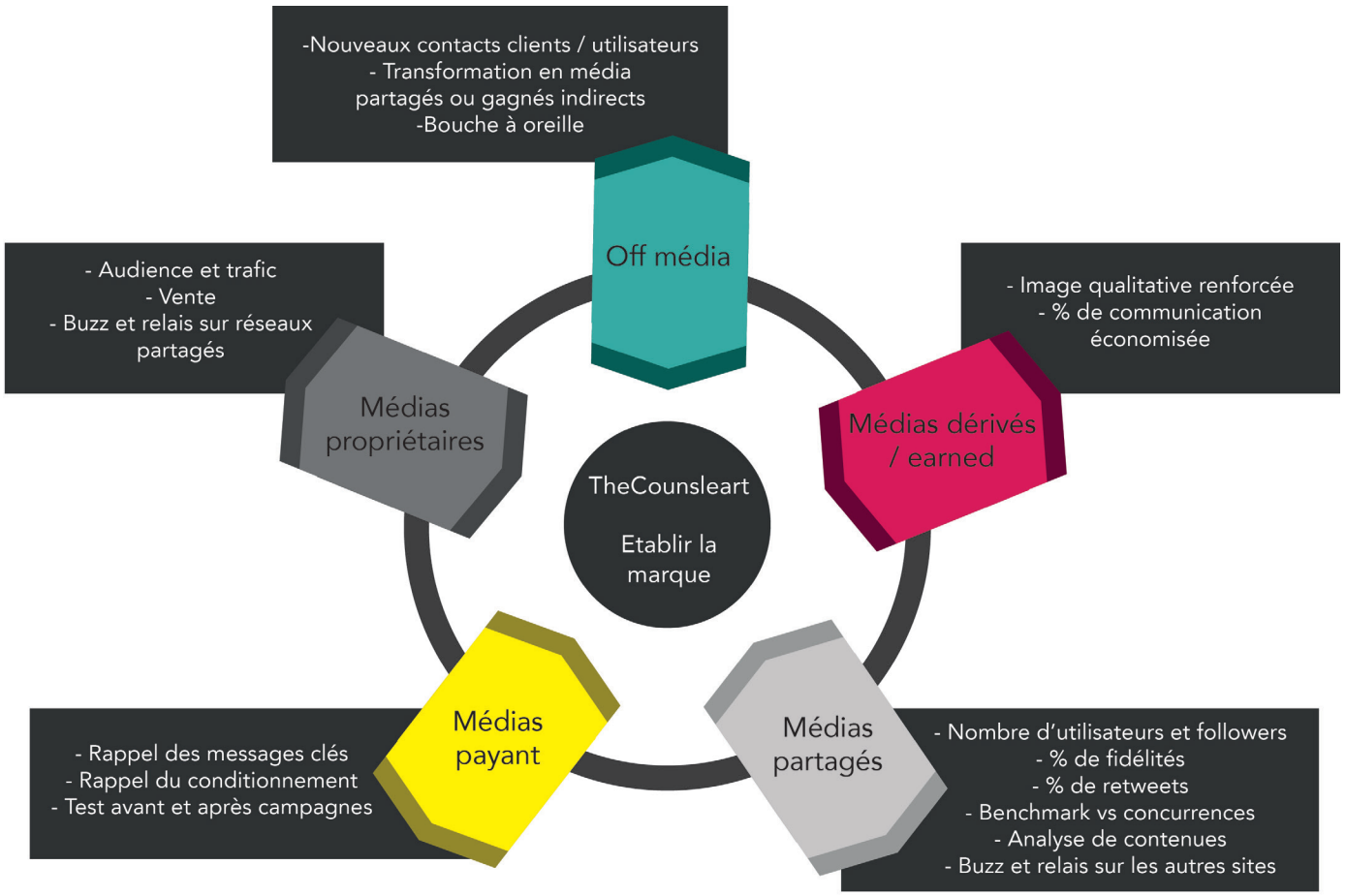
La stratégie opérationnelle, sera dessinée de manière à rendre tangible la valeur des services proposés par TheCounselart. (Toute l'équipe est motivée et à l'ambition de devenir la référence du secteur , donc offrira la qualité opérationnelle pour obtenir l'adhésion du public

1.4 LE MIX MARKETING :

Produit :
Les services de TheCounselart seront experts, clairs, lisibles, innovants et créateur de valeurs pour ses utilisateurs lassés de se fournir en art contemporain sur les mêmes canaux.
Price :
Consommateurs paieront un premium Price pour les services à haute valeur ajoutée (conseils, expertises, abonnements). La valeur perçue devra être élevée car le service se veut expert et de qualité.
Les prix seront moindres que dans les maisons de vente et galerie afin de trouver écho à al demande du marché
Le pricing du vide- dressing sera similaire aux vide-dressing de vêtements (20% de commission en moyenne)

