

Ecrit par le 12 avril 2026

# Le géant Sébastien Chabal fête les 10 ans de sa ligne de vêtements et de sa boutique Ruckfield aux Angles



Attila, l'Homme des cavernes, la Brute, il en a des surnoms, ce champion d'1,91m. Il a même été approché par Clint Estwood pour jouer dans son film *Invictus*, l'invincible, c'est dire ! Il a fait ses débuts à Valence où il est né avant de rejoindre Bourgoin-Jallieu, les Sale Sharks et Lyon OU.

Vainqueur notamment de deux Tournois des 6 Nations dont un Grand Chelem, ce 3e ligne a su évoluer et

Ecrit par le 12 avril 2026

après sa carrière internationale de sportif, il est devenu un entrepreneur multi-carte. Consultant pour le rugby sur Canal +, [Sébastien Chabal](#) a rejoint en 2009 le groupe textile Norprotex au Pontet dont il était « l'égérie » avec sa tignasse, sa barbe hirsute et son look de « Néandertal. »

Pour les 10 ans de sa 1<sup>re</sup> boutique [Ruckfield](#) implantée aux Angles avec comme associé [Tony Mathis](#), il explique le chemin parcouru. « Dans ce style vêtements, c'est Franck Mesnel, lui aussi champion de rugby, qui a créé en 1988 la marque Eden Park et qui a ouvert la voie. C'était plus citadin, plus haut de gamme. Nous, on est plutôt au bord du stade, du côté des supporters et surtout ce qui nous démarque c'est la gamme de tailles que nous proposons de S à 6XL. Notre ADN, c'est le rugby et son côté festif, bon vivant, partage, plaisir, 3e mi-temps. »

À 48 ans, ce géant aux yeux doux et au sourire ravageur est un homme heureux, un patron pragmatique. « L'important pour nous est de consolider le business malgré les incertitudes économiques. La crise est partout en France et ailleurs, on a une cinquantaine de salariés, il faut avancer avec eux, pérenniser la société. »

Et comme il ne met pas tous ses oeufs dans le même panier, Sébastien Chabal vient d'ouvrir un restaurant à Marseille, le [JO's Burger](#), Rue Sainte, à quelques encablures derrière le Vieux Port, un autre établissement devrait suivre en avril à Montpellier.

Quant à son associé, Tony Mathis, qui lui a joué au rugby comme 2<sup>e</sup> ligne aux club des Angles, longtemps présidé par Frédéric Chiara, le fils de l'ancien président de la Foire d'Avignon, il s'occupe de tout ce qui est opérationnel chez Ruckfield, des deux stylistes, du marketing, du commercial, des achats, de la com', du site web. « Nous sommes 100% éco-responsables, nous avons les labels Ecocert - Greenlife, GOTS (Global Textile Organic Textile bio) et GRS (recyclé). Chez nous tout est traçable, le coton comme le lin pour les bermudas, blousons, chemises, marinières, T-shirts, pantalons. Nous avons des clients fidèles qui chaque saison guettent les nouveautés. »

Il ajoute : « Nous, on ne suit pas la tendance, mais notre instinct. On aime ce qui est coloré, flashy, positif, solaire, ce qui donne la pêche. On travaille par exemple avec les bonbons Haribo et on a sorti un polo couleur 'Fraise Tagada', on a aussi imaginé une collection '2 CV', symbole de populaire et de libre. On a revisité Asterix et son esprit gaulois. À ce jour, on compte 22 franchisés qui nous suivent aussi, surtout dans le Sud de la France nous en avons aussi un en Bretagne. »

Ruckfield (ruck = mêlée ouverte) allie élégance sportive et sobriété virile, une sorte de force tranquille, discrète mais réelle. Et ça marche : +120% de chiffre d'affaires en 5 ans, autour de 20M€ aujourd'hui. Les deux associés ne souhaitent qu'une chose, que ça continue mais sans se prendre au sérieux.

Ecrit par le 12 avril 2026

# Le Grand Avignon lance sa première Textile Race, pour sensibiliser les élèves aux impacts de la mode



Depuis le 5 janvier et jusqu'au 9 février 2026, près de 2 000 élèves de dix écoles primaires du **Grand Avignon** participent à la première édition de la **Textile Race**. Porté par la collectivité et ses partenaires, ce défi éducatif et environnemental entend sensibiliser les plus jeunes aux impacts de l'industrie textile tout en les engageant concrètement dans l'économie circulaire.

Alors que l'industrie textile figure parmi les plus polluantes au monde, responsable à lui seul de près de 10% des émissions mondiales de gaz à effet de serre selon l'ONU (Organisation des Nations Unies), le Grand Avignon inscrit cette première Textile Race dans une politique plus large de réduction des déchets

Ecrit par le 12 avril 2026

et d'accompagnement des habitants vers des pratiques plus responsables. L'objectif est double : mieux comprendre les conséquences environnementales et sociales de la mode, et agir localement par des gestes concrets de réemploi, de réparation et de recyclage.

### Sensibiliser à la réduction des déchets

Le dispositif est organisé en partenariat avec [EnJeux Durables](#), association engagée dans l'économie circulaire et la transformation des comportements citoyens, [Le Relais](#), opérateur historique de la collecte textile solidaire, et [Refashion](#), l'éco-organisme de la filière textile en France.

