

# LA FRIPOUILLE : UNE FRIPERIE DE PROXIMITÉ À PRIX SOLIDAIRE



- **AUTEUR** : Diana DRLJACIC  
Fondatrice de la Fripouille  
contact@cultureartsociete.com
- **RÉDACTRICE** : Emeline Brun

● **RÉSUMÉ** : « Depuis 2013, l'association Culture Art Société Production (CAS Production) gère La « Fripouille », une boutique ouverte à tous qui recycle plus de 10 tonnes de vêtements par an et qui revend les produits en excellent état à très bas prix. Parallèlement à la vente de vêtements et d'objets d'occasion, de nombreuses activités sont proposées aux adultes et aux enfants pour favoriser la création de lien : ateliers de loisirs créatifs, d'écriture, de dictée, une permanence d'écrivain public, des sorties culturelles... Cet espace de mixité sociale contribue au désenclavement du territoire et à l'insertion sociale d'habitants fragilisés. »

● **MOTS-CLEFS** : SOLIDARITÉ, DÉVELOPPEMENT LOCAL, INSERTION, EXCLUSION, LIEN SOCIAL, RECYCLAGE, AUBERVILLIERS, FRANCE

## 1. INTRODUCTION : DE CAS PRODUCTION À LA FRIPOUILLE

**CAS Productions (Culture, Art, Société)**<sup>1</sup> fait suite à un travail de diffusion de documentaires et de films aborigènes. Ce projet s'est institutionnalisé en 2006 sous la forme d'une association Loi 1901. Au départ, concentré autour de la thématique des aborigènes, CAS Production s'est progressivement intéressée à Aubervilliers, une des villes les plus pauvres de France. Après un diagnostic de ce lieu d'ancrage (nombreux primo-arrivants, taux de chômage et de monoparentalité féminine importants...), il a été décidé de mettre en œuvre des activités favorisant les rencontres. En effet, il est ressorti qu'il manquait à Aubervilliers des lieux de convivialité, en particulier pour les femmes, dont les rencontres se limitent bien souvent aux sorties d'école ou au marché.

Le projet initial, monté en partenariat avec 2 autres associations, était de créer un grand espace avec une cuisine associative et une friperie. Cependant, le prix du foncier et le faible soutien de la mairie n'ont pas permis d'accéder à un local adéquat, c'est-à-dire d'une superficie minimum de 300 m<sup>2</sup>. Le projet a donc été repensé de façon à correspondre aux surfaces disponibles. L'idée de la friperie a été conservée car c'est un catalyseur intéressant : tout le monde a besoin de vêtements. De plus, le troc et l'achat de vêtements d'occasion se développent et sont de moins en moins stigmatisés.



Logo de la Fripouille

La Fripouille est créée en 2013 après l'expérimentation de ventes festives régulières en centre-ville et lors du marché hebdomadaire<sup>2</sup>. La fondatrice du projet s'est également inspirée des *community centers* qu'elle avait pu connaître lors de ses nombreuses années passées à l'étranger. Il s'agit d'une friperie solidaire qui utilise la vente de vêtements comme prétexte pour créer des rencontres et du lien social mais aussi pour sensibiliser aux questions de bien commun et d'environnement.

## 2. MÉTHODES : LE FONCTIONNEMENT DE LA FRIPOUILLE

### UNE BOUTIQUE PRESQUE COMME LES AUTRES

Ouverte le 9 février 2013 et inaugurée le 6 avril 2013, la Fripouille est installée au 12, rue Paul-Bert, dans un local de 70 m<sup>2</sup> partagé avec le service municipal, qui y tient des permanences « Démocratie locale et vie des quartiers ». Une attention particulière est portée à l'aménagement de l'intérieur du local pour éviter le côté « bazar » de bien des magasins d'occasion. Un important travail a donc été mené pour créer un lieu joli, agréable et apaisé où chacun peut se retrouver. La présentation et la mise en valeur des articles sont soignées. Les produits sont disposés sur des étagères artisanales fabriquées par des bénévoles avec des matériaux recyclés. Le sous-sol de la boutique a été réaménagé en dépôt (35 m<sup>2</sup>).

