



Du jeu à l'actif financier : analyse du phénomène de *grading* dans le marché des cartes à collectionner.

Le cas de *One Piece Card Game*

Enzo Hachemane

Licence 2 Informatique & Management
IAE-Paris-Est

enzo.hachemane@etu.u-pec.fr

Siwar Mostaysser

Licence 1 Informatique & Management
IAE-Paris-Est

siwar.mostaysser@etu.u-pec.fr

Capucine Talamon

Master 1 Management de la sécurité des systèmes d'information
IAE-Paris-Est

capucine.talamon@etu.u-pec.fr

1 Introduction

Les objets issus de la culture populaire occupent aujourd'hui une place croissante dans les dynamiques économiques contemporaines. Longtemps associés uniquement au divertissement, certains d'entre eux connaissent une transformation progressive de leur statut, devenant à la fois des objets de collection et des supports d'investissement. Cette évolution s'inscrit dans un mouvement plus large de transformation des formes de valeur, où les frontières entre culture, consommation et finance deviennent de plus en plus poreuses. Cette dynamique a été largement analysée par les sciences sociales, notamment par Appadurai (1988), qui souligne que les objets possèdent une vie sociale et circulent entre différents régimes de valeur au cours de leur existence. Un même objet peut ainsi passer d'un statut utilitaire à un statut symbolique, puis à un statut économique, en fonction des contextes dans lesquels il est inséré. Dans cette perspective, les travaux de Kopytoff (1988) permettent de comprendre que les biens matériels connaissent une biographie culturelle, au cours de laquelle ils sont progressivement singularisés et détachés de leur production initiale. Ce processus est particulièrement visible dans les marchés de collection, où des objets produits en masse acquièrent une valeur spécifique liée à leur rareté, leur état ou leur histoire. Le marché des cartes à collectionner constitue une illustration particulièrement pertinente de ce phénomène. Initialement conçues comme des supports de jeu, ces cartes évoluent progressivement vers des objets de collection, puis vers des actifs économiques pouvant atteindre des valeurs élevées sur les marchés secondaires. Cette transformation est aujourd'hui particulièrement visible dans le cas du jeu de carte *One Piece*, produit par *Bandai*

à partir de 2022. Issue d'un univers narratif mondialement reconnu, l'univers de *One Piece* constitue l'un des phénomènes culturels les plus influents de la culture populaire contemporaine. Créé en 1997 par Eiichiro Oda, le manga *One Piece* raconte l'histoire de Monkey D. Luffy et de son équipage dans leur quête du trésor légendaire appelé le *One Piece*. Rapidement adapté en *anime*, le récit s'est imposé comme une œuvre majeure du divertissement mondial diffusée dans de nombreux pays et traduite dans une multitude de langues. Au-delà de son succès narratif, *One Piece* s'inscrit dans une logique de franchise globale où l'univers fictionnel s'étend à différents supports : animation, produits dérivés, jeux vidéo et jeux de cartes à collectionner. Cette extension illustre ce que Jenkins (2006) appelle la culture de convergence dans laquelle un même univers se déploie à travers plusieurs médias et engage activement les communautés de fans dans sa diffusion et sa transformation. L'importance culturelle de *One Piece* repose également sur la durée exceptionnelle de sa publication et sur la construction progressive d'un attachement intergénérationnel. Cette longévité contribue à créer un capital symbolique fort, dans lequel les personnages, les arcs narratifs et les symboles de l'œuvre deviennent des références partagées à l'échelle mondiale. C'est dans ce contexte qu'est lancé en 2022 le *One Piece Card Game* qui transforme cet univers narratif en support ludique et marchand, donnant naissance à un marché de cartes à collectionner désormais intégré à des logiques économiques et spéculatives. Très rapidement, un marché secondaire se développe, dans lequel les cartes sont échangées à des prix variables, parfois très éloignés de leur valeur initiale. Cependant, cette évolution s'accompagne d'une forte incertitude. L'évaluation de l'état des cartes, la difficulté à garantir leur authenticité et la variabilité des prix rendent les échanges complexes et parfois risqués. Dans ce contexte, un dispositif spécifique s'impose progressivement comme un outil central de stabilisation du marché : le *grading*. Cette démarche consiste à faire évaluer une carte par une entreprise spécialisée qui lui attribue une note standardisée et la protège dans un boîtier scellé (Figure 1). Ce processus vise à réduire l'incertitude, à renforcer la confiance entre les acteurs et à faciliter les échanges. Il contribue ainsi à transformer les cartes en objets comparables et standardisés, ouvrant la voie à leur intégration dans des logiques proches de celles des actifs financiers.



