

Mode : la crise du prêt-à-porter risque de faire de nouvelles victimes

Dans un secteur fragilisé, peu d'acteurs conservent la tête hors de l'eau devant l'étendue des investissements à mener dans un contexte économique tendu.



Sortis exsangues de la crise sanitaire, certains grands noms de la mode grand public française se retrouvent aujourd'hui en très fâcheuse posture. (Lafargue Raphael/Abaca via Reuters)

Par [Virginie Jacobberger-Lavoué](#)

Publié le 28 sept. 2022

C'est dans les moments de crise que les affaires se décantent. Sortis exsangues de la crise sanitaire, certains grands noms de la mode grand public française se retrouvent aujourd'hui en très fâcheuse posture. A commencer par [Camaïeu, en situation critique.](#)

Mercredi, le tribunal de commerce de Lille doit trancher sur le sort de la marque nordiste et examiner le plan de continuation proposé par son propriétaire, [une filiale de la Financière Immobilière Bordelaise](#) (FIB) qui exploite en France Gap ou Go Sport. Les dettes de Camaïeu dépassent 240 millions d'euros. Le plan de relance du propriétaire actuel prévoit la fermeture de 208 magasins et plus de 600 emplois seraient menacés, sur les 2.600 du groupe.

Les loyers Covid

Camaïeu n'est pas le seul groupe à broyer du noir. Six mois après un plan social, [les chaussures San Marina ont demandé, il y a une semaine, leur placement judiciaire](#). Après les soldes infructueux de juillet, la rentrée est plus que morose dans les magasins. « La confiance des consommateurs est faible, et les inquiétudes sont fortes. On peut se demander qui passera l'hiver », souligne le représentant d'une enseigne de vêtements accessibles. Son groupe a bien tenté de relever légèrement ses prix à la rentrée, « *mais dès la mi-septembre, nous avons décidé de revenir à une proposition d'offre plus attractive. Nous avons très peu d'élasticité de nos prix...* », constate-t-il.

La décision, en juin, de la Cour de cassation qui a débouté les commerçants fermés par les autorités pendant les confinements qui voulaient ne pas payer les loyers, a mis le feu dans les directions. Les finances de certains sont sous forte pression. « Les commerçants se retrouvent à devoir payer leurs loyers, même s'ils ont été fermés et n'ont réalisé aucun chiffre d'affaires. Cela met beaucoup d'enseignes en grande difficulté », estime Yohann Petiot, directeur général d'Alliance du Commerce.

Mais à vrai dire, les difficultés de certains ne datent pas du Covid et dépassent largement la question des impayés de loyers. Dans un secteur en pleine transformation, peu d'acteurs positionnés sur les premiers prix ou de moyenne gamme parviennent à tenir la tête hors de l'eau. Les temps sont durs, [même pour l'américain Gap...](#)

Cruciaux investissements

« Le prix du transport reste pour nous trois ou quatre fois plus élevé qu'en 2019, notre facture d'électricité va tripler l'an prochain, nos loyers vont augmenter de 5 %, les salaires de 8 %... », énumère sur Radio Classique Laurent Milchior, le cogérant d'Etam, la marque de lingerie. Nous sommes une marque familiale, on voit à plus long terme et on peut continuer à investir dans la transformation digitale, dans le style, les magasins. D'autres sont passés par des LBO, ont des dettes énormes à rembourser et désinvestissent dans les collections, le marketing, les boutiques... A un moment, cela ne tient plus la route. La capacité à investir est clé. »

« Sans stratégie ambitieuse sur la vente en ligne, on ne peut pas tenir face aux géants de la mode », abonde un consultant en stratégie. Avec des clients qui achètent désormais les vêtements de leurs enfants sur l'oreiller depuis leur smartphone, il faut être au point sur la vente en ligne, sur l'articulation entre l'e-commerce et le magasin, sans parler de la concurrence XXL des géants du métier - Zara, H & M, [le trublion chinois Shein](#) -, qui ont en plus (et entre autres) les moyens d'accumuler les collections et de collaborer avec des stars...