



MODE

18 fév 2026



Pourquoi la mode fait-elle monter les enchères ?

Longtemps cantonnée à la haute couture historique, la mode s’impose aujourd’hui comme un segment stratégique des maisons de ventes aux enchères. Un phénomène nourri par la reconnaissance culturelle du vêtement et l’évolution du marché du luxe. Décryptage.

par **Mélody Thomas**.



Sacs Chanel façon Lego proposés lors de la vente aux enchères “Icônes de la mode” chez Sotheby’s, en juillet 2025 à Paris. © Edward Berthelot/Getty Images.

Qu’ont en commun les pantoufles rubis du Magicien d’Oz, le premier sac Birkin de la maison Hermès, la Naked dress de Marilyn Monroe et un shopping basket bag Chanel ? Tous font partie de la petite famille **des pièces de mode iconiques** qui ont enregistré **des ventes record** ces dix dernières années. Mais pourquoi la mode séduit-elle autant dans les salles de ventes aux enchères ?

RECOMMANDÉ



FASHION WEEK
Le cool new-yorkais selon Matthieu Blazy au défilé Chanel Métiers d’art

3 déc 2025



CINÉMA
Comment Margot Robbie est devenue l’une des actrices les plus puissantes d’Hollywood

9 fév 2026



CINÉMA
Qui est Ayo Edebiri, l’actrice ultra attachante à l’affiche d’After the Hunt ?

19 nov 2025



Bagues articulées et bijoux d’ongles d’Hedi Slimane pour la collection Dior homme Victim of the Crime” AH 2004/05.
Vente aux enchères Penelope’s en 2025. © Julie Trannoy.



17 jan 2026

Dans les salles de ventes, l’essor d’une nouvelle génération

“Chez Pénélope, notre mission principale est d’offrir aux clientes des outils d’expression personnelle et de confiance en soi, parce que, pour moi, c’est ça la mode”, commence à expliquer **Pénélope Blanckaert**, la créatrice de **la maison de vente aux enchères en ligne Penelope’s**, passée chez Artcurial et Sotheby’s. “Et ensuite, raconter des histoires de mode”. Depuis près de vingt ans, cette passionnée de mode s’affirme en tant qu’experte et curatrice de la mode contemporaine, jusqu’à lancer en 2024 sa propre maison de vente.

En moins de deux ans, elle a multiplié **les ventes thématiques**, consacrées aussi bien à des maisons établies comme Chanel ou Hermès qu’à des terrains plus audacieux. On pense notamment à la mode enfantine, **les bijoux d’Hedi Slimane chez Dior** ou encore des collections Prada et Miu Miu. “Ces prises de risque sont intéressantes, elles m’amusent beaucoup. Mais j’ai besoin de valeurs sûres, retrouver un équilibre entre les histoires qui sont intéressantes à raconter et celles qui vont quand même permettre de gagner de l’argent”, explique celle qui aime à se décrire comme une conteuse de mode.



Bijou de cigarette d’Hedi Slimane pour la collection Dior homme “Luster” AH 2003/04.
Vente aux enchères Penelope’s en 2025. © Julie Trannoy.

Nouvelles histoires et nouveau public

Si cette notion de risque peut sembler abstraite, elle repose pourtant sur **une réalité économique bien concrète** : une maison de ventes se rémunère en percevant **un pourcentage du prix d’adjudication**. Dès lors, une pièce adjugée à un prix modeste génère mécaniquement moins de revenus. Voire dans certains cas, fragiliser l’équilibre économique d’une vente. Pénélope Blanckaert : “Ces ventes sont aussi un positionnement, notre manière de nous démarquer des autres. Auparavant, vous aviez quelques maisons généralistes qui, de temps en

Numéro

ensemble, elles dévoilent la vitalité du marché avec l'arrivée **de nouvelles typologies de produits**, et donc d'acheteurs. *“Nous avons créé Maurice Auction en ayant l'intuition qu'il y avait une place pour **une maison de vente aux enchères indépendante**, dotée d'une identité forte et d'une approche sur mesure pour chaque collection. Ce qui nous démarque des maisons établies telles que Christie's, Sotheby's ou encore Drouot”,* souligne Marie-Laurence Tixier, cofondatrice de la maison de vente en ligne aux côtés de Salomé Pirson.