Figure 1. Exemple d'une carte du jeu de cartes à collectionner *One Piece* ayant bénéficié d'une procédure de *grading* (©Grading World).

Dès lors, notre problématique double est la suivante : dans quelle mesure les cartes *One Piece* peuvent-elles être considérées comme des actifs financiers et en quoi le phénomène du *grading* constitue-t-il un mécanisme essentiel de cette transformation ? Pour répondre à ces questions, nous voyons dans un premier temps le passage des cartes d'un objet ludique à un objet de collection, en mettant en évidence les logiques culturelles et sociales qui sous-tendent cette évolution. Dans un second temps, nous étudions la construction d'un marché secondaire et la formation d'une valeur économique socialement construite. Enfin, nous examinons le rôle du *grading* comme dispositif de standardisation et de financiarisation, permettant la transformation progressive des cartes en actifs échangeables et spéculatifs.

2 Les cartes *One Piece* : de l'objet ludique à l'objet de collection

2.1 Définition d'un jeu de cartes à collectionner

Un jeu de cartes à collectionner (JCC ou *trading card game*, TCG ou encore *collectible card game*, CCG) désigne un type de jeu reposant sur l'acquisition, l'échange et l'utilisation de cartes éditées en séries, souvent distribuées de manière aléatoire dans des paquets appelés *boosters*¹. Chaque carte possède des caractéristiques spécifiques comme la rareté, des capacités, une illustration et peut être utilisée soit dans un cadre ludique, soit dans une logique de collection. La particularité de ces jeux réside dans le fait que les joueurs ne disposent pas tous des mêmes cartes, ce qui crée une dynamique à la fois stratégique et économique. Le marché mondial des JCC est en progression et a atteint 1,11 milliard de dollars en 2026². De grands événements sont régulièrement organisés comme le Gala TCG à Paris les 18 et 19 avril 2026³.

2.2 Le jeu *One Piece*

Le choix de réaliser cet article sur le jeu de cartes *One Piece* s'explique d'abord par le fait que nous apprécions particulièrement l'univers de *One Piece*, aussi bien le manga que l'*anime*, qui est très populaire et suivi dans le monde entier. Cet attachement rend le sujet plus intéressant à étudier car il permet de s'appuyer sur un univers que nous connaissons et que nous aimons. Par ailleurs, ce jeu étant récent - il a été lancé en 2022 - il permet d'observer en temps réel la construction d'un marché. Enfin, il se distingue par une évolution rapide des pratiques de spéculation et de *grading*, ce qui en fait un cas pertinent pour analyser la transformation d'objets culturels en actifs économiques.

2.3 Un objet issu d'un univers culturel globalisé et fortement capitalisé symboliquement

Le jeu de cartes *One Piece* s'inscrit dans une dynamique culturelle mondiale qui dépasse largement le cadre du simple divertissement. Il ne s'agit pas d'un produit culturel isolé, mais d'un objet dérivé d'un univers narratif déjà fortement institutionnalisé et diffusé à l'échelle internationale. L'univers *One Piece* constitue en effet une franchise globale dont la puissance symbolique repose sur une diffusion longue, continue et multigénérationnelle. Dans cette perspective, Bourdieu (1979) permet de comprendre que les pratiques culturelles ne sont jamais neutres, mais structurées par des formes de capital culturel et symbolique. Les individus ne consomment pas les objets de manière isolée, mais en fonction de leur familiarité

¹ Un *booster* est un paquet de cartes vendu scellé et contenant un nombre limité de cartes distribuées aléatoirement, ce qui introduit une incertitude sur les cartes obtenues et contribue à la rareté de certaines d'entre elles.

² Source *Business Research Insights* : <https://www.businessresearchinsights.com/fr/market-reports/trading-card-game-market-103129>.

