

Ecrit par le 3 novembre 2025

Ding Fring, une boutique de fripes de seconde main pour se faire plaisir à petit prix



Elle vient d'ouvrir ses portes dans la zone d'Avignon Nord, 500 m² de vente et 100 m² de stocks. « Nous avons des vêtements triés pour tous les âges, du bébé à l'adulte en passant par les enfants. Des fringues, des chaussures, de la maroquinerie, des accessoires, des peluches, bientôt du linge de maison, explique <u>David Fillon</u>, responsable du site. Tout est vérifié, la matière, laine, coton ou polyamide, dans notre atelier de valorisation de Courtine, en face de Sainte-Catherine, par des personnes en réinsertion. »

Les articles vendus proviennent des conteneurs de collecte textile <u>Le Relais</u>, membre d'Emmaüs. Cela fait partie d'une chaîne de valorisation, d'une démarche socio-écologique anti-gaspi pour remettre dans le circuit ce qu'on ne porte plus, mais qui, en bon état, peut faire le bonheur de quelqu'un d'autre à peu de frais. « Notre but n'est sûrement pas le profit, mais que chaque centime soit réinvesti pour lutter contre l'exclusion. Ici, nous avons créé huit emplois, dont deux réinsertions, ce qui redonne de la dignité aux plus démunis », ajoute-t-il.

<u>Ding Fring Avignon</u> est la seule boutique de toute la Région Sud. Depuis sa création en 2006, Le Relais gère 950 points de collecte dans six départements de Provence Alpes-Côte d'Azur, trie et valorise 4 200 tonnes de TLC (Textiles-linge-chaussures), et a donné du travail à 52 salariés dont 14 en insertion.



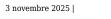
Ecrit par le 3 novembre 2025



Les points de collecte textile du réseau Le Relais. © Andrée Brunetti / L'Echo du Mardi

Initié au départ en 1984 dans le Pas-de-Calais avec la crise, il n'a fait que se développer sur l'ensemble de l'Hexagone avec aujourd'hui 80 boutiques Ding Fring sur le territoire. « Les articles en excellent état sont remis en vente. Pour le reste, 55%,sont exportés vers l'Afrique (Sénégal et Burkina-Faso) et Madagascar. 6% deviennent des chiffons et ce qui est vraiment abîmé est réduit en granules qui servent de combustible aux cimenteries, rien ne perd », conclut David Fillon.

Avec Ding Fring pas besoin de dépenser « un pognon de dingue » pour se faire plaisir. Les prix débutent à 3€ et ne dépassent jamais 29€ pour des vêtements et accessoires de marque, veste, jean, t-shirt ou robe. Cinq fois moins cher que du neuf. En plus, des personnes éloignées de l'emploi retrouvent du travail et l'estime de soi. La preuve que la générosité peut rimer avec solidarité et fraternité.







© Ding Fring Avignon

Contact : Avenue Marcel Pagnol - Sorgues /04 88 60 37 30

Le chiffre d'affaires de l'habillement en hausse pour la 1re fois de l'année



Ecrit par le 3 novembre 2025



La <u>Fédération nationale de l'habillement</u> (FNH) vient de publier son baromètre d'avril. Pour la première fois de l'année, les commerçants indépendants de l'habillement et du textile connaissent une hausse de leur chiffre d'affaires. Cependant, si Provence-Alpes-Côte d'Azur s'en tire bien dans ce secteur représentant près de 700 emplois en Vaucluse, il n'en est pas de même dans toutes les régions de France.

La Fédération Nationale de l'Habillement (FNH) vient de dévoiler les résultats de son baromètre mensuel. Cet observatoire constate une première depuis 3 mois : tous les secteurs de l'habillement connaissent une hausse. Le chiffre d'affaires des adhérents de Fédération affiche ainsi une augmentation de 3,3% par rapport à avril 2024.

Un résultat d'autant plus positif qu'en avril 2024, les chiffres étaient très négatifs avec une baisse de 8,6% par rapport à avril 2023. Et que ces derniers mois, les résultats étaient constamment négatifs (-8,1% en mars 2025, -8% en février 2025, etc.).

Tous les secteurs de l'habillement sont au vert...

