

FOCUS

édition spéciale 25 ans | mars 2023



ensemble retrouvons-les

MERCI À VOUS



Le temps passe vite quand on s'engage jour et nuit dans la lutte contre l'exploitation sexuelle et la disparition d'enfants. Il y a 25 ans, notre ligne d'urgence 110 (devenue plus tard le numéro européen 116 000) sonnait pour la première fois. Très vite, nous avons été confrontés aux faits. Environ un mois avant que Child Focus ne devienne opérationnelle, la jeune bruxelloise W. avait disparu sans aucune raison. Elle semblait avoir disparu de la surface de la Terre. Directement, tout a été mis en branle : les parents et la famille ont été encadrés par un conseiller, la police et la

justice ont été contactées. Cette collaboration était un peu difficile au début. Un nouvel acteur inconnu sur le terrain, vous savez ce que c'est... Grâce à un professionnalisme sans faille et au respect des tâches de chacun, nous avons rapidement formé un front uni pour retrouver W. le plus rapidement possible. Des affiches ont été diffusées par nos volontaires motivés... Personne n'a baissé les bras. Un an plus tard, grâce à un témoignage, la jeune fille a été retrouvée à l'étranger...en bonne santé ! Cette disparition est tout à fait caractéristique de notre organisation...

Depuis sa création en 1998, Child Focus continue d'adapter ses réponses aux différents types de défis, de besoins et de tendances apparues au sein de la société en matière de disparition et d'exploitation sexuelle d'enfants, hors ligne et en ligne. Alors qu'au cours des premières années, l'accent était mis sur l'aspect opérationnel, à l'aide et au soutien aux victimes et à leurs proches, nous nous sommes rapidement rendu compte que nous ne pouvions pas nous limiter aux interventions une fois que le mal avait été fait.

La prévention, la sensibilisation, la recherche et le travail de plaidoyer ont donc pris une importance de plus en plus grande au fil des années. C'est la raison pour laquelle le département 'Prévention et Développement', un des piliers de notre organisation, connaît aujourd'hui la plus forte croissance.

Child Focus a été créée après la « Marche blanche », symbole de la vague d'indignation et de consternation qui a déferlé sur notre pays, mais aussi la preuve de l'énorme solidarité qu'a montré la population envers les victimes de Dutroux et leurs proches. 25 ans plus tard, cette solidarité est toujours évidente à tous les niveaux de notre organisation.

Child Focus ne travaille pas sur une île. Nous assurons la liaison et une collaboration poussée avec tous les services et organisations qui contribuent d'une manière ou d'une autre à la défense des intérêts des enfants en général, et plus spécifiquement des enfants disparus et sexuellement exploités et de leurs proches.

Child Focus agit en tant que partenaire clé des services de police et de justice dans la recherche d'enfants disparus et la lutte contre l'exploitation sexuelle. Nous travaillons également en étroite collaboration avec les services d'urgence spécialisés ainsi que divers organismes sociaux. Mais nous tendons également la main à des acteurs privés. À cet égard, je pense en particulier aux entreprises technologiques comme Meta, Microsoft ou Google qui peuvent jouer un rôle crucial dans la lutte contre l'exploitation sexuelle d'enfants en ligne.

Cependant, Child Focus ne pourrait pas accomplir pleinement sa mission sans l'immense soutien et la solidarité de la population. Lorsqu'un enfant disparaît, Child Focus mobilise la population et l'appelle à participer activement à la recherche de l'enfant en partageant des avis de recherche sur les réseaux sociaux ou en recherchant l'enfant disparu dans le voisinage et au-delà si nécessaire. Cette implication de l'ensemble de la population est également d'une valeur inestimable pour la diffusion de nos campagnes de sensibilisation et de prévention afin d'en accroître la portée.

Cette solidarité s'étend aussi au financement de notre organisation. Outre un soutien limité du gouvernement, nous sommes particulièrement fiers de constater que 56 % de nos revenus proviennent du grand public. Ce soutien financier émanant de citoyens comme d'entreprises est vital afin de permettre à Child Focus de poursuivre ses multiples activités dans l'intérêt de nos enfants, et de répondre efficacement aux énormes défis sociétaux.

Enfin, je tiens à souligner que nos volontaires jouent un rôle crucial chez Child Focus. Avec l'équipe de collaborateurs, ils constituent l'épine dorsale de notre organisation. Ils s'engagent pour aider à la recherche d'enfants disparus, pour sensibiliser l'ensemble du pays à nos actions et diffuser largement notre message de prévention. Ils sont nos yeux, nos oreilles et notre bouche dans la société. Leur dévouement et leur engagement constituent le socle sur lequel nous continuerons à construire à l'avenir.

Je profite de cette occasion pour exprimer ma profonde reconnaissance et adresser mes remerciements les plus sincères à toutes celles et ceux, professionnels ou volontaires, qui contribuent par leur dévouement à ce qui nous unit tous : l'intérêt de nos enfants et de nos jeunes !

Heidi De Pauw
CEO Child Focus



Suivez nos avis de recherche sur :



Rédactrice en chef : Stéphanie Leyn | **Rédaction :** Selyna Ayuso Ferrandiz, Heidi De Pauw, Nel Broothaerts, Stéphanie Leyn, Charlotte Nys

Comité de relecture : Françoise Giblet, Stephan Smets, Charlotte Nys | **Lay-out :** Françoise Albertyn | **Photos :** © Child Focus

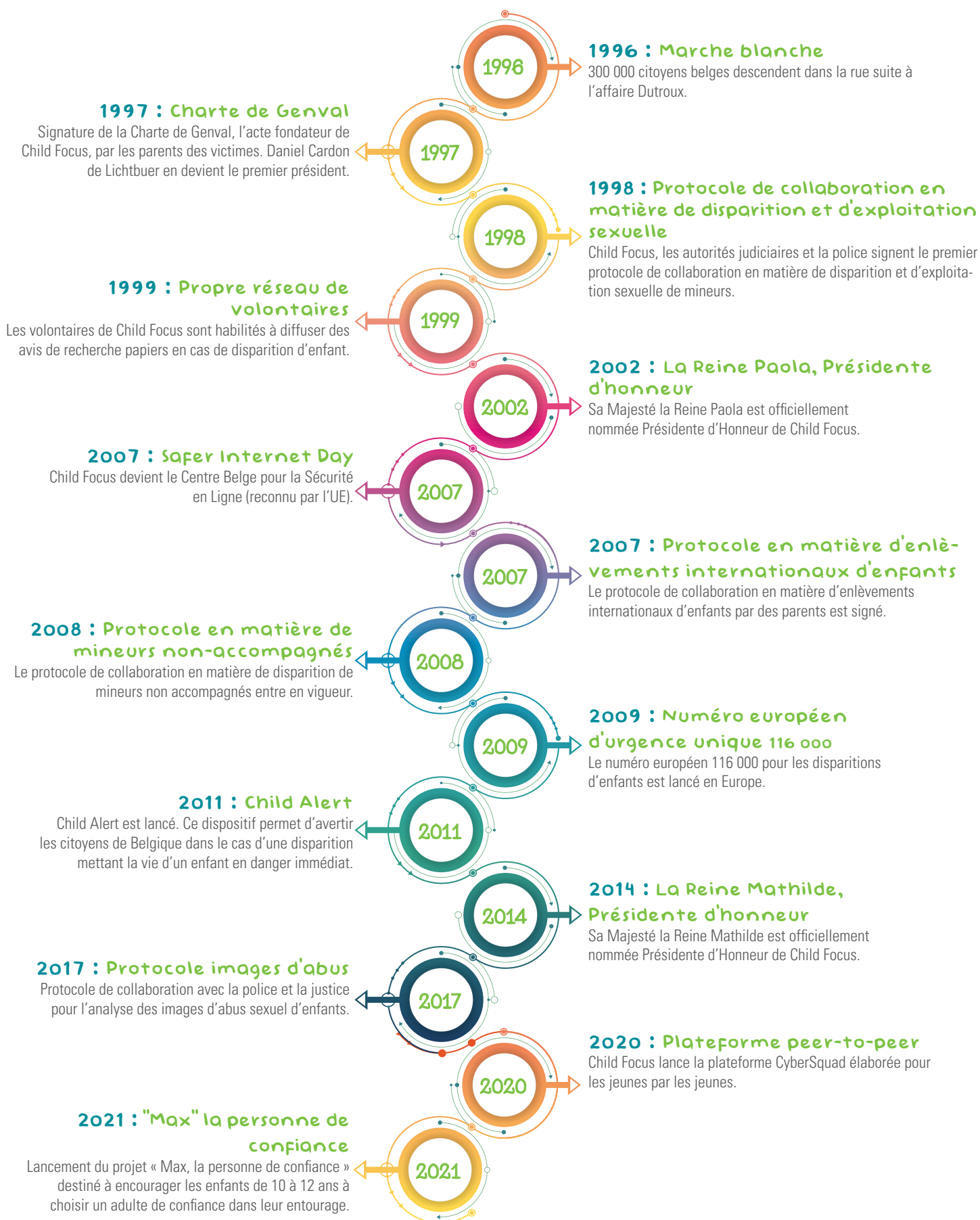
Pour son financement, Child Focus ne bénéficie que de 19 % de subsides. Pour poursuivre nos missions de lutte contre les disparitions et l'exploitation sexuelle des enfants, tout en offrant aux familles en détresse une aide totalement gratuite, nous pouvons heureusement compter sur de nombreux donateurs parmi le grand public et les entreprises. Voulez-vous soutenir Child Focus financièrement ? Faites un don sur www.childfocus.be. Les dons à partir de 40 euros par an sont déductibles fiscalement à hauteur de 45 %.