### Un mois d'actions autour des '4R'

Pendant quatre semaines, les élèves sont sensibilisés aux impacts environnementaux et sociaux de la mode, tout en participant activement à des défis pédagogiques structurés autour des quatre piliers de l'économie circulaire : réduire, réutiliser, réparer et recycler. Les classes collectent et pèsent des textiles usagés déposés dans des conteneurs installés au sein des écoles. Ces textiles sont ensuite collectés et triés chaque semaine par Le Relais, garantissant une valorisation adaptée selon leur état.

### Créativité tout azimut

Au-delà de la collecte, les élèves relèvent des défis complémentaires qui donnent lieu à l'attribution de points supplémentaires. Réalisation de vidéos de sensibilisation, organisation de trocs de vêtements au sein des établissements, réparation ou customisation de pièces usagées font partie des actions proposées afin de prolonger la durée de vie des textiles et de questionner les habitudes de consommation.



Copyright Grand Avignon

Écrit par le 12 avril 2026

### **Un lancement officiel à Vedène**

La Textile Race a été officiellement lancée le jeudi 8 janvier dernier à l'école Alphonse Daudet de Vedène, en présence des équipes éducatives, des élèves, de leurs familles et des partenaires du projet. Ce temps fort marque le coup d'envoi de quatre semaines d'actions dédiées à la lutte contre le gaspillage textile et à la promotion de l'économie circulaire sur le territoire.

### **Dix écoles engagées sur le territoire**

Dix établissements scolaires participent à cette première édition : Simone Veil, Rotondes, Jean-Henri Fabre A et B, Marcel Perrin/ Monclar et Saint-Gabriel à Avignon, Alphonse Daudet et Les Jardins à Vedène, Jules Cassini à Morières-lès-Avignon ainsi que l'école de Velleron. Les scores des écoles sont accessibles en temps réel sur la plateforme nationale [textilerace.fr](http://textilerace.fr). L'établissement le plus engagé remportera une sortie scolaire éducative. La clôture du défi est prévue jeudi 5 février, suivie de l'annonce de la classe gagnante le lendemain. La cérémonie officielle de remise des prix se tiendra le 9 février à 14h au sein de l'école lauréate.

### **Que deviennent les textiles collectés**

Une fois collectés, les textiles sont triés par Le Relais selon trois grandes filières. Environ 60% des vêtements en bon état sont destinés à la réutilisation et revendus dans des boutiques solidaires. Près d'un tiers est recyclé et transformé en nouvelles matières premières, notamment pour l'isolation ou l'industrie textile. Les textiles ne pouvant être ni réutilisés ni recyclés sont orientés vers la valorisation énergétique sous forme de combustibles solides de récupération.

### **Ce qu'on prend, ce qu'on laisse**

Tous les textiles, linge de maison, chaussures ainsi que la petite et moyenne maroquinerie peuvent être déposés, même usés ou troués, à condition d'être propres et secs. Les textiles souillés, humides, professionnels ou issus du bricolage ne sont pas acceptés afin de garantir un tri optimal.

### **Comment les citoyens peuvent-ils participer?**

La Textile Race associe également les habitants des communes participantes. Les citoyens sont invités à soutenir les écoles en triant leurs armoires, en s'inscrivant sur la plateforme [www.textilerace.fr](http://www.textilerace.fr), et en indiquant le nombre de sacs à donner. Les élèves peuvent ensuite récupérer les dons à domicile ou les habitants peuvent déposer directement leurs textiles dans l'école participante la plus proche.

Calista Contat-Dathey

---

## **Ding Fring, une boutique de fripes de**

Ecrit par le 12 avril 2026

## seconde main pour se faire plaisir à petit prix



**Elle vient d'ouvrir ses portes dans la zone d'Avignon Nord, 500 m<sup>2</sup> de vente et 100 m<sup>2</sup> 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 [David Fillon](#), 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 [Le Relais](#), 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.

[Ding Fring Avignon](#) 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 12 avril 2026



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.

Ecrit par le 12 avril 2026



©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 12 avril 2026



La **Fédération nationale de l'habillement (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

Ecrit par le 12 avril 2026

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<sup>e</sup> 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. »

Ecrit par le 12 avril 2026

*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 [Pierre Talamon](#), 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 12 avril 2026



Depuis 1808, [Brun de Vian-Tiran](#), 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 chameçons 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, [Jean-Louis Brun](#), l'actuel patron qui représente la 8<sup>e</sup> 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. »

Ecrit par le 12 avril 2026

« 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 grand-père 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 attentes de nos clients. »

Côté 'Filaventure', la boutique s'est agrandie de 80 m<sup>2</sup> pour totaliser au rez-de-chaussée 240 m<sup>2</sup> 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, trousse 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 fil des siècles.

Ecrit par le 12 avril 2026



Ecrit par le 12 avril 2026



Ecrit par le 12 avril 2026



Ecrit par le 12 avril 2026



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

Ecrit par le 12 avril 2026

« 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 [Picanol](#) 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 12 avril 2026



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.

Ecrit par le 12 avril 2026



Ecrit par le 12 avril 2026



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

Ecrit par le 12 avril 2026

# 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



statista 

Ecrit par le 12 avril 2026

L'[industrie mondiale de l'habillement](#) a doublé au cours des quinze dernières années et compte environ 60 millions de travailleurs à travers le monde. Comme le [rapporte](#) l'ONG Clean Clothes Campaign, malgré l'essor économique de ce secteur, les salaires des ouvriers des pays exportateurs émergents - parmi lesquels [plusieurs pays d'Asie et d'Afrique](#) - restent bien souvent indécentes 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 [commerce de détail](#) - 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 [83 euros en 2020](#), 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](#)