

# Le Monde

## Les grandes chaînes de vêtements victimes des changements de comportement des clients

Camaïeu, Burton, San Marina... de nombreux magasins d'habillement sont contraints de mettre la clé sous la porte, en raison d'un changement de consommation des Français, davantage attirés par les achats sur Internet.

Publié le 07 avril 2023

Six mois après la mort subite de Camaïeu, dont les 511 magasins ont fermé leurs portes le 1<sup>er</sup> octobre, le commerce de l'habillement s'enfonce dans la crise. Aux 2 100 licenciés de l'enseigne féminine se sont ajoutées les 680 suppressions d'emplois chez San Marina. Le tribunal de commerce de Marseille a prononcé la liquidation de l'enseigne de chaussures le 20 février. Cinq jours plus tard, Burton, une chaîne d'habillement pour hommes et femmes, a fermé près d'un quart de ses 109 magasins exploités en France, sans attendre sa sortie d'une procédure de sauvegarde, tandis que Pimkie s'appête à supprimer 64 magasins d'ici à 2027. Les 2 160 salariés de Go Sport sont aussi dans l'attente.

Placée en redressement judiciaire, en janvier, par le tribunal de commerce de Grenoble, l'enseigne a été fondée en 1978 par deux frères, Léon et Lucien Odier. Aujourd'hui, tout comme Decathlon, elle nous habille de sweat-shirts et de survêtements autant qu'elle équipe les sportifs. Go Sport est dans une situation ubuesque, dix-huit mois après son rachat par la Financière immobilière bordelaise, la holding de l'homme d'affaires Michel Ohayon. Ce dernier l'avait reprise pour 1 euro à Rallye, groupe détenu par Jean-Charles Naouri. La justice doit se prononcer le 18 avril sur l'adoption d'un plan de continuation ou celle d'un plan de reprise.

Les 320 salariés de l'enseigne Kookaï sont aussi dans l'angoisse. Cette figure du pull chaussette des années 1990 a été placée en redressement judiciaire, le 1<sup>er</sup> février. Ses employés redoutent la fermeture de magasins, cinq ans après son rachat par l'australien Maggi à Vivarte. André fait aussi figure de victime de ce groupe démantelé en 2020. L'enseigne de chaussures est en redressement judiciaire, pour la deuxième fois depuis trois ans.

Malgré la reprise de 55 de ses 180 magasins, son PDG, François Feijoo, n'est pas parvenu à relancer l'enseigne fondatrice du groupe André, créé par la famille Descours, devenu Vivarte sous la houlette de fonds d'investissement dans les années 2000 qui l'ont criblé de dettes. Rien n'y a fait. L'enseigne fondée en 1919 à Paris ne peut plus rivaliser avec les ténors de la

basket, dont JD Sport ou Courir, et de la vente en ligne d'escarpins, chez Zalando ou Sarenza. Car les règles du jeu ont changé.

## Les goûts ont changé

Les Français ont profondément modifié leurs habitudes d'achat d'habillement. Adeptes des soldes et des promotions, convertis aux petits prix, d'abord dans les rayons des hypermarchés, puis dans les grandes surfaces comme Kiabi, en périphérie des villes, ou H&M et Zara, en centre-ville, ils continuent de comprimer leur budget consacré au renouvellement de leur garde-robe : l'achat d'habillement ne représente que 3,2 % de leurs dépenses annuelles. C'est 1 point de moins que la moyenne dans l'Union européenne.

Leurs goûts ne sont plus ceux d'antan. Ils délaissent les modèles en cuir qui ont fait la fortune d'André, Eram et San Marina. Ils se chaussent de baskets chez Foot Locker, Courir et Decathlon. En dix ans, les ventes de chaussures de sport ont été multipliées par deux : 72 millions de paires se vendent par an.

Et pour s'offrir ces modèles Nike ou Adidas vendus souvent à plus de 100 euros, les plus jeunes consommatrices, les enfants des clientes de H&M et Zara, réduisent leur budget habillement. Quitte à se fournir en ligne sur des sites réputés pour leurs petits prix. Un jour, c'est Shein. Un autre, c'est Vinted. Mais de plus en plus rarement chez Kookaï ou Pimkie qui ont habillé leur mère. Le premier leur procure des vêtements made in China au style affirmé pour moins de 10 euros. Le second leur expédie des fripes ou des articles neufs qui jamais n'ont été portés. Un smartphone suffit alors pour faire du shopping. Surtout après avoir été influencé par un post sur Instagram ou Tik Tok.

Le Net, qui rafle 18 % des ventes de mode, démultiplie ainsi l'accès à des collections de vêtements. Sans toutefois relancer les ventes en valeur. Évalué à 26,2 milliards d'euros en 2022, le marché français a enregistré une baisse de chiffre d'affaires de l'ordre de 30 % entre 2006 et 2020. Plus aucun distributeur d'habillement ne peut ignorer cette donne. La fréquentation des magasins s'effrite.

## Achat en ligne

En centre commercial, la chute du trafic est de l'ordre de 30 % depuis 2016. Et la crise due au Covid-19 qui a débouché sur la fermeture administrative de ces commerces d'habillement jugés non essentiels en 2020 et 2021, plusieurs mois, a achevé de convertir les consommateurs à l'achat en ligne et aux produits d'occasion. Sans pour autant inciter les gestionnaires de centres commerciaux à revoir loyers et charges et retenir leurs locataires, désormais sonnés.

L'érosion de l'activité est telle qu'elle fragilise les comptes d'exploitation des magasins. Chaque enseigne doit désormais passer en revue chacun de ses points de vente, un à un, et décider ou non de son maintien. Y compris les plus grands. Inditex, maison mère de Zara, arbitre entre ses emplacements. Le groupe espagnol, dont les ventes en ligne ont bondi de 17,5 % en 2022, ferme des points de vente pour en ouvrir de plus grands et y gérer livraisons et retours des commandes en ligne. C & A et H&M ont, eux, renoncé à de grandes adresses parisiennes : le premier a quitté le boulevard Haussmann, début février, le second sera bientôt remplacé par Adidas, sur les Champs-Élysées.

Ces choix douloureux mettent un terme à des années d'expansion à tout-va, en centre-ville, en centre commercial ou en zones commerciales construites en périphéries de villes. Le nombre de boutiques de vêtements a baissé de 5 % en France, sur les cinq dernières années. Au grand dam des élus locaux confrontés désormais à des risques de friche commerciale au cœur même de leurs agglomérations. Il reste aux propriétaires de locaux vacants à trouver un remplaçant.

[Juliette Garnier](#)