



ARGENT

VIVRE MATCH 75 ANS

LE SAC À MAIN DE LUXE UN PLACEMENT À LA MODE

C'est l'accessoire des grandes maisons qui s'arrache à prix d'or ! Osanna Orłowski, cofondatrice de Collector Square, la plateforme de seconde main et temple de l'occasion, nous explique les raisons de cet engouement.

Interview Clémence Pouget / Photos Dorian Prost

Paris Match. Le 19 mars, Hermès a fait l'objet d'une plainte déposée par deux Américains à San Francisco. Selon les plaignants, le maroquinier français donnerait accès à ses sacs Birkin à la condition que les clients disposent d'un certain "historique" ou "profil d'achat" lié à des produits dits "auxiliaires". Comment en est-on arrivé là ?

Osanna Orłowski. La stratégie d'Hermès est de susciter un désir fort. Pari réussi, la demande de Birkin [le sac le plus convoité du monde] est plus forte que l'offre, provoquant ainsi une liste d'attente à rallonge pour ce modèle dont le prix de vente se compte à cinq chiffres. Mais on ressent actuellement une certaine lassitude du côté des consommateurs. Ils sont de plus en plus nombreux à être exaspérés par la politique commerciale et le marketing de la rareté des maisons de luxe. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle ils se tournent vers d'autres canaux d'achat, comme la seconde main proposée par les plateformes de revente ou les salles des ventes, pour acheter le sac tant désiré de manière moins compliquée, plus saine.

Le sac est-il plus que jamais une valeur sûre pour investir ?

Les chiffres du trio gagnant d'Hermès, soit les trois it bags les plus iconiques de la marque, parlent d'eux-mêmes. Sur le marché de la seconde main, le Birkin s'échangeait en moyenne à 9 868 euros en 2018. En 2023, 14 934 euros, soit une augmentation de 51 % en cinq ans. Et de 197 % en quinze ans. Quant au Kelly, il se vendait en moyenne 5 550 euros en 2013 et 19 980 euros en 2023, donc une croissance de 260 % en dix ans. Et en ce qui concerne le dernier du podium, le Constance, sa valeur a été multipliée par dix en dix ans. Si ces augmentations s'expliquent évidemment par l'effet de rareté, le prix du neuf et l'inflation n'y sont pas pour rien. Par exemple, le Timeless de Chanel a connu une aug-

mentation de près de 284 % en dix ans, passant de 2 250 euros à 8 650 euros. Ce modèle, comme d'autres iconiques, tel le Speedy de Vuitton, est donc un investissement sûr qui va garder une valeur de marché, et dont le prix n'est pas près de baisser.

Comment expliquez-vous que cet accessoire soit devenu un investissement financier au même titre qu'un appartement, une œuvre d'art ou une action du Cac 40 ?

C'est un phénomène assez récent, contrairement aux univers de la joaillerie et de l'hor-

logerie, qui attirent les investisseurs et les collectionneurs depuis très longtemps. Il est tout simplement lié à l'explosion du marché de la seconde main, et je daterais donc son apparition entre cinq et dix ans. Et la raison est simple : les clients savent aujourd'hui que le sac à main de luxe est un produit qui se revend facilement. Ce qui en fait donc une pièce d'investissement comme un placement financier. Comprendre : il ne va pas avoir une décote de 70 % à peine sorti de boutique. Mais l'objectif n'est [\[SUITE PAGE 208\]](#)



« C'EST UN PHÉNOMÈNE ASSEZ RÉCENT, CONTRAIREMENT À LA JOAILLERIE OU À L'HORLOGERIE » OSANNA ORŁOWSKI

Dans son showroom, boulevard Raspail, à Paris.



