



LE «MADE IN FRANCE» N'A QUE L'ESPOIR AUQUEL S'ACCROCHER

Déjà fragilisée par un repli de la consommation depuis l'an dernier, la confection française se retrouve dans la tourmente à cause de l'épidémie de coronavirus.

La confection française est prise de sueurs froides. La propagation du coronavirus enfievre les marchés boursiers, grippe l'économie et contamine le tissu industriel textile national. Sylvie Chailloux, la présidente du Groupement de la fabrication française (Gff), juge la situation «*inédite*» par sa «*fulgurance*». La crise sanitaire en Chine a d'abord mis le feu aux poudres, avec de promptes conséquences en Europe et dans l'Hexagone : chute de la consommation, annulations de commandes, problèmes naissants d'approvisionnement, retards de livraison des collections en prove-

La confection française est en train de perdre toutes ses couleurs. Lors des deux premiers mois de l'année 2020, le chiffre d'affaires du secteur de la mode française avait reculé de 5%, hors ventes à distance. Et c'était avant les mesures de confinement.



nance d'Asie et de matières premières avec l'Italie, et autres reports de manifestations professionnelles. Le Salon *Made in France*, tremplin de croissance pour la confection locale programmé début avril, a ainsi été reporté aux 1^{er} et 2 septembre prochains.

Réaction en chaîne

Pour la spécialiste, la filière industrielle fait face à un événement «*sans précédent*». Si certains acteurs n'hésitent pas à comparer le coup de frein avec celui ressenti lors de la crise des subprimes de 2008, ils soulignent une différence : «*l'imédiateté de la réaction en chaîne*».

Le premier symptôme est d'abord apparu dans l'Hexagone sur le plan de la (dé)consommation. L'Union française des industries mode & habillement (Ufimh) évoque un début d'année «*en net repli*». Selon les données transmises par l'Ifm (Institut français de la mode), les



Il est impossible de faire des prévisions.

Évaluer l'impact négatif du covid-19 sur la croissance des industriels est évidemment prématuré. Certains acteurs s'accordent toutefois à penser que le coût économique pour le secteur dépendra en grande partie de la durée des mesures de confinement.

Blanc des Vosges/
Jean-Christophe Verhaegen

Les donneurs d'ordres se défilent.

Le sous-traitant du luxe Txm a vu les donneurs d'ordres annuler des commandes en février, dès l'annonce de la fermeture des boutiques en Chine et du gel de l'arrivée des touristes asiatiques en France.

François Turgis



2019. Chahutée par plusieurs crises intérieures (grèves, mouvement des «gilets jaunes», etc.), l'année 2019 avait terminé sa course sur un recul de 1,2% par rapport à 2018. Et la fermeture des magasins annoncée mi-mars va bien sûr stopper net leurs ventes dans les semaines à venir.

Chez Txm, on confirme que «les premières annulations de commandes se sont fait sentir en février, dès l'annonce de la fermeture des boutiques en Chine et du gel de l'arrivée des touristes asiatiques en France». Début mars, avant même le

confinement décidé en France, les dirigeants de ce sous-traitant du luxe estimaient déjà qu'un quart des commandes était parti en fumée. Faisant contre mau-

Suite page 16 . . .

Reviements

Fragilisées, les marques s'inquiètent de l'état de santé fébrile de la consommation nationale. La pente décroissante, sur laquelle labels et enseignes se sont retrouvés depuis quelques mois, a été extrêmement glissante depuis l'irruption du coronavirus.

Le deuxième signe inquiétant concerne les annulations de commandes de la part de certaines maisons de luxe auprès des façonniers français. «Dès février, des signaux de désengagement sur les plannings de fabrication ont commencé à clignoter en raison de la déconsommation asiatique. Ces revirements rapides pèsent vite lourd sur les entreprises», explique Laurent Vandendor, le délégué général du réseau *Mode Grand Ouest*.

