



La descente aux enfers du prêt-à-porter français risque de se prolonger

L'hécatombe se poursuit dans le prêt-à-porter alors que les redressements judiciaires et les liquidations ont rythmé toute l'année 2023, annus horribilis de l'habillement français.



Boutique à Dunkerque de Naf Naf, star des années 1990. L'enseigne a été placée en redressement judiciaire en septembre. (PHILIPPE HUGUEN/AFP)

Par [Virginie Jacobberger-Lavoué](#)

Publié le 28 déc. 2023 à 17:21 Mis à jour le 29 déc. 2023 à 12:50

La série noire se poursuit. Redressements judiciaires, procédures de sauvegarde, liquidations... les dossiers s'amoncellent depuis le début de l'année dans les tribunaux de commerce. L'effondrement des marques d'habillement françaises aura marqué 2023. Il s'agit souvent de marques iconiques des années 1990, « positionnées dans le milieu de gamme », précise Gildas Minvielle, directeur de l'observatoire économique de l'Institut français de la mode (IFM). « Personne ne sait à quoi s'attendre en 2024. La situation reste critique pour plusieurs enseignes », remarque Yann Kretz, associé principal chez Roland

Berger. Dans l'habillement, aucune marque n'a véritablement disparu en 2023 mais plusieurs maisons de renom semblent vidées de leur substance.

En janvier, Pimkie fondé en 1971 devrait annoncer un plan social. Le rendez-vous entre la direction de l'enseigne et les représentants du personnel est fixé au 10 janvier. Au printemps dernier, 64 suppressions de magasins avaient déjà été actées. Pimkie reconnaît envisager d'autres fermetures de « magasins supplémentaires ». L'enseigne, qui salariait encore 1.500 personnes en 2022, n'est plus dans le giron de son actionnaire historique l'Association familiale Mulliez (AFM), récupérée en mars par Pimkinvest, qui détient Lee Cooper.

Réduire la voilure en 2024 est aussi au menu de Naf Naf, détenue par le groupe franco-turc SY International. Depuis septembre, l'enseigne est à nouveau en redressement judiciaire après l'avoir été en mai 2020. Son plan social menace plus de 110 emplois, selon la CFDT. Fin janvier, son magasin de Nice tirera le rideau après les arrêts déjà effectifs en fin d'année des points de vente à Paris, Bordeaux, Mulhouse...

Quant à Kookaï, la vedette des années 1990 a été placée en redressement judiciaire en février. A la mi-septembre, le tribunal de commerce de Paris a ouvert la voie au rachat de l'enseigne aux 320 salariés en estimant que la trésorerie de son repreneur australien était insuffisante pour financer le plan de continuation établi.

Choc de l'inflation après la crise sanitaire

Le secteur, qui traverse une crise profonde depuis plus de deux décennies, est sorti de la pandémie, chancelant. Les effets rétroactifs de la pandémie ont été majeurs. A la hausse des loyers se sont ajoutés pour certains, les impayés.

La descente aux enfers a commencé fin septembre 2022. Le 28, l'enseigne Camaïeu a été placée en liquidation judiciaire par le tribunal de commerce de Lille, occasionnant la suppression de 2.600 postes alors que la marque cumulait 240 millions de dettes. Rachetée aux enchères par Celio, la marque lestée devrait renaître de ses cendres en septembre 2024.

L'inflation en période post-Covid entraînant des arbitrages défavorables aux biens non essentiels, dont l'habillement. A ceci s'ajoutent la concurrence plus vive de la fast fashion (Zara, Mango...), réactive sur la création, et la percée de l'ultra-fast fashion ([Shein](#) , Primark) imbattables sur les petits prix. Et, si la seconde main offre une seconde vie au vêtement, elle participe à la petite mort d'enseignes qui n'ont pas su se réinventer. Kookaï, Naf Naf, Pimkie, Gap France... Ce sont des enseignes qui avaient jadis pignon sur rue, qui se sont écroulées cette année ou sont encore à la recherche de solutions de rattrapage.

Éléments aggravants

« A partir de 2007, l'évolution du pouvoir d'achat des ménages ne progresse que faiblement, de +0,3 % par an en moyenne, contre environ +2 % par an lors de la décennie précédente. C'est dans ce contexte difficile que la crise sanitaire et l'inflation sont apparues comme des éléments aggravants », indique Gildas Minvielle. La rentrée de septembre 2023 a connu un plongeon des ventes ; en recul de 15 % par rapport à la même période en 2022, selon l'IFM.

L'inflation n'est pas la seule cause du marasme des marques. Endettées, les enseignes ont manqué de flexibilité pour monter en puissance dans l'e-commerce (15 % des ventes d'habillement). « Avec pour beaucoup, des réseaux coûteux, 500, 600, voire 700 magasins ; et par ailleurs, un modèle qui repose sur le succès d'une collection qui ne tourne pas assez, et génère des stocks d'invendus », relève Yann Kretz.

La chaussure trébuche aussi

L'été fut meurtrier pour la mode enfant. En juin, le groupe Générale pour l'enfant (2.500 salariés) a placé Sergent Major en procédure de sauvegarde et la marque Du Pareil au Même en redressement judiciaire.

Gap France a été racheté avant l'été par Spodis, filiale du groupe JD Sports après avoir été placé en redressement judiciaire. Mais 122 emplois n'ont pas été sauvegardés.

Enfin, la chaussure n'a pas été épargnée : dès février, la liquidation de San Marina (680 salariés) a précédé le redressement judiciaire du groupe André. La même procédure a touché [en septembre le groupe Minelli](#) .

Virginie Jacobberger-Lavoué