Child Focus | Fondation pour Enfants Disparus et Sexuellement Exploités | Fondation d'utilité publique | Membre de Missing Children Europe
Bâtiment Proximus | Avenue Houba de Strooper 292 | B-1020 Bruxelles | T +32 (0)2 475 44 11 | www.childfocus.be

Child Focus adhère au Code éthique de l'AERF. L'adhésion au label AERF implique que les donateurs, volontaires, collaborateurs et employés soient informés au moins annuellement de l'utilisation des fonds récoltés. Plus d'infos ? Surfez sur : www.vef-aerf.be



COUP DE PROJECTEUR SUR QUELQUES MOMENTS CLÉS



CHILD FOCUS A 25 ANS. QUELS SONT NOS DÉFIS À VENIR ?



Child Focus existe depuis 25 ans... 25 années durant lesquelles beaucoup de choses ont changé dans notre manière d'appréhender les problèmes qui nous occupent, souvent positivement.

Aujourd'hui, nous sommes nettement plus avancés qu'à nos débuts : nous avons mis en place des partenariats solides, nous assurons une excellente collaboration sur le terrain, nous soutenons chaque année davantage de victimes et leurs proches, nous effectuons un travail de prévention bien développé et mieux ciblé et nous pouvons toujours, et encore, compter sur le soutien du grand public mais aussi sur celui de nos précieux volontaires et de nos indispensables donateurs.

Child Focus est une organisation qui devrait pouvoir ne pas être utile et nécessaire ni dès lors exister mais aujourd'hui encore, 25 ans après sa création, nous constatons le contraire, et que celle-ci est véritablement incontournable.

Les enfants et les adolescents sont sous pression, sollicités de toutes parts. Les changements sociétaux se produisent à une vitesse fulgurante et génèrent de nouveaux défis. Pour Child Focus également dont les objectifs et les tâches sont plus pertinents que jamais et avec de nouveaux défis à la clé.

UNE ORGANISATION QUI NE CESSE DE SE RÉINVENTER

Child Focus est là pour tous ceux qui sont confrontés à la disparition d'un enfant ou à l'exploitation sexuelle de mineurs quel que soit leur milieu ou leur origine. Nous prêtons une attention particulière aux enfants, devenus de plus en plus vulnérables, et à leur environnement. Leur vulnérabilité se traduit de diverses façons.

Il nous devient aussi de plus en plus difficile d'atteindre chacun de ces enfants et adolescents qui vivent dans un monde connecté qui n'est pas celui des adultes : téléphoner ne constitue plus pour eux un moyen de communication évident ou privilégié, décrocher le combiné ne sera pas leur premier réflexe en cas de difficulté. Nous adultes, devons nous adapter à leur réalité. Child Focus doit donc se réinventer en permanence afin d'être reconnaissable, abordable et accessible pour tous et ce par les canaux qui leur sont familiers.

La technologie actuelle et nos partenaires nous offrent des outils et des moyens pour y parvenir et pour améliorer notre image auprès des enfants et adolescents. Il s'agit là d'un travail de recherche d'adéquation permanent et de longue haleine.

Les enfants considèrent encore trop peu Child Focus comme une organisation précieuse à même de les aider et de les soutenir. En allant vers eux, entre autre dans les écoles, nous voulons nous mettre à leur portée, pour leur permettre de décoder le monde qui les entoure.

La technologie est nettement plus avancée qu'il y a 25 ans. Les phénomènes autour desquels travaille Child Focus sont de plus en plus influencés par ses développements. Il suffit de penser aux images d'abus sexuels sur mineurs, un phénomène que la technologie fait exploser et rend de moins en moins décelable. Nous pensons aussi aux interrogations et aux incertitudes, en plus de ses nombreuses opportunités, auxquelles le monde en ligne confronte nos enfants et nos adolescents. S'attaquer à la technologie par la technologie, tel sera donc le message pour l'avenir. Ne pas craindre ses développements, mais plutôt considérer que l'Intelligence artificielle et la réalité virtuelle pourront au contraire, s'ils sont bien « maîtrisés », nous aider à soutenir notre cause de manière innovante.

LA PRÉVENTION DEVIENT LE MAÎTRE MOT

Nous devons apprendre aux enfants à maintenir leurs activités numériques amusantes et sûres, et les aider à réfléchir attentivement aux conséquences de leurs propres choix et de ceux des autres en écartant ceux qui paraissent nocifs. Nous devons veiller à ce qu'ils sachent comment réagir face à une situation qu'ils ressentent comme problématique ou potentiellement dangereuse.

Aujourd'hui, mais demain plus encore, car la production numérique ne s'arrêtera pas, nous devons rester attentifs aux nouvelles tendances auxquelles les enfants et les adolescents seront confrontés. Il s'agit donc aussi d'aider les adultes à parler avec les enfants, et d'apprendre aux enfants à parler avec les adultes, avec leur Max, leur personne de confiance.

La prévention devient donc le maître mot pour le futur. En effet, c'est là que résident les plus grands défis et les plus grandes opportunités. Si, grâce à une bonne prévention, nous pouvons faire en sorte que les problèmes soient évités ou ne s'aggravent pas davantage, nous pourrions peut-être devenir un rien plus superflus.

LA COLLABORATION EST ESSENTIELLE

Tout cela, nous ne pouvons le réaliser seuls. Nous avons besoin de partenaires à tous les niveaux, dans tous les secteurs : décideurs politiques, partenaires industriels et organisations de la société civile, enseignants, éducateurs, animateurs de mouvements de jeunesse, ... La collaboration et la complémentarité sont plus importantes que jamais. Unissons nos forces et faisons la différence ensemble, chacun à partir de son propre mandat et avec sa propre expertise.

Rédaction : Nel Broothaerts



Saviez-vous que le **fonctionnement** de **Child Focus** est basé sur la **fidélité** et la **disponibilité** de **nombreuses personnes et organisations** ?

À l'occasion des 25 ans de la Fondation, nous voudrions mettre en lumière l'importance et l'impact des nombreux acteurs qui soutiennent activement Child Focus depuis ses débuts. Cette Succes Story n'aurait pu voir le jour sans le soutien inébranlable **des volontaires, des partenaires opérationnels, financiers, des acteurs de terrain et des donateurs.** Une chaîne de de compétences, d'expertise et de générosité qui a permis à notre organisation de se professionnaliser jour après jour davantage et faire de Child Focus un acteur incontournable dans le domaine de la disparition d'enfants et la lutte contre l'exploitation sexuelle de mineurs.

