

L'experte française Pénélope Blanckaert, spécialiste de la mode des XX^e et XXI^e siècles depuis près de 20 ans, ouvre à Paris la première maison de vente aux enchères dédiée exclusivement aux Arts de la mode. Son nom, référence à Christie's et Sotheby's : Penelope's.

ENTRETIEN

JULIE HUON

Une enfance à courir les musées, contaminée par son père industriel et collectionneur, à feuilleter frénétiquement les catalogues La Redoute et Les 3 Suisses pour échapper aux jupes-culottes de sa mère, tricoteuse et couturière hors pair. Comme une suite logique à cet itinéraire, Pénélope Blanckaert réinvente aujourd'hui la façon dont la mode est valorisée dans le monde des enchères. Elle partage avec nous ses observations sur l'évolution du marché, les tendances actuelles et ses ambitions pour Penelope's.

Comment l'idée a-t-elle germé ?

Je suis experte en mode depuis presque 20 ans, je travaille avec les maisons de ventes depuis toujours. Leurs départements de mode ne sont pas une priorité car ils génèrent trop peu de profits et puis ça demande des infrastructures, de l'espace... C'est comme ça que l'idée m'est venue : ouvrir une maison uniquement dédiée à la mode, avec des outils adaptés qui vont me permettre d'avoir une productivité largement supérieure. On a développé un logiciel sur mesure, avec des filtres de recherche plus précis que ceux des maisons de vente généralistes. La déréglementation française a aussi facilité la démarche : aujourd'hui, il n'est plus nécessaire d'être commissaire-priseur pour se lancer dans le domaine !

Quelles évolutions avez-vous observées dans le marché des enchères de mode au cours de la dernière décennie ?

C'est un secteur compliqué pour faire de l'argent. Les prix s'envolent rarement aussi haut que de belles pièces de design, les montres iconiques ou la joaillerie raffinée. Mais tant de choses ont évolué et ces dix dernières années, le secteur a connu une véritable révolution. Nous avons assisté à une montée en puissance du vintage, avec une demande croissante pour des pièces uniques ayant une histoire, et les enchères sont devenues la plateforme idéale pour ça. Cette évolution s'explique en partie par un changement de perspective : la mode vintage est désormais perçue non seulement comme un choix esthétique, mais aussi comme une alternative durable et éthique à la mode contemporaine. Nous contribuons à l'économie circulaire ! C'est génial d'utiliser le patrimoine existant et de le réinventer sans production. Ça permet aussi de toucher les jeunes générations qui sont hypersensibles à cet aspect des choses. Et puis la vente aux enchères, c'est une autre expérience d'achat, qui est super intéressante et drôlement grisante. Avec Penelope's, nous allons donc capitaliser sur cette tendance en offrant une sélection soignée de mode patrimoniale, vintage et contemporaine.

Comment le marché du vintage se comporte-t-il par rapport au marché de la mode contemporaine ?

Les chiffres sont éloquentes. Selon un rapport 2023 de ThredUp, spécialiste américain de la seconde main, le marché mondial du vintage mode est évalué à environ 119 milliards de dollars (chiffres 2022) et devrait atteindre... 350 milliards de dollars d'ici 2028. Avec une croissance annuelle moyenne de 12 à 15 %, alors que le premier marché croît à un rythme beaucoup plus lent, autour de 3 % par an. Ça montre clairement que le



« Les enchères, c'est une expérience d'achat drôlement grisante ! »

vintage est loin d'être un phénomène marginal, il est en pleine expansion. Le segment pourrait représenter jusqu'à 20 % du marché global de la mode d'ici 2030. Et en ce qui concerne le public, on lit dans cette étude que 74 % des personnes interrogées sont plus enclines à acheter des articles de seconde main qu'il y a cinq ans. On l'observe partout : toutes les plateformes de mode de seconde main ont des taux de croissance très importants et un nombre de transactions qui augmente énormément.

Qu'apporte une maison de ventes aux enchères par rapport à une plateforme en ligne classique ?

Une expertise et une authentification fiable. Une maison comme Penelope's s'engage à offrir une expérience transparente et *win-win* : d'une part, le prix d'achat est déterminé par la confrontation de l'offre et la demande ; d'autre part, Penelope's se rémunère au prorata du montant d'adjudication. Aussi les transactions sont-elles régulées par un principe d'équité et de clarté.

Votre première vente, en octobre, sera dédiée aux magazines de mode du XX^e siècle. Il y a vraiment un public pour ce genre de pièces ?