1. [www.cultureartsociete.com](http://www.cultureartsociete.com)

2. Une vente aux enchères de vêtements « porteurs d'histoire »

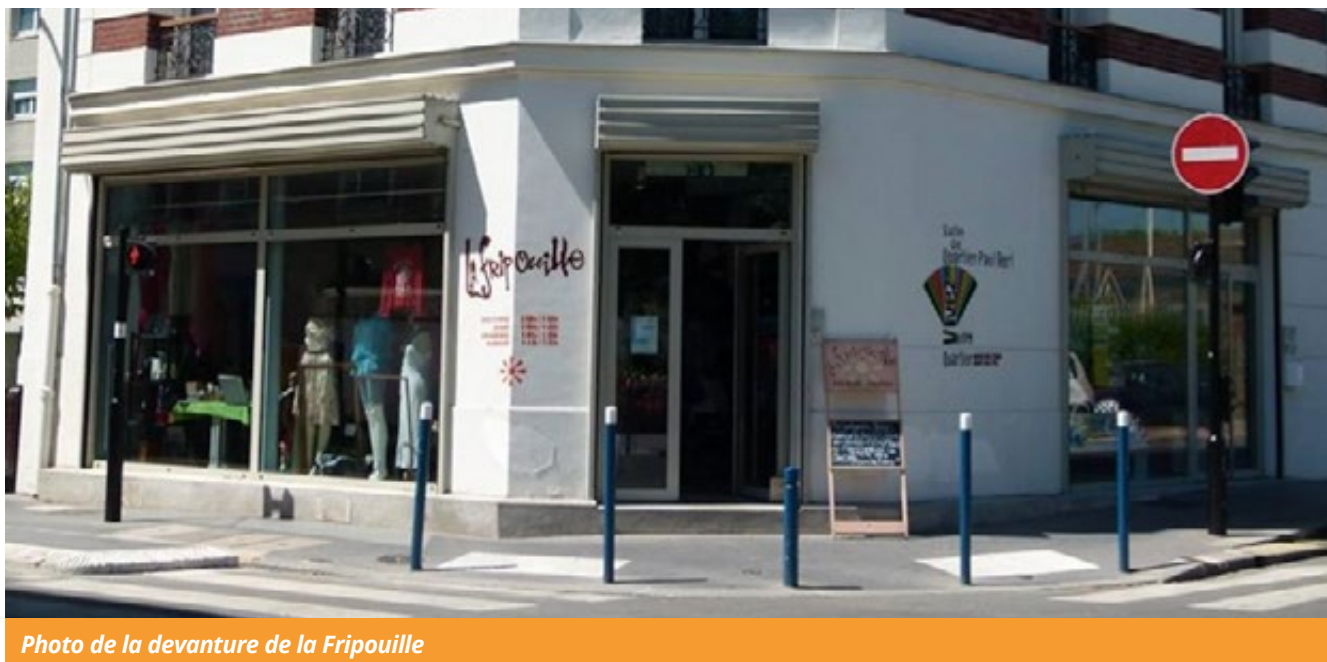


Photo de la devanture de la Fripouille

La boutique est ouverte 3 jours par semaine : mercredi de 10h à 18h ; vendredi de 10h à 19h ; et samedi à 13h à 18h. Parallèlement, des ventes sont toujours organisées en centre-ville, le jour du marché, ce qui appuie la visibilité de la boutique et attire une nouvelle clientèle.

### DES DONNÉS GÉNÉREUX

La Fripouille fonctionne entièrement grâce aux dons : vêtements, objets de puériculture, linge de maison, vaisselle, électroménager, livres, DVD, jouets... La plupart proviennent de particuliers. Il existe aussi des partenariats avec des grandes enseignes qui permettent de récupérer des fins de collections neuves invendues. Ces dons sont triés de façon à ne proposer que des articles dans un état quasi-neuf. Ceux en bon état sont vendus à bas prix (de 50 centimes à 10 € pour les plus belles pièces) et ceux trop abîmés sont redistribués à d'autres associations (par exemple, les jouets cassés sont récupérés par la Villa Mais d'Ici pour ses créations et ses œuvres).



Photo de l'intérieur de la Fripouille

La boutique dispose d'un budget de près de 70 000 €, financé par la Fondation de France, le Contrat Urbain de Cohésion Social, la Ville d'Aubervilliers et les recettes des ventes. Un système d'adhésion a été mis en place :

- 2€ pour les enfants et les personnes à faible revenu
- 4€ pour les adultes
- 6€ pour les familles

La répartition idéale est **1/3 de dons et bénévolat, 1/3 de subventions et 1/3 de bénéfiques.**

### UN LIEU ET DES ACTIVITÉS CONVIVIALES

Contrairement aux épiceries sociales<sup>3</sup>, la Fripouille est ouverte à tout public. Chacun peut y faire ses courses, autant ceux qui bénéficient d'aides sociales que tout autre visiteur intéressé. Elle favorise ainsi la mixité et ne stigmatise pas ceux qui entrent dans le magasin.