L'enfant étant au centre de nos préoccupations, nous avons demandé à deux jeunes reporters, Mona et Robin accompagnés de Selyna et Stéphanie de l'équipe Communication Child Focus d'expliquer, à travers leur regard, comment Child Focus fonctionne au quotidien et collabore avec ses partenaires. Les rencontres faites avec nos multiples partenaires furent à la hauteur de l'engagement de ces femmes et de ces hommes qui nous ont rejoints dans à nos missions.

Nous remercions Allen & Overy, Carrefour, Fondation Roi Baudouin, Loterie Nationale, MediaCom, Mutas, Proximus, Ricoh et SNCB de s'être prêtés au jeu des interviews ainsi que pour leur soutien financier.

PRESS



MONA LABDIEDO
13 ANS

MES PASSIONS : le trampoline et la danse

MES ANIMAUX DOMESTIQUES : 2 chats

CE QUE J'AIME :
écouter de la musique
dessiner
être avec mes amis

CE QUE JE N'AIME PAS :
faire la vaisselle, le sexisme, les disputes

PRESS



ROBIN GIELEN
12 ANS

MES PASSIONS : le football, les voyages et le gaming

MES ANIMAUX DOMESTIQUES : 1 lapin et 3 poules

CE QUE J'AIME :
faire du sport
être avec mes amis
les découvertes

CE QUE JE N'AIME PAS :
l'orage, les disputes, le chacun pour soi

CHILD FOCUS EST ACCESSIBLE 24/7 GRÂCE AU SOUTIEN DE MUTAS



ROBIN : Chaque année, Child Focus reçoit 17 000 appels par l'intermédiaire de son numéro d'urgence gratuit 116 000. L'organisation est disponible jour et nuit. Mais comment font-ils ? Leurs employés ne dorment-ils donc jamais ? Pour mieux comprendre, j'ai rencontré les équipes opérationnelles qui gèrent les appels et les dossiers de disparition, d'exploitation sexuelle et de phénomènes en ligne tels que le grooming, le sexting et la sextorsion. Je me suis entretenu avec Camille, conseillère chez Child Focus, et Mike de l'équipe de Mutas. Comme Mike travaille pour Child Focus depuis 15 ans déjà, il a certainement beaucoup de choses à dire.

ROBIN : Combien de collaborateurs aident Child Focus quotidiennement ?

MIKE : Mon collègue Hans et moi-même travaillons en alternance pendant quatre nuits d'affilée. Lorsque nous sommes en congé, six autres collègues se relaient.

ROBIN : Comment aidez-vous les gens en ligne ?

MIKE : Chaque contact est différent. En cas de disparition inquiétante, nous essayons surtout de calmer les personnes qui paniquent. Nous leur offrons une oreille attentive et tentons de les rassurer. Les discussions avec des jeunes qui ont les idées noires et celles qui concernent un cas d'exploitation sexuelle sont les plus compliquées.

Heureusement, il y a toujours quelqu'un chez Mutas, Child Focus ou la police pour accueillir les personnes dans le besoin. Pendant les nuits difficiles, il y a énormément d'engagement et de solidarité de la part de chacun.

ROBIN : Contactez-vous systématiquement quelqu'un de Child Focus lorsqu'il se passe quelque chose de grave ?

MIKE : Bien sûr, nous avons toutes sortes de critères pour déterminer si nous devons solliciter Child Focus pour un suivi ultérieur ou non. Si la Cellule Personnes Disparues nous contacte, nous devons informer Child Focus immédiatement. Il y a toujours un conseiller disponible pendant la nuit.

RENCONTRE AVEC MIKE DE BLESER DE CHEZ MUTAS

ROBIN : Mutas soutient Child Focus depuis 1998. Que faites-vous pour l'organisation ?

MIKE : Nous aidons Child Focus en prenant en charge leur numéro d'urgence gratuit 116 000 tous les jours de 23 heures à 7 heures du matin, 7 jours sur 7. Nous répondons aux appels et essayons de répondre nous-mêmes à toutes les questions urgentes le plus rapidement possible. Si l'appelant a besoin d'un soutien plus spécifique, comme un jeune qui a fugué, nous contactons un conseiller de Child Focus pour qu'il prenne le relais.

Savez-vous que l'équipe de Mutas décroche le numéro de Child Focus 116 000 de 23h à 7h du matin afin qu'il y ait toujours quelqu'un au bout du fil en cas d'urgence ?



Mike De Bleser

Child Focus reçoit chaque année plus de 17 000 appels au numéro d'urgence gratuit le 116 000



À gauche : Mike De Bleser, à droite Robin

**INTERVIEW AVEC CAMILLE
CONSEILLER CHEZ CHILD
FOCUS**



ROBIN : Camille, tu es conseillère chez Child Focus et gères les dossiers de disparition et d'exploitation sexuelle de mineurs. Comment se déroule la collaboration avec Mutas la nuit ?

CAMILLE : Nous collaborons avec Mutas la nuit pour que toute personne qui souhaite nous joindre ait directement quelqu'un en ligne et ne tombe pas sur un répondeur. C'est beaucoup plus rassurant pour l'appelant et plus efficace aussi. Mutas assure un premier filtre, ce qui améliore la qualité de vie des conseillers de Child Focus : cela nous permet de dormir. Quand c'est nécessaire, Mutas me contacte pour me transmettre un appel, mais avant que je prenne le relais, le collaborateur me communique le contexte.

ROBIN : Comment savent-ils s'ils doivent transférer ou non l'appel au conseiller ?

CAMILLE : Mutas est surtout là pour accueillir les appelants avec humanité. Ils suivent un protocole : ils posent une série de questions afin de pouvoir saisir le contexte. Ils nous transfèrent la personne en ligne lorsqu'il s'agit d'une affaire de sextorsion, d'un témoignage important ou d'un appel de la police... Les appels sont très variés.

ROBIN : Quelle est la dernière situation pour laquelle ils t'ont réveillée ? Et comment procèdes-tu de manière générale ?

CAMILLE : L'une de mes dernières expériences avec Mutas était un appel de parents. La police les avait contactés pour leur annoncer que leur enfant avait été retrouvé et ils voulaient s'assurer de réagir au mieux avec leur enfant. Ils avaient donc besoin de l'avis d'un conseiller. Je me suis longuement entretenue avec eux.

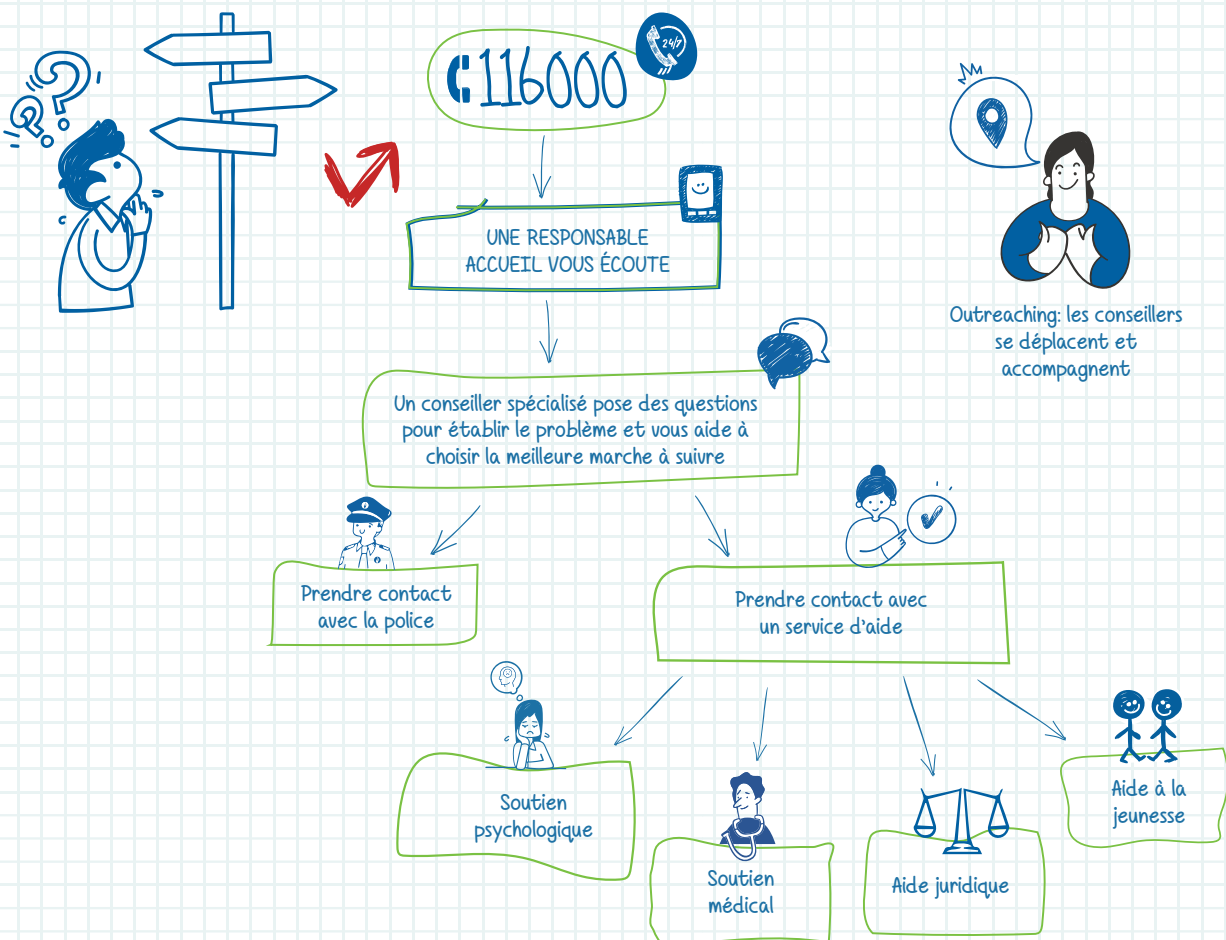
ROBIN : Mutas reprend la ligne téléphonique de 23 h à 7 h. Comment ces transitions se passent-elles ?

