



## Soldes d'hiver dans le prêt-à-porter : « A cause d'Internet, nous, les détaillants indépendants, on est foutus »

Par [Juliette Garnier](#) (envoyée spéciale à Rochefort (Charente-Maritime) et Niort (Deux-Sèvres))  
Publié le 8 janvier 2025

**Reportage : La disparition des magasins indépendants d'habillement contribue à la paupérisation des centres-villes et complique l'activité des fabricants.**

« Depuis ce matin, pas une seule fois je n'ai ouvert ma caisse. » Calée dans un fauteuil, au fond de sa boutique de mode située rue Pierre-Loti, à Rochefort, Dominique Nizan s'inquiète du « calme plat » qui a précédé la période des fêtes puis celle des soldes – ils commencent ce mercredi 8 janvier. La ville de Charente-Maritime est passée en mode festif le 30 novembre 2024, lors de l'inauguration d'une patinoire couverte de 1 000 mètres carrés « la seule du département », rappelle Pascale Stransky, déléguée générale de l'association des commerçants, Cœur de ville. Depuis, des haut-parleurs ont diffusé des mélodies guillerettes, dont l'entêtante chanson issue des *Demoiselles de Rochefort*.

Mais, rien n'a remonté le moral de M<sup>me</sup> Nizan. « A cause d'Internet, nous, les détaillants indépendants, je crois qu'on est foutus », explique-t-elle. Cette ancienne cogérante d'un Intermarché exploite trois boutiques dans Rochefort depuis près de dix ans : Nénuphar est consacrée au haut de gamme, grâce aux marques Liu Jo, IKKS, Esthème, Des Petits Hauts et Gant ; rue Cochon-Duvivier, une autre, diffuse du Morgan et des robes « à 79 euros max » ; et, depuis 2022, dans la même rue, une troisième est dévolue à la seconde main, en dépôt-vente.

Chacune couvre un segment du marché. M<sup>me</sup> Nizan voit pourtant son activité « *prendre la mauvaise pente* ».

Car sa clientèle de Rochefortaises et de curistes de passage dans cette ville connue pour ses thermes vieillit, réduit ses dépenses et change d'habitudes. « *Il y a celles qui, en entrant, répètent : "Il faut que je sois raisonnable, il faut que je sois raisonnable !..."* Toute la journée, j'entends ça. Et puis, il y a celles qui sont là "juste pour essayer", tirent leur portable de leur poche et regardent comment acheter moins cher ce qu'elles viennent d'essayer dans ma cabine, en commandant sur le site de mon fournisseur. Elles prennent ma boutique pour un showroom. Comment vais-je tenir jusqu'à ma retraite ? », s'inquiète cette quinquagénaire.

### Centre-ville défiguré

Rochefort a été épargnée par la salve de fermetures de magasins d'habillement, assure M<sup>me</sup> Stransky. Mais, dans le département voisin des Deux-Sèvres, à l'évidence, le centre-ville de Niort en a été défiguré. Depuis la liquidation judiciaire de Camaïeu, fin 2022, d'autres chaînes ont tiré le rideau. Les locaux qu'occupaient San Marina, enseigne liquidée en février 2023, Pimkie et Naf-Naf sont toujours vides. Et, rue du Rabot et rue Sainte-Marthe, les détaillants indépendants « *résistent, grâce à une clientèle de 40 à 80 ans* », ou « *ferment, aussi* », regrette une commerçante. Un magasin a été « *remplacé par une boutique de vapoteuses* ». « *J'ai fermé ma mercerie en 2018, faute de fréquentation* », déplore aussi Séverine Pommier, devenue salariée d'une boutique de chaussures niortaise, J. M. Coutin, ouverte en 1865.



Dans le centre historique de Rochefort (Charente-Maritime), quelques jours avant les soldes, le 3 janvier 2025. AUGUSTIN LE GALL POUR « LE MONDE »

Le phénomène touche aussi de plus grosses agglomérations. A Marseille, « *sans regret* », en 2021, Véronique Bianchi a fermé Renhel, le magasin pour hommes ouvert par ses parents, René et Hélène, avenue de la Corse, dans les années 1960. Par choix, elle a loué au gérant d'une

laverie et non à un « *commerce de prêt-à-porter* », parce que « *la mode, aujourd'hui, c'est trop compliqué* ».

