



LA MATTURE DU FUTUR

Star du monde de l'automobile, la Porsche Taycan. C'est la révolution technologique des voitures. Et les défis à relever.



BUSINESS STORY

COLLECTOR SQUARE LE LUXE EN TOUTE OCCASION

Créée par le patron de la maison de ventes aux enchères Artcurial, la plateforme de vente de luxe de seconde main est devenue un leader européen du genre, regardé avec intérêt par les géants du secteur.

Par Martine Robert
Photographe: Iorgis Matyassy

S

ur le très chic boulevard Raspail, à Paris, entre Le Bon Marché et Saint-Germain-des-Prés, un immeuble haussmannien cossu arbore un élégant kakémono qui pourrait laisser croire à un musée d'art. Mais sa porte vitrée, aussi verrouillée que les joailleries de la place Vendôme, laisse entrevoir un salon à l'atmosphère feutrée, orné de vitrines abritant montres chères et bijoux convoités. Il faut montrer patte blanche et sonner pour y accéder. On retrouve là tous les codes de l'ultra-luxe... mais d'occasion. Pourtant, chez Collector Square, ces trésors de seconde main, vendus à prix fixe, valent parfois plus chers que leurs jumeaux neufs. Un filon qu'un entrepreneur inspiré a flairé plus tôt que d'autres.

Cet homme d'affaires n'est autre que Nicolas Orlowski, le patron-fondateur en 2002



d'Artcurial, maison de ventes déjà pionnière dans les enchères de luxe de seconde main à Paris. Dix ans plus tard, il prend le risque de s'auto-concurrer en créant Collector Square. Et parvient à convaincre Dassault, actionnaire majoritaire d'Artcurial, de le suivre dans sa nouvelle lubie. Sur le site de vente en ligne de Collector Square, on retrouve les mêmes sacs Dior ou Hermès, bijoux Cartier et autres

montres Rolex que ceux passés sous son marteau. Et son showroom germanopratin, raffiné, rivalise avec le fastueux hôtel particulier du rond-point des Champs-Élysées où officient les commissaires-priseurs d'Artcurial.

«Ce sont deux circuits complémentaires et des profils de clients différents. Collector Square s'adresse à un plus large public que les enchères, jugées encore intimidantes pour beaucoup. Ses

COLLECTOR SQUARE, LE LUXE EN TOUTE OCCASION



Page de gauche : Nicolas et Osanna Orłowski, cofondateurs de Collector Square, photographiés en septembre dans les locaux parisiens de l'entreprise. Ci-contre de gauche à droite et de haut en

bas : présentation des pièces de joaillerie, le studio photo pour le site Web, l'atelier d'horlogerie, où les montres sont démontées et vérifiées, quelques sacs en présentation dans le showroom.

diplômée d'HEC. D'ailleurs, le nouveau siège de 3300 mètres carrés où la maison de ventes aux enchères Sotheby's Paris s'installe ces jours-ci, à l'angle de l'avenue Matignon et de la rue du Faubourg-Saint-Honoré, comportera un étage entier consacré à des objets de luxe à prix fixe... Le flair de Nicolas Orłowski fait des émules.

Dès 2016, poussée par son développement rapide, la start-up troque son pas-de-porte germanopratin de 170 mètres carrés pour ses 1000 mètres carrés actuels, repensés comme le loft raffiné d'un collectionneur par l'architecte Charles Zana, qui a déjà réalisé les bureaux du groupe Condé Nast ou l'ancien restaurant d'Artcurial au sein de l'hôtel Dassault. En façade, dans la partie boutique de 250 mètres carrés, le vendeur peut faire estimer son bien à tout moment et l'acheteur est reçu sur rendez-vous, afin qu'on lui prépare les pièces les plus susceptibles de répondre à ses attentes : 20% des ventes de la PME sont effectuées ici. A l'arrière, dans un espace d'esprit industriel avec sa verrière métallique, s'affairent les commerciaux, les pros du marketing numérique, les experts des produits...

LE JUSTE PRIX

Collector Square y dispose aussi d'un studio pour photographier les 60 à 100 nouveaux articles mis en ligne quotidiennement, et permettre aux internautes de zoomer ou d'examiner l'objet à 360 degrés. Plus loin, deux horlogers démontent avec dextérité dans leur atelier toutes les montres à vendre pour les vérifier intégralement, les réparer si nécessaire, et les assortir d'une garantie de douze mois. De quoi rassurer le client et fixer le juste prix au vendeur. Enfin, les sous-sols abritent des surfaces de stockage gigantesques, et pour cause : c'est là que le quotidien *La Démocratie*, créé par le journaliste et homme politique Marc Sangnier, avait installé ses rotatives, avant que l'immeuble ne devienne le siège social du styliste Joseph. « Cette superficie nous permet de disposer du plus grand stock d'Europe de sacs de grandes marques », indique Osanna Orłowski.

