

1. Pour espérer continuer, la commercialisation doit s'orienter sur un autre secteur : le vêtement de travail en blanchisserie

Devant rester sur place pour gérer l'usine, je perdis le contact peu à peu avec les clients de la grande distribution. De toute façon, la délocalisation s'accroissait. Je tentais alors une extension dans la blanchisserie.

Les tentatives avortées de la prospection des blanchisseries régionales

J'avais donc remarqué qu'un marché quasi occulte existait dans la fabrication de vêtements professionnels destinés à la location aux entreprises de main d'œuvre, malgré la délocalisation galopante.

On pouvait donc, en étant une PMI sans caractère particulier au regard des critères du prêt à porter, recevoir à l'année des commandes importantes avec contrat annuel de vêtements simples et uniformes permettant de calculer au mieux la production et les besoins et de faire des bénéfices, à condition d'être seul évidemment, sans état-major, et 12 heures par jour.

L'organisation de la blanchisserie loueuse de linge en France

Depuis 1969, la plus ancienne blanchisserie, entreprise familiale créée au début du 19^{ème} siècle ayant toujours prospéré dans la plus grande discrétion tout au long des différentes périodes, lança en France en direction des usines un système d'origine anglo-saxonne : une prestation de service consistant à louer aux industriels la fourniture, le nettoyage, le change des vêtements professionnels de leurs ouvriers.

Pour amener un côté moderniste à la prestation, les vêtements étaient réalisés dans un tissu polyester-coton d'origine américaine, distribué en France directement par la représentation de la firme (dont le siège était alors à Londres) avec une extrême parcimonie, et à des tarifs dissuasifs pour qui n'intéressait pas le secteur de la blanchisserie : pas question de laisser des francs-tireurs se mêler au jeu et casser les prix. C'était une manière très anglo-saxonne de faire des affaires, qui s'éloignait des comportements habituels français.

Ainsi, la blanchisserie se trouvait protégée de la concurrence des fabricants de vêtements de travail traditionnel en amont et les autres blanchisseurs étaient éparpillés et nullement en

mesure financièrement de la concurrence. Le bruit courait que l'état-major du blanchisseur était constitué d'énarques.

Comme de plus, la fabrication française de vêtements de travail était sommaire, ses fabricants ne faisant pas partie de l'aristocratie du prêt à porter.

Les tissus coton étaient coupés en biais pour limiter les chutes de tissus au minimum, les fils de couture intérieurs étaient systématiquement noirs pour les deux seuls coloris proposés (bleu marine/hydrone et bleu royal/bugatti), les cols étaient coupés uniquement pour trois tailles mais assemblés sur cinq tailles.

Alors que les vêtements en polyester coton loués par les blanchisseurs avaient les caractéristiques de montage du prêt à porter, une gamme de formes (comprenant des casquettes) et de coloris « américains » nettement plus riche comprenant différentes variantes de rouge, jaune, vert avec possibilité de vêtements bicolores, de pose de badges aux couleurs de l'entreprise, qu'il était effectué une prise de taille du personnel pour habiller tout le monde correctement y compris les tailles extrêmes faites sur mesure.

C'était le « modernisme américain » qui arrivait dans les usines et les ouvriers ressemblaient à des personnages de feuilleton télévisés, alors qu'en cottes bleu hydrone ils semblaient issus de reportages ouvriers des années 30.

Cette entreprise de blanchisserie industrielle ayant des relations haut placées, elle obtint une disposition fiscale appliquant l'exonération de la taxe professionnelle au système de location de linge, contrairement aux achats de bleus de travail, qui eux la subissaient.

C'était débarrasser le patron d'une contrainte et lui assurer que tout le personnel serait habillé correctement avec des vêtements propres, puisqu'il était proposé trois changes par semaine minimum (pouvant aller jusqu'à cinq changes par semaines et deux par jour).

Se trouvant en concurrence frontale avec les fabricants de vêtements professionnels, les grands groupes de vêtements industriels composèrent avec elle, les petits furent peu à peu laminés, ne faisant pas le poids contre un telle concurrence.

La répartition du marché

Les blanchisseurs régionaux avaient tenté d'adopter ce système avec plus ou moins de bonheur, ne disposant pas de moyens

financiers leur permettant d'imposer leur loi aux fabricants de vêtements.

Les plus grosses blanchisseries régionales tentèrent de constituer l'ossature de groupements régionaux, pour faciliter les achats en regroupant leurs moyens.

En 1990, 18% du marché du vêtement professionnel français était aux mains de la location de linge, elle-même aux mains de la blanchisserie dont nous étions sous-traitants qui réalisait à elle seule près de 45% du marché français de la location.

Le reste se répartissait entre quelques groupes familiaux régionaux auxquels se joignaient petit à petit les indépendants de leur secteurs, soit volontairement soit par rachat à des conditions mirobolantes très avantageuses basées sur le chiffre d'affaire réalisés. On était loin des rachats de faillites du textile habillement.