1.5 COMMUNICATION

Stratégie multi site, Stratégie multi services, sur multi segments via les supports connus :
Toutes les formes de communication seront utilisées ainsi que tous les supports afin d'établir la société TheCounselart, et qu'elle devienne une marque et la référence du secteur.
Une planification de la communication sera opéré : Nous définirons des objectifs clairs, nous définirons la cibles adressée, quelle audience, quels seront les messages efficaces à trouver , et tout se mesurera et sera évalué de manière hebdomadaire et mensuelle en interne et avec les prestataires.



counselART

OUR MISSION ARTOUTPRIX ARTCULT CONSULTING NEWS

T0	T+3 mois	T+6 mois	T + 1 an
Levée de fonds - Mise en place des sites et refonte du site - Mise en place des contrats avec artistes	Selection des experts de l'offre Mix marketing - Création du design des offres - Création des messages publicitaires	Mix marketing et stratégie déroulée - Lancement du portail d'art contemporain - Lancement du vide dressing d'art contemporain	Lancement des club deals - Mesure de la performance - Révision de la stratégie

CONCLUSION

L'explosion de l'art contemporain dans le monde, et l'émergence des réseaux sociaux font qu'aujourd'hui l'essor de l'art contemporain est continu et dure déjà depuis une trentaine d'année. Seulement avant l'arrivée du web, ce marché était détenu par les maisons de ventes et les galeries / marchands d'art seuls acteurs capables d'influer et de décider qui pouvait être rentable et qui ne le pouvait pas.
L'essor du web, et des réseaux sociaux a changé la donne.

Les particuliers ont exprimé le souhait d'acheter de l'art où ils l'entendent et à moindre frais, les artistes ont via les réseaux sociaux trouvé à exposer leurs œuvres et créer leur communauté d'adepte. Les acteurs traditionnels ont dû s'adapter et ont procédé à des partenariats / acquisition pour diversifier leurs offres actuelles.
Aujourd'hui l'art est partout, l'art se fait en ligne et hors ligne, la clé du succès à toute offre sur ce secteur est soit vous faites l'achat plaisir et achetez au gré des rencontres et expositions, soit vous faites de l'achat en espérant un retour sur investissement comme les ¾ des gens interrogés.

Ce secteur qui était duopolistique, a du s'ouvrir à la concurrence mais n'est pas encore dévoré car ces deux acteurs ont encore les liquidités pour contrer les menaces des nouveaux entrants.
Pour réussir sur ce secteur, il faut amener de la nouveauté de la spécialisation, de l'expertise et créer de la valeur .
Depuis un an et demi que je muris le projet, j'ai des experts connus , des artistes , des collectionneurs, un site web dédié à l'art avec une forte audience , le soutien de tous prêts à suivre cette aventure qui créerait une nouvelle forme de distribution de l'art contemporain via une société nouvelle à forte expertise et spécialisée sur une niche de prix , désireuse de lancer et révolutionner les modes de distributions classiques en rendant accessible à tous l'expertises jusque-là réservée à une élite.

En lançant une start-up, vous avez pour objectif de devenir une marque connue, un acteur de la scène de la production d'art contemporain et la référence de l'achat / vente / conseils sur ce secteur sous 3 ans , un objectif qui est fort consommateur de beaucoup de liquidités.

La force TheCounselart, réside dans les compétences humaines, ses réseaux, son audience existante, les membres du projet, et la volonté des consommateurs à participer au marché en évitant les galeries et maisons de ventes , acteurs traditionnels mais cher.

L'analyse de la partie financière à par contre montré un frein majeur à ce lancement d'une nouvelle forme de distribution de l'art contemporain dit accessible, à savoir que pour lancer cette activité , il faut des fonds importants et nécessaires pour créer l'offre , avoir un budget marketing implanter la marque et récolter sous 3 années les premiers résultats positifs.

Dotée des liquidités nécessaires suite à des levées de fonds auprès de Venture capital , cette entreprise sera un succès, sans ces liquidités, tout lancement autre que les 2 offres génératrices de revenus immédiats qui pourraient créer de la valeur (Vde dressing, et club deal), serait voué à l'échec, car nécessitant de fort besoin en liquidtés.

C'est pourquoi, l'étape maintenant pour ce projet consiste à aller chercher auprès d'investisseurs ou des banques , ces capitaux nécessaires au lancement de l'offre globale de la start-up « TheCounselart » afin de créer le nouveau leader de la distribution de l'art contemporain sur son segment de marché

ANNEXES

1 ANNEXES FINANCIÈRES

1.1 CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT

La capacité d'autofinancement sur la période : CAF en nette amélioration au bout de 3 années

Capacité d'autofinancement	2017	2018	2019
Résultat de l'exercice	**-216 092**	**-167 829**	**85 504**
+ Dotations aux amortissements	16 500	116 500	11 499
Capacité d'autofinancement	**-199 592**	**-51 329**	**97 003**
Autofinancement net	-199 592	-51 329	97 003

Le financement des investissements : Levée de capitaux auprès de VC et emprunts bancaires