³ Site du Gala TCG 2026 de Paris : <https://www.galatcg.com/>.

avec des univers culturels déjà intégrés dans leur socialisation. Ainsi, l'attrait pour les cartes *One Piece* ne repose pas uniquement sur leur fonction ludique, mais également sur une reconnaissance préalable de l'univers narratif. Cette logique est renforcée par les travaux de Jenkins (2006) qui décrit la culture de convergence comme un système dans lequel les consommateurs deviennent également producteurs de sens. Les fans ne se contentent pas de consommer des objets dérivés, ils participent activement à leur circulation, leur interprétation et leur valorisation symbolique. Les cartes deviennent alors des extensions matérielles d'un univers frictionnel déjà investi émotionnellement et socialement. Ainsi, dès leur conception, les cartes *One Piece* possède une dimension qui dépasse leur simple fonction de jeu. Elles sont déjà inscrites dans une économie de la culture où la valeur symbolique précède souvent la valeur économique.

2.4 *La transformation de la valeur d'usage en valeur symbolique et relationnelle*

Dans leur dimension initiale, les cartes *One Piece* possède une valeur d'usage clairement définie, puisqu'elles servent à jouer selon des règles précise. Cependant, cette dimension fonctionnelle ne constitue qu'un point de départ dans leur trajectoire économique et sociale. Marx (1867) distingue la valeur d'usage et la valeur d'échange comme deux dimensions fondamentales des marchandises. Dans le cas des cartes à collectionner, on observe un déplacement progressif de la valeur d'usage vers la valeur d'échange, puis vers des formes encore plus complexes de valeur symbolique. Cette transformation est également éclairée par Simmel (1900), qui montre que la valeur économique n'est jamais intrinsèque à l'objet mais résulte d'une relation sociale entre désir et distance. Plus un objet est difficile à obtenir ou perçu comme rare, plus il acquiert une valeur sociale élevée. Dans le cas des cartes *One Piece*, certaines cartes deviennent ainsi désirables non pas pour leur utilité dans le jeu, mais pour leur statut au sein de la communauté des collectionneurs. Par exemple une carte rare, comme *Shanks* (OP01-120) (V.3), issue du set *Romance Dawn*, peut être acquise seule pour plusieurs milliers d'euros⁴ alors qu'il est possible de l'obtenir pour moins de 10 euros dans un *booster*⁵. Cependant cette carte fait partie des cartes dites *Manga Rare* selon la classification du jeu⁶, ce qui signifie que sa probabilité d'apparition dans un *booster* est extrêmement faible. La conséquence est alors de créer une forte tension sur le marché secondaire et une hausse importante de sa valeur. Cet écart important entre le prix d'achat initial d'un *booster* et la valeur de revente de la carte sur le marché secondaire illustre la transformation progressive d'un objet ludique en actif spéculatif dont la valeur dépend à la fois de la rareté de la demande des collectionneurs et de la certification de l'état de conservation de la carte. Cette dynamique est renforcée par une logique identitaire. Posséder certaines cartes permet aux individus de se situer dans un espace social spécifique, d'exprimer des préférences culturelles et de renforcer leur appartenance à une communauté. Zelizer (1994) montre que les biens économiques sont toujours socialement marqués, c'est-à-dire qu'ils prennent leur valeur dans des contextes relationnels et symboliques précis. Ainsi, la carte devient progressivement un objet chargé de significations multiples, dépassant largement sa fonction initiale.

2.5 *La rareté comme construction sociale et institutionnelle de la valeur*

⁴ Évolution du prix d'achat de la carte *Shanks* (OP01-120) (V.3) sur le site de référence *cardmarket* : <https://www.cardmarket.com/fr/OnePiece/Products/Singles/Romance-Dawn/Shanks-OP01-120-V3>.

⁵ Exemples de tarif des produits *One Piece Card Game* sur le site Philibert : <https://www.philibernet.com/fr/15860-one-piece-le-jeu-de-cartes>.

⁶ Explication du système de rareté du jeu *One Piece Card Game* (en anglais) : <https://tcgking.nl/blogs/collecting/all-one-piece-tcg-rarities-explained>.