Ensemble en coton blanc avec gilet Maison Martin Margiela, printemps-été 1990.
Vente aux enchères Maurice Auction en 2025. © George Mavrikos.

Le coup de pouce Internet

Depuis leur lancement en 2022, la mode représente environ 50 % de leur activité, puisqu'elles sont adossées à **la maison de vente aux enchères anglaise Kerry Taylor Auctions**, qui est devenue pour elles une vitrine de choix. *“On développe d'autres spécialités, mais c'est vrai qu'en termes d'images et de retombées, la mode est ce qui fonctionne le mieux”,* poursuit Salomé Pirson. *“Aussi parce que nous faisons des ventes plus fréquentes : en mode, c'est mensuel, alors que pour d'autres thèmes, on est plutôt autour de quatre ventes par an.”*

Il faut aussi dire que **l'avènement d'internet** a été un coup de pouce majeur pour ces nouvelles maisons de vente aux enchères, leur permettant d'accéder à une clientèle plus large et, par le biais de l'image, de sensibiliser un public plus jeune. *“Les enchères, bien qu'elles soient publiques, restent un monde feutré et assez peu connu. Internet a permis un accès global, sans l'intimidation liée à la présence en salle, et tout peut se faire en anonymat. D'autant qu'aujourd'hui, il y a énormément de nouvelles fortunes qui ne sont pas forcément identifiées par nous, car elles ne font pas partie des familles de collectionneurs traditionnelles”,* analyse Camille de Foresta, vice-présidente chez Christie's. Un essor qui prend toute sa dimension lorsqu'on se penche sur les racines historiques des ventes de mode.

Numéro



Pull en laine tricotée bleu-vert Maison Martin Margiela, automne-hiver 1990-1991.
Vente aux enchères Maurice Auction en 2025. © George Mavrikos.

Mode et ventes aux enchères, une tendance qui fait date

L’art et la mode ont toujours entretenu une relation étroite, que l’on se penche sur **les collaborations entre artistes et designers** – dont Schiaparelli et Dalí —, ou encore sur **les nombreux hommages et références** que les créateurs de mode ont pu porter à des tableaux, à l’instar d’Yves Saint Laurent et de sa robe Mondrian.

Vêtements et accessoires sous le feu des projecteurs

Et si, historiquement, les ventes aux enchères sont, en grande majorité, consacrées aux beaux-arts, **la haute couture** y a toujours trouvé une place, même marginale. “*Les ventes aux enchères de mode existent depuis au moins les années 80, notamment sous l’impulsion d’experts comme Françoise Auguet, sans compter les ventes caritatives dans les grandes maisons, dont Sotheby’s et Christie’s… Mais à l’époque, c’était surtout de la haute couture, des pièces très historiques*”, rappelle Pénélope Blanckaert. “*On pourrait même dire que des maisons importantes comme Christie’s et Sotheby’s étaient trop précurseurs*”, abonde Camille de Foresta. Si la maison de vente a officiellement fermé son département mode dans les années 2010, des ventes d’envergure y sont encore organisées.

Alors, qu’est-ce qui a changé ? Plusieurs facteurs entrent en jeu, mais l’un des plus déterminants réside sans doute dans l’attention croissante que l’industrie de la mode et du luxe porte à sa propre histoire, notamment à travers **des expositions de mode modernes**. Ce que l’on doit en partie à **Olivier Saillard**, d’abord en tant que responsable mode au Musée des Arts décoratifs, puis en tant que directeur du Palais Galliera à partir des années 2010. “*Avant, on avait un peu l’impression que les gens aimaient la mode sans l’élever au rang d’art, les expositions au sein de musées lui ont un peu fait gagner ses lettres de noblesse*”, réfléchit Pénélope Blanckaert.