Financements des investissements	2017	2018	2019
Apports en capital	400 000	600 000	
LEVEE DE FONDS	*400 000*		
LEVEE DE FONDS		*600 000*	
wTotal des financements	400 000	600 000	
Écart de financement	246 500	600 000	

1.2 SALAIRES ET CHARGES SOCIALES

Les rémunérations annuelles du personnel

Personnel	2017	%	2018	%	2019	C.S. Sal.	C.S. Pat.
CONSULTANT N°1	30 000	6,67%	32 000	6,25%	34 000	22%	45%
CONSULTANT N°2			30 000	6,67%	32 000	22%	45%
REMUNERATION GERANT	24 000		24 000	45,83%	35 000		

Le détail des salaires bruts et des charges sociales :

Salaires bruts	2017	2018	2019
Salariés	30 000	62 000	66 000
CONSULTANT N°1	*30 000*	*32 000*	*34 000*
CONSULTANT N°2		*30 000*	*32 000*
Dirigeant	24 000	24 000	35 000
REMUNERATION GERANT	*24 000*	*24 000*	*35 000*

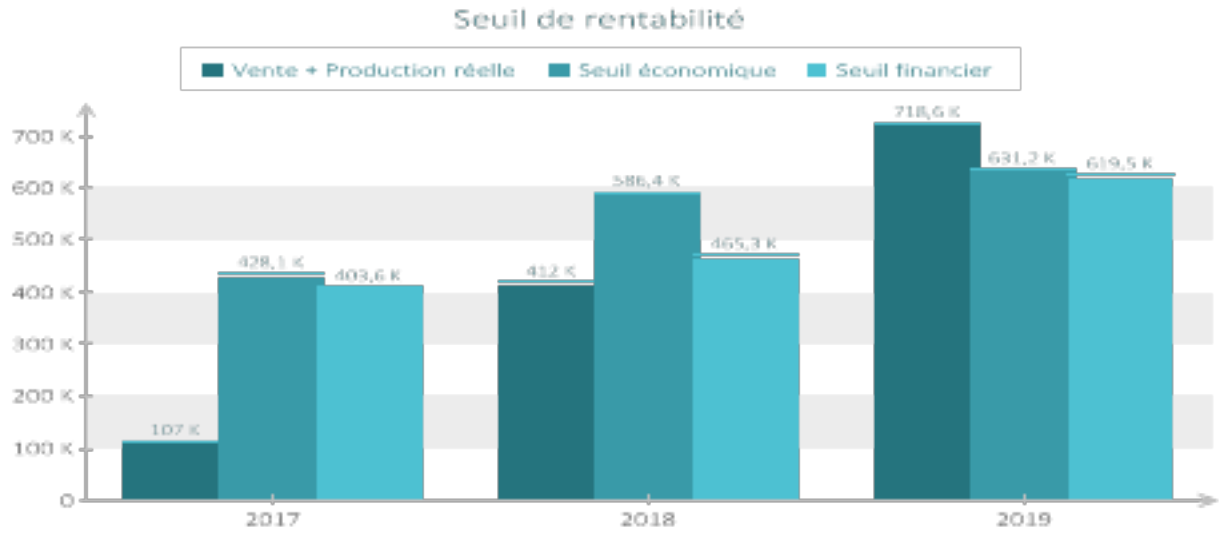
Charges sociales	2017	2018	2019
Salariés	13 500	27 898	29 700
CONSULTANT N°1	*13 500*	*14 398*	*15 302*
CONSULTANT N°2		*13 500*	*14 398*
Cotisations TNS	8 173	8 268	12 685
Allocation familiale	*516*	*516*	*752*
Maladie / Maternité, Indemnités journalières	*1 560*	*1 560*	*2 275*
Retraite, Invalidité / Décès	*3 714*	*3 714*	*6 038*
CSG déductible, CFP	*1 519*	*1 614*	*2 342*
CSG + CRDS non déductible	*864*	*864*	*1 278*

