

> LA BRADERIE ARCAT, DU 31 OCTOBRE AU 2 NOVEMBRE 2003

Dix ans de mode solidaire et engagée

Depuis dix ans, la braderie de l'association Arcat (Groupe SOS) permet de collecter une partie des fonds nécessaires à la prise en charge d'un nombre croissant de personnes touchées par le VIH/sida et les pathologies associées (hépatites, tuberculose, etc.). Incontournable pour pallier le désengagement croissant de l'Etat, elle concrétise aussi l'engagement fidèle des univers de la mode et de la décoration contre l'épidémie.

Lorsque Pierre Bergé, alors président d'Arcat-sida, lance l'idée d'une braderie mode au profit de la lutte contre le VIH/sida en 1993, il s'adresse au milieu du luxe qu'il connaît bien et qui fait partie des secteurs professionnels particulièrement sensibilisés à l'épidémie. La mobilisation des plus prestigieuses maisons de couture attire dans son sillage les médias et le grand public. Le succès est tel, que l'association décide de reconduire l'opération l'année suivante, puis chaque année. La braderie devient ainsi l'événement phare de l'association.

> Des donateurs fidèles et engagés

Très vite, l'envie d'attirer un public plus large amène l'association à solliciter plus de donateurs. « Peu de donateurs offrent de grandes quantités de marchandises, c'est pourquoi nous avons dû élargir notre cible pour pouvoir vendre davantage », explique Catherine Spanier, responsable du secteur événementiel à Arcat. Des enseignes de parfumerie et de prêt-à-porter sont ainsi venues étoffer la liste des donateurs originels. Avec la mise en place, en 2000, de la braderie



Manteau Jean-Paul Gaultier
Robe Dolce & Gabbana



Robe Pierre Balmain

« Art de vivre et créativité », centrée sur l'univers de la maison, de grands noms du design et de la décoration sont également entrés dans l'aventure. « Je voulais impliquer un autre type de donateurs, les petits créatifs et les artisans », explique Catherine Spanier.

Aujourd'hui, entre 120 et 130 donateurs répondent présents à chaque braderie mode et une centaine pour la braderie décoration. Leurs motivations ? La déduction fiscale, certes,

mais pas seulement. « Tous nos donateurs ne se retrouvent pas financièrement dans l'avantage fiscal lié au don de marchandises. Pour beaucoup, cette démarche concrétise un véritable engagement contre le sida. Les grandes marques sont énormément sollicitées. Ce n'est pas anodin si elles choisissent de se mobiliser contre une maladie "médiatique-ment incorrecte" et qui reste discriminante », affirme Catherine Spanier. 30 à 40% des donateurs



2003 : une braderie « relookée »

Pour les dix ans de sa braderie, Arcat a décidé de communiquer sur une nouvelle image. Une ligne graphique plus moderne et stylisée a été mise au point. Elle cherche à accroître la visibilité de la braderie comme l'un des événements mode parisiens de l'automne. Cette communication visuelle se décline comme les années précédentes en une affiche et un flyer ; une carte postale a été également créée pour une diffusion élargie dans les lieux conviviaux de la capitale.

Un effort particulier est aussi porté sur l'organisation et le déroulement de l'événement. Les bénévoles sont plus nombreux et identifiés par des tee-shirts, pour renforcer le service aux stands, faciliter l'entretien des lieux pendant l'événement et assurer une meilleure surveillance. Un surcroît de mobilisation qui donne de beaux espoirs à la lutte contre le sida. ■



Manteau Jean-Paul Gaultier

actuels sont fidèles depuis le début et le nombre de nouveaux donateurs augmente chaque année.

> Tous sur le pont

La braderie mode, mixte, attire cependant un public essentiellement féminin âgé de 25 à 45 ans. De 6 000 à 7 000 personnes assistent à l'événement. Plusieurs facteurs expliquent cette affluence. L'information est plutôt bien relayée par les médias (presse, radio et télé), ainsi que par les sites Internet. Certains d'entre eux couvrent l'événement depuis de nombreuses années. La braderie Arcat bénéficie également du fichier de l'Espace Voltaire, où elle se déroule : l'information est envoyée aux 15 000 clients de ce vaste espace parisien du 11^e arrondissement, coutumier des ventes privées de grandes marques de prêt-à-porter.

Depuis 1999 en effet, Arcat travaille avec l'Espace Voltaire qui met gracieusement à la disposition de l'association son local et sa logistique.



Veste Voyage Passion, pantalon Gianni Versace



Haut Voyage Passion

Outre ce partenaire de premier ordre, de nombreux bénévoles, salariés de l'association ou non, viennent prêter main-forte pour l'installation, la tenue des stands, des caisses et du vestiaire, la surveillance et le rangement.

Toutes ces énergies sont tournées vers un seul objectif : récolter le maximum d'argent pour améliorer la prise en charge des personnes suivies à Arcat. L'intégralité de la somme recueillie grâce aux ventes – plus de 200 000 euros en 2002 pour les deux braderies confondues – est reversée à l'association pour soutenir ses actions en faveur des personnes atteintes par le VIH/sida et les pathologies associées (hépatites, tuberculose, etc.) : accueil et orientation, aide à l'accès aux droits et aux soins, accompagnement et médiation, écoute et soutien psychologique, prévention, aide au logement et à la vie quotidienne, aide à l'insertion professionnelle. ■

Elise Brunet