La rareté constitue un élément central dans la transformation des cartes en objets de valeur, mais elle ne peut être réduite à une simple donnée matérielle ou quantitative. Elle est en réalité construite socialement et institutionnellement. Veblen (1899), dans sa théorie de la consommation ostentatoire, montre que la valeur des biens repose largement sur leur capacité à signifier un statut social. La rareté devient alors un instrument de distinction, permettant de hiérarchiser les individus au sein d'un groupe social. Dans le cas des cartes *One Piece*, la rareté repose sur plusieurs dimensions complémentaires. Elle est d'abord matérielle, liée aux tirages limités et aux éditions spéciales. Elle est ensuite symbolique, car certaines cartes représentent des personnages centraux ou des moments narratifs importants. Enfin, elle est institutionnelle, car elle est renforcée par les discours des communautés, les plateformes de vente et les pratiques de classification. Bourdieu (1979) permet ici de comprendre que la rareté est un instrument de différenciation sociale. Posséder une carte rare ne signifie pas seulement posséder un objet difficile à obtenir, mais également accumuler du capital symbolique au sein d'un espace social spécifique. Ainsi, la rareté n'est pas une propriété naturelle de l'objet, mais une construction collective qui dépend des interactions sociales et des dispositifs de valorisation. Cette première analyse montre que les cartes *One Piece* ne peut être comprises uniquement comme des objets de jeu. Elles s'inscrivent dans un processus plus large de transformation culturelle dans lequel la valeur se détache progressivement de l'usage pour se reconstruire autour de logiques symboliques, sociales et institutionnelles. Cette évolution ouvre la voie à la formation d'un véritable marché secondaire, dans lequel les cartes circulent, s'échangent et acquièrent une valeur économique fluctuante, ce qui constitue l'objet de la partie suivante.

3 La construction d'un marché et la formation d'une valeur économique

3.1 L'émergence d'un marché secondaire et la circulation autonome des cartes

Le marché des cartes *One Piece* ne peut être compris uniquement à partir de sa logique de production initiale par *Bandai*. Très rapidement, un marché secondaire se met en place, caractérisé par des échanges entre particuliers qui échappent au contrôle direct du producteur. Ce phénomène s'inscrit dans une dynamique plus large déjà observée dans d'autres marchés de biens culturels, notamment les cartes *Magic: The Gathering*, *Pokémon* ou *Yu-Gi-Oh*, où la valeur se construit progressivement en dehors du prix initial fixé par l'industrie. Cette autonomisation du marché peut être analysée à travers les travaux de Appadurai (1988), qui explique que les objets circulent dans différents régimes de valeur selon les contextes sociaux. Une carte peut ainsi être simultanément un objet de jeu, un objet de collection et un objet spéculatif. Cette multiplicité des statuts contribue à complexifier la formation des prix. Dans le cas des cartes *One Piece*, les plateformes numériques jouent un rôle central dans cette transformation. Les échanges sur des sites spécialisés, les ventes aux enchères et les communautés en ligne permettent une circulation rapide de l'information et des biens. Cette fluidité favorise la formation d'un marché dynamique, mais également instable, dans lequel les prix peuvent varier fortement en fonction de la demande immédiate.

3.2 Comparaison avec les marchés Pokémon et Yu-Gi-Oh : structuration d'un modèle spéculatif

Le marché des cartes *One Piece* ne constitue pas un phénomène isolé. Il s'inscrit dans une continuité historique avec les marchés déjà établis des cartes *Pokémon* et *Yu-Gi-Oh*, qui ont servi de modèles économiques et culturels. Dans le cas des cartes *Pokémon*, certaines cartes rares comme les premières éditions ou les cartes promotionnelles ont atteint des valeurs

extrêmement élevées, parfois comparables à des objets d'investissement. Par exemple certaines cartes *Pokémon*, comme la carte *Pikachu Illustrator*, a été vendue à 16,5 millions de dollars en 2021 (Le Monde, 2026). Ce type de transaction montre que certaines cartes à collectionner peuvent atteindre des niveaux de prix comparables à ceux d'objets d'investissement traditionnels, renforçant ainsi l'idée d'une financiarisation progressive de ces biens culturels. Cette évolution a été largement étudiée dans les analyses du marché des objets de collection, notamment dans les travaux de Zelizer (1994) qui montre que les biens économiques sont toujours socialement encadrés et que leur valeur dépend des représentations collectives. Le marché *One Piece* reproduit en partie cette logique, mais avec une intensification plus rapide des dynamiques spéculatives, en raison de l'essor des réseaux sociaux et de la circulation instantanée des tendances. Cette accélération contribue à la formation de cycles de valorisation beaucoup plus courts et plus volatils que dans les marchés précédents.