1.3 SEUIL DE RENTABILITE

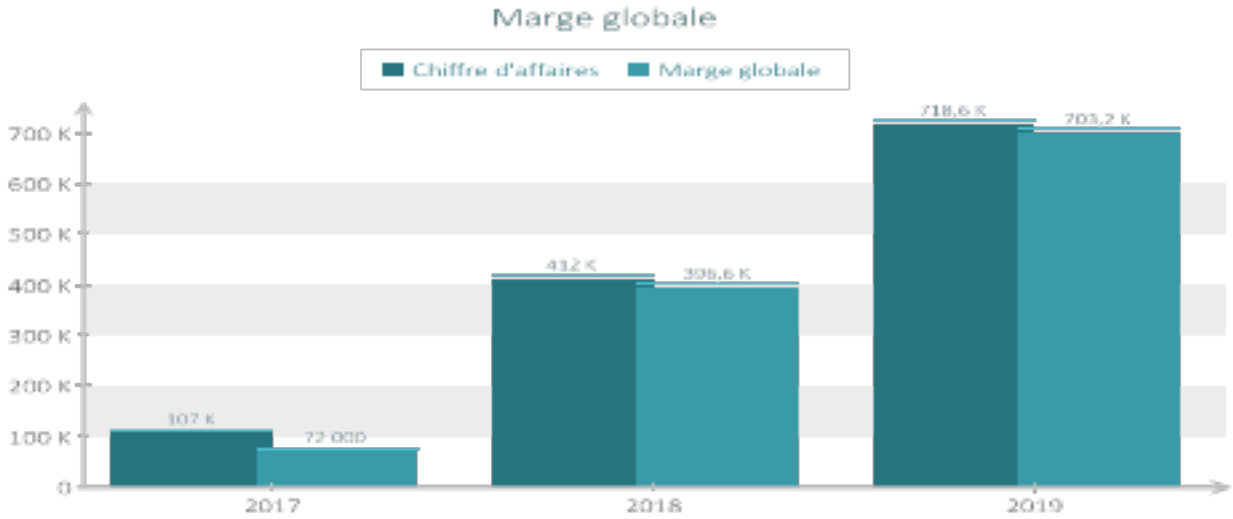
Le seuil de rentabilité économique :

Seuil de rentabilité économique	2017	2018	2019
Ventes + Production réelle	107 000	412 000	718 600
Achats consommés	35 000	15 400	15 400
Total des coûts variables	*35 000*	*15 400*	*15 400*
Marge sur coût variable	72 000	396 600	703 200
Taux de marge sur coût variable (%)	67,29%	96,26%	97,86%
Coûts fixes	*288 092*	*564 429*	*617 696*
Total des charges	323 092	579 829	633 096
Résultat courant avant impôt	-216 092	-167 829	85 504
Seuil de rentabilité	428 135	586 359	631 204
Excédent / Insuffisance	-321 135	-174 359	87 396
Point mort (jours)	1440 jours	512 jours	316 jours

Évolution du seuil de rentabilité



Marge de l'activité :
Évolution de la marge : Activité à forte marge, la marge augmente chaque année



1.4 | FRAIS GENERAUX PREVISIONNELS

Les charges externes prévues :

Charges externes	2017	2018	2019
Fournitures consommables	6 550	12 000	17 000
Electricité	*1 000*	*1 000*	*1 000*
Petit équipement	*500*	*500*	*500*
Produits d'entretien	*50*	*500*	*500*
Fournitures administratives	*5 000*	*10 000*	*15 000*
Services extérieurs	189 000	313 000	445 000
Location immobilière	*36 000*	*36 000*	*36 000*
Entretien et réparations	*10 000*	*10 000*	*10 000*
Primes d'assurances	*10 000*	*12 000*	*14 000*
Frais de production artistes	*10 000*	*25 000*	*50 000*
Frais de fourniture / peinture	*5 000*	*10 000*	*20 000*
Expertises actes	*10 000*	*15 000*	*20 000*
Honoraires comptables / juridiques	*18 000*	*30 000*	*30 000*
Frais structuration de l'offre Club Deal		*20 000*	*30 000*
Marketing, communications	*20 000*	*30 000*	*40 000*
Marketing club deal		*10 000*	*30 000*
Marketing écurie d'artistes		*10 000*	*15 000*
Marketing Artoutprix	*10 000*	*20 000*	*30 000*
Frais d'exclusivité artistes	*30 000*	*50 000*	*80 000*
Frais de logistique	*10 000*	*10 000*	*10 000*
Frais d'Internet / IT	*20 000*	*25 000*	*30 000*
Total	195 550	325 000	462 000

Les impôts et taxes de la période :

Impôts et taxes	2017	2018	2019
Taxe d'apprentissage	204	422	449
Formation professionnelle	165	341	363
Total	369	763	812

Le détail des amortissements :

Amortissements	2017	2018	2019
Amortissements incorporels	5 000	105 000	
CREATION SITE WEB		*70 000*	
REFONTE DU SITE ARTCULT		*30 000*	
EXTENSION SITE WEB POUR ARTOUPRIX	*5 000*	*5 000*	
Amortissements corporels	11 500	11 500	11 499
MOBILIER DE BUREAU	*1 500*	*1 500*	*1 500*
MATERIEL INFORMATIQUE	*3 333*	*3 333*	*3 333*
MATERIEL ET ACCESSOIRES PHOTO	*6 667*	*6 667*	*6 666*
Total	16 500	116 500	11 499

1.5 PLAN DE FINANCEMENT

Le plan de financement sur la période :

Plan de financement	Initial	2017	2018	2019
Immobilisations	53 500	153 500		
Variation du B.F.R.	10 700	51 001	24 092	-7 767
Total des besoins	64 200	204 501	24 092	-7 767
Apports en capital	400 000	400 000	600 000	
Capacité d'autofinancement		-199 592	-51 329	97 003
Total des ressources	400 000	200 408	548 671	97 003
Variation de trésorerie	335 800	-4 093	524 579	104 770
Solde de trésorerie	335 800	-4 093	520 486	625 256

