

ASSEMBLEE GENERALE ANNUELLE

9 décembre 2011

Keep A Breast Europe

**Rapport d'activité de l'association
Exercice 2011**

KEEP A BREAST 

SOMMAIRE

INTRODUCTION et PRESENTATION DE L'ASSOCIATION

1. Stand Educatif Itinérant : 110 journées d'information

- Festivals de Musique
- Evènements Sportifs

2. Exposition de Bustes Customisés : 586 jours d'exposition

- Série de bustes Keep A Breast Collection 2011 - Siège Europe
- Série de bustes Tivoli 2011 - France
- Série de bustes Strychnin Gallery 2011 - Allemagne
- Série de bustes The Don Gallery di Milano 2011 - Italie

3. Campagnes d'Information

- « Non Toxic Revolution »
- « Aime tes Seins »
- « I Love Boobies »

4. Programme d'accompagnement

- « Une Poitrine Si Précieuse »

5. Développement et perspectives de l'association

- Réseaux Sociaux
- Partenaires et perspectives 2012
- Création d'emplois

« Keep A Breast Foundation Europe » est une Association loi 1901, organisation à but non lucratif créée en 2008.

Sa mission consiste à aider à éradiquer le cancer du sein en proposant aux jeunes des méthodes de prévention, de détection précoce et de soutien. Grâce à des événements artistiques, des programmes éducatifs et informatifs, « KAB » cherche à accroître la sensibilisation au cancer du sein chez les jeunes afin qu'ils soient en capacité d'adopter des habitudes de vie bénéfiques pour leur santé et leur bien-être à long terme.

« Keep A Breast Association Europe » (« KABE ») a été créée en France avec le soutien de « Keep A Breast » (« KAB »), fondation américaine à but non lucratif reconnue d'utilité publique.

Bien que l'incidence du cancer du sein soit beaucoup plus faible pour les femmes jeunes ils sont généralement plus agressifs, et diagnostiqués à un stade ultérieur, ils entraînent un taux de survie plus faible. Le cancer du sein est la principale cause de décès par cancer chez les femmes de moins de 40 ans. En dépit de ces faits, beaucoup de jeunes femmes ne sont pas suffisamment informées et croient à tort que le cancer du sein est un problème qui touche seulement les femmes plus âgées. En conséquence, les diagnostics sont retardés et la vie de ces jeunes femmes peut être bouleversée.

« Keep A Breast » tente d'aider les professionnels

des soins de santé à sensibiliser les jeunes femmes et à identifier les menaces spécifiques et les signes précurseurs du cancer du sein, ce qui peut conduire à un diagnostic précoce et à sauver des vies.

Les membres de l'association et ses partenaires sont conscients que, lorsque le cancer du sein frappe une famille, c'est tout l'entourage du malade qui est touché, hommes ou femmes.

Les rubans roses ont désormais une forte notoriété, mais ils touchent peut être moins efficacement les publics jeunes. Aussi, « KAB », fondation qui travaille avec les artistes

et les musiciens, espère sensibiliser certains jeunes, par d'autres moyens comme la musique ou les arts dont ils sont fans, et la diffusion d'informations sur les réseaux sociaux qu'ils consultent quotidiennement.

L'année 2011 a été une année très active et constructive tant par l'extension géographique de notre territoire d'intervention que par la multiplication des événements eux-mêmes.

Nos programmes se sont étoffés, le nombre de volontaires et de partenaires est en constante augmentation, tout comme l'intérêt du public, des partenaires de santé et des médias pour l'association.

1- Stand Educatif Itinérant:

Afin de rencontrer et toucher les jeunes avec les messages de prévention qui sont diffusés, « Keep A Breast Europe », « KABE » se déplace et participe à des événements : rassemblements de skate, surf, snowboard, concerts, rencontres de mode ou artistiques. Chaque fois, un représentant au moins de l'association contribue à sensibiliser sur les questions liées au cancer du sein grâce à un affichage informatif et l'exposition de bustes, ainsi que la distribution de matériel d'information et la mise en place d'activités interactives.

Cette année 2011, nous nous sommes mobilisés pour être présents sur les principaux festivals de musique à travers l'Europe.

• Festivals de musique et événements sportifs

- | | |
|--------------|----------------------------------|
| Avril 2011 : | - Hit the Deck, UK |
| | - Groezrock, Belgique |
| Mai 2011 : | - Hub Festival, UK |
| | - Slam dunk Festival, UK |
| | - FISE, France |
| | - Disoriented Girls Camp, Italie |
| Juin 2011 : | - Rock AM Ring, UK |