Oh oui, ils sont devenus des objets de col-

lection extrêmement précieux. Ils sont souvent considérés comme des archives vivantes de l'évolution stylistique, en plus d'être de véritables témoignages sociologiques, historiques, culturels... Dans cette vente, ils retracent tout le XX^e siècle, on a des magazines qui datent de 1903 et on s'arrête aux années 90. Il y a plein de niveaux de lecture : il y a le contenu éditorial, les contributions d'illustrateurs ou de photographes célèbres, les couvertures emblématiques, les artistes qui en ont fait la direction artistique... Leur valeur est déterminée par leur rareté, leur état de conservation et leur importance historique, et je m'attends à ce que des musées puissent être intéressés, mais aussi des écoles, des stylistes, des maisons qui veulent retrouver des archives... Par exemple, j'ai un *Paris Match* avec Gabrielle Chanel en couverture, qui sait ? Même si Chanel est réputée pour être l'une des maisons qui a le mieux conservé son patrimoine.

D'où viennent-ils ?

Des années 70 et 80. Notamment des archives de Dorothée Bis – une formidable marque française de prêt-à-porter 80's – que je viens de récupérer directement auprès de sa fondatrice et créatrice Jacqueline Jacobson. Elle quitte l'appartement qu'elle et son mari Elie (décédé en

A 48 ans, un nouveau défi pour Pénélope Blanckaert, qui rajeunit le monde des enchères. © LUCIE SASSIAT.

2011, ils avaient fondé la marque ensemble) habitaient depuis plus de 60 ans et nous avons découvert la cave remplie de cartons. Une grosse partie d'entre eux contenaient des magazines très anciens dont elle s'inspirait. De très nombreux titres sont présents qui pourraient intéresser – pourquoi pas ? – un salon de coiffure un peu insolite qui proposerait ça plutôt qu'un *Gala* !

Une vente plus risquée que si vous proposiez, par exemple, des Sacs Hermès ?

On dit souvent que ce sont les seules pièces qui prennent de la valeur en âge. Ce n'est pas si simple. Au moins peut-on dire qu'elles n'en perdent pas, c'est déjà bien. Un Kelly Picnic d'Hermès, effectivement, pourra s'envoler à 30-40.000 euros s'il est en parfait état. Parce que c'était des éditions limitées, la bonne version étant celle de l'époque Jean Paul Gautier. Ils l'ont réédité mais cette deuxième version vaut un peu moins. Chez Penelope's, on sera capable de traiter aussi bien la robe Saint Laurent à 100 euros que du très patrimonial qui va faire un résultat d'enfer. Comme cette robe métallique Paco Rabanne que j'ai récemment vendue 100.000 dollars, en collaboration avec une maison de ventes aux enchères new-yorkaise. Un record du monde pour ce modèle iconique des années 60. Et vous savez quoi ? Sa nouvelle propriétaire l'a portée au gala du Met. Parce que, oui, bien sûr qu'il faut porter les vêtements achetés aux enchères !

Un bref récit de la mode aux enchères

Une petite leçon d'histoire donnée par Pénélope Blanckaert nous révèle que : « Depuis les enchères de la Rome antique jusqu'aux ventes digitales des années 2020, en passant par les commissaires-priseurs officiels ministériels de l'Ancien Régime ou la criée au Moyen-Âge, les ventes aux enchères ont su, au fil des siècles, se forger leur propre histoire. » Au XVIII^e siècle, Paris devient une place forte où apparaît le métier d'expert, « ce personnage clé chargé de dater, de contextualiser mais surtout d'authentifier chaque œuvre présentée ». L'hôtel Drouot s'ouvre en 1852, « institution unique au monde, plaque tournante de ce marché effervescent ». L'experte française Françoise Auguet « impose la couture en salle des ventes » et les plus grandes maisons internationales accueillent enfin progressivement dans leur catalogue des bijoux, des accessoires et des vêtements historiques... J.H.

Pénélope Blanckaert

1976 Naissance de Pénélope Blanckaert à Paris. Elle grandit dans un univers marqué par l'art grâce à son père collectionneur. Après des études à l'ESSEC, une école de commerce et de gestion française, elle poursuit à l'Institut Français de la Mode.
2005 Elle découvre le monde des enchères lors d'un stage chez Yves Saint Laurent où a lieu une vente consacrée aux années 70 et 80 de la Maison. Stage qui la mène à Drouot, où elle s'initie au métier d'experte aux côtés de Dominique Chombert et Françoise Sternbach.
2008 Elle ouvre son propre cabinet d'expertise en mode.
2016 Elle crée le département Fashion Art & Hermès Vintage chez Artcurial, appelée par François Tajan, directeur général de la maison de vente. Y reste jusqu'en 2019.
2019-2023 Elle poursuit les ventes aux enchères en tant qu'experte et curatrice indépendante pour des maisons de ventes.
2024 Elle inaugure Penelope's, maison de vente aux enchères dédiée aux Arts de la mode. J.H.

Nous avons assisté à une montée en puissance du vintage, avec une demande croissante pour des pièces uniques

”