

Le Monde

Après la fin de Camaïeu, l'inquiétude du secteur de l'habillement, en difficulté

Le licenciement des 2 000 salariés de l'enseigne nordiste alarme les employés du secteur. Pimkie, San Marina et Burton sont dans la tourmente.

Par [Juliette Garnier](#)

Publié le 31 octobre 2022



Magasin Camaïeu définitivement fermé, à Issy-les-Moulineaux (Hauts-de-Seine), le 26 octobre 2022. MAGALI COHEN / HANS LUCAS VIA AFP

C'est l'un des plus gros plans sociaux qu'a connus la France. Au lendemain de la liquidation de l'enseigne Camaïeu, le 27 septembre, ses 2 089 salariés sous contrat à durée indéterminée ont reçu leur lettre de licenciement en début de semaine. « *Nous sommes les premières à tomber* », s'alarme une ancienne Camaïeu. L'Etat a mis en place un dispositif

d'accompagnement renforcé des licenciés. La région Hauts-de-France dit être aussi mobilisée pour les accompagner dans la recherche d'un nouvel emploi.

Car cette région, où [le plan de sauvegarde de l'emploi \(PSE\) des 863 salariés de l'ancienne usine Bridgestone de Béthune \(Pas-de-Calais\) en 2021](#) est encore dans toutes les mémoires, est la plus concernée. A Roubaix (Nord), Camaïeu employait près de 500 personnes, dans son siège social et son entrepôt mitoyen. Le reste du personnel, soit près de 1 600 employés, est disséminé partout en France, au gré des 511 magasins que l'enseigne exploitait dans les centres commerciaux et les centres-villes.

« *Ce sont des femmes, surtout, souvent jeunes, parfois mères célibataires* », souligne Justine Candat, avocate du comité social et économique (CSE) de Camaïeu. Tous auront jusqu'à la mi-novembre pour se déterminer sur le mode d'indemnisation de leur licenciement pour motif économique. Un contrat de sécurisation professionnelle, propre à favoriser leur reconversion, leur est accordé, avec un budget de 3 500 euros à 4 500 euros pour financer des mesures d'accompagnement.

Une prime de 6 000 euros leur sera versée « *au titre du partage de la valeur ajoutée* », en plus de l'indemnité de licenciement. L'ensemble est financé par les 25,2 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisés à la hâte, au lendemain de la liquidation, entre le 28 septembre et le 1^{er} octobre. En dépit de cette somme inespérée, le montant de ce PSE est « *insuffisant* », déplore M^e Candat. La déception des salariés est d'autant plus grande que l'ancien actionnaire de Camaïeu n'a aucunement contribué à le financer.

Un actionnaire aux abonnés absents

« *C'est pourtant de coutume* », déplore un ancien cadre. Depuis la liquidation de l'enseigne, la holding Financière immobilière bordelaise (FIB) de [Michel Ohayon](#), qui avait repris l'enseigne à la barre du tribunal de commerce de Lille en août 2020, pour 1 euro, est aux abonnés absents. Le courrier que lui ont adressé, le 12 octobre, Olivier Dussopt, ministre du travail, et Roland Lescure, ministre délégué chargé de l'industrie, est resté sans réponse.

Après y avoir relevé combien la demande de mise en redressement judiciaire, à l'été 2022, a été tardive, les deux ministres ont demandé à l'homme d'affaires d'assumer sa « *responsabilité en tant qu'actionnaire* » et lui suggèrent « *une participation financière au PSE* » et « *des solutions de reclassement* ». Interrogé par *Le Monde* à ce sujet, le porte-parole de Hermione People & Brands (HPB), pôle qui rassemble les actifs de l'homme d'affaires dans le secteur de la distribution, dont Go Sport, Gap et La Grande Récré, n'a pas répondu à nos questions.

Quelques jours plus tard, le PSE a été validé par la direction générale du travail. S'ouvre maintenant une phase de procédures. La CGT, organisation syndicale minoritaire au sein de l'entreprise, va saisir le tribunal de commerce de Lille en référé, fin novembre, pour obtenir l'accès aux documents comptables. Fait rare : selon nos informations, les liquidateurs de Camaïeu demanderont au tribunal de faire droit à cette demande, censée apporter la lumière sur sa trésorerie et sa gestion.

L'heure est également aux procédures au siège de Go Sport, à Grenoble. Car, au sein de l'enseigne rachetée par la FIB pour 1 euro au groupe Rallye, fin 2021, la liquidation de Camaïeu a plongé dans l'angoisse les 1 850 salariés et leurs représentants. Lors d'une réunion

du CSE, le 18 octobre, les élus ont voté un droit d'alerte économique pour faire part de leurs inquiétudes quant à la santé financière de l'entreprise et, d'après nos informations, obtenir de se faire assister par un commissaire aux comptes.