Autre donnée très encourageante, tous les secteurs de l'habillement connaissent une hausse. Cela n'était plus arrivé depuis le début de l'année 2025. Ainsi, la mode mixte connaît une augmentation de +7%, la mode hommes de +5% et la mode femmes de +2%.

Si 54% des adhérents de la FNH notent une augmentation de leur CA pour ce mois d'avril, ils restent



cependant vigilants. En effet, malgré ce mois écoulé très engageant, les résultats globaux du premier trimestre 2025 sont négatifs, avec une baisse de 3,3% par rapport à la même période en 2024.

Variation du chiffre d'affaires

AVRIL 2025 VS 2024	
Auvergne-Rhône-Alpes	-2%
Bourgogne-Franche-Comté	12%
Bretagne	9%
Centre-Val de Loire	-1%
Grand Est	1%
Hauts-de-France	2%
Île-de-France	6%
Normandie	1%
Nouvelle-Aquitaine	8%
Occitanie	-1%
Pays de la Loire	5%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	10%
Réunion	-3%
Martinique	-40%

Source: FNH

... mais pas toutes les régions

Toutes les régions de France ne sont pas concernées par cette hausse (voir tableau ci-dessus). En effet, avec 10% Provence-Alpes-Côte d'Azur arrive en 2° position des régions françaises juste derrière Bourgogne-Franche-Comté (+12%). On trouve ensuite la Bretagne (+9%), la Nouvelle Aquitaine (8%), l'Île-de-France (+6%), les Pays de la Loire (+5%), les Hauts-de-France (+2%) ainsi que le Grand Est (+1%) et la Normandie (+1%). A l'inverse, le Centre Val-de-Loire (-1%), l'Occitanie (-1%), Auvergne-Rhône-Alpes (-2%), la Réunion (-3%) et surtout La Martinique (-40%) restent orienté à la baisse.

« Un essoufflement des stratégies promotionnelles de début d'année. »



Pierre Talamon, président de la FNH

« L'effet miroir quasi symétrique entre le repli du premier trimestre et la remontée d'avril illustre un essoufflement des stratégies promotionnelles de début d'année, constate <u>Pierre Talamon</u>, président de la FNH. Janvier s'épuise dans des soldes, février reste sans voix, incapable de susciter l'envie pour les nouvelles collections printemps-été, inadaptées à la saison, suivi péniblement par le mois de mars. C'est avril qui redonne le tempo, porté par une envie de nouveauté et une offre printanière enfin visible. Parallèlement à notre combat contre la 'fast fashion', il est venu le temps de rationaliser le cycle des ventes de mode et d'habillement, tant il apparaît inadéquat aux yeux du consommateur ; économiquement et écologiquement à contre-sens de ce vers quoi notre filière aspire à tendre. »

L.G.

L'habillement et le textile en Vaucluse

En France, la Fédération Nationale de l'Habillement (FNH) représente 30 300 points de vente dont 74% sont des magasins situés en centre-ville et 12% dans des centres commerciaux. Le secteur regroupe 78 800 emplois dont 84% sont des salariés en CDI (Contrat à durée indéterminée).

En Vaucluse, les commerçants indépendants de l'habillement et du textile comptent 200 entreprises totalisant 215 établissements, soit 11% des établissements du secteur de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. En nombre de salariés, cela représente 670 personnes, soit 9% des salariés du secteur de la région.

Isle-sur-la-Sorgue : Brun de Vian-Tiran étoffe sa collection, une façon d'allier l'art à la matière



Ecrit par le 3 novembre 2025



Depuis 1808, <u>Brun de Vian-Tiran</u>, cette manufacture des fibres nobles, innove. Mohair, cachemire, laine, soie, angora, alpaga, des mots synonymes de douceur et de chaleur. Qu'elles proviennent des moutons Merinos d'Arles, des babies lamas du Pérou, de chamelons australiens ou de yacks de Mongolie, voire de Nouvelle-Zélande ou d'Afrique du Sud, toutes ces fibres font l'objet de traitements méthodiques à l'Isle-sur-la-Sorgue avant de nous envelopper délicatement.