CAMILLE : Pendant la journée, les responsables de l'accueil de Child Focus répondent au téléphone. Vers 23h, Child Focus transmet à Mutas les informations pratiques nécessaires pour prendre le relais, comme les personnes de contact de Child Focus qui sont de garde ce soir-là. Ils font également un test avec Mutas pour être certains que le numéro a bien été transféré. Le matin, c'est à peu près la même chose, mais dans l'autre sens. Cette collaboration se déroule de manière très fluide.

ROBIN : Qu'apprécies-tu dans cette collaboration ?

CAMILLE : C'est génial de pouvoir compter sur eux, leur collaboration est très rassurante. Tous les membres de leur équipe travaillent calmement et de la même manière. Chez Child Focus, nous leur sommes très reconnaissants d'effectuer ce travail et d'ainsi garantir un service continu pour les personnes qui en ont besoin.

VOUS APPELEZ CHILD FOCUS ET MAINTENANT ?



DES AVIS DE DISPARITION JUSQUE DANS LES TRAINS DE LA SNCB

MONA : C'est au tour de l'équipe de la SNCB, Société nationale des chemins de fer belges, de nous recevoir dans ses bureaux situés à proximité de la gare de Bruxelles-Midi. D'ici, nous avons une superbe vue sur Bruxelles. L'équipe est très souriante et très accueillante.

Avant d'aborder dans les grandes lignes le partenariat avec Child Focus, j'ai besoin de comprendre comment fonctionne une entreprise publique de transport.

RENCONTRE AVEC VALENTINE GUAUETTA MEMBRE DE L'ÉQUIPE INFO-VOYAGEURS À LA SNCB

VALENTINE : En tant que service public, notre objectif est de permettre à la population de voyager en Belgique et aussi à l'étranger en partenariat avec d'autres sociétés de transport. Nous facilitons ses déplacements pour ses activités privées, pour l'école, le travail ou encore pour passer un séjour en Ardenne ou à la mer.

MONA : Que faites-vous concrètement pour aider Child Focus dans ses missions ?

VALENTINE : Nous relayons les avis de disparition des enfants sur la base des informations que nous recevons de Child Focus. Notre équipe info-voyageurs travaille 24 h sur 24, elle est très réactive, car nous savons que lorsqu'un enfant disparaît, les premières heures sont déterminantes.

MONA : Comment cette collaboration se vit-elle au sein des équipes ?

VALENTINE : Les collaborateurs qui partagent les annonces de disparition sont conscients du rôle important qu'ils jouent. Ils savent qu'ils doivent agir tout de suite, car la diffusion des avis sur nos écrans digitaux a un réel impact. Notre personnel y est très sensible.

MONA : Pourquoi la SNCB soutient-elle une association tournée vers les enfants ?

VALENTINE : Nous avons la possibilité, grâce à nos trains, de communiquer partout en Belgique auprès d'un très large public : il nous semble dès lors évident de soutenir Child Focus dans sa mission !

INTERVIEW AVEC SANDRA DIRECTRICE OPÉRATION CHEZ CHILD FOCUS



Après cette rencontre très instructive, Sandra Voet, directrice « opération » chez Child Focus, me reçoit pour me donner d'autres détails sur cette collaboration de longue date. Elle m'explique que lorsqu'un enfant disparaît, la SNCB dispose de trois moyens pour diffuser l'avis le plus rapidement possible sous forme digitale : les écrans d'informations en gares, les écrans dans les trains, ainsi que les grands écrans dans les gares principales du pays (Bruxelles, Namur, Mons, Liège, ...). La société de transports peut également placarder les affiches papier dans les gares en cas de disparitions inquiétantes d'enfants ou distribuer des vignettes* au personnel de vente dans les gares, de sécurité sur les quais et auprès des accompagnateurs de train. Elle choisira les gares ou lignes ferroviaires préconisées selon les éléments de l'enquête menée par la police.

MONA : Child Focus fait-elle souvent appel aux équipes de la SNCB ?

SANDRA : Étant donné la disponibilité des agents 24h sur 24, et ce dans tout le pays, la SNCB est un partenaire très précieux. Nous entretenons une excellente collaboration. Tous les employés opérationnels connaissent parfaitement les procédures, ils sont aimables et vraiment efficaces. Nous sommes toujours très bien accueillis, de jour comme de nuit. On sent une réelle volonté de participer à nos missions. Merci à eux pour ce partenariat unique.

En 2022, Child Focus a fait appel à 35 reprises aux équipes de la SNCB dans le cadre de la disparition d'un enfant.



À gauche : Valentine Guaietta, à droite Mona



Écran diffusant un avis de disparition dans le train de la SNCB

*La vignette est une affiche miniature discrète distribuée aux partenaires en cas de disparition.

DES AFFICHES IMPRIMÉES À LA VITESSE DE L'ÉCLAIR GRÂCE AUX IMPRIMANTES DE RICOH



Avant de me rendre chez Ricoh, j'ai rencontré Soufiane Ghazouf, employé chez Child Focus depuis 11 ans, pour qu'il me parle de la précieuse collaboration que Child Focus entretient avec Ricoh depuis plus de 10 ans. Soufiane a vu cette coopération évoluer. C'est la personne idéale pour répondre à mes questions.

INTERVIEW AVEC SOUFIANE ICT HELPDESK OFFICER CHEZ CHILD FOCUS

MONA : Que fait Ricoh pour aider Child Focus ?

SOUFIANE : Le partenariat que nous avons avec RICOH repose sur la mise à disposition des imprimantes. Elles servent pour les affiches et les vignettes des enfants recherchés. En un minimum de temps, nous pouvons en obtenir de grandes quantités avec une très bonne qualité d'image. C'est essentiel pour bien reconnaître le visage de l'enfant. Nous bénéficions aussi de quatre imprimantes plus petites, que les collaborateurs utilisent à leur domicile en cas de disparition pendant la nuit.

MONA : Comment expliques-tu la fidélité de Ricoh envers Child Focus ?

SOUFIANE : Ce partenariat est basé sur notre première mission : l'impression des affiches. Ils savent aussi que leur soutien a un impact direct. Ils veulent par ailleurs que nous soyons à la pointe de la technologie et nous proposent proactivement du matériel performant à des prix intéressants, sachant que nos budgets sont limités. J'en profite pour les remercier sincèrement pour leur précieuse aide.