3.3 *La formation sociale des prix et la performativité du marché*

La valeur des cartes *One Piece* ne peut être réduite à une simple rencontre entre l'offre et la demande. Elle est le résultat d'un processus social complexe dans lequel les représentations, les discours et les dispositifs jouent un rôle central. Callon (1998) développe l'idée selon laquelle les marchés sont performatifs, c'est-à-dire qu'ils ne se contentent pas de refléter la réalité économique mais contribuent à la produire. Dans cette perspective, les prix des cartes ne sont pas des données naturelles mais des constructions sociales issues des interactions entre acteurs. Les plateformes de vente, les influenceurs spécialisés et les communautés de collectionneurs participent activement à cette construction. Les vidéos montrant des ouvertures de *boosters* ou des ventes record jouent un rôle important dans la formation des anticipations de valeur. Ces contenus créent un imaginaire économique dans lequel certaines cartes sont perçues comme des opportunités d'enrichissement.

3.4 *Instabilité des prix et comportements cognitifs*

L'instabilité du marché des cartes *One Piece* peut également être expliquée par les travaux de psychologie économique. Tversky & Kahneman (1974) montrent que les individus ne prennent pas des décisions parfaitement rationnelles, mais sont influencés par des biais cognitifs systématiques. Dans ce marché, ces biais se traduisent par une surestimation des cartes rares, une forte sensibilité aux tendances virales et un comportement d'achat impulsif. L'effet de rareté joue un rôle central dans la perception de valeur, renforçant l'attrait pour certaines cartes même lorsque leur valeur fondamentale reste incertaine. Shiller (2000) ajoute que les marchés spéculatifs sont guidés par des récits collectifs qu'il appelle des narrations économiques. Dans le cas des cartes *One Piece*, ces récits prennent la forme d'histoires de cartes devenues extrêmement rares et revendues à des prix élevés, alimentant ainsi l'imaginaire spéculatif. Des travaux académiques récents permettent d'approfondir l'analyse du phénomène de *grading* en montrant qu'il ne s'agit pas uniquement d'un outil technique, mais d'un véritable élément structurant du marché. Shen et Wei (2025) montrent ainsi que le développement du *grading* s'inscrit dans une logique plus large d'innovation des modèles économiques dans l'industrie des cartes à collectionner. Selon ces auteurs, le *grading* contribue à rapprocher ces objets de formes d'actifs comparables à d'autres supports d'investissement contemporains, notamment les actifs numériques comme les NFT⁷. Ce

⁷ Les jetons non fongibles (NFT ou NFT en anglais) sont des unités de données stockées sur une *blockchain* qui représentent des actifs numériques uniques et non interchangeables.

rapprochement s'explique par la capacité du *grading* à transformer un objet matériel en un bien standardisé, identifiable et facilement échangeable, ce qui favorise son intégration dans des logiques financières. Par ailleurs, les évolutions technologiques renforcent encore cette dynamique. Les travaux de Nahar et al. (2025) montrent que l'évaluation des cartes tend à s'appuyer de plus en plus sur des outils automatisés, notamment grâce à l'utilisation de l'intelligence artificielle. Ces technologies permettent d'analyser avec précision certains éléments matériels, comme les coins, les bords ou la surface des cartes, tout en réduisant la part de subjectivité dans l'évaluation humaine. Elles contribuent ainsi à améliorer la fiabilité du *grading* et à renforcer la confiance des acteurs dans les notes attribuées. Ces transformations témoignent d'une professionnalisation croissante du secteur. Le *grading* ne repose plus uniquement sur l'expertise individuelle, mais sur des dispositifs techniques et organisationnels visant à objectiver la valeur. Cette évolution participe à la consolidation du marché, en rendant les échanges plus sécurisés et en facilitant la circulation des cartes. Enfin, l'intégration de ces innovations renforce le rôle du *grading* dans la financiarisation des cartes. En combinant standardisation, certification et technologies avancées, ce dispositif contribue à faire des cartes à collectionner des objets comparables à des actifs évaluables, échangeables et potentiellement spéculatifs. Il s'inscrit ainsi dans une transformation plus large des marchés culturels, caractérisée par une hybridation entre logique de collection et logique financière.

