

La liquidation de Camaïeu met en valeur la fragilité de tout le secteur textile

écouter (3min)



Camaïeu vend aujourd'hui ses stocks de vêtements aux enchères. Derrière la liquidation de cette enseigne, tout l'habillement se sent en sursis. Le décryptage de Fanny Guinochet.

Publié le 02/11/2022



Un rayonnage de tee-shirts dans une boutique. (PATRICK LEFEVRE / MAXPPP)

Qui sera le prochain ? C'est ce que disent les salariés des grandes enseignes de vêtements, après la fin de Camaïeu et le licenciement de plus de 2000 personnes. Il faut dire que la situation est compliquée pour de nombreuses marques. Pimkie, par exemple, est dans le rouge. La semaine dernière, l'enseigne a été cédée par la famille Mulliez à un consortium d'investisseurs.

Les 1300 salariés redoutent des fermetures de magasins avec, à la clef, des suppressions d'emploi.

Il y a aussi Burton, placée début octobre, en procédure de sauvegarde ou encore le chausseur San Marina mis en redressement judiciaire fin septembre. Ça commence à ressembler à une hécatombe. Or, cela fait des années que le marché de l'habillement souffre, mais les difficultés se sont accélérées avec le Covid. Les confinements et les fermetures provisoires des boutiques ont ralenti l'activité, surtout que les loyers ont continué à courir sur ces périodes. Le télétravail aussi, qui s'est développé avec la pandémie, fait baisser les ventes en boutiques, notamment dans les quartiers d'affaires ou les centres villes. Quant aux centres commerciaux, ces dernières semaines, la pénurie d'essence a freiné leur fréquentation et donc les achats de vêtements

Les Français ont changé leur mode de consommation

Autre élément, les Français ont changé leurs habitudes et se tournent de plus en plus vers le seconde main, l'occasion pour des raisons écologiques, mais aussi financières. Car l'inflation n'arrange rien : les ménages font des arbitrages dans les dépenses. Certes, on achète une doudoune pour le petit dernier pour passer l'hiver, mais on cède moins à l'achat coup de cœur, la veste ou la robe, en plus juste pour se faire plaisir. On passe aussi beaucoup plus par les ventes en ligne mais ça ne compense pas les achats en boutiques. Alors que pendant ce temps, les enseignes doivent encaisser la hausse des coûts des matières premières, de l'énergie, des emballages, du transport, etc.

Elles se retrouvent dans un effet "ciseau". Toutes espèrent retrouver un peu de souffle, avec le *Black Friday*, vendredi 4 novembre, de soldes fin novembre ou encore les fêtes de fin d'année, moments qui dopent normalement les achats.