



Theresa May tente d'obtenir des Vingt-sept un report du Brexit

pp. 16-17

La Libre BELGIQUE

BRUXELLES/BRABANT - JEUDI 21 MARS 2019 - www.lalibre.be

La moitié des colis saisis pour contrefaçon en Belgique sont acheminés par Alibaba

p.28

Le parti de Viktor Orban mis à l'écart par sa famille politique

pp.18-19

L'interminable calvaire de la législature wallonne

Récit pp.4-5

Place de la Chapelle 10,
1000 Bruxelles | 02 511 43 98
aubonrepos.be

au bon repos

Comparer les promos ?
Pas besoin.

Regardez vite en p.3

colruyt meilleur prix

L'Europe met une nouvelle fois Google à l'amende

pp.24-25

La robe belge en plastique adjugée à... 23 400 euros

Entretien Aurore Vaucelle
Envoyée spéciale à Paris

Le département Hermès vintage&Fashion Arts d'Artcurial, maison de vente parisienne, est né il y a trois ans. À un moment où le marché a commencé à s'intéresser au luxe et à la mode. Pénélope Blanckaert, responsable du département en question, nous raconte: "J'avais un cabinet d'expertise en mode, il y a dix ans déjà. On faisait des ventes de mode avec Artcurial, mais il n'y avait pas de département dédié. Ce qui existait historiquement, par contre, c'était les ventes Hermès, département à part entière. Et puis, il y a trois ans, est né le département Fashion Art, et Hermès Vintage."

Les enchères de mode, c'est tout sauf un feu de paille dans le milieu des enchères? Quand j'ai démarré les ventes aux enchères de mode, ce n'était pas du tout la même configuration. Internet n'existait pas, et Internet a beaucoup modifié le marché. Avant, quand on faisait une vente mode, on prenait quelques photos des lots vite fait, sur un cintre attaché à un radiateur, pour – éventuellement – les acheteurs étrangers. Mais il n'y avait pas de ventes si vous n'étiez pas physiquement là. Puis Internet est arrivé; désormais toutes les pièces sont photographiées. On peut enchérir de partout dans le monde. Internet a été pour nous un levier de croissance extraordinaire, tout en nous donnant une grande visibilité. Et les gens ont commencé à acheter de la mode. Je peux vous dire que c'est un marché qui dépasse l'intérêt pour le vintage...

Comment expliquez-vous l'intérêt du public d'acheteurs à l'égard de la mode vendue aux enchères? C'est pour la porter? Ce sont des amoureux de la mode?

Traditionnellement, les ventes aux enchères mode – c'était chez Drouot –, c'étaient des acheteuses qui s'arrachaient des manteaux de fourrure. Désormais, selon moi, l'enjeu de la vente aux enchères mode est d'accompagner le développement d'un nouveau type de consommation qui touche [le grand public]. Si nous avons digitalisé nos ventes, c'est d'ailleurs pour toucher une clientèle privée! En fait, on veut trouver ces acheteurs particuliers qui sont dans une perspective de remettre des vêtements vintage dans le circuit, pour qu'ils revivent. Car, après tout, les vêtements sont faits pour être portés. Un vêtement n'est pas une œuvre d'art. C'est un objet d'usage.

Quelle est la force de cette nouvelle manière d'acheter la mode aux enchères?

On ne pêche pas par un déficit d'offre; on pêche par un déficit de reconnaissance. Le public ne connaît pas nos ventes, et la vente aux enchères classique faisait peur. Or, il y a des affaires à faire: des choses chouettes à des prix raisonnables. Sans compter que les vêtements d'aujourd'hui sont parfois des copiés-collés qui ne bénéficient pas du façonnage d'antan. Les gens ont envie de revenir à de l'authentique qui dure. L'achat de mode seconde main valorise le savoir-faire, mais aussi le côté unique, qui a déjà vécu. Enfin, l'économie circulaire est une tendance de fond à notre époque, qui implique forcément de questionner [ses achats mode], car, de fait, l'industrie textile est la deuxième industrie polluante au monde.

Des acheteurs de la mode aux enchères sont-ils aussi des spéculateurs qui ont compris qu'il y avait un nouveau marché où faire des affaires?