Les chaînes françaises particulièrement touchées

Interrogé à ce sujet par *Le Monde*, HPB a réagi par communiqué, pour souligner combien « elle entend la démarche des représentants du personnel, quelques jours après la liquidation de Camaïeu », avant de menacer « d'entamer les démarches et poursuites visant toutes déclarations, allégations et propos diffamatoires ou infondés visant à déstabiliser le Groupe et-ou l'une de ses marques ».

C'est dire combien l'ambiance est tendue entre les directions d'enseigne et leurs salariés. De fait, en dépit du succès des magasins Zara ou Primark, l'ensemble du secteur est ébranlé. Mais les plus touchées semblent être les chaînes françaises, qui ont été les stars des années 1990. « La situation est compliquée chez toutes les enseignes », analyse Angélique Idali, élue CFDT et secrétaire du CSE de Naf Naf, une enseigne en cours de relance.

Chez Pimkie, à Villeneuve-d'Ascq (Nord), les 1 300 salariés s'attendent au pire. L'Association familiale Mulliez, actionnaire de l'enseigne fondée en 1971, [a annoncé, mercredi 26 octobre, la céder à un consortium de trois investisseurs](#) (le fabricant de jeans Lee Cooper, le repreneur des chaussettes Kindy et un fabricant turc, Ibisler Tekstil). Les salariés redoutent de nouvelles fermetures de magasins et un plan social, après la suppression de 208 postes en 2018. Depuis des années, Pimkie est dans le rouge.

Burton est aussi dans une situation délicate. Le 3 octobre, cette chaîne d'habillement pour hommes et femmes, fondée en 1987, a été placée en procédure de sauvegarde. Depuis début 2021, l'enseigne aux 130 magasins est aux mains de Thierry Le Guénic. L'ancien dirigeant de Vanessa Bruno est connu pour avoir repris des chaînes et des marques d'habillement en délicatesse, dont Orcanta, Lejaby et Chevignon. Sur ce dernier dossier, en 2019, M. Le Guénic s'était associé à Stéphane Collaert. Tout comme en 2020, lors de la reprise de San Marina, autre ancienne filiale du groupe Vivarte.

Baisse d'activité et hausse des coûts

Mais les deux hommes ne s'entendent plus. Au grand dam des salariés de San Marina, qui emploie 680 salariés. L'enseigne, qui compte 163 magasins, a été placée en redressement judiciaire le 22 septembre, trois mois après avoir annoncé un PSE. Stéphane Collaert a présenté, jeudi 27 octobre, un plan de restructuration plus intense. Deux cent dix postes sont désormais menacés, contre 152 initialement.

Ces distributeurs font pâle figure. Car, depuis quinze ans, ils se débattent dans la crise du marché de l'habillement. Leurs difficultés ont été accentuées par les fermetures provisoires de magasins en 2020 et 2021, lors des périodes de confinement destinées à combattre la pandémie de Covid-19, et par les loyers exigibles sur cette période. Depuis, ils sont confrontés aux nouvelles habitudes de consommation des Français. Certains s'habillent en seconde main, à moindres frais. D'autres se ruent sur les petits prix de Primark ou achètent à tout va en ligne sur Shein.

Et, autre effet du Covid-19, le télétravail met en péril l'activité des boutiques situées dans les quartiers de bureaux. Depuis l'été, l'inflation complique la donne. La flambée des prix oblige les ménages à faire une croix sur les dépenses d'habillement, tandis que le prix à la pompe les incline à moins se déplacer en automobile. La pénurie d'essence a aussi contraint les Français à renoncer au shopping au cours du mois d'octobre. « *Cet automne, la situation des boutiques dans les centres commerciaux est catastrophique* », rapporte M^{me} Idali.

D'après la Fédération pour l'urbanisme et le développement du commerce spécialisé (Procos), la chute de fréquentation des centres commerciaux et des centres-villes atteint 15 % par rapport à 2019. Dès lors, le quatrième trimestre de l'année inquiète les dirigeants d'enseignes d'habillement. D'autant que les coûts d'exploitation des points de vente grimpent. En octobre, Procos a tiré la sonnette d'alarme pour souligner « *l'effet ciseau* » de la baisse d'activité et de la hausse des coûts d'exploitation. D'après Emmanuel Le Roch, son délégué général, « *les motifs d'inquiétude et les risques n'ont sans doute jamais été aussi nombreux* ».

Juliette Garnier