1.6 ETAT DE TRESORERIE

L'évolution du solde de trésorerie :

Etat de trésorerie	Initial	2017	2018	2019
Fonds de roulement	346 500	46 908	595 579	692 582
Besoins en fonds de roulement	10 700	51 001	75 093	67 326
Solde de trésorerie	335 800	-4 093	520 486	625 256

1.7 RATIOS D'EXPLOITATION

Analyse des ratios d'exploitation :

Ratios d'exploitation	2017	2018	2019
Chiffre d'affaires	100%	100%	100%
Ventes + Production réelle	100%	100%	100%
Achats consommés	33%	4%	2%
Marge globale	67%	96%	98%
Charges externes	183%	79%	64%
Valeur ajoutée	-115%	17%	34%
Impôts et taxes	0%	0%	0%
Charges de personnel	71%	30%	20%
Excédent brut d'exploitation	-187%	-12%	14%
Dotations aux amortissements	15%	28%	2%
Résultat d'exploitation	-202%	-41%	12%
Résultat courant	-202%	-41%	12%
Résultat de l'exercice	-202%	-41%	12%

1.8 SOLDES INTERMEDIAIRES DE GESTION

L'évolution des soldes intermédiaires de gestion :

Soldes intermédiaires de gestion	2017	%	2018	%	2019	%
Chiffre d'affaires	107 000	100%	412 000	100%	718 600	100%
Ventes + Production réelle	107 000	100%	412 000	100%	718 600	100%
Achats consommés	35 000	33%	15 400	4%	15 400	2%
Marge globale	72 000	67%	396 600	96%	703 200	98%
Charges externes	195 550	183%	325 000	79%	462 000	64%
Valeur ajoutée	-123 550	-115%	71 600	17%	241 200	34%
Impôts et taxes	369	0%	763	0%	812	0%
Charges de personnel	75 673	71%	122 166	30%	143 385	20%
Excédent brut d'exploitation	-199 592	-187%	-51 329	-12%	97 003	14%
Dotations aux amortissements	16 500	15%	116 500	28%	11 499	2%
Résultat d'exploitation	-216 092	-202%	-167 829	-41%	85 504	12%
Résultat courant	-216 092	-202%	-167 829	-41%	85 504	12%
Résultat de l'exercice	-216 092	-202%	-167 829	-41%	85 504	12%
Capacité d'autofinancement	-199 592	-187%	-51 329	-12%	97 003	14%

