



ENTREPRISES

Le florissant écosystème des produits de luxe d'occasion

Olivia Détröyat Envoyée spéciale aux Clayes-sous-Bois (Yvelines)

Maisons d'enchères, boutiques, sites internet... L'engouement des clients pour la seconde main suscite des vocations. quelques années.

Des sacs Birkin et Kelly d'Her-mès presque neufs trônent en bonne place au milieu de Lady Dior et de bagages Louis Vuitton à peine utilisés... Depuis ce jeudi, One Nation Paris, un outlet (centre commercial dédié aux boutiques de déstockage de marques d'habillement haut de gamme telles Sandro, Maje, The Kooples, agnès b. ou encore Calvin Klein) situé quinze kilomètres à l'ouest de Versailles, accueille un nouveau concept de magasin. Sur 600 mètres carrés, Héritage met en vente près de 600 sacs, bijoux, montres et produits de maroquinerie des plus grandes marques. Particularité : ce sont toutes des pièces d'occasion, vendues en moyenne de 30 % à 50 % moins chères que si elles étaient neuves. Pourtant, au regard comme au toucher, elles ont l'air sorties de l'atelier de production.

« Notre valeur ajoutée repose sur la disponibilité, avec certaines pièces introuvables ou presque en première main, que certains clients veulent tout de suite, assure Pauline Catteau, directrice générale de One Nation Paris, propriété de sa famille, également à l'origine de la création d'Héritage. Mais aussi sur l'authentification des produits, ainsi que sur le parti pris de ne proposer que des articles parfaits ou presque. »

Achetées aux enchères via les maisons ayant pignon sur rue ou glanées via son partenaire The Brand Collector, ces articles revendus avec une marge d'environ 30 % surfent sur une tendance en vogue : l'appétit des amateurs de luxe pour les produits de luxe de seconde main. ReSee, Collector Square, Monogram, Vinted, Vestiaire Collective et le pionnier californien The RealReal, coté à Wall Street depuis 2019... Les plateformes en ligne, magasins et dépôts-ventes de produits de luxe d'occasion fleurissent depuis

Le marché du luxe d'occasion est à plus de 80 % composé de montres de collection ou de bijoux revendus aux enchères, selon le cabinet Bain. Vêtements, sacs et accessoires restent marginaux. Il est évalué à 45 milliards d'euros, soit l'équivalent de 12 % de celui des biens personnels de luxe. De quoi susciter les convoitises. D'autant que les maisons de luxe ont longtemps délaissé ce segment, qu'elles considéraient comme marginal.

« On ne peut pas dire que l'engagement des marques sur ce segment, qui implique de gérer un parcours client très différent, se fasse avec passion et enthousiasme, euphémise Joëlle de Montgolfier, chez Bain & Company. Il sera intéressant de voir si le ralentissement actuel du marché du luxe les incite à s'intéresser un peu plus au sujet. » En attendant, les maisons de luxe ont peu de moyens pour contrôler quoi que ce soit : ni les prix, ni la qualité, ni l'authenticité, ni l'état des produits à leur marque affluant sur le marché de l'occasion. Pourtant, tous ces paramètres influent sur l'image qu'elles ont mis des années à construire.

L'appétence de certaines clientes pour le luxe de seconde main ne suffit pas à garantir le succès de ces nouveaux circuits. Le travail des revendeurs sur la profondeur de l'offre et la certification est primordial. La famille Catteau a ainsi investi 2 millions d'euros dans Héritage. À la fois pour constituer de quoi remplir les luxueuses étagères, et pour aménager un magasin répondant aux codes du luxe. Elle se donne trois ans pour rentabiliser le projet. « Le plus chronophage sera d'assurer une offre large et constante », explique Pauline Catteau, qui a mis quatre mois à constituer le stock initial du magasin, au prix de milliers d'enchères.

Chez Vinted, la multiplication d'annonces de particuliers pour des pièces

de luxe à l'origine douteuses, voire contrefaites, a obligé la plateforme à réagir. Il a lancé, il y a un an, un service payant de vérification des articles de grandes marques proposés à plus de 100 euros, avec une équipe dédiée. Même approche chez le site ReSee, qui certifie toutes ses pièces.

Certaines marques, comme Rolex, ont tenté de reprendre la main. Le mythique horloger suisse a mis en place son propre système de certification de ses montres d'occasion, prisées des collectionneurs, via le réseau de détaillants Bucherer, qu'il a racheté en août 2023. Kering (Gucci, Yves Saint Laurent...), soucieux de « ne pas ignorer » la tendance « réelle et profonde du luxe de seconde main, en particulier parmi les jeunes consommateurs », selon son PDG, François-Henri Pinault, a mis un petit pied chez Vestiaire Collective en 2021 (5 % du capital) pour mieux comprendre le potentiel de ce marché. À ce stade, la période d'observation ne semble pas avoir donné plus d'envies au numéro deux mondial du luxe. ■

80 % du marché

du luxe d'occasion serait composé de montres de collection ou de bijoux revendus aux enchères

