

## Comment la vente en ligne révolutionne la logistique des oeuvres d'art

La start-up française ThePackengers fixe en un clic le prix de l'emballage et du transport des oeuvres d'art vendues en ligne. Référencée pour la première fois par Drouot, elle connaît une explosion de son activité avec la pandémie et s'attaque au marché anglosaxon.



La jeune pousse est le nouveau relais de croissance de Group ESI (ThePackengers)

Par **Martine Robert**

Publié le 4 mai 2021 à 9:30 | Mis à jour le 4 mai 2021 à 9:35

Les acheteurs d'art sont des cyberclients comme les autres : ils attendent un service de livraison irréprochable. Selon l'étude que vient de publier l'assureur Hiscox sur le

marché de l'art en ligne, la livraison apparaît comme un point clé dans la concurrence à laquelle se livrent les plateformes dédiées. Car pour 41 % des clients hésitants à acheter de l'art en ligne, ce sont les préoccupations relatives aux coûts et aux délais de livraison qui les dissuadent.

Une PME française, le Group ESI, a flairé l'aubaine, alors que les ventes numériques ont crû de manière exponentielle avec les confinements. Elle figurait déjà parmi les leaders du transport d'oeuvres dans le monde, pour les musées, foires, galeristes, antiquaires, architectes, décorateurs, et elle a créé la start-up ThePackengers pour révolutionner la logistique du marché de l'art en ligne.

## **Deux ans pour créer l'algorithme**

« Nous sommes les premiers à être capables de donner un prix pour l'emballage et le transport d'une oeuvre en un clic : un élément décisif, déclencheur, dans l'e-commerce. Car chaque oeuvre a ses spécificités et le tarif dépend de la taille de la caisse de protection, de la fragilité de la pièce, de sa valeur, de sa destination... Nous avons mis deux ans pour créer un algorithme intégrant tous ces paramètres », explique Amaury Chaumet, le directeur général d'ESI, qui proposera même d'ici l'été un paiement en bitcoins. Sa jeune pousse a connu une croissance de 450 % en 2020.

---

## **Drouot et le marché de l'art passent en mode digital**

---

Drouot Digital, qui coiffe les ventes « online only » (enchères sans commissaire-priseur sur une durée fixe) et « live » (vente aux enchères retransmise en direct depuis une salle), a été pionnier dans la mise en place de ce service sur son site.

« Nous avons compris que le monde était en train de 's'Amazoniser', explique Alexandre Giquello, le président de Drouot. Les habitudes technologiques ont changé en une année autant qu'en dix ans. Il fallait répondre à cette nouvelle façon de consommer : je désire, je commande, je paie tout de suite et je suis livré dans la

foulée, je ne m'occupe de rien. »

## Simulation en amont

L'internaute peut même, en amont de la vente aux enchères, en fonction du prix qu'il est prêt à mettre dans un lot, obtenir un devis, puisque le tarif de la livraison est lié à la valeur de l'oeuvre.

---

### Comment les grandes ventes d'art aux enchères se révolutionnent en ligne

---

« Ce service a d'autant plus séduit qu'avec les ventes en ligne, Drouot capte beaucoup plus de particuliers, alors que pendant des décennies la clientèle était composée de marchands ayant leur propre transporteur », poursuit Alexandre Giquello, qui a basculé toutes les ventes de moins de 50.000 euros en ligne. **Drouot Digital** est devenu le relais de croissance de la maison, avec 550 maisons y opérant contre 70 dans les salles des ventes de l'hôtel Drouot.

## Des entrepôts à l'étranger

Agréé en douane, le Group ESI dispose de 4.000 mètres carrés de stockage à Saint-Denis où les lots peuvent être emballés en 24 heures. Après Drouot, ThePackengers part à la conquête des marchés américain et européen. A Londres, Madrid et dans le nord de l'Italie, la jeune pousse a déjà ouvert des entrepôts, recruté des équipes et déployé sa propre flotte de camions. Outre New York et Los Angeles où elle vient de s'implanter, elle vise aussi Moscou, Saint- Pétersbourg (ESI est très présent en Russie) et Hong-Kong d'ici la fin de l'année.

---

### Le monde des enchères profondément bouleversé par le numérique

---

Alors qu'en 2009, ESI réalisait un chiffre d'affaires de 2 millions et employait 9 personnes, c'est désormais 43 millions d'euros d'activité et plus de 350 salariés, dont 140 collaborateurs axés sur le transport sur mesure qui constituent la société.

## **Jusqu'à 250.000 euros**

Amaury Chaumet, actionnaire à 80 % de la société aux côtés de Weber Investissements, le fonds de Didier Le Menestrel et Christian Gueugnier (les créateurs de la Financière de l'Echiquier), est en négociation avec les plateformes américaines d'enchères en ligne comme Invaluable ou LiveAuctioneers, mais aussi avec **Christie's et Sotheby's**, ou encore avec l'agrégateur français **Interenchères**.

« Il n'y a pas une maison de ventes qui ne soit pas intéressée. Le 28 avril, on a ainsi travaillé pour la première fois avec Bonhams. Maintenant on va prospecter aussi les galeries », précise Amaury Chaumet. Après avoir expédié 12.000 lots l'an dernier, il table sur 50.000 à 70.000 cette année - l'oeuvre la plus chère achetée sur le net et emballée par ses soins ayant une valeur de 250.000 euros.

---

**Covid : le marché de l'art mondial a limité la casse**

**Comment le Covid-19 a fait muter les maisons de vente**

**Christie's et Sotheby's se réinventent avec la crise sanitaire**

---

**Martine Robert**