3.5 Une économie de la croyance et de la projection future

Le marché des cartes *One Piece* fonctionne donc comme une économie fondée sur la croyance collective et la projection dans le futur. La valeur d'une carte dépend non seulement de ses caractéristiques présentes, mais également des anticipations concernant son évolution future. Veblen (1899) montre que la consommation peut être ostentatoire et liée à des logiques de statut social. Dans le cas des cartes, cette logique se combine avec une logique spéculative dans laquelle la possession d'un objet rare est perçue comme un investissement potentiel. Cette dynamique est renforcée par la circulation des contenus sur les réseaux sociaux, où les gains importants sont mis en avant et amplifiés, créant un effet d'entraînement collectif. Cette analyse montre que le marché des cartes *One Piece* est structuré par des dynamiques sociales, culturelles et cognitives complexes, qui rendent la valeur des objets instable et difficile à objectiver. Cette instabilité crée un besoin institutionnel de stabilisation et de standardisation, auquel répond précisément le phénomène du *grading*, qui constitue un tournant majeur dans la transformation des cartes en actifs financiers.

4 Le *grading* : mécanisme central de la transformation en actif financier

4.1 Le *grading* comme dispositif de certification et de standardisation des objets

Le *grading* constitue l'un des éléments les plus déterminants dans la transformation des cartes *One Piece* en actifs économiques comparables à des instruments financiers. Il ne s'agit pas simplement d'un service d'évaluation technique, mais d'un véritable dispositif institutionnel de production de valeur, qui modifie en profondeur la nature même de l'objet. Les entreprises de *grading*, comme PSA⁸, Beckett⁹ ou CGC®¹⁰ dans le marché global des cartes à collectionner, évaluent les cartes selon des critères standardisés comprenant le centrage, la qualité des coins, la surface et la netteté générale. Une note finale est ensuite attribuée sur une échelle

⁸ Professional Sports Authenticator (PSA) : <https://www.psacard.com/services/trading-card-grading>.

⁹ Beckett : <https://www.beckett.com/grading>.

¹⁰ Certified Guaranty Company® (CGC®) : <https://www.cgccomics.com/>.

généralement comprise entre 1 et 10. Cette notation transforme une appréciation qualitative et subjective en un indicateur quantifié, objectif et comparable. Ce processus peut être interprété à travers les travaux de Boltanski & Esquerre (2014), qui analysent le capitalisme contemporain comme un régime de valorisation fondé sur la mise en récit et la certification des objets. Selon eux, la valeur ne réside plus uniquement dans la production matérielle mais dans les dispositifs qui permettent de qualifier, authentifier et inscrire les objets dans des circuits de reconnaissance économique. Dans le cas des cartes *One Piece*, le *grading* agit précisément comme un mécanisme de qualification qui transforme un objet culturel en bien standardisé, donc échangeable dans un marché structuré.

4.2 *La réduction de l'incertitude et la production de confiance institutionnelle*

L'un des effets fondamentaux du *grading* est la réduction de l'incertitude structurelle qui caractérise les marchés de biens de collection. Knight (1921) distingue le risque mesurable de l'incertitude radicale. Avant l'apparition du *grading*, le marché des cartes reposait largement sur une forte incertitude car il était difficile d'évaluer avec précision l'état réel, la qualité ou l'authenticité des cartes. Le *grading* transforme cette incertitude en risque mesurable en introduisant une norme d'évaluation commune. Une carte notée 10 devient immédiatement identifiable comme étant dans un état parfait, tandis qu'une carte notée 8 ou 9 signale des imperfections plus ou moins importantes. Cette standardisation permet de rendre les échanges plus fluides et de réduire les conflits entre acheteurs et vendeurs. Cette transformation est également analysée par Zelizer (1994), qui montre que les marchés reposent toujours sur des dispositifs sociaux de confiance. Dans cette perspective, le *grading* ne produit pas seulement une information technique, mais une forme de confiance institutionnalisée. La valeur d'une carte certifiée dépend ainsi autant de la carte elle-même que de la crédibilité de l'entreprise qui l'a évaluée.