Une douzaine d'étapes seront nécessaires parmi lesquelles : cardage, filature, bobinage, ourdissage, tissage, épincetage, teinture, foulage, grattage, séchage, découpage, assemblage et confection. Et soudain, les plaids, châles, écharpes, mais aussi les couettes, couvertures, sur-matelas et oreillers sont solides, mais aussi soyeux, moelleux et vaporeux.

Sur les bords de la Sorgue, à l'entrée de l'Isle, <u>Jean-Louis Brun</u>, l'actuel patron qui représente la 8e génération de cette manufacture familiale le reconnaît : « Oui, la crise existe. Et même si nous luttons contre la surconsommation, l'opération *Black Friday*' existe et nos clients y participent. Donc on ne va pas se voiler la face, on fait des promotions. »



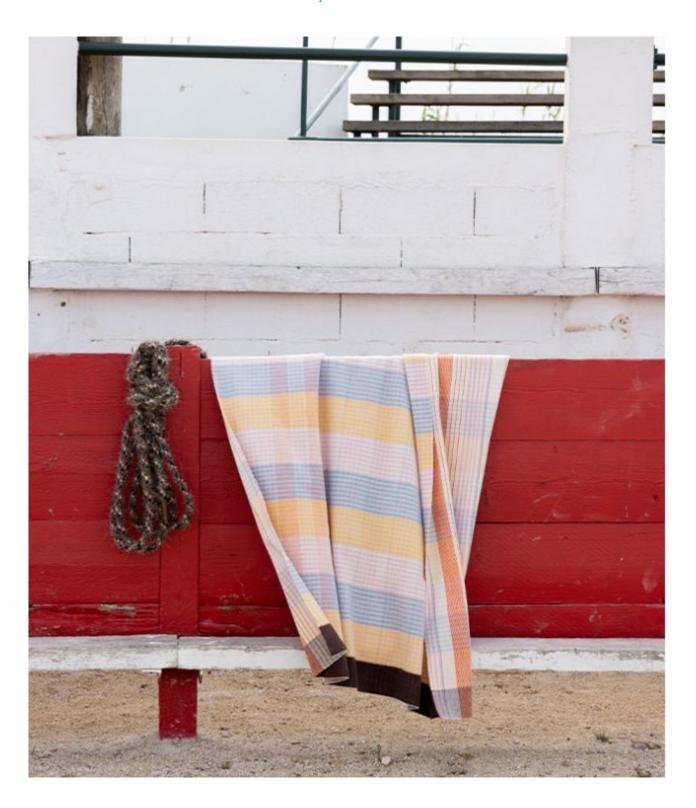
« Nous nous devons de garder la mémoire d'un authentique savoir-faire patrimonial qui a plus de 200 ans. »

Jean-Louis Brun

Aujourd'hui, Brun de Vian-Tiran, ce sont 44 salariés, dont certains travaillent dans ces ateliers de grandpère en petits-fils, de mère en fille depuis des lustres. « Il y a de plus en plus de couturières, reconnaît Jean-Louis Brun. Nous formons les nouveaux venus dans l'entreprise et nous avons engagé une jeune femme qui a un master de chimie nucléaire qui nous aide à conforter les bonnes pratiques, contrer les dérives, faire la chasse aux défauts, aux scories. Nous avons aussi embauché une spécialiste du e-market pour être en phase avec les goûts et les attente de nos clients. »

Côté 'Filaventure', la boutique s'est agrandie de 80 m² pour totaliser au rez-de-chaussée 240 m² d'exposition de l'excellence à la française pour cette maison classée depuis 2009 'Entreprise du Patrimoine Vivant' avec des accessoires de salon, de chambre, de décoration d'intérieur, des voiles de lit, sacs à mains en fibres naturelles, trousses de voyage estampillées « Camargue », « Kashmir », « Californie », « Calypso », « Touareg » ou « Pendjab », dont les noms font rêver à d'autres horizons. Pendant qu'à l'étage trônent d'anciens outils de tisserands et des collections d'étoffes iconiques qui sont l'âme de la maison au fils des siècles.

