Il y a de la spéculation; il y a de nombreux courtiers en mode qui achètent et qui revendent. Mais aussi des collectionneurs qui s'en servent comme outils de travail. La spéculation est rendue facile sur la vente de sacs à main griffés notamment mais, sur le marché de la mode, il faut avoir un minimum de culture pour savoir ce qu'on vend et ce qu'on achète... Disons que certaines culbutes arrivent, mais ne sont pas mirobolantes.

243 079

Total en euros de la vente Martin Margiela

Sur les 269 lots, tout n'a pas été vendu mais la vente a largement dépassé les attentes initiales, puisque l'estimation basse de la vente était évaluée à 139 000 €.

"Cela n'existe pas, quelqu'un qui collectionnerait la mode comme on collectionne la peinture. On n'accroche pas les vêtements au mur."



Pénélope Blanckaert
Directrice du département Hermès Vintage&Fashion Arts chez Artcurial.

La maison Artcurial est à la mode

Qu'est-ce que le département Hermès Vintage & Fashion Arts?

Selon sa responsable, Pénélope Blanckaert, il ne s'agit pas de vendre tout vêtement de seconde main, mais "une mode patrimoniale". Mais, c'est quoi la mode patrimoniale? "Une mode qui a un rapport au temps, c'est certain! On vend des vêtements qui incarnent une époque. Mais les années 90, c'est déjà du vintage pour nous. On vend des pièces qui ont révolutionné l'histoire de la mode, et avec lesquelles il existe aujourd'hui encore une passerelle intéressante." Le patrimoine mode demeure en effet une source d'inspiration pour les designers actuels.

À noter, les pièces vendues chez Artcurial peuvent

être portées; elles ne sont pas désuètes. "Si, précédemment, la mode a pu montrer des tendances marquées et distinctes d'une saison à l'autre, il n'y a plus forcément de rupture entre chaque collection. Les maisons de mode proposent une continuité – ce qu'avait déjà fait Martin Margiela, il y a trente ans. Cette mode, qui n'est plus en rupture complète d'une saison à l'autre, résonne aujourd'hui parfaitement avec la slow fashion, et les nouvelles manières de consommer. On n'achète plus désormais des vêtements qu'on jettera trois mois plus tard."

Mode&Luxe

- La mode prend du galon dans le monde des enchères.
- La récente vente du créateur belge Martin Margiela a dépassé toutes les attentes.
- S'agit-il d'une nouvelle bulle de spéculation?

Cela pourrait-il devenir quelque chose qui monte dans les tours comme c'est le cas en ce moment avec l'art contemporain?

C'est toujours une question d'offres et de demandes. À l'époque où Artcurial avait une espèce de monopole sur les ventes Hermès, les sites internet n'existaient pas – j'appelle cela les *golden years*: il n'y avait pas de concurrents. Désormais, il y a plus d'offres, donc les prix se rééquilibrent. Mais on n'a pas le rayonnement de Vestiaire Collective (NdR: un site de seconde main de référence, qui vend notamment des griffes de mode en vue). Et, à la fois, contrairement à Vestiaire, on n'est pas des vendeurs de seconde main; on documente les pièces en espérant que les gens trouveront cela pertinent. Par exemple, on savait que la vente Martin Margiela susciterait de l'intérêt (cf. épinglé de la vente).

Comment donner un prix à la mode? Surtout quand on ne sait pas encore de quoi sera fait sa future fonction? Portée, ou bien pour un musée?

Il faut d'abord déterminer si c'est du simple vintage ou de la mode patrimoniale (cf. épinglé ci-contre). Mais disons que la cote, en mode, est un peu compliquée – ce n'est pas une science exacte. Je choisis de donner un prix volontairement raisonnable car, de toute façon, ce n'est pas intéressant de mettre des estimations prétentieuses sur des vêtements. Le marché fera son boulot. D'ailleurs, parfois, on a des résultats largement au-dessus des estimations: les accidents heureux, comme je les appelle.

J'aime bien proposer des prix raisonnables; il y a ainsi des choses pour tout le monde. On est loin de Christie's et Sotheby's, qui ont commencé à faire de la mode avec des noms (NdR, la vente Christie's des vêtements Saint Laurent de Catherine Deneuve qui a donné 900 625 € pour 129 lots).

