



ÉCONOMIE & ENTREPRISE

En grande difficulté, la lingerie française tente de survivre

Le tribunal de commerce de Rennes devait désigner, mercredi 29 juin, le repreneur de l'entreprise Eveden Huit, placée en redressement

L'entreprise rennaise de lingerie et de maillots de bain Eveden Huit réussira-t-elle à sortir de ses difficultés ? Il est trop tôt pour le dire, mais le tribunal de commerce de Rennes devait choisir dans la journée du mercredi 29 juin parmi les trois offres déposées pour relancer cette filiale du groupe japonais Wacoal.

Malgré une belle notoriété, Eveden Huit est confrontée, comme de nombreuses autres entreprises du secteur de la lingerie, à des difficultés financières et elle a été placée en redressement judiciaire début avril. Selon Patrick Bordes-soule, qui dirige depuis fin janvier cette entreprise de 80 salariés, Eveden Huit perdait « entre 2 et 3 millions d'euros par an depuis cinq ans » et ses ventes déclinent. Elles ont fondu, de 7 millions d'euros en 2014 à 6,2 millions en 2015 et ne devraient guère dépasser 5,5 millions en 2016. Cette fois-ci, la maison mère japonaise n'a pas voulu suivre et a cherché

un repreneur pour cette usine qui regroupe à Rennes le bureau d'études, l'atelier de prototypage et la logistique. La production est déjà délocalisée en Tunisie depuis une dizaine d'années.

Le secteur de la lingerie avait été traumatisé par l'affaire Lejaby, devenue en janvier 2012 le symbole de la fin du « made in France » au moment où 250 petites mains avaient perdu leur emploi. Seule Maison Lejaby avait été reprise et son PDG, Alain Prost, avait réussi à faire venir dans le capital le fonds Impala, à hauteur de 10 millions d'euros. Le choix de focaliser l'internationalisation sur la Russie et l'effondrement de ce marché l'ont contraint à se séparer en 2015 du tiers des effectifs et à passer la main à Jean d'Arthuys.

Les fragilités du secteur ne sont plus à démontrer. La SCOP montée par d'anciennes salariées de Lejaby, Les Atelières, à Villeurbanne a fait long feu. Autre coup dur pour une lingerie qui est de moins en moins fabriquée dans

l'Hexagone : Chantelle veut céder le plus important de ses deux derniers sites de production à Lanester (Morbihan). L'autre site, à Epernay, sera conservé puisqu'il abrite des ateliers de prototypage. Au siège de ce groupe familial qui chapeaute aussi les marques Passionata, Orcanta, Darjeeling ou Chantal Thomass, on assure que l'usine morbihanaise grevait les comptes à hauteur de 3,8 millions d'euros.

Délocalisations

Chantelle a commencé à délocaliser dès 1981 en Tunisie puis au Maroc, en Hongrie, en Roumanie, en Thaïlande et au Vietnam dans ses propres sites. Si bien que Lanester, avec ses 112 salariées, ne représente plus que 2 % de la production mondiale. Face à une concurrence accrue des offres à petits prix (Intimissimi, Calzedonia, Etam...), le groupe a accusé en 2015 un recul de ses ventes (à 384 millions d'euros) et publié pour la première fois un léger déficit.



Le sous-traitant Grandis, qui confectionne les collections de quatre grands groupes de luxe français, envisage de reprendre le site de Lanester. « *Je suis en réflexion* », se borne à dire son PDG, Daniel Juvin.

Si l'optimisme n'est pas la règle, certains signaux sont encourageants. Comme l'ouverture de la première boutique parisienne de Simone Pérèle, une PME encore entièrement familiale. Mathieu Grodner, petit-fils de la fondatrice

« C'est un marché très dur, la concurrence est extrême et les prix justifiés par une très forte technicité »

JOËLLE PELLEGRIN
ex-patronne de La Perla

et directeur général, concentre ses investissements sur la France, les Etats-Unis et l'Allemagne. Avec un chiffre d'affaires 2015 de 85 millions d'euros, dont 75 % réalisés à l'export, il ne vise guère mieux cette année.

Dans ce secteur difficile, le fonds Perceva est, avec Impala, l'un des rares à investir. Franck Kelif, l'un des associés de Perceva, assure que VFB Europe (Vanity Fair, Lou, Best Form et Variance) a bénéficié d'une recapitalisation et d'une reconstitution de fonds propres à hauteur de 30 millions d'euros. Joëlle Pellegrin, ancienne patronne de La Perla qui dirige désormais VFB Europe, espère augmenter ses ventes de 70 millions d'euros aujourd'hui à 85 millions dans cinq ans. Quitte à créer des usines consacrées pour raccourcir les délais de réassorts, se renforcer dans le commerce en ligne et garder une distribution très segmentée entre les grandes surfaces et les boutiques sélectives. « *C'est un marché très dur, la*

concurrence est extrême et les prix justifiés par une très forte technicité. Il faut donc renforcer le style et proposer des circuits courts », affirme M^{me} Pellegrin. Elle vise un retour aux bénéfices dès cette année.

Dominique Seau, PDG d'Eminence et président de la fédération de la lingerie et de la maille, se console en assurant que la baisse des ventes entre janvier et avril 2016 s'est contenue à -1,3 %, par rapport aux quatre mêmes mois de 2015. C'est un peu mieux que tous les segments de l'habillement (-1,6 %). « *Le marché de la lingerie en France est évalué à 222 millions d'euros dont plus de 46 % sont réalisés à l'international* », assure-t-il. Il ne cache pas que les professionnels restent très « *attentistes* » pour le second semestre, d'autant plus que « *l'on constate un ralentissement de la demande au Moyen-Orient, en Russie et en Asie, ainsi qu'en France et en Italie* ». ■

NICOLE VULSER