



## Crise de l'habillement : ces sauvetages qui tournent au naufrage

Depuis l'été 2022, le prêt-à-porter connaît une hécatombe des enseignes françaises de catégorie moyenne gamme. Redressement judiciaire, liquidation... les sauvetages hasardeux pèsent lourd.



Kookaï, en redressement judiciaire, a fermé 20 magasins depuis mai. (Joly Victor/Abaca)

Par [Virginie Jacobberger-Lavoué](#), [Philippe Bertrand](#)

Publié le 5 juil. 2023

C'est un nouveau départ qui ressemble à un pas de côté plutôt qu'à un grand bond en avant. Le chausseur [Clergerie, dernier chausseur français haut de gamme a été repris le 29 juin par l'américain Titan Footwear](#). L'entreprise californienne ne fait pas mystère de son plan de reprise pour sauver la marque de la liquidation judiciaire. Il laisse peu de place à l'emploi en France.

Titan Footwear n'a pas pour priorité de préserver le savoir-faire local à Romans-sur-Isère (Drôme) où l'entreprise a été fondée en 1981. Clergerie était en redressement judiciaire depuis mars et sa reprise n'augure rien de bon pour son activité jusqu'ici exclusivement made in France. Clergerie est sauvé mais pourrait bientôt ressembler à une « coquille vide ». Encore un scénario de reprise qui s'appuie sur une délocalisation...

Le groupe américain ne s'est engagé qu'à sauver 45 % des effectifs, soit 59 emplois sur les 134 en France. Il promet une fabrication à « minimum dans les ateliers de Romans » qui jette un flou sur l'avenir de ses artisans spécialisés dans le piquage, la coupe, le prototypage... Plus inquiétant encore, le repreneur a déjà trouvé comment remplacer le savoir-faire français. Il va s'adosser à une entreprise espagnole pour la fabrication et celle-ci a déjà une cohorte de partenaires ou sous-traitants au Maroc, en Chine, en Inde.

## **Hécatombe**

Autre sort en suspens, celui d'Heschung, un des rares chausseurs disposant encore d'une usine de fabrication de souliers en France. Le repreneur potentiel serait le même groupe américain.

En souffrance depuis des décennies, l'équipement de la personne (vêtements et chaussures) et particulièrement le segment de milieu de gamme se sont retrouvés sous perfusion pendant la pandémie grâce aux aides de l'Etat. Certains repreneurs guettaient les bonnes affaires mais on observe peu de sauvetages exemplaires au final, à peine quelques tentatives de relance. « Les sauvetages en cours ne donnent pas grand-chose car c'est la pire période pour relancer une marque d'habillement », pointe Yohann Petiot de l'Alliance du Commerce.

Placement en procédure de sauvegarde, redressement judiciaire, liquidation... c'est l'hécatombe dans l'habillement de milieu de gamme. « 5.000 emplois menacés, des milliers de suppressions effectives... On connaît les causes mais pas le remède » regrette Pierre-François Le Louët du cabinet de conseil Nelly Rodi. A la mi-juin, Burton of London est venu s'ajouter à la longue liste des victimes de cette année noire du prêt-à-porter ; conséquence d'une accumulation de faiblesses et d'un contre-choc de l'après pandémie.

## **Serial repreneur**

La reprise de Burton pour un euro symbolique par Thierry Le Guénic, en 2020, a vite tourné au naufrage. Pourtant celui qu'on surnomme le « serial repreneur de la mode » a multiplié les faits d'armes : Habitat, Paule Ka, Lejaby ou encore, avec Stéphane Collaert, San Marina jadis détenue par Vivarte.

Avec Don't call me Jennyfer, enseigne placée le 21 juin en redressement judiciaire (1.112 emplois en France), « le désastre prend un nouveau relief, ce ne sont plus seulement les canards boiteux qui sont touchés », estime Yohann Petiot.

Est également pointée l'absence de prise de conscience des pouvoirs publics et notamment le refus de plafonner l'indexation sur les loyers commerciaux.

Dans un contexte de poussées inflationnistes, l'habillement du milieu de gamme ne fait plus le poids face à la montée en puissance des petits prix de Shein et Primark ou de la fast fashion d'H & M et Zara. D'autant qu'il est souvent encore peu décliné en e-commerce. Les enseignes françaises doivent endosser des coûts d'exploitation en commerce de ville souvent plus élevés que ceux des géants du textile, qui privilégient les zones d'activité commerciale.

C'est une crise de trésorerie qui a fait flancher Don't call me Jennyfer, malgré un plan de relance dynamique mené par son repreneur Sébastien Bismuth, à la tête de la marque masculine Celio. D'autres sauvetages se sont révélés bien plus hasardeux.

Le choc le plus retentissant fut la liquidation de Camaïeu, en septembre - avec la suppression de 2.600 emplois. L'enseigne appartenait à Michel Ohayon et Celio avait racheté la marque pour 1,8 million d'euros en décembre 2022, deux mois après la liquidation judiciaire. Un énorme gâchis.

Kookaï, Naf Naf, San Marina... toutes ces ex-griffes du groupe Vivarte sont des récentes victimes alors que l'habillement a connu un recul de ses ventes de 15 % au cours des quinze dernières années.

## **Marché en baisse**

Les sauvetages tournant au cauchemar se sont multipliés. Kookaï, repris par l'australien Magi, a opéré un pivot dans sa stratégie qu'il était difficile de ne pas imaginer périlleux : le choix de concevoir des vêtements en Australie, de les fabriquer dans le Pacifique... La crise Covid a été le coup de grâce et la dette a gonflé à 10 millions d'euros.

Dans l'océan agité de la mode, Beaumanoir (2,2 milliards d'euros) qui possédait déjà un éventail de marques a acquis depuis 2006 Bonobo, Morgan, La Halle et Caroll ; et s'est hissé au rang de leader français de l'habillement. La taille permet d'être sans doute mieux armé dans la tempête.

Le recul du marché devrait être cette année de 30 % en volume et de 20 % en valeur par rapport à l'année d'avant pandémie (2019) selon une étude du cabinet Advancy. La part du textile et de la chaussure est tombée à 4 % dans le budget des ménages.

« Avec un repreneur ou pas, les entreprises sont souvent trop fragiles pour ne pas être menacées dans un milieu de gamme encombré », estime un expert. « A chaque nouveau coup dur, l'angoisse monte. Le désastre de l'habillement a déjà des conséquences sur le commerce de proximité », s'alarme Yohann Petiot.

**Virginie Jacobberger-Lavoué**