Artcurial, c'est aussi les ventes Hermès, dont la réussite n'est pas démentie...

Les sacs Hermès ne sont pas des *It bags* (comprenez "sacs en vue"), ce sont des *Must Have*. Attention, nous parlons ici des modèles Kelly, Birkin ou du Constance, tous les sacs Hermès ne connaissent pas le même engouement. C'est la seule maison de maroquinerie pour laquelle le second marché est si important. Et cela tient au fait que l'offre Hermès est très limitée. Chez Hermès, vous n'entrez pas pour acheter un sac, vous vous mettez sur liste d'attente, phénomène qui a amplifié la demande sur le second marché. Sans compter que les gens n'aiment pas attendre, vous savez bien. À une époque, les sacs Hermès, en second marché, étaient estimés au-dessus du prix d'achat neuf en boutique. C'est une pratique que je ne trouve pas déontologique, ici nous laissons jouer le marché, si le prix doit monter...

Comment expliquez-vous le continuel succès de la vente aux enchères Hermès?

Ces sacs sont des objets statutaires. Il y a des vraies collectionneuses de sacs Hermès. L'histoire c'est que, chez Hermès, ce n'est pas une question d'argent, pour avoir un sac. Ensuite, c'est comme si, quand vous possédiez votre Birkin (NdR: sac emblème d'Hermès faisant référence à Jane Birkin, qui l'a inspiré), vous rentriez dans un cercle fermé de privilégiés qui ont accès à ce type de biens rares.

À l'endroit où vous vous trouvez en tant qu'observatrice, voyez-vous un emballement du marché de la mode aux enchères? Une nouvelle bulle de spéculation?

Je crois à une nouvelle manière de consommer de la mode; et nos ventes peuvent être une source d'approvisionnement.

→ À suivre, pour voir comment ça se passe: les prochaines ventes Hermès Vintage, en ligne, à partir du 1^{er} mai et jusqu'au 6 mai, sur www.artcurial.com/fr/vente-it3910-hermes-vintage. Une vente aux enchères de sacs Hermès se tiendra également en juillet à Monaco, les 18 et 19 juillet. Infos: www.artcurial.com

Quid des résultats de la vente Martin Margiela?

Du 6 au 11 mars dernier, la maison d'enchères parisienne Artcurial mettait en vente un ensemble de pièces du créateur belge Martin Margiela. Constituée de pièces fortes, de vêtements à caractère unique, ayant, pour certains d'entre eux, appartenu à sa muse Kristina de Coninck ou à sa photographe atitrée, Marina Faust, la vente Margiela a démontré l'engouement d'acheteurs professionnels et privés (des institutions muséales ou des fans), qui ont saisi toute la valeur de cette mode, pensée comme un art et vendue comme un vêtement.

D'ailleurs, comme le rappelait Pénélope Blanckaert, directrice Fashion Arts chez Artcurial, "a-t-on besoin de comprendre une mode pour la porter?... Bien sûr que non!". C'est ainsi que la vente a terminé sur la coquette somme de 243 079 euros, alors que l'estimation basse de la vente était de 139 000 euros. Il est néanmoins évident que ceux qui ont acheté ces pièces (dont 80% sont des collectionneurs internationaux, du Japon, des States) connaissent désormais la valeur de la signature Margiela sur le marché aux enchères des belles choses.

A. V.



Robe Automne-Hiver 1992-93, lot 205

Confectionnée à partir d'une housse de plastique gainée de ruban adhésif, la robe a appartenu à Kristina de Coninck, muse de Martin Margiela – ce qui a clairement donné de la valeur au lot. Estimée à 2000-3000 euros, elle a été vendue à...

23 400 €
(frais inclus)



Pull Automne-Hiver 1990-91, lot 217

Comment donner sa valeur à une maille? Pas n'importe quel pull: celui de la muse de Margiela. Estimé à 700-1300 euros, il est monté à...

11 700 €
(frais inclus)



Top Printemps-Été 1994, lot 224

"Réalisé à partir d'un sac de supermarché, et faisant partie de 'la ligne artisanale', il était difficile de l'estimer", expliquait Pénélope Blanckaert. Avec un prix de départ à 600-800 euros, il a fini dans les tours à...

14 300 €
(frais inclus)