4.3 *La transformation des cartes en actifs financiers liquides*

Le *grading* joue un rôle central dans la transformation des cartes *One Piece* en actifs financiers potentiels. Une carte non gradée possède une valeur fluctuante, fortement dépendante de l'évaluation subjective des individus. En revanche, une carte gradée devient un objet standardisé, comparable et donc plus facilement échangeable sur un marché secondaire. Cette standardisation augmente significativement la liquidité des cartes, c'est-à-dire leur capacité à être rapidement vendues sans perte majeure de valeur. Ce phénomène rapproche fortement le marché des cartes à collectionner des marchés financiers traditionnels. Thaler (2016) montre que les individus sont sensibles à des biais cognitifs tels que l'effet de signalisation. Dans ce cas, la note attribuée par une institution de *grading* agit comme un signal fort de qualité, influençant fortement la perception de valeur indépendamment des caractéristiques intrinsèques de l'objet. Par ailleurs, Shiller (2000) explique que les marchés spéculatifs reposent largement sur des récits collectifs et des anticipations partagées. Dans le cas des cartes gradées, l'idée selon laquelle une carte notée 10 peut prendre de la valeur à long terme contribue à alimenter des comportements d'investissement.

4.4 *L'émergence de stratégies spéculatives et d'une logique d'investissement*

Le développement du *grading* favorise l'apparition de stratégies économiques similaires à celles observées sur les marchés financiers. Certains acteurs adoptent des comportements d'investissement consistant à acheter des cartes en état brut, à les faire grader, puis à les revendre avec une plus-value potentielle. Ce processus transforme la carte en un actif spéculatif, dont la valeur dépend autant de sa qualité intrinsèque que de sa notation

institutionnelle et de la demande du marché. Soros (1987), dans sa théorie de la réflexivité, explique que les marchés financiers sont caractérisés par une interaction constante entre perception et réalité. Les attentes des acteurs influencent les prix, lesquels influencent à leur tour les attentes. Cette dynamique est particulièrement visible dans le marché des cartes gradées, où les hausses de prix renforcent les anticipations de hausse future. Ce mécanisme peut conduire à des phénomènes d'emballement spéculatif dans lesquels les prix s'éloignent progressivement des valeurs fondamentales des objets.

4.5 *Vers une bulle spéculative des objets culturels*

L'évolution du marché des cartes *One Piece* soulève la question de l'existence d'une potentielle bulle spéculative. Shiller (2000) définit une bulle comme une situation dans laquelle le prix d'un actif augmente de manière excessive sous l'effet d'anticipations collectives, plutôt que sur la base de fondamentaux économiques solides. Dans le cas des cartes gradées, plusieurs éléments peuvent être observés : une forte augmentation des prix des cartes notées 10, une dépendance aux tendances des réseaux sociaux, une entrée massive de nouveaux investisseurs non joueurs et une valorisation basée sur la rareté perçue plutôt que sur l'usage réel. Ces éléments rapprochent ce marché de certaines dynamiques observées sur les marchés financiers émergents ou sur les marchés des JNF, où la valeur repose davantage sur la croyance collective que sur une utilité intrinsèque.

4.6 *La transformation structurelle des objets culturels dans le capitalisme contemporain*

Le cas du *grading* des cartes *One Piece* s'inscrit dans une transformation plus large du capitalisme contemporain dans lequel les objets culturels deviennent des supports hybrides combinant valeur symbolique, culturelle et financière. Boltanski & Esquerre (2017) montrent que le capitalisme contemporain repose de plus en plus sur la valorisation des objets par leur mise en récit, leur certification et leur inscription dans des circuits de collection. Le *grading* constitue ainsi un dispositif central de cette transformation, en permettant de stabiliser la valeur et de rendre les objets investissables. On observe donc un déplacement fondamental : l'objet n'est plus seulement consommé ou collectionné, il est également anticipé, évalué et intégré dans des stratégies financières.