Près de 15 000 pièces expertisées sont ainsi en permanence prêtes à être expédiées en 24 heures dans le monde entier. Chaque objet est scruté par un comité d'experts qui le



prix sont plus accessibles, ce qui lui vaut une belle progression encore actuellement, alors que les résultats obtenus sous le marteau dans l'horlogerie de luxe pour certains modèles ont baissé», constate Nicolas Orłowski. Moins d'une décennie après la création de Collector Square, force est de constater que l'entrepreneur a vu juste : sa pépite est devenue un leader européen du luxe vintage, sans pour autant déshabiller

Artcurial. « Nicolas a perçu le potentiel du marché émergent du luxe de seconde main, et conçu un modèle différent, avec l'idée de mettre en valeur ces biens tout en traitant des volumes importants grâce au numérique, à la fois outil et vitrine internationale. Il a en quelque sorte industrialisé le dépôt-vente d'articles de luxe », explique Osanna Orłowski, épouse du dirigeant, cofondatrice de Collector Square, elle-même

SI LES PRIX AFFICHÉS SONT SOUVENT 30 À 50% INFÉRIEURS À CEUX DU NEUF, CERTAINS BIENS TRÈS DEMANDÉS DÉCOTENT PEU, VOIRE PAS DU TOUT.

refuse une fois sur deux, en raison de son état, de sa marque, de sa valeur trop faible, car le positionnement est clairement sur le haut du panier. Chaque pièce retenue doit être de qualité et désirable.

Pour les seuls sacs, 5 000 unités sont vendues chaque année, entre 2 000 et 20 000 euros essentiellement, et 70% du stock est écoulé en seulement un mois. Certaines pièces partent même en quelques minutes, dès lors que le modèle est iconique ou en série limitée. « Au hit-parade figure Hermès, car il y a des temps d'attente importants pour acheter du neuf et parce que ses sacs sont considérés comme des placements. Avec Chanel, cela représente une grosse partie de notre activité, puis suivent les marques Vuitton et Dior », précise encore la dirigeante qui a créé un LuxPrice-index, compilant les résultats des enchères de ces articles de seconde main pour inciter les clients à sortir leurs trésors de leurs placards.

UN AIGUILLAGE SUBTIL

Mais comment se fait l'aiguillage d'un bien vers le marteau d'Artcurial ou le site d'e-commerce Collector Square ? « Lorsqu'il s'agit d'une pièce qui a une histoire, une provenance particulière, on la confie plutôt à une maison de ventes qui va pouvoir raconter cela et laisser ensuite la magie des enchères opérer. En revanche, si le bien n'a pas ce parcours particulier, il redevient un produit manufacturé plus standard pour lequel existe une offre permanente. Alors, la vente à prix fixe est une bonne solution, surtout lorsque le vendeur est pressé », analyse Osanna Orłowski, à la tête d'une équipe de 60 collaborateurs.

D'autant que, dans plus d'un cas sur deux, Collector Square propose aux propriétaires l'achat immédiat de leur objet au lieu du simple dépôt, moyennant une commission légèrement supérieure. « Cela nous permet de préparer des ventes thématiques, comme le font les maisons de ventes : sacs fashion week, pierres de couleur, variations Chanel, 70 ans de la montre Tudor Black Bay, joaillerie bestiaire, trésors de la place Vendôme... Ainsi, 450 000 clients ont créé un compte sur la plateforme, avec accès en avant-première aux produits. Ils suivent de près chaque semaine nos actualités, nos masterclasses avec nos horlogers, nos ventes éditorialisées », détaille la cofondatrice. La vente « 40 ans du Birkin »,



Comme tous les objets mis en vente par Collector Square, les sacs de grande marque font l'objet d'une expertise. L'entreprise en écoule 5 000 unités chaque année.

LE VIRAGE RÉUSSI DANS L'ART

Depuis 2021, Collector Square duplique sa martingale gagnante à l'art et aux objets de collection, autour des « multiples » (estampes, lithographies, gravures, photos, sculptures, céramiques, objets décoratifs, design), même si elle chasse ainsi un peu plus sur les plates-bandes d'Artcurial. « La logique est de se diversifier, mais en restant dans l'univers de l'art de vivre, entre Fine Art et décoration, avec des signatures telles que Miro, Soulages,

Zao Wou-Ki, des vases de designers, etc. Cela représente déjà 10% de notre activité, un millier de ventes par an. C'est un modèle nouveau par rapport aux galeries, avec pour fil rouge l'investissement plaisir », insiste Osanna Orłowski. Le 3 février, un service d'assiettes Visage Noir de 1948 de Pablo Picasso, était acquis pour 90 000 euros, une performance inédite pour ces pièces sur le marché à prix fixe.

mise en ligne le 20 mars pour une dizaine de jours, comptait plus de 100 sacs Hermès de toutes les tailles et couleurs, dont un très rare Birkin Himalaya 25 cm en crocodile niloticus, en très bon état, au prix de 178 000 euros.