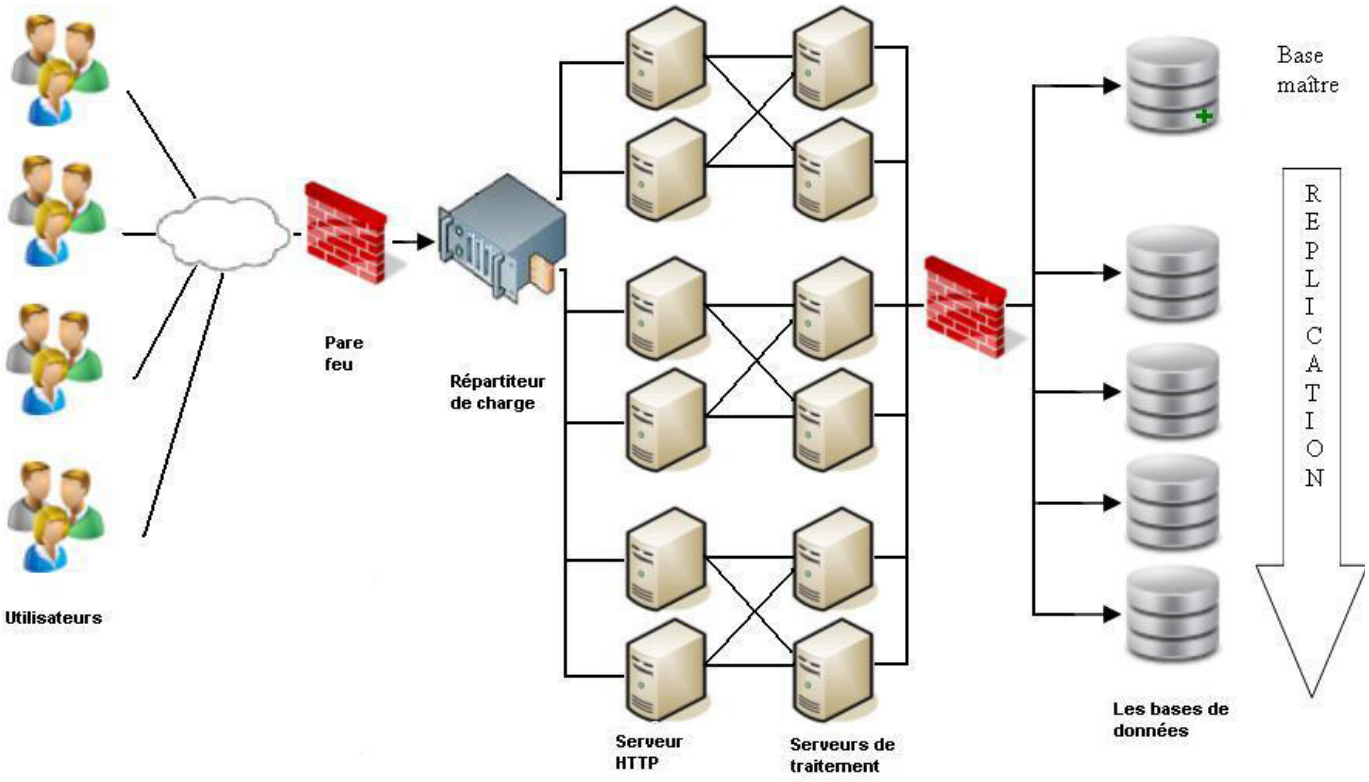
2 ANNEXE REMERCIEMENTS

Pour réaliser cette étude stratégique de lancement de Start-up, TheCounselart dans l'art contemporain, je tiens à remercier :

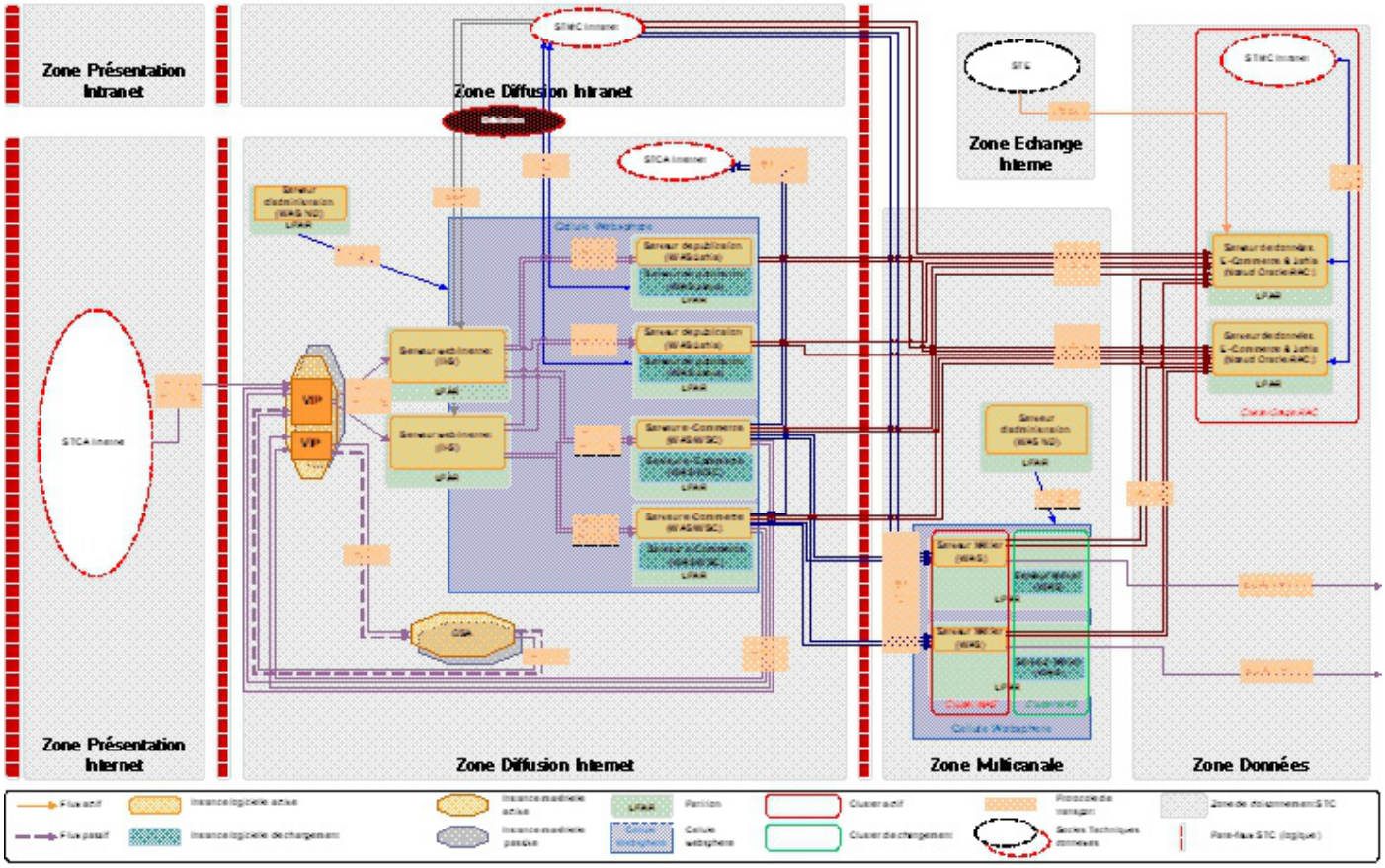
- Ma famille
- Mon advisor Jeremy Ghez pour son support
- Le corps professoral d'HEC qui m'ont transmis les clés pour mener cette
- Le back office de l'Emba (Gisèle Q, Reina D, et Zaneta B)
- Mes collègues du EMBA
- Stéphane Barsimanto mon meilleur ami pour son aide tout au long de cette année à HEC,
- Joachim Azan mon autre meilleur ami pour son soutien professionnel et personnel et qui m'a challengé tout au long de l'année
- L'équipe Novaxia
- Ayoub K et Elyes B pour leur support et joie de vivre
- Toutes les copines et petites amies qui m'ont supporté
- Les personnes rencontrées lors de ce projet
- Fréderic Iselin d'HEC et sa major « Develop your business Project »
- Les professionnels du monde de l'art
- Rony Xare de la maison de vente Artcurial
- Diego Escobar expert en art contemporain chez Tajan,
- Philippe Bonan artiste photographe
- Nicolas Masterson (graffeur, peintre et patron d'une agence de communication)
- A Oliveux (Commissaire-priseur chez Artcurial) ,
- M Vidal (galeriste à Paris 6)
- A Hadida (galeriste et expert photo),
- A Darmon (artcult .com)
- Joséphine et Esther pour leur soutien
- Jessy Eve de Marbeloutz
- Mariana Luiza artiste peintre
- Anne Cécile Galloy Directrice Marketing Sensee
- La quarantaine de personnes interviewée (artistes, agents, galeristes, acheteurs, collectionneurs, experts, financiers, les sociétés de gestion, les conseillers en gestion de patrimoine…)
- Ma bande de potes
- Et tous les autres que j'ai oubliés et qui ont tous œuvré à la réussite de cette étude en challengeant mes données et options