RENCONTRE AVEC AUDREY GARCIA RESPONSABLE RSE CHEZ RICOH



De gauche à droite: Audrey Garcia, Sarah Corti et Mona

MONA : J'ai maintenant rendez-vous avec Audrey Garcia qui travaille chez Ricoh depuis bientôt 5 ans. Elle a commencé en tant que responsable de la communication interne et gère depuis un an les volets sponsoring et RSE, la Responsabilité Sociale des Entreprises, autrement dit

Child Focus a lancé en 2022 une quarantaine d'actions d'affichage et/ou de vignettage pour retrouver un enfant disparu



Participation de Ricoh au profit de Child Focus aux 20km de Bruxelles

les engagements qu'une société prend volontairement comme : encourager ses employés à participer aux 20 km de Bruxelles au profit d'une bonne cause, sensibiliser les employés au don de sang, etc. C'est aussi indirectement une façon d'améliorer l'image de l'entreprise aux yeux de son personnel et du grand public.

L'ambiance dans les bureaux est très chaleureuse et l'endroit est très original : je suis fan de leur décoration tout autant que des sourires qui me sont adressés dès mon arrivée. Je me lance directement dans l'interview.

MONA : Vous soutenez Child Focus en lui fournissant du matériel pour l'impression des affiches. Répondez-vous présents pour d'autres choses encore ?

AUDREY : Oui, nous avons participé plusieurs fois aux 20 km dans l'équipe de Child Focus et dernièrement nous avons imprimé les fiches explicatives du jeu coopératif Max 24/7. C'est notre manière de soutenir l'association dans son travail de prévention et de sensibilisation des enfants.

MONA : Comment voyez-vous la collaboration sur le long terme ?

AUDREY : J'aimerais pouvoir faire venir un collaborateur de Child Focus dans nos bureaux pour qu'il sensibilise notre personnel à la sécurité en ligne des jeunes en général. Nous comptons, en effet, parmi nos collègues, de nombreux parents et grands-parents. Chacun d'entre nous connaît de près ou de loin des enfants susceptibles d'être concernés par la mission de Child Focus.



Robin



Jannie Haek CEO de la Loterie Nationale

Saviez-vous que la Loterie Nationale diffuse les avis de disparition d'enfants sur près de 7500 écrans présents dans les librairies ?

LA LOTERIE NATIONALE SOUTIENT CHILD FOCUS SUR TOUS LES FRONTS

ROBIN : Nous sommes mercredi. Cet après-midi, je me rends dans le centre de Bruxelles au siège de la Loterie Nationale, où travaillent 430 employés. On n'entre pas dans le bâtiment comme dans un moulin : je dois d'abord me présenter à l'accueil en indiquant mon nom et mon prénom ainsi que le nom de la personne avec laquelle j'ai rendez-vous. À mon arrivée, je reçois un badge. En fait, les enfants de mon âge ne sont pas autorisés à venir ici, car la Loterie Nationale vend des jeux permettant de gagner de l'argent et qui sont interdits aux moins de 18 ans. Je suis accompagné d'employés de Child Focus pour rencontrer Jannie Haek.

RENCONTRE AVEC JANNIE HAEK CEO DE LA LOTERIE NATIONALE

ROBIN : Je connais la Loterie Nationale pour le Subito, mais que faites-vous encore ?

JANNIE : Nous avons vu le jour en 1441, au Moyen Âge. En fait, nous faisons toujours la même chose, mais d'une manière plus moderne et plus professionnelle. Beaucoup de gens jouent à un jeu dans l'espoir de gagner. La plupart d'entre eux participent avec un petit montant parce que les chances de tirer le gros lot ne sont pas très élevées. Tous ces petits montants s'additionnent et forment une grosse somme. Le gagnant reçoit 60 % de cette somme et le reste sert à rémunérer les employés de la Loterie Nationale et à soutenir de bonnes causes comme Child Focus.

ROBIN : La Loterie Nationale soutient environ 570 bonnes causes. De quelle manière soutenez-vous Child Focus ?

JANNIE : Nous soutenons Child Focus financièrement depuis 25 ans déjà, ce qui permet à l'organisation de faire son travail. Nous versons une contribution financière annuelle, mais il nous arrive aussi de financer un projet spécifique.

ROBIN : Vous aidez Child Focus à retrouver des enfants disparus. Comment faites-vous ?

JANNIE : Nous aidons Child Focus à diffuser des avis de recherche via nos écrans répartis dans toute la Belgique. Nous espérons ainsi recueillir des témoignages pour retrouver le plus rapidement possible l'enfant disparu. De cette manière, nous soutenons également le fonctionnement opérationnel de l'organisation.

ROBIN : Quels projets spécifiques soutenez-vous ?

JANNIE : Nous contribuons actuellement au 25e anniversaire de Child Focus. Nous voulons aider l'organisation à diffuser sa vision et sa mission dans le cadre d'un événement.

ROBIN : Quand je vous dis Child Focus à quoi pensez-vous ?

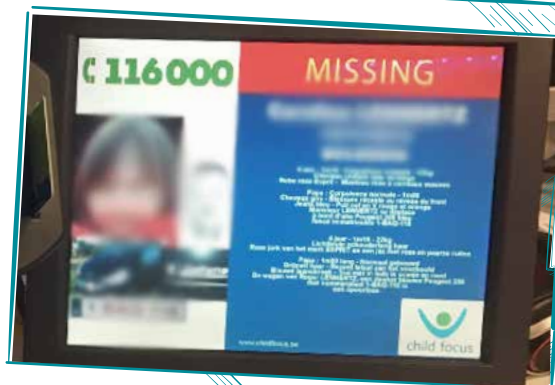
JANNIE : Je pense sans aucun doute aux avis de recherche, aux écrans... Je ne peux pas non plus penser à Child Focus sans penser à l'origine de sa fondation, la Marche blanche, durant laquelle des milliers de personnes sont descendues dans la rue, ainsi qu'à Jean-Luc Dehaene, alors Premier ministre, qui a annoncé les premiers points d'action du gouvernement. L'un de ces points était, bien sûr, la création de Child Focus. Je crois que tout le monde s'en souvient encore.

ROBIN : Que souhaitez-vous à Child Focus pour son anniversaire ?

JANNIE : C'est une question difficile, parce que pour une organisation comme Child Focus, on ose quelque part espérer qu'ils vont manquer de travail. Ce que je ne peux pas souhaiter, bien sûr. L'organisation est active sur de nombreux projets axés sur toutes sortes de thèmes visant le bien-être des enfants et pour cela, je leur souhaite d'enregistrer d'excellents résultats.



Écran d'un point de vente de la Loterie Nationale



LA FONDATION ROI BAUDOIN, UN PARTENAIRE HISTORIQUE

MONA : Je suis partie à la rencontre de Françoise Pissart de la Fondation Roi Baudouin dont le siège est situé dans un magnifique bâtiment classé.

Françoise travaille à la Fondation depuis 1986. Elle est par ailleurs membre du Conseil d'administration de Child Focus, elle est donc bien au fait des missions de l'organisation et l'encourage à s'adresser toujours davantage au public défavorisé et aux jeunes vulnérables. Pour elle, le défi de demain est de s'assurer que les générations qui n'ont pas connu la "Marche Blanche" organisée en 1996 dans le cadre de l'affaire Dutroux, gardent elles aussi Child Focus à l'esprit.

RENCONTRE AVEC FRANÇOISE PISSART DIRECTRICE DE LA FONDATION ROI BAUDOIN

MONA : De quand date la Fondation Roi Baudouin et a-t-elle participé à la création de Child Focus?

FRANÇOISE : La Fondation Roi Baudouin a été créée par le roi Baudouin en 1976 pour ses 25 ans de règne. Elle avait au départ pour objectif d'améliorer les conditions de vie des personnes vivant en Belgique. Oui, nous avons contribué à la création de Child Focus en mettant sur pied une étude visant à déterminer si l'existence d'une telle organisation était possible en Belgique. Nous contribuons au financement de l'organisation depuis ses débuts. Aujourd'hui, nous le faisons aux côtés d'autres partenaires financiers.

MONA : Pourquoi la Fondation est-elle sensible à une organisation tournée vers le bien-être et la protection des enfants ?