Laurent Vandendor, le délégué général de Mode Grand Ouest. « Le début d'année était florissant pour les entreprises, avec des annonces de réserve de calendrier de planning quasiment plein jusqu'aux congés d'été. Le climat était tendu pour la bonne cause.»

deux premiers mois de l'année 2020 enregistrent une baisse du chiffre d'affaires du secteur de la mode de 5%, hors ventes à distance. Les achats non effectués dans les boutiques physiques ne se sont pas pour autant reportés sur le commerce en ligne : les ventes de ce circuit ont elles aussi reculé en janvier (-1,8%). Ce trou d'air généralisé fait suite à une fin d'année dernière déjà morose. Les ventes avaient plongé de 4,2% en décembre





VALDECO
CONFECTION SUR MESURE

www.valdeco.fr

**LA MAISON VALDECO
EST EXPERTE DANS
LA CONFECTION FRANÇAISE
DE TISSUS D'AMEUBLEMENT DE LUXE
DEPUIS 1996**

VALDECO est le seul atelier de Haute-Loire dont les confections :
rideaux, coussins, chemins de lit, cache-sommiers, stores bateaux, banquettes ..
sont exclusivement cousus en
FRANCE



04 71 77 30 30
Contact : fabrice@valdeco.fr

VALDECO - Z.A. Le Marcet - 43100 PAULHAGUET

Nos clients sont exclusivement des professionnels de la décoration : tapissiers, décorateurs, architectes d'intérieur, designer, et agenceurs.



La chaîne d'approvisionnement est touchée. De nombreux confectionneurs français sont dépendants de pays étrangers pour leurs approvisionnements, d'Italie pour les matières ou de Chine pour la teinture.

●●●

vaise fortune bon cœur, les donneurs d'ordres se montraient enclins à chercher des solutions acceptables pour leurs fournisseurs. Certains industriels ont reçu des propositions d'indemnisations et/ou de commandes spécifiques pour d'autres types de produits afin de limiter la casse. A la même date, les craintes se portaient plutôt sur les commandes à venir, celles qui arrivent généralement au mois d'avril. La dirigeante de *Txm* entrevoyait déjà des «volumes à la baisse», sur la base des rendez-vous annulés avec les maisons pour limiter les déplacements et les risques de contamination.

Troisième pronostic décourageant : la chaîne d'approvisionnement est touchée. Toujours début mars, Patrick Hervier

évoquait déjà des soucis de fourniture de matières premières en provenance d'Italie. «Un de mes clients, dont 80% des tissus sont expédiés via cette frontière voisine, ne les a pas reçus.» Si les sites industriels transalpins fonctionnaient, à l'exception des usines dont le personnel était touché par le covid-19, ils ne pouvaient pas assurer les envois. Le dirigeant d'*Hervier Productions*

expliquait qu'un de ses nouveaux fournisseurs, spécialiste des vignettes autocollantes à apposer au pistolet sur les vêtements avant l'emballage, n'avait pas l'autorisation d'expédier. Et il redoutait une deuxième vague de rétention qui pourrait toucher cette fois le fil.

L'*Ufimh* rappelle, de son côté, que les composants pour la teinture proviennent quasi exclusivement de Chine. Chez *Macos*, fabricant en lingerie-corséterie, balnéaire et maille haut de gamme, le principal souci reste bel et bien la maîtrise des

approvisionnements. «Dans le balnéaire, beaucoup de matières premières partent d'Italie», rappelle Philippe Hache. Début mars, le Pdg de cette société implantée dans la Sarthe notait des retards de livraison et n'entendait pas «attendre que le problème du ralentissement d'activité se pose pour réagir». Il envisageait déjà de constituer un dossier de demande de chômage technique. Toujours en matière d'approvisionnements, certains professionnels sont parvenus à anticiper. C'est le cas de la *Manufacture de Layette et Tricots* qui a choisi de passer, début mars,

une commande de quatre mois de stock de fils acrylique auprès d'un fournisseur de Roumanie, «soit neuf tonnes au total», confie Karine Renouil-Tiberghien, la codirigeante. Pallier toute rupture et assurer la production de sa maille reste «l'objectif premier».