Cette déclinaison du Kelly en crocodile du Nil est très rare. Un des modèles détient le record du sac le plus cher du monde : 365 545 euros, adjudgé chez Christie's en 2020.

pas toujours la spéculation. Si un sac griffé d'une grande marque a, certes, une valeur liquide, le rendement est rarement l'unique raison de l'achat. En effet, il reste un accessoire de mode dont on va pourvoir jouir. Ce qui est d'ailleurs une autre partie du bénéfice. Dans la plupart des cas, les clients sont davantage dans une logique d'investissement que de spéculation. Reste à savoir ce que nous réservent les prochaines années.

La plus-value est-elle automatique ?

Il est important de rappeler que ce qui impacte le plus le prix de revente, c'est l'état général du sac. Pour garder sa valeur d'investissement, et éventuellement espérer une future plus-value, il doit être minutieusement entretenu, préservé, bichonné. Attention donc aux rayures, aux taches, à la pluie... Et il est très important, pour ne pas dire fondamental, de garder sa certifi-

cation d'authenticité, sa boîte et son papier d'origine.

Quel est le sac de tous les records ?

C'est le Kelly Himalaya de la maison Hermès, vendu 437 330 dollars [soit 365 545 euros] lors d'une vente aux enchères organisée par Christie's à Hongkong, le 27 novembre 2020. Fabriqué en peau de crocodile du Nil incrusté de diamants et teint à la main dans un tie and dye blanc et beige rappelant les couleurs de la plus haute chaîne de montagnes du monde, il est la perle rare de tout collectionneur. Seuls un ou deux modèles sont créés chaque année par le sellier-marochinier, ce qui en fait l'un des it bags les plus prisés de la planète. Nous en avons un en vente en ce moment chez Collector Square au prix de 178 000 euros, mais il n'a pas les diamants !

Encore Hermès...

C'est une maison à part, avec une histoire et un savoir-faire uniques. Par exemple, un sac Birkin est entièrement fabriqué à la main et nécessite quatorze heures de travail.

Les réseaux sociaux ont-ils contribué à ériger ces sacs en icônes de la mode et de la finance ?

Oui, tout à fait. C'est étonnant de voir comment Instagram et TikTok augmentent la concentration sur les mêmes produits. Plus un sac est vu sur les fils des célébrités, des influenceuses ou même de tout autre personne de leur entourage, plus la demande explose. On aurait pu imaginer que les réseaux sociaux allaient contribuer à promouvoir des labels plus confidentiels, diversifier l'offre. Au contraire, ils accroissent l'attention portée aux mêmes sujets. Aujourd'hui et surtout dans l'univers du luxe, tout le monde veut la star des sacs et semble prêt à tout pour l'obtenir...

Et si vous deviez miser sur un outsider, quel serait-il ?

Chez Collector Square, on a tendance à recommander la valeur sûre, donc un modèle iconique. Mais on sait aussi qu'au fil de l'histoire certains modèles réédités par les maisons du luxe ont vu leur cote décoller. Je pense, par exemple, au Saddle de la maison Dior, présenté pour la première fois par John Galliano lors du défilé de la collection prêt-à-porter printemps-été 2000 et réédité par Maria Grazia Chiuri en 2018. Si je devais à présent faire un pari sur l'avenir, je miserais probablement sur l'édition limitée de Louis Vuitton avec l'artiste japonais d'art contemporain Takashi Murakami, lancée en 2003. Ces sacs au monogramme pimpé de couleurs étaient partout, on ne les voit plus, alors pourquoi pas un come-back ?

Des sacs de luxe, signés Hermès, Gucci et Chanel, conçus en Lego ont affolé les réseaux sociaux en décembre. Générés par l'intelligence artificielle (IA), ces it bags en petites briques étaient des leurres. Quand l'IA dépasse nos rêves... Qu'en pensez-vous ?

Cette histoire reflète le désir infini et le pouvoir de l'imagination autour de ces pièces devenues des icônes ! Mais, au-delà de l'image que représentent ces mirages, il reste persuadée que ces objets suscitent le désir de propriété, avec cette idée de possession traditionnelle, matérielle. Et ce statut symbole qui représente le succès, la réussite sociale, l'accomplissement. ▬

Interview Clémence Pouget