FRANÇOISE : Les enfants représentent l'avenir de la Société, ils sont ce que l'on a de plus précieux. Nous devons nous assurer de leur offrir le meilleur. Dans la pyramide des besoins, le sentiment de sécurité suit directement les besoins physiologiques, il est donc fondamental chez l'être humain. Les enfants doivent pouvoir grandir dans un environnement sécurisant.

J'ai vécu de près la Marche Blanche, expression du désarroi de la population belge suite aux événements dramatiques connus par Julie, Mélissa, Ann et Eefje et d'autres enfants encore. Et en tant que maman, l'existence de Child Focus me rassurait. Je savais que si un jour je ne voyais pas revenir mes enfants, il y avait en plus de la police, un Service dédié aux disparitions d'enfants et que je pourrais le mobiliser.

Je ne serais pas toute seule. Je pense dès lors que c'est normal qu'une Fondation qui privilégie entre autres les actions en faveur de la jeunesse soutienne ce genre d'initiative.

MONA : Que faites-vous concrètement pour aider Child Focus dans ses missions ?

FRANÇOISE : Nous apportons un financement annuel et nous siégeons au Conseil d'administration. Cela signifie que nous participons aux réflexions stratégiques sur les orientations des activités de l'organisation. Et comme tout bon conseiller, nous jouons aussi un rôle de contrôle pour veiller aux justes dépenses des moyens confiés à Child Focus.

MONA : Que souhaitez-vous à Child Focus pour son anniversaire ?

FRANÇOISE : Mon souhait premier concerne la pérennité de Child Focus. Il faut que la population en connaisse l'existence et sache que Child Focus est à sa disposition en cas de besoin. On sait qu'aujourd'hui bon nombre de personnes ne suivent plus les médias traditionnels. Les personnes démunies sur le plan éducatif ou socio-économique n'ont pas toujours une connaissance suffisamment précise des institutions et de leurs rôles. Je souhaite donc que Child Focus puisse poursuivre ses différentes missions, en apportant son savoir-faire à la population et plus particulièrement aux familles et aux enfants.



La Marche
Blanche
1996



À gauche : Françoise
Pissart, à droite Mona

ET SI LES COLLABORATEURS DE PROXIMUS DIFFUSAIENT DANS LES ÉCOLES DES MESSAGES DE PRÉVENTION ?

ROBIN : Aujourd'hui, nous avons rendez-vous avec Proximus au cœur de Bruxelles. Une fois arrivés à leurs bureaux, nous prenons l'ascenseur jusqu'au 28^e étage. Les portes s'ouvrent sur un bel endroit qui offre une vue imprenable sur tout Bruxelles. Je suis curieux de savoir comment cette entreprise de télécommunication soutient Child Focus, j'interroge Catherine Bals.

RENCONTRE AVEC CATHERINE BALS RESPONSABLE DIGITAL INCLUSION CHEZ PROXIMUS

ROBIN : Bonjour Catherine, vous êtes responsable du département durabilité chez Proximus. En quoi consiste votre travail ?

CATHERINE : Je dois veiller à ce que Proximus devienne plus verte par le biais de toutes sortes d'actions. La durabilité est basée sur les lettres ESG, autrement dit Environmental, Social et Governance. « Environmental » désigne toutes les interventions axées sur le climat, l'eau, la biodiversité et les énergies plus durables. L'entreprise veut aussi endosser une plus grande responsabilité dans la société numérique, ce qui relève du terme « Social ». J'entends par là que nous aimerions que la société numérique soit accessible à tous et que chacun dispose

des capacités nécessaires pour l'utiliser. Il est également crucial que chacun ait confiance en cette société et s'y sente en sécurité. Notre projet Internet Safe & Fun, en collaboration avec Child Focus, concerne par exemple cette catégorie. « Governance » comprend tout ce qui a trait à l'éthique, c'est-à-dire le fait de suivre les règles ou les procédures de la bonne manière. Je suis donc responsable de ces trois thèmes, ce qui signifie que j'examine quels sujets sont importants pour nous et quelle stratégie nous pouvons mettre en place pour les atteindre.

ROBIN : Proximus soutient Child Focus à différents niveaux. Pouvez-vous l'expliquer ?

CATHERINE : Child Focus et Proximus sont partenaires depuis longtemps. Le bâtiment dans lequel se trouve Child Focus appartient en fait à Proximus. Notre entreprise soutient également l'organisation financièrement et certains de nos salariés participent au projet Internet Safe & Fun. Ils dégagent un créneau dans leur agenda pour donner un atelier sur la sécurité en ligne à des élèves d'école primaire.

ROBIN : Qu'est-ce que le projet Internet Safe & Fun ?

CATHERINE : Les collaborateurs de Proximus se rendent dans des classes de 5^e et 6^e années pour expliquer aux enfants à l'aide de petits jeux comment surfer sur internet et les réseaux sociaux en toute quiétude. Nous leur donnons des conseils et des astuces sur ce qu'ils ont intérêt à faire ou ne pas faire, sur la façon de sécuriser leur compte, etc. Nous soulignons également l'importance d'avoir un Max : il s'agit d'un adulte vers lequel ils peuvent se tourner à tout moment et en qui ils ont confiance. Si un problème survient malgré tout, ils peuvent en discuter avec leur Max.

ROBIN : Aimez-vous aider Child Focus ?

CATHERINE : Je trouve que Child Focus est en fait une très bonne organisation qui mène des activités très variées. Nous avons de la chance de pouvoir compter sur une organisation comme Child Focus en Belgique. Elle fait bien plus que gérer des dossiers d'enfants disparus et c'est important de la soutenir.

ROBIN : Les employés de Proximus savent-ils que cette collaboration existe ?

CATHERINE : Je pense que la plupart sont au courant. Nous essayons d'encourager les collaborateurs à participer au projet Internet Safe & Fun. Nous disposons d'un intranet privé destiné à tous les employés, dans lequel nous faisons régulièrement la promotion de ce projet.

ROBIN : Quels mots vous viennent à l'esprit lorsque vous pensez à Child Focus ?

CATHERINE : Enfants, exploitation sexuelle, enfants disparus, accueil en toute sécurité pour les familles de ces enfants.

ROBIN : Que souhaitez-vous à Child Focus pour l'avenir ?

CATHERINE : Je souhaite que Child Focus puisse se développer davantage. L'organisation peut certainement encore prendre de l'ampleur, car je trouve qu'elle effectue un excellent travail !

*Saviez-vous que
Child Focus occupe
gratuitement
un bâtiment de
Proximus depuis
déjà 23 ans ?*



À gauche : Robin,
à droite : Catherine Bals



UNE GRANDE ACTION DE SOLIDARITÉ DANS LES SUPERMARCHÉS CARREFOUR



Saviez-vous que Carrefour organisait chaque année une action de Solidarité dans tous les magasins de Belgique ?

ROBIN : Aujourd'hui, j'ai rendez-vous avec Dave Froidcoeur. Carrefour est partenaire de Child Focus depuis 13 ans déjà. Je ne sais pas vraiment quel est le lien entre cette chaîne de supermarchés et une organisation comme celle de Child Focus : je suis curieux d'entendre ses explications.

RENCONTRE AVEC DAVE FROIDCOEUR, DIRECTEUR MEDIA & CAMPAGNE CHEZ CARREFOUR



À gauche : Robin, à droite : Dave Froidcoeur

ROBIN : Dave, vous travaillez chez Carrefour depuis 17 ans. Vous êtes maintenant Directeur Media & Campagne. Qu'est-ce que cela implique concrètement ?

DAVE : Je travaille au sein du département Marketing et je suis responsable des quatre équipes en charge : des folders papier, des médias comme la télévision et la radio, du marketing instore comme les affiches et les spots radio dans les magasins et des actions locales et nationales comme les concours.

ROBIN : Carrefour mène une grande action de solidarité au profit de Child Focus depuis 13

ans. En quoi consiste-t-elle ?

DAVE : Pour chaque tranche d'achat de 10 €, nous reversons 1 € à Child Focus. Pour cette action, nous jetons en fait un pont entre Child Focus et les grandes marques participantes. Cette action est également communiquée dans notre folder. L'année dernière, nous avons ainsi pu récolter près de 140 000 € pour Child Focus.

