

# quelques personnes qui, portant

**tam tam**  
numéro 43 | juin 2010

# VENTE DE SOLIDARITÉ

## l'entraide Emmaüs

tam-tam, le journal mural d'Emmaüs

“Le mouvement Emmaüs consiste dans la rencontre de quelques personnes (...) qui, portant leurs regards vers d'autres détreffes, décident ensemble d'unir leurs efforts... Je pense que c'est cela le fond du mouvement.” **Abbé Pierre**

 **EMMAÜS INTERNATIONAL**

## Édito

**Sous le signe du partage** Par Raihan Ali, membre du conseil d'administration et président d'Emmaüs Asie

Le mois de juin arrive, et comme chaque année, c'est le moment pour les groupes Emmaüs d'organiser l'évènement solidaire qui les relie aux autres groupes du mouvement international: la vente annuelle de solidarité. Les fonds collectés à cette occasion permettent à Emmaüs International de proposer une aide financière aux groupes traversant une difficulté (faire face aux urgences, rebondir après un impré-

vu...) ou ayant besoin d'un appui pour lancer une nouvelle activité, seuls ou sous forme d'initiative régionale. Autant de situations vécues chaque année par des groupes à travers le monde.

Plus que précieuse, cette vente est l'unique source qui alimente les projets de solidarité: elle est donc un des rouages indispensables au mécanisme de soutien entre groupes. Elle est aussi une manière

très concrète de prolonger à l'échelle internationale le sens profond qui guide l'action d'Emmaüs: soutenir et accompagner ceux qui en ont le plus besoin. En cette année difficile pour beaucoup de groupes, ne passons pas à côté de ce temps fort: soyons nombreux à nous joindre à cet évènement collectif – et parfois festif! – où partout dans le monde les groupes Emmaüs organiseront au même moment leur vente de solidarité.



## Tous à bord

→ A vos ventes... prêts, partez! Vous pouvez déjà mettre les choses en route. De J-30 au jour J, il y a de quoi faire: réunir les personnes impliquées (compagnons, amis, partenaires, salariés...), fixer une date, le lieu, les éventuelles animations, puis diffuser l'information hors du groupe (affiches, médias locaux), préparer les objets à mettre en vente et... faire aboutir tous ces efforts entre le 13 et le 27 juin.

→ Une affiche à disposition Pour annoncer votre vente, Emmaüs International met à disposition des affiches que vous pouvez apposer dans votre ville ou dans votre groupe. Un espace y est réservé pour vous permettre d'indiquer date, horaires et lieu du rendez-vous.



→ Pour en savoir plus sur les projets financés grâce aux ventes précédentes, des documents sont consultables auprès du SIE (notamment un poster explicatif petit format, ou le rapport annuel). Emmanuelle Larcher, en charge des questions de solidarité au secrétariat international, pourra répondre à toutes vos questions (e.larcher@emmaus-international.org).

Une publication d'Emmaüs International - 2010  
contact@emmaus-international.org  
47 av. de la résistance - 93104 Montreuil Cedex. France  
Directeur de la publication: Jean Rousseau  
et le Groupe publications  
Conception - rédaction: Majda Boucharine  
Design graphique: Nicolas Pruvost (www.nicolaspruvost.fr)  
Dessin: Claire Robert (www.clairerobert.org)  
Crédits photographiques: Atelier des grands pêcheurs (visuel de une), Emmaüs International  
Impression sur papier certifié FSC par Loire offset Titoulet

www.emmaus-international.org

# leurs regards vers d'autres détreffes, décident ensemble d'unir leurs efforts



## Emmaüs en mouvement

Prenez quelques beaux objets, préparez votre lieu de vente, ajoutez-y un groupe de compagnons, des responsables et une poignée d'amis. Réunissez le tout, et garnissez de quelques clients. Saupoudrez d'une légère dose de bonne humeur et d'un esprit solidaire. Laissez prendre... et vous tenez votre vente de solidarité!

Partout dans le monde, du 13 au 27 juin 2010, des groupes Emmaüs organiseront en même temps une vente spéciale, qui permettra de récolter des fonds pour subvenir aux besoins des groupes moins aisés. C'est une manière très concrète de s'engager auprès d'autres groupes du mouvement.

**Un format souple, selon les contextes de chacun**

La vente de solidarité est organisée par les groupes une fois par an, idéalement en juin. Au-delà de ce point commun, il n'existe aucun modèle-type, ni aucune règle sur le niveau de recettes espéré. S'il existait une devise, ce serait 'chacun selon ses moyens'. Dans certaines communautés, de beaux objets sont mis de côté pendant l'année pour la vente de solidarité, tandis que d'autres groupes ont recours à l'artisanat qu'ils produisent eux-mêmes. Pour certains, c'est le matériel reçu par conteneur qui fournira de quoi garnir les étals et pour d'autres, ce sont des gâteaux faits maison qui seront mis en vente. Jour de fête ou simple samedi en salle des ventes, chaussures d'occasion, meubles d'époque, linge de maison, vêtements, assiettes, batiks, sacs artisanaux ou produits alimentaires: d'un pays à l'autre et selon les activités du groupe, cette vente prend des allures très diverses. Mais tout ça pourquoi...?