Ces rachats étaient l'alternative heureuse pour ses propriétaires, inconnue dans le textile-habillement, de terminer leurs carrières professionnelles en touchant un pactole, après une négociation entre « hommes de biens ».

Cette mansuétude était exclusivement réservée à la corporation des blanchisseurs. Les fournisseurs, dont nous faisons parti, étaient taillables et corvéables à merci, mais en fonction de leur puissance, les plus gros étant plus ménagés que les petits et considéraient les blanchisseurs comme des clients comme les autres.

Après les accords de Maastricht, dans l'industrie, l'heure fût aux regroupements pour « atteindre la taille critique européenne permettant de conquérir des marchés extérieurs », sans avoir d'information des services de l'Etat de la nature exacte de cette taille critique¹.

Ne comprenant pas ce que notre entreprise pouvait avoir de particulier pour avoir été l'enjeu d'une bataille du fait qu'elle fabriquait des blouses blanches, et être restée envers et contre tout un fournisseur attiré de ce client, par ailleurs considéré comme vampirique, je décidais de tenter d'agrandir la clientèle de blanchisserie pratiquant la location de vêtements.

¹ J'avais finis par entendre que, dans le textile-habillement, la barre pour être considéré des services de l'Etat était de réaliser un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 18 millions d'€ (120 millions de francs) et nous en étions loin, faisant 5 millions d'€.

Tentative locale

A 500m de l'usine se trouvait une petite blanchisserie industrielle membre d'un des groupements cités.

J'avais été mis en contact avec son patron, par la force des choses, et je pense aussi, parce que notre spécialisation l'intéressait.

C'était d'ailleurs de chez lui que j'avais téléphoné à la station de radio locale qui diffusait un enregistrement de mes paroles pour faire une interview bidonnée.

Les relations étaient cordiales, et je pensais que je pourrai postuler à l'appel d'offre annuel de son groupement, puisque fournisseur de la plus grande blanchisserie de leur corporation.

J'envoyais des offres à Nantes, où se trouvait l'achat, par ailleurs tenu par un ancien collaborateur d'une blanchisserie parisienne.

Je rencontrai un acheteur et fus référencé pour trois types de vêtements, c'était un incontestable succès.

Mais il fût de très courte durée et m'éclaira sur les mœurs de la profession.

Alors que j'avais reçu un courrier m'annonçant les modèles retenus et les quantités correspondantes qui représentaient un chiffre d'affaire non négligeable et des quantités à fabriquer de l'ordre de 10.000 pièces par an, analogues à celles que nous fabriquions, je reçus un courrier définitif dans lequel j'eus la surprise de constater que les séries importantes avaient disparues et qu'il me restait un référencement ridicule de 300 pièces par an.

Je demandais des explications à mon voisin : embarrassé mais sans plus (il était donc au courant), il biaisa en disant qu'il n'y pouvait rien, que c'était l'acheteur qui décidai et que des pressions avaient dû être exercées par les fournisseurs habituels.

On était donc dans des pratiques d'achat sommaires assorties de copinages et de combines.

De toute façon, j'avais remarqué que les relations cordiales se limitaient aux tapes dans le dos et qu'en cas de problème avec un client livré on se retrouvait seul sur la sellette et forcément fautif, car eux ne connaissaient rien aux vêtements, ils étaient incapables de décider et choisir un vêtement

adapté en connaissance de cause et quand ils se trompaient, faute de connaissances suffisantes, et que les tailles où les épaisseurs de tissus ne correspondaient pas aux anciens vêtements portés, c'était la faute exclusive du fournisseur et le règlement était différé jusqu'au remplacement des vêtements soi-disant litigieux.

Inutile de vouloir développer une clientèle utilisant de tels procédés : plus on augmentait le CA, plus on prenait des risques, à moins de prendre le contrôle de la blanchisserie, ce qui n'était pas possible compte tenu des sommes circulant entre eux pour s'acheter, hors de portée de nos possibilités.

Deux autres tentatives de prospection commerciale en région

En épluchant les dossiers d'avant 1980, j'avais remarqué la tentative de l'ancien patron, juste avant son décès, de travailler avec l'autre groupement régional de blanchisserie relativement important.

Plusieurs courriers espacés dans le temps relataient une aventure saumâtre.

Après des courriers de prospection, suivis de réponses onctueuses à souhait, avait suivi une première commande.

Dès la livraison effectuée, un courrier du client contestait les quantités et la qualité des vêtements livrés et s'en étaient suivis des échanges de courriers aigres doux, le patron étant ulcéré de s'être fait ainsi avoir et traité comme un chiffonnier.

Il était évident que la contestation après livraison était un procédé quasi automatique dès la première livraison et ne servait qu'à différer le règlement tout en obtenant une ristourne importante.

C'étaient clairement des pratiques dolosives et elles semblaient habituelles dans la corporation, quand ils savaient le fournisseur en situation de faiblesse, ce qui était le cas en 1980.