Si les prix affichés sur son site par Collector Square sont souvent 30 à 50% inférieurs à ceux du neuf, certains biens très demandés décotent peu, voire pas du tout. Sur la durée, certains deviennent objets de collection et voient leur valeur multipliée par deux ou trois en seulement dix ans. Le 30 janvier dernier, le site enregistrait une vente exceptionnelle à 194 500 euros pour une montre Patek Philippe Nautilus en or rose de 2022.

Les autres entreprises présentes sur ce créneau du luxe d'occasion, comme le hollandais Catawiki et l'américain eBay, n'opèrent pas sur des segments aussi haut de gamme car leur champ est beaucoup plus large, estime la directrice de Collector Square : « Ce sont plutôt des brocantes digitalisées, même si un effort est fait pour éditorialiser les ventes. » Et contrairement à Vestiaire Collective, plateforme tricolore de mise en relation d'acheteurs et de vendeurs, Collector Square agit comme

« tiers de confiance », prélevant pour ses prestations (estimation, photos, stockage, garanties...) une commission de 35% TTC sur le prix de l'objet en dépôt, et d'un peu plus lorsqu'elle achète le bien. Une marge comparable à celle d'une maison de ventes qui, elle, combine des frais acheteurs et vendeurs.

« Chez nous, le prix unitaire moyen est de 4 500 euros, c'est quinze fois plus que Vestiaire Collective », souligne Osanna Orłowski. Cette stratégie a valu à Collector Square – dont le chiffre d'affaires atteint 40 millions d'euros (en hausse de 25% entre septembre 2023 et septembre 2024, alors que le marché connaît une baisse à deux chiffres) – d'avoir été bénéficiaire quasiment dès ses débuts, quand nombre de concurrents peinent à atteindre l'équilibre, qu'ils soient installés en Europe ou aux États-Unis, où TheRealReal, coté en Bourse, cherche encore sa rentabilité.

LA CONFIANCE DES MARQUES DE LUXE

La stratégie très sélective de Collector Square plaît aux marques de luxe, très attentives à leur second marché. Preuve de leur confiance ? Depuis plus de trois ans, la PME est le partenaire exclusif du Bon Marché pour la seconde main, avec un espace permanent de montres et bijoux signés et vintages, à deux pas des stands

40
MILLIONS D'EUROS

Le chiffre d'affaires
de Collector Square en 2023.

d'horlogerie-joaillerie. Depuis le 12 février, cette collaboration a été renforcée d'un service inédit de rachat immédiat de sacs, montres et bijoux sur ce stand, permettant aux clients de recevoir en contrepartie jusqu'à 105% du prix conclu en bons cadeaux. Catherine Newey, directrice commerciale du Bon Marché, se dit « ravie du partenariat avec les experts de Collector Square avec qui nous partageons les mêmes valeurs ».

Le défi est maintenant d'accélérer à l'international. « Cela représente déjà la moitié de notre chiffre d'affaires, principalement en Europe. Nous venons d'ouvrir un bureau de

représentation à New York le 1^{er} octobre car la clientèle américaine pèse 20% de notre activité », confie la patronne de Collector Square. Il faut dire qu'une course de vitesse est engagée. « Certaines marques de luxe, comme Cartier, commencent à tester le marché de la seconde main, sans encore vraiment s'y engager car elles se retrouvent dans une position compliquée : reconnaître une décote malgré leur promesse de commercialiser des produits intemporels, observe Osanna Orłowski. Alors quand une bague Chaumet des années 1970 ou un bijou Bulgari des années 1980 revient à la mode, quand une montre Tag Heuer Monaco en réédition vintage part très vite, c'est très cohérent avec leur marketing et ces maisons ont intérêt à ce que le marché se structure autour d'acteurs sérieux. »

Une mine. Le marché du luxe de la seconde main a été évalué à 45 milliards d'euros en 2023 par Bain & Altgamma. Très éclaté entre des milliers d'acteurs dans le monde, il va se concentrer et les marques pourraient alors rechercher des partenaires de choix, rejoignant la trajectoire de Collector Square qui de son côté, aura inévitablement besoin de s'associer pour devenir global. L'histoire est loin d'être terminée. ●

Plus d'infos sur lesechos.fr/weekend