**Plus qu'une vente, un temps d'entraide entre groupes**

La raison d'être de cette vente est simple: mutualiser les ressources pour remplir une cagnotte commune qui permet aux groupes, où qu'ils soient, de solliciter le mouvement international pour une aide financière. L'objectif? Être épaulé en cas d'imprévu, débloquer une situation ou avoir un soutien pour se lancer dans une nouvelle aventure, créer une activité, etc. Chaque année, l'argent collecté permet la mise en œuvre d'une



vingtaine d'actions de solidarité et la mise à disposition de plusieurs enveloppes d'urgence qui allègent la vie des groupes et les aident à faire face à leur mission sociale.

Emmanuelle Larcher, chargée des solidarités au Secrétariat International Emmaüs (SIE), résume la procédure: "Les groupes soumettent leur proposition d'action, et 2 critères guident l'attribution des fonds: solidité du projet et argent disponible. Avoir une cagnotte bien remplie permet de ne pas dire non à des groupes

qui ont besoin d'une aide passagère pour surmonter un moment difficile ou se lancer dans un nouveau défi".

**Cette aide ou une autre... où est la différence?**

Pour Raihan Ali (responsable du groupe Thanapara, Bangladesh), la réponse va de soi: "Dans notre cas c'est simple, aucune autre solution ne s'offre à nous. En cas d'urgence, s'adresser aux institutions ou aides internationales, ça peut prendre un chemin très bureaucratique, et on n'arriverait pas à débloquer les fonds à temps. Avec Emmaüs, on a une réaction rapide, et une procédure accessible à des gens de terrain". Préoccupations similaires du côté de la République Démocratique du Congo. Jean Busogi (responsable de CAJED, groupe Emmaüs à Goma, RDC) estime que les financements de solidarité d'Emmaüs prennent le relais pour permettre des projets de long terme qui n'intéressent pas d'autres bailleurs: "En RDC, quand notre groupe essaye de mettre en place des activités pour aider les anciens réfugiés soldats à retrouver une vie normale, il se confronte aux réticences de bailleurs persuadés que ce problème ne sera plus d'actualité d'ici quelques années. Difficile, dans ces conditions, de leur faire financer la construction de bâtiments d'accueil qui fonctionneraient pour les 10-15 années à venir...".

Le pot commun de la solidarité aide aussi à mettre en place des activités génératrices de revenus sur le long terme. A titre d'exemple, les fonds collectés par les ventes de solidarité en 2009 ont permis récemment la construction d'une salle de vente et d'un atelier, la création d'une ferme-école pour former des jeunes, l'achat d'un camion pour accroître la capacité de ramassage, l'ouverture d'une unité de transformation de produits alimentaires, la création d'une nouvelle communauté de travail, et bien d'autres actions sur les 4 continents. ■



## Escale à... Piura (Pérou)

**La vente annuelle de solidarité d'Emmaüs Aguilas, à Piura (nord du Pérou), nous est racontée par Juan Melquiades, responsable du groupe et conseiller mondial (CMAPSI).**

**Emmaüs Aguilas à grands traits?** Notre communauté existe depuis 23 ans. 40 compagnons (hommes, femmes, et même des familles) vivent et travaillent ici pour retrouver dignité et joie de vivre. Nous récupérons essentiellement des papiers, cartons, plastiques... Mais la communauté a aussi ses propres ateliers de menuiserie et de ferronnerie. Et plusieurs fois par semaine, nous assurons la vente. On mène aussi des actions en dehors de nos murs: école rurale, centre de thérapie physique et de rééducation, ou encore distribution de vêtements aux populations pauvres dans les villages de montagne.

**C'est bientôt le moment de la vente de solidarité. Comment ça se déroule à Piura?** La vente a lieu dans un village différent chaque année, en impliquant aussi une association populaire implantée localement. Une partie des compagnons s'occupe de sélectionner les vêtements à mettre en vente (dans notre cas, ils proviennent d'un conteneur reçu d'Europe, car ici nous ramassons surtout du matériel recyclable, carton et papier), et d'autres coordonnent le reste avec l'association locale pour fixer la date, le lieu etc., puis on fait de la publicité pour l'évènement via les médias locaux. Tout est vendu au prix de 1 sol péruvien (environ 0,25 euros) pour permettre aux plus pauvres d'acheter. Une fois les dépenses couvertes, les recettes sont versées à Emmaüs International, et une petite partie est versée à l'organisation populaire qui s'est mobilisée à nos côtés. La vente se veut donc solidaire avec l'international, avec les acheteurs locaux et avec l'associa-



tion locale, tout le monde y trouve son compte. En général, on s'y prend 1 mois avant la vente pour lancer les choses.

**Qu'est ce qui vous motive à l'organiser?** Le fait de se sentir partie d'un mouvement. Ça donne plus de sens à notre travail. Et les compagnons sont motivés par ce double engagement: participer au fonds de solidarité internationale, et mettre dans la boucle une organisation populaire qui aide les plus pauvres ici, près de nous. L'idée reste d'offrir à une population défavorisée des achats accessibles, à des prix plutôt symboliques. Le seul obstacle qu'on rencontre parfois, c'est de manquer d'affaires à mettre en vente...

**Racontez-nous une anecdote, un souvenir?** En principe on invite un chanteur pour animer l'évènement et la tombola. Une fois, le chanteur était tellement bon que les clients en avaient oublié la vente, captivés par le spectacle! On a été obligé d'interrompre le show pour que la vente reprenne... depuis, on réfléchit à deux fois avant de prévoir une animation musicale!

**Un conseil?** Ça tient en 4 idées: une bonne planification, un peu de volonté, impliquer les compagnons, et une bonne publicité. ■