

Le miel pour adoucir les souffrances

MÉRIADECK Les Clowns stéthoscopes ont vendu le miel des abeilles installées sur les terrasses du centre commercial au profit de leurs actions auprès des enfants hospitalisés

Hervé Pons
h.pons@sudouest.fr

Samedi, le centre commercial Mériadeck bourdonnait. Certes de son activité commerciale habituelle, mais aussi de celle des milliers d'abeilles qui butinent les jardins et balcons depuis ses terrasses. Cet après-midi là, l'association Les Clowns stéthoscopes proposait à la vente les 27 kilos de miel, répartis en 180 pots, produits par les petites butineuses.

Pour Chloé Versini, permanente de l'association, et les bénévoles qui l'accompagnaient, il s'agissait tout autant d'obtenir des fonds pour les actions (2 euros le pot de miel de 150 grammes), que de faire connaître au public l'existence des clowns et leurs activités.

Les Clowns stéthoscopes, nés il y a vingt ans en Gironde (à Bègles),

ont pour objectif d'apporter le sourire, et encore mieux le rire, à où les enfants sont hospitalisés : au CHU, à Haut-Lévêque, bientôt aussi à l'hôpital de Libourne. Onze collègues professionnels, rétribués pas l'association, remplissent cette mission que l'on ne peut qu'applaudir. Ainsi, 3 000 petits malades rencontrent chaque année un - ou une - clown dans un cadre qui ne demande qu'à s'illuminer de gaieté.

Auprès des aînés aussi

Le résultat est tellement fort, devenu indispensable, que l'association a décidé - depuis trois ans - d'aller également dans les Ehpad auprès des pensionnaires les moins accessibles au divertissement, des malades d'Alzheimer, des personnes âgées prostrées dans une absence de communication. Cette initiative



Le miel des ruches des terrasses du centre commercial Mériadeck a été vendu au profit des clowns qui interviennent auprès des enfants hospitalisés et d'aînés en Ehpad. PHOTO LAURENT THEILL ET

répond à un appel de l'Agence régionale de santé, l'ARS. Ce qui est un gage de reconnaissance pour les Clowns et l'assurance que leurs interventions sont prises au sérieux et appréciées en haut lieu.

Reste qu'il faut des ressources pour porter le rire. « Nous avons pour cela nos actions comme cette vente de miel, les dons de particuliers, ceux d'entreprises, des subventions des pouvoirs publics », dé-

clare Chloé Versini. Ainsi, la recette de la vente des pots de miel produits par le rucher du centre commercial que dirige Éléonore Baloud, du groupe néerlandais Wereldhave, revient au Clowns avec le concours technique (on ne s'improvise pas apiculteur) d'Apiterria. « Ce rucher, installé il y a deux ans, est un élément, certes spectaculaire, de la politique environnementale que nous conduisons, décrit la direc-

trice. Il y a aussi les choses qui ne se voient pas, comme les économies d'énergie, et celles auxquelles participe le public : l'apport volontaire de bouteilles en plastique avec des récompenses pour inciter et fidéliser (700 personnes ont joué le jeu, avec pour partenaire la start-up Yoyo), un petit potager aux côtés des ruches à la disposition d'enfants avec l'Union Saint-Bruno. »