Ce projet est pensé comme lieu de convivialité, il ne se limite pas à satisfaire des besoins matériels. Des activités créatives animées par des bénévoles sont proposées :

- des **ateliers de loisirs créatifs** à base de matériaux recyclés (1,50 € goûter compris) et des **clubs de lecture** pour les enfants
- des **ateliers d'écriture et de dictée** gratuits pour les adultes
- une **permanence d'écrivain public** depuis fin 2015 : 2 fois par mois le samedi, une éducatrice spécialisée bénévole reçoit en rdv individuels et confidentiels pour aider et accompagner dans les démarches administratives et juridiques.

3. Cf. A.N.D.E.S, réseau d'épiceries solidaires : [www.epiceries-solidaires.org](http://www.epiceries-solidaires.org)

○ des **sorties culturelles mensuelles**

○ des **créateurs locaux** : chaque mois, un espace dans la boutique est mis à disposition à des créateurs/artisans locaux (ex. confitures, bonnets, boucles d'oreille, pochettes, sacs, habits pour poupée...)<sup>4</sup>



Affiche des clubs de lecture

La convivialité est au cœur des préoccupations de la Friperie : il faut que les gens s'y sentent bien, soient suffisamment à l'aise pour parler, passer du temps, sans nécessairement acheter. L'idée est d'aller bien au-delà de la relation marchande, comme le souligne François, retraité et bénévole depuis septembre 2011 : « A la base, on reçoit des dons, ce qui permet d'offrir des prix accessibles. Mais en plus, on parle, on a des gens qui racontent leurs problèmes. C'est quelque chose qu'il n'y a pas dans un magasin normal. Ici, il y a une relation directe, qui dépasse une simple relation vendeur-client, ça ne se réduit pas qu'au commercial et à l'argent. »

### UNE ÉQUIPE DE BÉNÉVOLES ACTIVE

La friperie fonctionne grâce à l'engagement de bénévoles qui donnent régulièrement ou ponctuellement de leur temps. La plupart habitent Aubervilliers. Certains sont suivis par des travailleurs sociaux. Il peut s'agir de personnes éloignées de la société, de seniors, de primo-arrivants ou de personnes sans-papiers.

15 bénévoles réguliers se relaient pendant la semaine pour assurer les tâches quotidiennes qui permettent à la boutique de proposer un service de qualité : recevoir les dons, trier les vêtements, les remettre en état, les disposer en rayon, accueillir les clients, assurer la vente, organiser des activités collectives etc. Le travail de tri et de remise en état occupe une grosse partie du temps bénévole : 1 journée par semaine (le lundi) y est consacrée.

En échange de leur travail et au bout de 3 mois, les bénévoles acquièrent des « **crédit-habit** », leur permettant d'acheter des biens à la friperie en fonction du temps qu'ils ont donné :

- 1 demi-journée = 5 €
- 1 journée = 8 €

Malgré l'aide de ses 50 bénévoles, la Friperie a recruté **une salariée** pour assurer la gestion de sa boutique. Les bénévoles n'ont pas toujours les compétences, le temps ou la motivation pour s'en charger.

## 3. RÉSULTATS

### QUELQUES DONNÉES QUANTITATIVES

- A sa naissance, La Friperie recevait environ 6 tonnes de vêtements. En 2016, elle en reçoit **14 tonnes**, dont quasiment la totalité est revalorisée : soit revendue soit redonnée à d'autres structures. En moyenne, seulement 0,3 % des dons est jeté.
- Les ventes à la friperie, les ateliers de loisirs créatifs et les ateliers pour enfants bénéficient au total à **12 000 personnes**. Les activités affichent souvent complet. La fréquentation moyenne des sorties culturelles est de 15 personnes.
- CAS Productions compte **100 adhérents**.