- Rock AM Park, UK
 - Download, UK
 - Vainstream, Allemagne
 - Novarock, Autriche
 - Southside Festival, Allemagne
 - Riviera Summerfest, Italie
 - Hurricane Festival, UK
 - [Val Senales Candy Week, Italie](#)
 - All The Time Low Tour, Italy
- Juillet 2011 :
- Sonisphere, UK
 - T in the Park, UK
 - Sonsisphere, France
 - [Roxy Pro, France](#)
 - Dour Festival, Belgique
 - [Beach Volley Torneo, Italy](#)
- Août 2011
- Hevy Festival, UK
 - Salinas Longboard Festival, Espagne
 - [Boardmasters, UK](#)
 - [Lacanau Pro, France](#)
 - Ghost of Summer, Italie
 - Highfield, Allemagne
 - [Betty Jam, Albi](#)
 - Area 4, Allemagne
 - V Festival, UK
 - Download, Hollande
 - Reading, UK
 - Leeds, UK
 - V Festival, UK
- Octobre 2011
- [Nissan Ski Pass, Italie](#)
- Novembre 2011
- [Billabong Pussy Bus, Italie](#)
 - [Etnies Rock your Week End, Sunday](#)

Notre présence sur ces 27 festivals et la tournée de deux mois d'Angels and Airwaves a

5

mobilisé 3 volontaires en Angleterre, 1 Allemande, 3 Hollandais, 7 français, et 5 Italiens. Cette équipe est intervenue plus de 180 journées auprès du public, touchant environ 30% de la population totale sur chaque festival, soit au total près de 400 000 personnes à travers l'Europe.

Festivals de musique :

« Keep A Breast » a toujours collaboré avec de nombreux musiciens et artistes tels que No Doubt, Katy Perry, Taking Back Sunday, Fall Out Boy, Hot Rod Circuit, Bayside, Paramore, Jacks Mannequin, Say Anything, Reel Big Fish, Katy Perry, Cobra Starship, Circa Survive, Chiodos, Meg & Dia, All Time Low, Maylene et les Sons of Disaster, Oliver Peck, Shwayze, Arturo Vega, Anthony Green, Tom DeLonge, Mark Hoppus, Kat Von D et bien d'autres. Cette année de nouveaux artistes ont accepté de devenir des portes paroles de cette lutte contre le cancer auprès des jeunes et ont ainsi fait don de leur temps et leur capacité de convaincre, pour aider à les sensibiliser les jeunes, ainsi que leurs fans, à travers leur musique, art et inspiration : Michiel Veenstra : radio DJ hollandaise et présentateur télé, Cristina Scabbia, star du hard... rock italienne, Jesse Leach, Blink 182, Destine, Toby from H2O, Billy from Biohazard, Andrew W.K, rocker, et sa femme Cherie Lily, Emanuela du groupe Hike has The Gigles, Syria, Zack Merrick de All Time Low, Dominik dei Dufresne, Come Back Kid, Dargen D'Amico et enfin Forty Weeks.

Dans ce cadre, « KAB » invite les musiciens, producteurs, tourneurs, agents, attachés de presse, à s'investir à ses côtés.

Le soutien des ambassadeurs permet également d'attirer l'attention du public sur le message de « KAB ».

Toutefois, l'association ne dispose pas de personnel salarié et formé pour permettre une bonne visibilité de nos actions, et un relai presse de ces partenariats.

Evènements sportifs

Roxy Jam Le soutien de la « marraine de cœur », Maritxu Darrigrand, a permis à « KAB » encore cette année d'être présente sur le site de la compétition internationale à Biarritz durant 5 jours. L'énorme attachement des championnes de surf pour « Keep A Breast » assure toujours un franc succès du stand de l'association. Ces nombreuses visites permettent de faire connaître l'association et ses objectifs de lutte contre le cancer du sein (plus de 500 supports d'information distribués). C'est également l'occasion de trouver de nouveaux et réaliser des ventes importantes de t-shirts et

bracelets.

Malheureusement cette année nous déplorons le vol d'un ordinateur portable sur le site, vol qui n'est pas couvert par les assurances de KAB ni de Roxy.

Cet événement permet aussi de mobiliser des artistes et de mouler des bustes. Cette année, Brandon Lomax, et Colin Withbread et Robin Falxa ont été disponibles et ont animé le stand. Cette année aussi, et comme prévu l'année dernière, un atelier créatif a été mis en place.

Un concert au « Ventilo Caffé » a également été organisé par « KAB » afin de faire connaître l'association et tenter de récolter des fonds. Les surfeuses de renommée mondiale ont participé au concert de charité, et la vente du cocktail au bénéfice de Keep A Breast a permis de récolter 37euros.

Côté surf, notre présence sur le **Lacanau Pro** pendant 15 jours a eu bien moins de succès qu'escompté: coût trop élevé, conditions de travail difficiles il faudra évaluer l'année prochaine les capacités des bénévoles à développer la communication autour de la présence sur le site, auprès du public de l'événement comme auprès des organisateurs.

Une autre première dans l'univers de la glisse cette année : notre présence aux **Boardmasters** en Angleterre. Un vif engouement du public, lié sans doute aussi au professionnalisme des volontaires présents, et à la facilité de communication de notre message, en Anglais.