Sac Hermès HAC de Jane Birkin et Serge Gainsbourg.
Vente aux enchères Christie's en 2025.

Quand les prix s’emballent

C’est à cette même période que **les ventes de pièces de haute couture de Didier Ludot** chez **Sotheby’s** battent des records en France. Celui qu’on surnomme “le plus grand antiquaire de mode français” a organisé, en partenariat avec la maison, **deux ventes historiques**, en 2015 et 2017, lors desquelles se sont vendus deux lots phares. D’abord une robe du soir Balenciaga (1965) à 56 250 euros et une petite robe noire Yves Saint Laurent issue de la collection Ballets russes, vendue à 52 500 euros. “*À l’époque, de telles ventes étaient inédites en France. La plupart des ventes de haute couture de Sotheby’s se tenaient alors à Londres*”, précise Camille de Foresta.

Numéro

lors de sa vente chez Christie's en 2021.

Interrogée par **Fashion United**, Morgane Halimi, responsable mondiale des sacs à main et de la mode de la maison d’enchères, déclare que la vente “*marque un tournant dans l’histoire de la mode et, plus largement, du luxe*”. Mais derrière les prix record, c’est aussi l’évolution de l’industrie de la mode et du luxe qui explique le succès de ces ventes.



La Naked Dress de Kate Moss (1993).
Vente aux enchères Kerry Taylor en 2024. © Courtesy of Kerry Taylor Auctions.

La seconde main, un marché d’avenir ?

Si le lien entre ventes aux enchères et mode n’est pas nouveau, sa croissance s’explique aussi par **l’appétence pour le vêtement vintage et/ou de seconde main**. Pénélope Blanckaert : “*Les gens ont découvert la seconde main et se sont habitués à cette manière de consommer. Il y a toujours des femmes qui rêvent d’acquérir un sac Chanel, mais il est de plus en plus difficile d’y accéder en neuf. La seconde main, c’est la possibilité d’accéder à ce luxe, qui contient, par définition, une notion de longévité*”.

Un son de cloche qui résonne chez Salomé Pirson : “*En ce moment, **il est difficile de définir une tendance**, notamment parce qu’il y a eu trop de changements de directions artistiques pour que les clientes s’identifient déjà à une maison. Mais c’est vrai que lorsqu’un designer fait une collection forte, cela a une influence directe sur les pièces qui l’ont influencé ou sur certaines de ses collections précédentes.*”



Exposition des œuvres de François-Xavier Lalanne, mises en scène par Simon Porte Jacquemus à New York.
Vente aux enchères Christie's en 2024. © Brian Ferry.

Numéro

de l'écrit. « C'est toujours le marché parisien qui fait les tendances, et même les tendances économiques. Le succès des ventes record en mode peut **encourager des jeunes artistes à s'intéresser au textile**, des galeries à pousser ces dits artistes et les fondations à créer des bourses dans le textile, etc. Ces collaborations sont visibles. »

Comme pour aller dans son sens, le 10 octobre 2025, **Christie's** a fait appel à **Simon Porte Jacquemus** pour mettre en scène **sa vente aux enchères consacrée au travail du sculpteur François-Xavier Lalanne**. Une manière d'affirmer et de renforcer la présence de la mode dans les ventes aux enchères. *“Ce n'est pas exactement la même chose, mais les designers de mode ont envie de s'ouvrir à ce domaine”*, répond la vice-présidente de Christie's.

Car, dans la mode, comme dans l'art, **le temps perçu** par les consommateurs semble avoir raccourci. Et si, en France, chacune des actrices des ventes aux enchères s'entend sur **la notion de vintage** – même si les maisons établies abordent le terme avec des pincettes –, aux États-Unis, Joopiter, la maison de ventes aux enchères créée par **Pharrell Williams**, n'entend pas laisser les termes être un quelconque carcan.