Les articles de la Friperie

4. Aucune somme d'argent n'est perçue par l'association, les ventes reviennent en totalité au créateur.

## VALORISATION DES INDIVIDUS, MIXITÉ SOCIALE ET NON-STIGMATISATION

Ce projet ne bénéficie cependant pas uniquement aux clients mais aussi aux personnes qui le portent. Pour les bénévoles, dont les situations sociales sont variées, ce type d'activité peut favoriser leur insertion sociale. Le bénévolat permet à certains de sortir de chez eux, de se (re)découvrir, à d'autres d'apprendre le français, de faire leur curriculum vitae, de se constituer un réseau, ou d'acquérir des compétences de ventes, de tri, etc. François explique : « *La Fripouille m'apporte une continuité professionnelle. J'étais dans le monde du cabaret, du théâtre, du cirque. Ce que je fais avec la Fripouille, les activités créatives, c'est une continuité, le côté social en plus, le rapport avec les enfants, avec les parents.* ».

Les clients qui entrent dans la Fripouille expriment que c'est un lieu chaleureux et convivial, où les enfants jouent, où ils peuvent parler entre eux ou avec les bénévoles. Ils aiment s'y rendre, pas seulement parce que les objets ne sont pas chers. Il y a une réelle mixité, tant chez les bénévoles que les clients : albertvillariens de naissance, primo-arrivants, retraités, mères de famille... Les clients sont pour la plupart en difficulté financière mais il y a aussi une clientèle plus aisée qui vient régulièrement. Une ligne de vêtement de marque, en bon état, a ainsi été créée pour vendre avec une marge un peu plus grande.

## REDYNAMISATION DU QUARTIER

La Fripouille est une expérience originale en termes d'occupation de l'espace public. Elle contribue à la vie de quartier. A l'ouverture de la boutique, le quartier était assez enclavé et marqué par l'aide sociale. Les albertvillariens le fréquentant davantage, d'autres commerces s'y sont installés : 8 mois après l'ouverture de Fripouille, un café en face à l'abandon a rouvert, puis un magasin et récemment un dépôt-vente haut de gamme. Pour appuyer cette dynamique, la Fripouille et ses partenaires développent depuis 2015 le projet, « **La rue est à nous** », pour nettoyer et décorer la rue, pour créer du lien social, pour favoriser le civisme et le vivre-ensemble. C'est là que réside la différence entre Fripouille et beaucoup d'autres friperies solidaires : la boutique n'est pas qu'un lieu de passage mais un véritable lieu de vie ancré dans le quartier, et dans la vie locale.

CAS Production est en lien constant avec la ville et d'autres associations (en particulier celles culturelles, linguistiques et culinaires). Cette coopération est favorable à la solidarité locale. Des actions ponctuelles de dons peuvent être improvisées en cas d'urgences et de sinistres.

## 4. DISCUSSION

### ESTHÉTIQUE ET DIGNITÉ DES PERSONNES

Considérée superflue dans l'aide aux plus démunis, l'esthétique est pourtant une importante composante du bien-être et de la dignité des personnes. Ne pas pouvoir s'habiller correctement est un signe visible de pauvreté stigmatisant, d'autant plus dans notre société de consommation. Outre la dimension pratique et physique, le manque d'esthétique peut également être vécu comme une honte. Cela peut favoriser l'isolement, la perte de confiance en soi ou le sentiment d'exclusion. L'accès à un habillement de choix et de qualité comme n'importe quel consommateur contribue à restaurer la dignité et le sentiment d'appartenance à la société. L'aide vestimentaire n'est pas une fin en soi mais un moyen de créer du lien social et de retrouver sa place dans la société.

### SORTIR DES LOGIQUES D'ASSISTANAT ET DE CHARITÉ

La charité et l'assistanat peuvent entretenir les sentiments de honte car elles renvoient les personnes à leur situation de précarité et à une impression d'impuissance. Etre acteur de son parcours d'insertion est un facteur de réussite clé dans la résolution des situations de pauvreté. En l'espèce, choisir et acheter ses vêtements, même à un prix symbolique, au lieu d'accepter ce qui est donné, s'inscrit dans cette logique. Cela permet aux personnes d'affirmer leur individualité et leur droit à ne pas se contenter de survivre.

### DIFFICILE VALORISATION DANS L'ÉCONOMIE « CLASSIQUE »

L'insertion professionnelle est un enjeu majeur de la lutte contre la pauvreté. Les bénévoles de la Fripouille acquièrent de nombreuses compétences. Cependant, certaines compétences, comme celle du tri, ne peuvent être valorisées que dans le secteur de l'économie sociale et solidaire (ESS) qui propose des postes d'insertion de ce type. Même si le passage à la Fripouille est une expérience formatrice, il n'offre pas de débouchés réels dans le monde du travail « classique ». Une reconnaissance formelle de la compétence de tri serait utile pour y associer un « métier ».