Exportations

Dans ce contexte fébrile, l'*Ufimh* rappelle malgré tout que les exportations ont fini l'année 2019 en hausse de 10% environ, «ce qui a permis aux marques de compenser la déconsommation natio-

nale.» La confection «Made in France» a enregistré quant à elle de belles croissances ces dernières années. «Depuis six à neuf mois, la demande est phénoménale», assurait, début mars, Karine Renouil-Tiberghien qui dispose d'un large portefeuille de clientèle, de la grande distribution au luxe (20% de ses ventes) en passant par des marques françaises moyen-haut de gamme. La codirigeante de la *Manufacture de Layette et Tricots* a touché de nouveaux clients ces derniers temps et évoquait un «très bon» début d'année, avec une progression de 30% depuis le mois d'octobre jusqu'à fin février. Pour elle, la crise du coronavirus n'intervenait pas au «pire» moment pour le «Made in France». «Il y a un an, les choses auraient été totalement différentes car nous venions de racheter la société Jean Ruiz et n'avions pas encore rencontré tous les labels français avec lesquels nous travaillons aujourd'hui». Des propos optimistes qui avaient cependant été tenus avant les mesures de confinement...

La production peut fonctionner, mais pas les envois.

Avant que l'activité ne se fasse rattraper, «le début d'année était florissant pour les entreprises, avec des annonces de réserve de calendrier de planning quasiment plein jusqu'aux congés d'été. Le climat était tendu pour la bonne cause», évoquait aussi Laurent Vandendor (*Mode Grand Ouest*). «Les trésoreries sont saines», confirmait Patrick Hervier, le dirigeant d'*Hervier Productions* et président du nouveau syndicat *Mode Cvl* (lire page suivante). Pour lui, interviewé début mars, «cela devrait permettre de tenir le coup, au moins pendant les deux mois difficiles qui se profilent». Deux mois, ou plus ?

Ces revirements de conjoncture restent évidemment «éprouvants» pour les chefs d'entreprise, lâche Sylvie Chailloux (*Gff*). Evaluer l'impact négatif de la pandémie sur la croissance des industriels est

Cette crise est aussi une opportunité pour repenser sa production.

Constituer des stocks de réserve.

Début mars, la *Manufacture de Layette et Tricots* a choisi de passer une commande de quatre mois de stock de fils acrylique auprès d'un fournisseur de Roumanie, afin d'assurer sa production et de pallier toute rupture.



évidemment prématuré. Certains acteurs s'accordent toutefois à penser que le coût économique pour le secteur dépendra en grande partie de la durée des mesures de confinement.

En attendant, la confection française se prépare, s'organise et semble décidée à résister. Plus que jamais, la devise «*mieux vaut prévenir que guérir*» s'applique. «*En 2008, nous avons surréagi par des vagues de licenciements*», se souvient Sylvie Chailloux. «*Aujourd'hui, nous ferons tout ce qui est en notre pouvoir pour garder notre personnel formé. Nos efforts déployés depuis cinq ans en matière de recrutement et de formation ne voleront pas en éclats. Plutôt que des allègements de charges, nous miserons sur les actions mises en place par le gouvernement.*»

Transformation

Selon Laurent Vandendor (Mode Grand Ouest), «*de nombreuses entreprises ont réalisé des projets d'investissements conséquents de modernisation et de transformation ces dernières années pour accroître productivité et technicité. Certaines se sont endettées, afin d'offrir un niveau d'excellence et des réponses rapides au secteur auquel cette sous-traitance est principalement dédiée, à savoir le luxe. Ce revirement conjoncturel peut les fragiliser.*»

Dans son panier d'aides, Bercy propose certes «*une garantie de lignes de trésorerie bancaire nécessaires aux entreprises en mobilisant Bpifrance*». Figure aussi le dispositif de chômage partiel simplifié et renforcé pour le maintien de l'emploi dans les entreprises. Cette solution était



Sylvie Chailloux, la présidente du Groupement de la fabrication française (Gff). «*Nous ferons tout ce qui est en notre pouvoir pour garder notre personnel formé. Nos efforts déployés depuis cinq ans en matière de recrutement et de formation ne voleront pas en éclats.*»

déjà envisagée début mars par plusieurs sociétés industrielles. Le confinement aujourd'hui d'actualité ne peut évidemment qu'augmenter le nombre de candidats au dispositif.