3 ANNEXE INFORMATION SYSTEM

Architecture Site web « TheCounselart »
Un domaine maîtrisé du fait de ma formation d'ingénieur et de quinze années d'expérience dans le domaine »
Le site « Thecounselart » avec la refonte d'artcult.com ; gagne en popularité, le nombre d'utilisateurs croît fortement.
Nous avons une population de 10 000 (transfert des fans d'art contemporain venant d'artcult) utilisateurs potentiels.
Je prends le cas du site d'un marchand de commerce électronique, (par exemple un vide dressing en ligne).
Le marchand est obligé d'avoir une infrastructure importante pour répondre aux besoins de ses clients actuels et futurs. Le nombre de client est aléatoire (les vacances, la nuit, les goûts). Malgré tout, son site internet doit tourner 24h sur 24h et être dimensionné pour accueillir le plus grand nombre.
L'architecture grossit pour répondre aux besoins des 2 sites en parallèle.



Tous les composants sont doublés (redondés) pour répondre aux problèmes de panne informatique. On ajoute de nombreux serveurs de traitement, on duplique les bases de données, on crée une base de données maitre, et des bases de données filles. On ajoute des serveurs de pages statiques (HTTP), pour soulager les serveurs de traitement. On ajoute des répartiteurs, pour répartir les charges sur les divers serveurs. Ainsi, de suite.
Les menaces sécurité sont plus importantes, on met en place des pares feux (firewall) pour contrôler et vérifier les risques d'intrusion.
Notre architecture du site « TheCounselart » évoluée répond aux sollicitations de plusieurs centaines d'utilisateurs.
La maintenance, la supervision des machines est une opération plus complexe. La complexité grossit en fonction du nombre de machine, du nombre de composant, du nombre de programme informatique, de la répartition de la charge, des traitements en parallèles, on fera appel à des Sociétés de services informatiques externes pour piloter la maintenance et l'exploitation des sites web.
L'architecture doit être pensée, câblée, testée, validée, puis éprouvée. Elle nécessite un savoir-faire important qui sera sous-traitée. Ci-dessous, un schéma, beaucoup plus complexe, avec les flux, les diverses zones, etc. .



L'ajout d'une nouvelle machine, d'un nouveau serveur permet d'accroitre le nombre d'utilisateurs (clients) pouvant se connecter sur le site internet. Des nouvelles contraintes apparaissent, des goulots d'étranglement, qui nécessitent des nouveaux réglages. Ils sont levés soit par le matériel (hardware), soit par le logiciel, et par la manière de construire le logiciel (le site web).