ROBIN : Quels mots associez-vous à Child Focus ?

DAVE : Enfants disparus, parents et soutien.

ROBIN : Child Focus vient de fêter son 25e anniversaire. Que lui souhaitez-vous ?

DAVE : D'une part, je souhaite le moins de dossiers possible et d'autre part, le meilleur fonctionnement possible. Plus l'organisation reçoit d'argent, mieux elle peut travailler et plus vite les parents et les enfants peuvent être aidés. Peu de dossiers signifierait un monde meilleur.

INTERVIEW AVEC FADOUA

COORDINATRICE GENEROSITY CHEZ CHILD FOCUS



ROBIN : Fadoua Amrani, vous êtes coordinatrice Generosity Unit chez Child Focus depuis 5 ans. En quoi consiste votre travail ?

FADOUA : Je suis responsable des partenariats avec des entreprises comme Carrefour. Je recherche des partenaires potentiels et les informe sur Child Focus et sur les projets pour lesquels nous pourrions collaborer. Avec Carrefour, c'est un peu différent, dans le sens où le groupe joue un rôle de facilitateur de notre action annuelle de solidarité.

ROBIN : Comment les rôles sont-ils répartis pour ce projet annuel ?

FADOUA : Carrefour est le premier à transmettre l'information aux marques potentiellement participantes et met ses magasins à disposition pour l'action. Il conclut également les accords commerciaux avec les marques qui ont accepté et communique sur cette action via son dépliant, dans ses magasins avec des affiches et des spots radio... Child Focus se charge du suivi avec les partenaires. Par exemple, nous établissons un protocole de collaboration, nous fournissons des informations complémentaires concernant Child Focus et nous veillons aussi à assurer la visibilité de cette action par l'intermédiaire de divers canaux tels que nos réseaux sociaux et notre newsletter...

ROBIN : L'action de solidarité a permis de récolter près de 140 000 € au profit de Child Focus l'an dernier. À quoi affectez-vous ces recettes ?

FADOUA : Le thème varie d'une année à l'autre. Nous choisissons toujours des projets généraux et concrets qui parlent au grand public, comme notre numéro gratuit 116 000, les actions préventives pour la sécurité en ligne, l'exploitation sexuelle en ligne comme le grooming, le sexting non consentuel ou la sextorsion...

ROBIN : Qu'appréciez-vous dans cette collaboration ?

FADOUA : L'engagement de Carrefour et des marques participantes me touche. Le groupe est un fidèle partenaire de notre organisation, et ce depuis longtemps. Je travaille surtout avec Dave, Audrey et Michel. Je leur suis très reconnaissant ainsi qu'au reste de leur équipe, pour le travail qu'ils accomplissent. Mais je pense également à l'implication mais aussi de l'équipe média et encore à celle des magasins participants... Il y a aussi des marques qui contribuent depuis plusieurs années, comme Beiersdorf, Biover, Bluesun, Bolton, Charlier Brabo, Colgate Palmolive, Delacre, Herta, Kimberly Clark, Nestle, Reckitt, Savencia... Cette collaboration à long terme est très importante pour Child Focus.

ALLEN & OVERY : DES CONSEILS ET UN SOUTIEN JURIDIQUE SUR MESURE

MONA : J'ai rencontré Quentin Bulteau, directeur financier du cabinet d'avocats Allen & Overy Belgium et personne de contact pour Child Focus.

Child Focus s'adresse à lui pour des questions juridiques, dans le cadre de projets de récolte de fonds ou encore pour la journée Internet Safe and Fun. À ses côtés, Alice Godfrind business development manager, se charge du volet marketing. Ils sont tous deux très enthousiastes et fiers de la collaboration historique qu'ils entretiennent avec Child Focus.

Curieuse d'en savoir plus, j'ai poussé la porte de leurs bureaux.

Ainsi préparés, nous avons pu nous rendre dans les classes et rencontrer les enfants pour les sensibiliser aux messages de prévention de Child Focus. Ces moments interactifs avec les élèves favorisent et renforcent l'efficacité de la mission de Child Focus.

MONA : Quand vous pensez à Child Focus, quels sont les trois mots qui vous viennent à l'esprit ?

QUENTIN : L'enfant au centre, la protection et l'espoir.

MONA : Comment voyez-vous la collaboration dans le futur ?

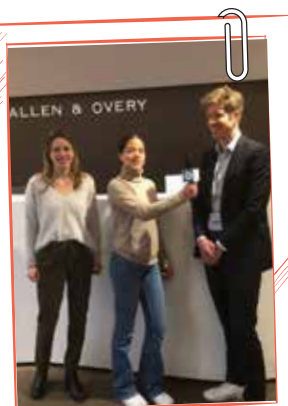
QUENTIN : Nous espérons qu'elle restera aussi proche et active qu'elle l'est aujourd'hui, que nous pourrions continuer à répondre aux attentes de Child Focus et traiter les demandes au bon moment parce qu'évidemment, notre cabinet évolue dans un environnement exigeant avec ses propres contraintes. Cependant, même lorsque notre charge de travail est particulièrement intense, donner suite aux sollicitations de Child Focus est une bouffée d'oxygène. Notre rôle est alors totalement différent, riche de sens.



RENCONTRE AVEC QUENTIN BULTEAU ET ALICE GODFRIND À CHEZ ALLEN & OVERY

MONA : Que fait exactement un cabinet d'avocats comme le vôtre ?

QUENTIN : Nous nous occupons surtout du droit des affaires, du travail, du droit fiscal, social et du droit des contrats pour les entreprises. La particularité de notre cabinet est aussi d'être fortement tourné vers une culture du pro bono, c'est-à-dire que nous offrons gracieusement nos services et nos compétences à nos partenaires, dans une multitude de domaines juridiques. Nous encourageons et soutenons également diverses initiatives dans le domaine de la protection de l'environnement, de la mobilité sociale, de la protection et du développement de la jeunesse.



De gauche à droite : Alice Godfrind, Mona et Quentin Bulteau

MONA : Quel projet vous tient le plus à cœur chez Child Focus ?

ALICE : J'apprécie beaucoup notre implication dans le projet Internet Safe & Fun destiné aux écoles. Nous y contribuons de A à Z. En préalable à notre intervention, nous avons participé à une formation très intéressante donnée par les membres de l'équipe prévention et développement de Child Focus qui nous a exposé la multitude d'applications en ligne utilisées par les jeunes aujourd'hui. C'est impressionnant de constater ce à quoi ils sont confrontés dans le monde numérique.

RENCONTRE AVEC RUTH PROJECT MANAGER CHEZ CHILD FOCUS

MONA : J'ai rencontré dans la foulée Ruth De Bruycker. Elle est responsable du projet Internet Safe & Fun depuis deux ans et demi chez Child Focus. Elle se met en rapport avec les entreprises du secteur privé et leur propose de mobiliser leurs employés le temps d'une journée. Elle facilite les contacts avec les écoles intéressées par cette séance de prévention. Un super projet !



RUTH : À ce jour, huit entreprises participent au programme. Pour la plupart, il s'agit d'entreprises qui souhaitent apporter un soutien autre que financier à Child Focus et ainsi contribuer concrètement au bien-être des enfants tout en impliquant concrètement leurs salariés. Il s'agit outre Proximus de Microsoft, Deloitte, Sopra Steria, Allen & Overy, BNP Paribas Fortis, Sopra Banking et Xylos. Aussi bien les enfants que les volontaires en retirent beaucoup de satisfaction. Par an, nos 200 volontaires rencontrent près de 12 000 élèves de 5^e et 6^e primaires. À partir de situations que les enfants rencontrent en ligne sur Fortnite, Instagram, Snapchat, Tik Tok, ils les sensibilisent aux notions de "victim blaming", du consentement, de la personne de confiance et du rôle des témoins. Merci pour cette belle collaboration.

*victim blaming : le fait de mettre la responsabilité d'un méfait sur sa victime et de la blâmer.



À gauche : Kris Schelck, à droite : Robin



MediaCom partage les campagnes de communication de Child Focus depuis plus de 15 ans.