Si la filière a hâte de voir le virus disparaître, elle espère également que les pro-

blématiques de production et d'approvisionnement qu'il a déclenché permettront de repenser les stratégies de sourcing des marques. Laurent Vandendor caresse l'espoir d'un «*nouveau regard sur la production française dans cette période qui appelle à la proximité, à la Rse, au bon*

sens de façon très générale. Certaines activités pourraient être "refléchées" dans l'Hexagone.» «*C'est souvent en période de crise que l'on trouve les meilleures solutions et de nouvelles directions*», rappelle Patrick Hervier, philosophe.

MARIE-EMMANUELLE FRON ●

L'habillement du Centre-Val de Loire se donne un syndicat

LE berceau de la chemise retrousses ses manches. Fort de son riche passé dans le secteur de l'habillement, illustré notamment par la Musée de la chemiserie et de l'élégance masculine d'Argenton-sur-Creuse, le département de l'Indre prend le sujet du «*Made in France*» à bras-le-corps. Le Centre habillement de Châteauroux a ainsi fermé ses portes et laissé la place à une nouvelle entité, Mode Cvl, le syndicat des employeurs en confection, cuir et accessoires de la région Centre-Val de Loire.

Adossé au Medef de l'Indre, le regroupement devait faire son grand baptême professionnel au Salon (annulé) *Made in France* début avril. Partie remise, donc, pour Patrick Hervier, son président, qui est également le directeur et représentant de la troisième génération de la société Hervier Productions. Spécialisée dans la sous-traitance pour l'habillement et le prêt-à-porter, cette

entreprise de Châtillon-sur-Indre confectionne des vestes, manteaux, robes, ainsi que des pantalons et des jupes. Coiffé de sa double casquette, le dirigeant ouvre les portes de Mode Cvl aux fabricants de toute la filière. «*Nous sommes partis du postulat que, dans notre région, d'autres métiers de l'habillement gravitent autour de celui de l'aiguille et du fil à coudre. Il nous semble important de les intégrer afin d'élargir le réseau à l'ensemble de la mode.*» Suite aux rapprochements effectués auprès des secteurs du cuir et de la maroquine-

rie, plusieurs actions communes ont été engagées autour des sujets de la promotion, de la formation ou encore du recrutement et de l'emploi.

Recrutement

Aujourd'hui, Mode Cvl rassemble une douzaine d'inscrits sur une cinquantaine d'adhérents potentiels issus des secteurs de l'habillement, de la maroquinerie, des accessoires textile ou encore de la logistique mode. «*Nous sommes encore en phase de recrutement*

et le réseau devrait prendre de l'ampleur peu à peu.» Patrick Hervier est convaincu de la force de l'union. «*Dans les années 80, le secteur de l'habillement pesait lourd dans la région. C'était le plus gros employeur du département de l'Indre avec 60 entreprises spécialisées dans la confection et la maroquinerie.*» Parmi les institutions du secteur toujours en place, l'entreprise Balsan fournit l'armée française depuis 1850. L'inventeur du drap Bleu Horizon reste une référence pour la confection des grands uni-

formes des corps d'Etat (Saint-Cyr, Polytechnique, Garde Républicaine...). Ce spécialiste des vêtements identitaires (vêtements corporate, tenues de protection individuelle normées, uniformes) dispose actuellement de quatre ateliers de fabrication qui s'ajoutent aux usines partenaires de sa maison-mère, le groupe Marck. Dans le secteur de la maroquinerie, le groupe Rioland, dédié aux produits haut de gamme et luxe, compte, lui, six sites de production dans l'Indre.

M-E-F ●

La promotion, la formation et l'emploi seront ses principaux sujets.



Patrick Hervier, le président du syndicat Mode Cvl. «*Dans notre région, d'autres métiers de l'habillement gravitent autour de celui de l'aiguille et du fil à coudre. Il nous semble important de les intégrer afin d'élargir le réseau à l'ensemble de la mode.*»