Collier Jacob & Co. N.E.R.D serti de diamants blanc, roses, jaunes, bleus, oranges, noirs, cognacs, verts et rubis.
Vente aux enchères Joopiter en 2022.

Pharrell Williams rentre dans la danse

Grand collectionneur, le directeur artistique de Louis Vuitton homme a cherché à valoriser certains de ses objets. Mais dans sa quête, il a l'impression que la plupart des maisons de vente traditionnelles ne percevaient pas **leur valeur intrinsèque**. *“L'essence de Joopiter, c'est le storytelling”*, avance Caitlin Donovan, directrice mondiale des ventes chez **Joopiter**. *“Nous vendons des objets non traditionnels. Chaque objet présent sur le site comporte une description qui explique sa valeur. Pourquoi une malle de Murakami et Louis Vuitton reflète-t-elle une certaine époque ? Qu'est-ce qui la rend spéciale ? Parce que nous racontons son histoire, les gens comprennent pourquoi il est important de participer à la vente. Nous avons une vocation pédagogique : former une nouvelle génération de collectionneurs modernes”*.

Sur le site peuvent être vendus autant de sneakers iconiques que de Labubu en édition limitée, de montres de luxe ou de *collectibles* de sport. D'ailleurs, une carte de basket s'est récemment arrachée pour 2,5 millions de dollars. En miroir des générations actuelles, chez *Joopiter*, la valeur n'est pas uniquement liée à la qualité du produit, mais aussi à **son capital culturel et esthétique**.

“On observe un engagement exceptionnel qui voit un million d'impressions médiatiques pour une vente aux enchères – ce qui est du jamais-vu”, s'enthousiasme Caitlin Donovan. Avant de poursuivre : *“La plateforme commence aussi à attirer **des collectionneurs plus traditionnels**, de tous âges et des quatre coins du monde. C'est passionnant de voir s'affirmer le marché des objets de collection à travers sa communauté”*.

Numéro



Paire d'Adidas Stan Smith recouverte de cristaux Swarovski.
 Vente aux enchères Joopiter en 2022.

Et pour la suite ?

L'avenir ? Les maisons de vente aux enchères, traditionnelles comme contemporaines, semblent le voir avec **un certain optimisme**. Pour Camille de Foresta, les maisons de vente établies vont *“booster leurs départements mode et vintage”*, notamment pour s'assurer les transactions de grosses ventes de marques de luxe. Du côté de Penelope Blanckaert, il est clair que **le marché se structure** et peut être amené, à l'avenir, à concurrencer des plateformes de vente de seconde main. *“Je n'ai pas les chiffres sur la part de marché occupée par les maisons de vente aux enchères, mais j'imagine que c'est presque anecdotique. En revanche, cela change tout pour certaines pièces et leur histoire.”* Mais c'est peut-être Marie-Laurence Tixier qui traduit le mieux l'essor de ce marché des ventes aux enchères des pièces mode : *“Nous sommes le maillon manquant.”*

INSCRIVEZ-VOUS À LA NEWSLETTER

À LIRE AUSSI



MODE20 fév 2026

Les news mode à ne pas manquer en 2026



MODE20 fév 2026

16 robes iconiques qui ont marqué l'histoire du cinéma



MODE19 fév 2026

Dua Lipa, les meilleurs looks de la pop star



FASHION WEEK18 fév 2026

Les stars à la Fashion Week automne-hiver 2026-2027 avec Chloë Sevigny et Lily Collins

Numéro

- [Tendances](#)
[Accessoires](#)
- [Horlogerie](#)
- [Parfums](#)
[Bien-être](#)
- [Séries](#)
- [Design](#)
[Photographie](#)
[Architecture](#)