Je voulus voir de quoi il retournait et pris rendez-vous pour présenter mes services. Le lieu du rendez-vous était à la limite à moins de 150km.

Je savais que le responsable d'achat était par ailleurs actionnaire important des trois blanchisseries régionales membres du groupement, et par ailleurs concurrent direct du blanchisseur voisin sur le terrain.

Le premier blanchisseur régional

La visite et l'entretien valent d'être contés :

J'arrive, me présente à la secrétaire et au bout de quelques minutes, elle me demande de monter à l'étage.

Je monte dans un bureau où se trouve un homme corpulent, la cinquantaine, roux, avec une barbe hirsute telle que l'affectionnent certains régionaux semblant vouloir afficher leur appartenance à la celtitude.

Il m'apostrophe rudement d'emblée :

- Qu'est-ce que vous avez fait ? »

Interloqué, m'attendant à présenter mes services, je lui demande de quoi il parlait.

- Vous vous rendez compte ? c'est honteux ! passer dans les journaux....comme ça...

En fin de compte, il me passait un savon pour avoir osé reprendre l'entreprise, peut être aussi en associant le personnel.

Tout ce que représentait ce personnage à présent me révoltait : le côté patron local ne tolérant pas l'arrivée d'un intrus sur ses terres, l'aspect autonomiste larvé anti « parisien » avec tout ce que ça pouvait dissimuler et la colère montant, je lui répondis sur le même ton, le rembarrant, et écourtant l'entretien, je partis sans dire au revoir, considérant qu'il n'y avait rien à tirer de cet entretien sur le plan commercial.

L'entretien avait pris la forme d'une altercation, à tel point que la secrétaire passa la tête dans le bureau pour voir ce qui se passait.

Avec cet échange, il était évident que ma cote d'amour régionale était à zéro et que ce que je représentais, sans pouvoir clairement le définir tout en ayant ma petite idée, était rejeté d'office, ce qui était quand même proche du scandale, dans la mesure où ces gens faisaient parties de toutes les coteries locales où ils diffusaient leurs idées : conseil général, CCI, Municipalités, différents conseils de Préfecture etc..

Le troisième

Je décidai d'aller au sud où se trouvait le deuxième concurrent de mon voisin.

Je fus reçu par une femme, tous charmes dehors, qui tenta sans pudeur d'obtenir des tarifs d'une bassesse aberrante.

Cette personne était proche de l'acheteur de la blanchisserie parisienne située à Issy les Moulineaux, la plus importante au début du vingtième siècle, à présent vétuste et en nette perte de vitesse, comme souvent.

Cette blanchisserie était dans un état lamentable et essayait de fonctionner avec un matériel qui fuyait de partout.

Compte tenu des tarifs demandés, je ne donnais pas suite.

Il fallait absolument trouver d'autres débouchés correspondant à la fabrication sur laquelle nous avions dû nous orienter

2. L'ultime « coup de poignard » de l'ancien repreneur

Courant 1986, nous nous trouvions à la croisée des chemins.

Le blanchisseur client historique continuait de nous alimenter en commande et j'avais réussi à faire cesser le détournement des tissus et à nouer des relations « normales » avec le service crédit anglais, qui regardait le marché français dans son ensemble avec circonspection et ne rentrait pas dans les camarillas multiples à la française, où il fallait faire partie « de la famille » pour être pris en compte, et non avoir une quelconque valeur.

Mais je n'étais pas officiellement référencé et n'ayant pas de marché annuel signé, on pouvait à tout moment voir cesser les commandes.

Mais fin 86, j'étais à nouveau référencé avec un contrat officiel pour 1987.

Et, début 1988 je reçus un coup de fil de l'acheteur qui me demanda de le rencontrer d'urgence, dans un café parisien.

C'est alors qu'il m'apprit qu'il avait été sacqué de son poste en 24 heures, à la suite d'un courrier de dénonciation envoyé par notre ancien repreneur.

Sans me donner de détails, je compris que l'autre, furieux d'avoir été trahis, avait dénoncé son ancien complice à sa

direction de toutes les turpitudes qu'ils avaient dû commettre ensemble.

Je n'en menais pas large et m'attendais à tout instant à recevoir une convocation du client, mais rien ne vint.

D'autres acheteurs furent nommés, qui ne passèrent pour la plupart pas le cap des 6 mois.

Quant à notre acheteur, au bout de trois mois, il entra chez un gros concurrent du Nord, qui lui-même travaillait avec le blanchisseur de longue date.

Apparemment, on n'était pas trop rancunier dans la profession.

Je m'inquiétais quand j'appris qu'il avait été chargé de monter une unité de production au Vietnam, sa région d'origine, pour son nouvel employeur.

Nous verrons comment cette « opportunité » fût mise à profit pour tenter un coup tordu à notre encontre en 1992 pour tenter de nous ruiner de façon honteuse une première fois, dans l'indifférence complète des pouvoirs publics français ainsi que des instances régionales, qui par contre protégeaient de manière totalement opaque leurs poulains.