« *Entre 2014 et 2021, 18 % des boutiques indépendantes ont fermé en France, d'après l'Insee* », rapporte Pierre Talamon, président de la Fédération nationale de l'habillement, qui représente les commerces de mode indépendants dans l'Hexagone. En 2023, alors que les volumes de ventes de vêtements y dévissaient de 4 %, 1 000 d'entre eux ont disparu, estime ce dernier, « *faute de repreneurs ou à la suite de liquidations* ». En France, leur part de marché est tombée à 7 % environ. « *En 1996, elle était de 25 %* », observe Gildas Minvielle, directeur de l'observatoire économique de l'Institut français de la mode.

La contraction est analogue à celle du marché de la chaussure ; en vingt ans, les chausseurs sont passés de 19,2 % (en 2003) à 11,6 % de part de marché, d'après la Fédération française de la chaussure. Désormais, le Net rafle 23 % des ventes de chaussures et d'habillement. « *C'est un tsunami* », image Pierre Talamon.

### « **Marginalisés** »

La chute a débuté dans les années 1990, période d'expansion à tout-va des chaînes de type Celio, Camaïeu, Promod, Etam et autres Naf-Naf. Puis les détaillants indépendants ont essuyé l'arrivée des grandes surfaces de type H&M, Zara et autres Primark dans les centres-villes. A partir de 2000, ce fut au tour des sites Internet de contribuer à cette agonie. Enfin, dans une moindre mesure, depuis l'envolée de Vinted, lancé en 2013 dans l'Hexagone, la seconde main les fait souffrir ; désormais, 12 % des ventes d'habillement en relèvent.

La conjoncture gonfle cette vague. Car, confrontés à l'inflation, les Français réduisent leurs dépenses. En 2024, le marché de l'habillement était en recul de près de 8 % par rapport à 2019, selon les chiffres de l'IFM. Et les prévisions pour 2025 ne laissent que peu d'espoir aux commerçants : ce sera « *- 2 % à + 2 %* ».

La partie sera donc difficile pour les détaillants indépendants. D'autant que ces commerçants « *ont été marginalisés géographiquement* », note M. Minvielle. Leurs points de vente qui, un temps, ont fait la fortune des Gérard Darel, Levi's, New Man et autres Cacharel ont désormais pour adresse les rues secondaires de centre-ville.

Or, selon M. Minvielle, ces artères sont précisément « *désertées* » par les clients qui, en voiture, effectuent leurs courses dans les hypermarchés et leurs achats de vêtements chez Decathlon, Kiabi et autres grandes surfaces spécialisées de périphérie. Résultat : à Niort, rue Ricard, la « *fréquentation ne cesse de baisser* », en dépit de la proximité du parking « *gratuit* » de La Brèche, la grand-place de Niort, observe Séverine Pommier. « *Et, en France, un local commercial sur huit est vacant* », déplore Pierre Bosche, président de la Confédération des commerçants de France.



Edith Satta, gérante de la boutique de vêtements Glamour, dans le centre historique de Niort, le 3 janvier 2025. AUGUSTIN LE GALL POUR « LE MONDE »

« *Souvent irréversible* », le phénomène est « *inquiétant* », car « *il contribue au sentiment d'abandon* » et « *à la tentation de voter pour des extrêmes, des structures populistes* », s'alarme ce dernier. Les pouvoirs publics « *se fichent* » de cette disparition, regrette aussi M. Talamon. Et pourtant, la fragilisation de ces points de vente ébranle toute la filière de l'habillement.

### **Vente directe**

Car les fournisseurs, petits ou gros, perdent ainsi de précieux débouchés pour vendre partout en France. Les marques tricolores sont obligées de vendre davantage à l'étranger. « *Or, depuis 2024, l'exportation de la mode française est mal en point* », note Pierre-François Le Louët, coprésident de l'Union française des industries de la mode et de l'habillement.