5 Conclusion

Au terme de cette analyse, il apparaît que la transformation des cartes *One Piece* en actifs financiers n'est pas le fruit d'une évolution linéaire et prévisible, mais le résultat d'une série de processus sociaux, culturels et institutionnels qui se renforcent mutuellement. Ce qui commence comme un simple objet de jeu devient, par étapes successives, un bien de collection chargé de significations symboliques, puis un actif économique soumis à des logiques spéculatives. Ce parcours n'aurait cependant pas été possible sans le *grading*. En produisant de la confiance institutionnelle au sens de Zelizer (1994), en réduisant l'incertitude radicale décrite par Knight (1921) et en standardisant l'évaluation des cartes, il constitue le maillon manquant entre le marché informel des collectionneurs et la logique plus froide des investisseurs. Une carte PSA 10 n'est plus tout à fait une carte : c'est un signal de qualité au sens de Thaler (2016), reconnu internationalement, dont la valeur dépend autant de l'institution qui la certifie que de l'objet lui-même. Il serait cependant naïf d'idéaliser ce système. Comme le montre Shiller (2000), ce marché repose sur des récits collectifs et des anticipations partagées susceptibles de s'emballer. La théorie de la réflexivité de Soros (1987) rappelle que les hausses de prix renforcent les anticipations de hausse future, créant une dynamique qui peut progressivement s'éloigner de toute valeur fondamentale. Le marché des

cartes *One Piece* n'échappe pas à cette logique. Plus largement, ce cas illustre ce que Boltanski & Esquerre (2017) analysent comme une transformation profonde du capitalisme contemporain : celle dans laquelle les objets culturels deviennent des supports hybrides, combinant valeur symbolique et valeur financière. L'objet n'est plus seulement consommé ou collectionné, il est anticipé, évalué et intégré dans des stratégies d'investissement. Les frontières entre culture, consommation et finance deviennent ainsi de plus en plus poreuses.

6 Bibliographie

- Appadurai, A. (1988). *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge University Press.
- Boltanski, L. et Esquerre, A. (2014). La « collection », une forme neuve du capitalisme la mise en valeur économique du passé et ses effets. *Les Temps Modernes*, 679(3), 5-72. <https://doi.org/10.3917/lm.679.0005>.
- Boltanski, L., & Esquerre, A. (2017). *Enrichissement : Une critique de la marchandise*. Gallimard. <https://doi.org/10.3917/gall.bolta.2017.01>.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction: Critique sociale du jugement*. Les Éditions de Minuit.
- Callon, M. (1998). *The laws of the markets*. John Wiley & Sons.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Houghton Mifflin Company.
- Kopytoff, I. (1988). The cultural biography of things: commoditization as process. In A. Appadurai (Ed.), *The social life of things* (pp.64-91). Cambridge University Press.
- Le Monde (2026, 17 février). *Pokémon : les images de la carte la plus chère de l'histoire, vendue aux enchères pour 16,5 millions de dollars*. <https://urlr.me/TGqJfS>.
- Marx, K. (1867). *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie*. Verlag von Otto Meissner.
- Nahar, L., Islam, Md. S., Awrangjeb, M., & Verhoeve, R. (2025). Automated corner grading of trading cards: Defect identification and confidence calibration through deep learning. *Computers in Industry*, 164, Article 104187. <https://doi.org/10.1016/j.compind.2024.104187>.
- Simmel, G. (1900). *Philosophie des Geldes*. Verlag von Duncker & Humblot.
- Shen, Q., & Wei, C. (2025). Business Model Innovation in the Trading Card Grading Industry: Cross-National Insights from Pokémon Trading Card Game and Non-fungible Tokens. *American Journal of Business Science Philosophy*, 2(2) 217–234. <https://doi.org/10.70122/ajbsp.v2i2.37>.
- Shiller, R. J. (2000). *Irrational exuberance*. Princeton University Press.
- Soros, G. (1987). *The Alchemy of Finance*. Simon & Schuster.
- Thaler, R. H. (2016). *Behavioral economics: The psychology of human misjudgment*.
- Thaler, R. (2016). Behavioral Economics: Past, Present, and Future. *American Economic Review*, 106(7), 1577–1600. <https://doi.org/10.1257/aer.106.7.1577>.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124–1131. <http://www.jstor.org/stable/1738360>.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institutions*. Macmillan Co.
- Zelizer, V. A. (1994). *The Social Meaning of Money: Pin Money, Paychecks, Poor Relief, and Other Currencies*. Princeton University Press.