DU CINÉMA AUX MAGAZINES, MEDIACOM OFFRE AUX CAMPAGNES DE WUNDERMAN DE BELLES VITRINES

ROBIN : Aujourd'hui, j'ai rendez-vous avec Kris Schelck de la société MediaCom. MediaCom compte 25 employés et collabore avec Child Focus depuis 15 ans. Kris est la personne de contact depuis 10 ans, elle exerce la fonction de connections planner, comme on dit en anglais.

C'est grâce au travail de MediaCom que j'ai eu l'occasion de voir la dernière campagne de Child Focus "Max, la personne de confiance" sur Snapchat et même au cinéma !

RENCONTRE AVEC KRIS SCHELCK CONNECTIONS PLANNER CHEZ MEDIACOM

ROBIN : Que faites-vous exactement ?

KRIS : Notre agence planifie et négocie l'espace média pour des campagnes publicitaires, qui peuvent être diffusées à la télévision, sur des ordinateurs (en ligne ou sur des sites web), sur les smartphones, ou encore dans les rues sur des affiches ou sur des écrans dans des lieux fort fréquentés et enfin, dans les magazines.

ROBIN : J'ai été récemment surpris de voir le projet Max au cinéma. Comment procédez-vous ?

KRIS : Une de nos équipes se consacre aux contacts avec les cinémas. Elle leur explique les campagnes et essaie de leur acheter de l'espace publicitaire. Pour Child Focus, nous négocions pour l'obtenir gratuitement non seulement au cinéma, mais aussi à la télévision, sur les affiches...

Pour chaque campagne, nous tenons compte du groupe cible et choisissons les canaux en conséquence. Par exemple pour la communication sur Max qui s'adresse aux enfants, nous avons cherché des espaces gratuits où nous pouvons toucher les enfants, comme le cinéma ou TikTok. Nous avons établi un plan et essayé de parvenir à un accord afin d'obtenir le plus d'espace possible gratuitement ou au prix le plus bas.

ROBIN : Comment savez-vous combien de personnes vous atteignez avec ces campagnes ?

KRIS : Tout dépend du canal. Pour une action au cinéma, nous regardons le nombre de tickets vendus durant une période donnée. Pour la télévision et internet, nous utilisons les chiffres des études CIM (Centre d'Information sur les Médias). Quant aux réseaux sociaux, ils nous communiquent le nombre de vues.

ROBIN : Qu'est-ce que vous appréciez dans votre collaboration avec Child Focus ?

KRIS : Nos clients sont généralement des entreprises qui vendent des produits, notre travail avec Child Focus est donc complètement différent puisqu'il ne s'agit pas de vendre, mais plutôt d'utiliser nos connaissances et compétences pour aider les bonnes causes à se faire connaître du grand public.

INTERVIEW AVEC STEPHAN DIRECTEUR COMMUNICATION CHEZ CHILD FOCUS

ROBIN : Stephan Smets, en tant que Directeur de la communication de Child Focus, vous êtes en contact avec MediaCom. Que pouvez-vous dire concernant cette collaboration ?



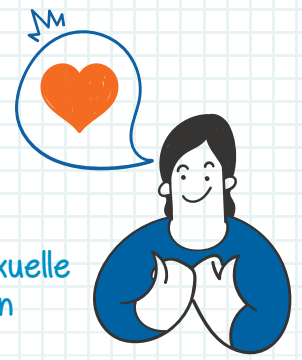
STEPHAN : MediaCom est une société spécialisée qui agit en tant qu'intermédiaire entre Child Focus et les médias. Nous pouvons compter sur eux pour diffuser les campagnes de communication développées par notre agence de communication Wunderman autour du 25 mai : Journée internationale des enfants disparus et/ou du 18 novembre : Journée de lutte contre l'exploitation sexuelle des mineurs, ou encore, les campagnes Max.

Notre organisation cherche à toucher de plus en plus de jeunes, nous faisons donc appel à l'expertise numérique de MediaCom. Par exemple, ils ont assuré la promotion en ligne de notre campagne Max auprès des enfants. Ils nous recommandent par ailleurs des partenariats pour la diffusion des avis de recherche. MediaCom est très réactive et toujours de bonne volonté. Il nous arrive de proposer une campagne en dernière minute et ils parviennent systématiquement à obtenir les meilleurs deals. Ce que j'apprécie énormément dans cette collaboration, c'est qu'ils sont très flexibles, qu'ils consacrent beaucoup de temps et d'énergie à nos campagnes, qu'ils utilisent leurs contacts et ne demandent rien en retour à notre organisation. Ils sont très engagés.

Je profite donc de cette occasion pour remercier l'équipe de MediaCom ainsi que tous les médias qui mettent gratuitement leur espace à la disposition de notre organisation. Et je tiens à réitérer notre grande reconnaissance à toute l'équipe de Wunderman, qui développe ces campagnes de sensibilisation. Nous y avons consacré un article dans notre Focus précédent.



Merci pour vos 25 ans de soutien aux missions de Child Focus



25 ans de recherche d'enfants disparus. 25 ans de lutte contre l'exploitation sexuelle de mineurs. 25 ans de protection des droits de l'enfant, 25 ans d'engagement en faveur de la prévention. Et ce, grâce à 25 ans de soutien de nos donateurs.

Notre parcours s'étend sur 25 ans et nos missions n'ont pas changé : apporter le soutien nécessaire à toute personne confrontée à la disparition ou à l'exploitation sexuelle d'un enfant. Dès le 1er jour, l'équipe Child Focus était prête à déplacer des montagnes pour protéger nos jeunes, et c'est ce qui fait de Child Focus une organisation unique en Belgique.

L'organisation Child Focus, ce sont 70 collaborateurs et plus de 350 volontaires ainsi que des donateurs comme vous grâce à qui tant de choses ont été rendues possibles. En effet, Child Focus n'est subsidié qu'à hauteur de 20 %. Vous donateurs, avez un rôle majeur dans la réalisation de nos missions.



Du fond du cœur, merci pour votre soutien indéfectible ces 25 dernières années.

Comme le souligne Melanie, une donatrice de Child Focus, dans son témoignage, la mission de notre organisation est essentielle pour assurer un monde dans lequel les enfants peuvent grandir en toute sécurité. Ce sont des gestes comme ceux de Melanie et de donateurs comme vous qui nous donnent la force et la possibilité de poursuivre nos missions.

VOTRE IMPACT

En soutenant Child Focus financièrement au cours de ces 25 années, vous avez participé à la recherche de 24 971 enfants disparus ; plus de 95 % ont pu très rapidement être retrouvés sains et saufs. Vous nous avez aidé à combattre l'exploitation sexuelle d'un jeune dans plus de 35 000 dossiers. Votre soutien a également aidé à la prévention de ces phénomènes grâce au matériel pédagogique, aux formations et aux workshops qui ont touché des centaines de milliers d'enfants, de parents, d'enseignants et d'éducateurs au cours de ces 25 années.



Retrouver
24 971
enfants disparus



Combattre
l'exploitation sexuelle
d'un jeune dans plus de
35 000 dossiers

" J'ai entamé mon soutien mensuel à Child Focus il y a quelques mois. Parallèlement, je suis devenue bénévole pour l'organisation, car je pense qu'il est de notre responsabilité sociale d'œuvrer pour un monde dans lequel nos enfants pourront grandir en toute sécurité. J'ai moi-même eu une enfance difficile, et j'ai pu constater très tôt déjà que tout le monde n'avait pas forcément de bonnes intentions. C'est pour cette raison que je tiens à contribuer à cette cause. Les missions de Child Focus me tiennent à cœur ; je tire une énorme satisfaction de ma contribution à cette organisation professionnelle importante." Melanie

Merci à chacun de nos 350 volontaires, maillon unique d'une belle chaîne de solidarité

Child Focus souhaite mettre à l'honneur la force inépuisable de son équipe de volontaires. Toujours sur le terrain, ils incarnent la solidarité et l'altruisme. Ils sont au cœur de notre organisation. À tous nos volontaires : merci ! Votre engagement est précieux et enrichissant.

Un merci tout particulier aux 64 donateurs qui soutiennent Child Focus depuis plus de 20 ans. Nous sommes touchés d'avoir pu compter sur vous durant toutes ces années.