4 ANNEXE BIBLIOGRAPHIE

- Marketing Management and Strategy
  Peter Doyle and Philip Stern – 4th edition
- Choix stratégiques et concurrence
  Technique d'analyse des Secteurs et de la concurrence dans l'industrie
  Michael E Porter - Economica
- Contemporary Strategic Analysis
  Robert M Grant – 8th Edition
- Collectionner l'Art Contemporain
  Adam Lindemann – Taschen
- Rapport ArtTactic 2015, www.arttactic.com
- http://www.expertinbox.com/la-matrice-bcg-en-4-points/
- Études Marketing appliquées - De la stratégie au MIX : analyses et tests pour optimiser votre action marketing
- Strategor - 6e édition - Toute la stratégie d'entreprise
  Laurence LEHMANN-ORTEGA ° Frédéric LEROY ° Bernard GARRETTE ° Pierre DUSSAUGE ° Rodolphe DURAND
- Entrepreneurs, managers, vendez-vous assez cher ? Frédéric Iselin
- (Ré)inventez votre Business Model Broché – 20 août 2014
- de Laurence Lehmann-Ortega (Auteur), Hélène Musikas (Auteur), Jean- Marc Schoettl
- La magie de croire - Claude M bristol
- Études de marché - 4e édition Broché – 28 août 2015 de Jean-Luc Giannelloni (Auteur), Éric Vernette
- Business Model nouvelle génération : Un guide pour visionnaires, révolutionnaires et challengers Broché – 1 septembre 2011
  Alexander Osterwalder (Auteur), Yves Pigneur
- Finance d'entreprise 2016 - 14e éd. Broché – 2 septembre 2015
  Pierre Vernimmen (Auteur), Pascal Quiry (Auteur), Yann Le Fur
- Stratégie et RSE - Bâtir la stratégie à l'aune des nouvelles responsabilités sociales de l'entreprise - Bâtir la stratégie... Pascal Bellon
- https://fr.wikipedia.org/wiki/Art_contemporain
- Magazine Challenge – juillet 2014 – le business de l'art contemporain
- 2013 : Sensibiliser à l'art contemporain?, revue Atala, no 16, lycée Chateaubriand
- 2014 : Le paradigme de l'art contemporain. Structures d'une révolution artistique, Nathalie Heinich, Gallimard (ISBN 978-2-07013-923-1)
- http://www.timeout.fr/paris/art/les-10-meilleures-galeries-de-paris
- http://www.contemporain.com/art/
- http://www.laviedesidees.fr/Comment-definir-l-art-contemporain.html
- http://www.observatoire-art-contemporain.com/
- http://www.franceculture.fr/emissions/la-grande-table-2eme-partie/lart-contemporain-nest-il-quun-discours
- L'imposture de l'art contemporain : Une utopie financière Broché – 13 novembre 2015
- Panorama de l'art contemporain - 17 juin 2015 - de Gérard Denizeau

5 ANNEXE RSE

Le développement durable a été identifié comme source d'opportunité pour Thecounselart , en l'intégrant dans son offre , mais aussi parce que l'investissement
est un rouage clé de la transition vers une « économie plus durable

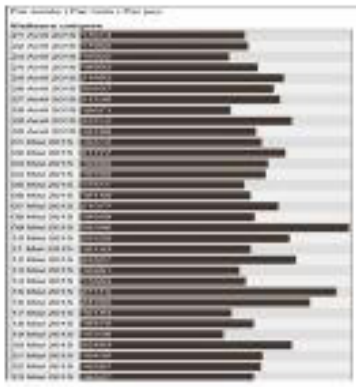
- La stratégie CSR est notre fer de lance pour tous nos projets
- Nous choisirons des artistes « green », qui favoriseront le lien social en donnant de leur temps aux gens n'ayant pas accès à l'art via des expositions itinérantes et des évènements de prise de conscience sur l'environnement via des œuvres caritatives
- Nous offrirons des oeuvres à des associations qui participent à l'aide environnementale
- Le RSE sera au cœur de notre quotidien, et nous nous emploierons à éviter le gaspillage , à sélectionner des fournisseurs respectueux de l'écologie .

Une fois installée, l'entreprise formera tous les employés sur le sujet afin d'adopter une politique globale de l'entreprise et faire savoir combien nous nous engageons dans cette démarche.

- Communication dans la presse et auprès des partenaires pour faire savoir ce choix stratégique qui a un impact
- Positionnement unique d'entreprise d'art contemporain responsable avec des investissements solidaire et responsable
- Mise en place de conseil de surveillance sur les fonds avec comme membres des personnalités du CSR
- Pour le choix des matériaux de peinture et logistique, nous sélectionnerons en priorité des matériaux recyclable, à faible émission de CO2, et non polluants
- Nos sous-traitants adopteront des chartes environnementales et s'engageront à respecter les normes anti-pollution
- Nous emploierons des personnes en difficulté sociales et soucieuse de se réinsérer dans la vie active.

Ces investissements responsables dans l'art contemporain font du sens car nous sommes déjà différenciant avec notre offre de base spécialisée, investir dans l'art et donner du sens à cet investissement sera un vecteur de croissance fort à n'en pas douter et une autre de différenciation.

Le site Artcult :
Site existant depuis quinze années avec une base de lecteur de 100 000 visiteurs uniques par mois/

Artcult today : Art dedicated web site with full of contents

60 000 articles both in french and english, 100000 unique visitors per month,