

Chiffres et activités 2017 Child Focus - Partenaires d'affichage

Bien que la solidarité ait à nouveau été au rendez-vous en 2017, l'année a aussi été placée sous le signe de l'évolution. Plusieurs de nos fidèles partenaires d'affichage sont en effet allés vers l'inconnu et se sont engagés dans de nouvelles voies, d'autres ont poursuivi leur bel élan ou ont peaufiné leurs procédures afin de renforcer l'efficacité de notre action et de nos campagnes de recherche ciblées. Nous tirons un bilan positif de 2017, une année marquée par de nombreuses nouvelles tendances, des contacts agréables, du respect mutuel et une collaboration positive. Le tout avec un objectif commun en tête : travailler main dans la main dans l'intérêt de l'enfant.

La Loterie Nationale est un partenaire important de notre Fondation. Depuis 2006, elle met ses écrans numériques à notre disposition pour la diffusion d'avis publics de disparition. Ces écrans, situés dans des points de vente répartis dans une multitude de lieux publics (des librairies aux supermarchés, en passant par les distributeurs automatiques mobiles), attirent l'attention du grand public à de nombreux moments. Child Focus bénéficie désormais des avantages d'un système informatique flambant neuf qui nous permet de diffuser les avis de disparition par code postal, et donc très localement. Le système mise sur la rapidité, l'efficacité et la flexibilité, des éléments indispensables dans la recherche d'un enfant disparu.

Les possibilités sont multiples pour nos partenaires actuels (et futurs). Le soutien offert à Child Focus peut prendre diverses formes, et toute aide est plus que bienvenue. L'an dernier, plusieurs partenaires d'affichage ont décidé de déployer leurs ailes et de relever un défi supplémentaire. Century 21 Benelux s'est montré très généreux dans son soutien à notre fameuse campagne estivale « Surf Safe », pour laquelle nous nous sommes notamment rendus dans huit stations balnéaires belges ainsi qu'à Bruxelles-les-Bains avec une planche de surf-rodéo. Plus de 4 500 enfants et adolescents, ainsi que leurs parents et grands-parents, ont reçu des conseils pour surfer en toute sécurité.

Notre partenaire d'affichage Lidl s'est à son tour engagé avec Pepperminds, l'agence de récolte de fonds à laquelle Child Focus est affiliée. La chaîne de supermarchés permet ainsi à nos recruteurs de fonds d'aborder de nouveaux donateurs potentiels à l'entrée de ses magasins. Un beau geste et une aide importante. Multimag, qui fait également partie de nos partenaires d'affichage, nous aidera désormais à diffuser le matériel de communication et de prévention via la distribution de ses magazines. Ce soutien nous permettra d'élargir notre public et de faire encore mieux passer nos messages de sensibilisation.

Nous pouvons faire appel aux gardiens de la paix de 33 villes et communes belges dans le cadre d'une campagne de recherche discrète. Cette liste ne cesse de s'étoffer. En 2017, nous avons signé un accord de coopération avec la ville de Tirlemont ainsi qu'avec les communes bruxelloises de Jette et de Woluwe-Saint-Pierre.

En 2017, nous avons fait appel à 21 reprises à notre réseau de partenaires dans le cadre d'actions publiques d'affichage et à 139 reprises lors de campagnes de recherche discrètes avec vignettes. Outre ces campagnes de recherche, nous pouvons continuer à compter sur le soutien indéfectible de nombreux partenaires pour la diffusion du matériel de prévention et de sensibilisation dans le cadre de nos campagnes de communication.