Dès lors, en France, tous les fabricants, à l'instar de Gérard Darel, Lacoste et autres Levi's, sont contraints d'ouvrir des boutiques à leur enseigne dans les plus grosses villes et de vendre en ligne. Lors de la relance de Le Minor, marque de pulls fabriqués à Guidel (Morbihan), Jérôme Permingeat et Sylvain Flet ont renoncé à démarcher des détaillants indépendants en France pour se concentrer sur la vente directe, en ligne ou dans une boutique à l'enseigne à Paris. « *C'est plus rentable* », estime M. Permingeat. Un deuxième magasin Le Minor a été inauguré en novembre 2024 à Paris, rue des Francs-Bourgeois.

Car, grâce au Net, les grands noms de la mode peuvent se passer du réseau dit des « boutiques multimarques » en ville. Quel marché reste alors à leur portée ? « *Pas l'entrée de gamme* », répond Victoria Goron-Bord. A Rochefort, cette fille de commerçants a ouvert Le Podium, rue de la République, entre une librairie et une boutique de décoration, en 2017. Sept ans après, sa première idée de vendre des « *chaussures pas cher en centre-ville* » n'a pas passé l'épreuve du feu. Elle a depuis diversifié son offre en proposant des vêtements achetés à des grossistes

d'Aubervilliers (Seine-Saint-Denis), le « *nouveau Sentier* ». « *Ici, tout est à moins de 49 euros* », indique M<sup>me</sup> Goron-Bord, qui espère ainsi « *réduire une consommatrice pas habituée à acheter en ville* » et rompue à l'achat « *de trois tee-shirts à 11 euros sur Shein au lieu d'un, de bonne qualité* ».

### Fast fashion

Mais comment résister aux petits prix alors que le premier critère de choix d'un vêtement est précisément, pour 70 % des Français, le prix ? Pierre Talamon, président de la Fédération nationale de l'habillement, plaide pour davantage de « *protectionnisme au niveau européen* » contre l'importation de produits à bas prix, et rêve que soit adoptée une loi « *anti-fast fashion* » en France.



Dans la boutique de vêtements indépendantes multimarques « Glamour », dans le centre historique de Niort, le 3 janvier 2025. AUGUSTIN LE GALL POUR « LE MONDE »

Car tous ces détaillants de mode disent avoir le sentiment d'être « *cornésés* », contraints à n'occuper désormais qu'une « *niche du marché* ». Celle du vêtement de cérémonie à porter lors d'un mariage « *mais qu'on veut absolument remettre* », ironise Dominique Nizan, ou du « *moyen-haut de gamme qui tient la route* », résume Sylvie Henry, autre commerçante de Rochefort.

A Niort, Edith Satta est aussi entrée en mode « *combat* ». « *Il y a cinq ans, il fallait cinq personnes à plein temps pour faire tourner le magasin* », se souvient-elle. Ils sont aujourd'hui moitié moins dans ce point de vente de 280 mètres carrés pour hommes et femmes exploité sous la structure Eiffel d'une ancienne manufacture.

Lire aussi | Article réservé à nos abonnés [En dépit d'un ralentissement du marché, l'industrie des cosmétiques continue d'ouvrir des usines en France](#)

Voisine des Galeries Lafayette, un temps menacées, M<sup>me</sup> Satta jure « *se battre encore* » pour apporter « *du beau, du rêve, de la qualité* » aux clients huppés de la ville forte des 7 000 emplois qu'y assurent la Macif et la Maif. Et, pour promouvoir ses vestes Barbour, ses pulls Royal Mer et ses jupes Mii, elle s'est « *mise à Insta* ». « *Oui, à 69 ans* », s'amuse-t-elle. Mais jamais elle ne renoncera à « *cette vieille école* » qui consiste à ne faire « *ni promotion, ni Black Friday, ni ventes privées* » avant de démarquer pour les soldes, deux fois par an.

[Juliette Garnier envoyée spéciale à Rochefort \(Charente-Maritime\) et Niort \(Deux-Sèvres\)](#)