La nouvelle collection 'Arles, entre Camargue et Alpilles'. © Brun de Vian-Tiran



« Cette année, nous innovons avec des vêtements tendance, des ponchos, des capes, des vêtements qui nous enveloppent dans leur drapé, qui nous sécurisent comme un cocon. Nous travaillons avec de jeunes stylistes, des designers de l'ENSCI (École Nationale Supérieure de Création Industrielle) qui débordent d'envie, de créativité et qui nous apportent un plus. »

La crise est là : -5% en 2023. « Mais depuis cet été, on est reparti à +8%, ajoute Jean-Louis Brun. Cela nous aide à rembourser les investissements de Filaventure, le prêt garanti par l'État, plus ou moins compensé par les ventes après la crise sanitaire et le confinement qui ont aussi touché les clients aisés. Le luxe ne se porte pas aussi bien que ça. En plus le SMIC a augmenté de +12% en 2 ans, sans parler du coût de l'énergie et des charges. »

Malgré tout, le patron imprime sa marque, il positive, il avance, il fonce. Il vient d'acquérir un nouveau métier à tisser. « La Rolls Royce du genre, high-tech, à commande numérique, avant-gardiste, une vraie fierté créée par le leader mondial belge <u>Picanol</u> sur la base du célèbre système mécanique français 'Jacquard'. Il produit deux fois plus vite, quelle que soit la complexité du dessin et nous pouvons jongler avec huit couleurs possibles. Nous l'appelons 'Le Métier 19' parce qu'il y en a eu 18 avant lui dans cet atelier. Une de nos anciennes machines, totalement mécanique celle-là, a été fabriquée en Italie il y a 70 ans. Elle est régulièrement révisée, huilée et elle fonctionne au top. »



Ecrit par le 3 novembre 2025



Le nouveau métier à tisser high-tech. ©Andrée Brunetti / L'Echo du Mardi

Aujourd'hui, Brun de Vian-Tiran exporte 15% de ses productions dans le monde entier. « Mais désormais, nous allons nous concentrer sur nos voisins européens, les Italiens, Espagnols, Portugais, Belges, Allemands, Suisses. Ils sont de l'autre côté de nos frontières. Cela fera moins de kilomètres, donc moins de taxe carbone pour le transport de nos marchandises. Or, le respect de l'environnement, vous le savez, fait partie de notre éthique », conclut Jean-Louis Brun.









La boutique de Brun de Vian-Tiran. © Andrée Brunetti / L'Echo du Mardi



La répartition du coût d'un T-shirt fabriqué dans les pays émergents

Comment est réparti le coût d'un tee-shirt?

Répartition du coût d'un tee-shirt fabriqué dans une usine au Bangladesh et vendu 29 € en Europe



^{*} inclut tous les coûts intervenant au niveau de la vente au détail : personnel, loyer, bénéfice du magasin, TVA.

Source : Clean Clothes Campaign













L'<u>industrie mondiale de l'habillement</u> a doublé au cours des quinze dernières années et compte environ 60 millions de travailleurs à travers le monde. Comme le <u>rapporte</u> l'ONG Clean Clothes Campaign, malgré l'essor économique de ce secteur, les salaires des ouvriers des pays exportateurs émergents – parmi lesquels <u>plusieurs pays d'Asie et d'Afrique</u> – restent bien souvent indécents et ne représentent qu'une toute petite fraction de ce que les consommateurs paient en magasin. Le graphique ci-dessous donne un aperçu de la répartition du coût d'un tee-shirt fabriqué dans une usine au Bangladesh et vendu 29 euros dans un magasin en Europe.

Sur le prix d'un tee-shirt produit dans ce pays d'Asie du Sud et acheté auprès d'un distributeur lambda de prêt-à-porter en Europe, les coûts intervenant au niveau du <u>commerce de détail</u> – bénéfice du magasin, personnel, loyer et TVA – représentent près de 60 % du total. Ensuite, les parts les plus importantes reviennent au bénéfice pour la marque et au coût des matières, respectivement 12 %. Puis intervient le coût du transport, 8 %, et celui lié au bénéfice et aux frais généraux de l'usine au Bangladesh, 5 %. Toujours d'après les estimations de ce rapport, les ouvriers locaux, dont le salaire minimum mensuel s'élevait à <u>83 euros en 2020</u>, ne perçoivent au final que 0,6 % du coût du produit fini – soit à peine 20 centimes d'euro pour un vêtement vendu 29 euros en Europe.

De Tristan Gaudiaut pour Statista