A plus petite échelle, la **Ride and Rose** a été écourtée en raison des conditions météorologiques.

Côté snowboard, on peut compter sur l'équipe Italienne : **Disoriented Girls Camp**, Italie

Val Senales Candy Week, Nissan Ski Pass, Billabong Pussy Bus et Etnies Rock your Week End ont eu un franc succès, auprès du public comme de la presse.

Enfin, côté sport extrême, première édition à la Foire Internationale des Sports Extrêmes (**Fise**) à Montpellier cette année(350 000 visiteurs) : Un premier pas vers cet univers auquel appartiennent déjà de futurs ambassadeurs de Keep A Breast. Selon les conditions financières, nous envisageons bien entendu de renouveler l'expérience, mais en nous rapprochant des sportifs présents sur les différents sports représentés.

2- Exposition de Bustes customisés

Les évènements artistiques « Keep A Breast » utilisent la puissance de l'art pour communiquer des sentiments et des pensées complexes sur la santé, les formes féminines et, finalement, sur le cancer du sein. Ce programme est porté avec des partenaires à long terme.

La combinaison de la sculpture, de la philanthropie et de l'art symbolique, permet de créer des bustes uniques qui seront vendus, permettant ainsi de recueillir des fonds pour les programmes de sensibilisation au cancer du sein « Keep A Breast ». Nos expositions ont eu le privilège d'être accueillies partout dans le monde dans des musées, galeries, boutiques luxueuses, clubs branchés ou hôtels 5 étoiles de renommée mondiale.

Les personnalités moulées, comme les artistes participant à ces expositions, deviennent des ambassadeurs, des modèles et des leaders pour les jeunes, propageant ainsi notre message de prévention, détection précoce et insistant sur l'importance de vivre une vie saine sans produits toxiques.

Ces événements ont fait la couverture de nombreux magazines et ont eu lieu dans le monde entier : Canada, Australie, Europe et États-Unis (Hawaii, New York, Los Angeles...). Des artistes de renommée internationale comme Shepard Fairey, ou Thomas Campbell, Carole Bielicki, Jean-Marie Angles, ont participé à ces programmes. En Europe, l'exposition des bustes de célébrités customisés en 2010 a bien débuté sa tournée :

Série de bustes Keep A Breast Collection 2011 : exposition internationale itinérante

25 bustes de célébrités et d'artistes ont été tout d'abord exposés à la Clinique Tivoli. Monsieur Alain Juppé, Maire de Bordeaux et Ministre des Affaires Etrangères a inauguré l'extension de la Clinique, et par là-même l'exposition.

- 60 jours d'exposition en France à la Clinique Tivoli à Bordeaux.
- 300 jours d'exposition à la Galerie de Keep A Breast Europe à Bordeaux

Certaines pièces ont été prêtées au cours de l'année à différentes galeries.

Série de bustes Tivoli 2011 : France

20 femmes, travaillant à la Clinique Tivoli, ont participé à un concours interne : elles ont fait mouler leur buste puis proposé à leur entourage de le customiser. L'exposition a été inaugurée Place de la Bourse à Bordeaux pour le lancement d'Octobre Rose.

- 1 jour d'exposition place de la Bourse pour le lancement d'Octobre Rose, organisé

par le comité d'organisation à Bordeaux, dont nous sommes très heureux d'être nouvellement membre ;

- 5 jours d'exposition à l'espace Saint Rémy, à Bordeaux, en partenariat avec l'Hôpital Bergonié, organisateur de l'exposition.
- 70 jours d'exposition en France à la Clinique Tivoli
- 70 jours d'exposition en France au siège Européen de Keep A Breast.

Nous pouvons nous réjouir du nombre de personnes touchées par ces expositions. Ces expositions permettent aussi de recruter de nouveaux artistes, et ont fait naître la nécessité d'un espace d'exposition permanent pour « Keep A Breast en Europe ».

Série de Bustes Strychnin Gallery 2011 -_Allemagne

Yasha Young, propriétaire de Strychnin Gallery à Berlin, vit à New-York. Elle est depuis cette année le commissaire d'exposition international de Keep Breast, et à ce titre elle a organisé une exposition pour l'évènement "C.O.P guide for Etiquette", en août à Berlin.

- 45 jours d'exposition à Strychnin Gallery Berlin en août 2011
- 5 jours d'exposition lors de Bloom Art Fair à Cologne

Cette magnifique série deviendra en 2012 l'exposition itinérante KAB Collection 2012.

Série de bustes The Don Gallery di Milano 2011 - Italie

Rita Mastrorilli et son équipe de Blue Distribution a organisé en Italie à l'occasion de la venue de Lorène Carpentier, le moulage de célébrités : fashion bloggeuses, chanteuses, snowboardeuses, journalistes, féministes ; une 15 aine de célébrités ont joué le jeu et leurs bustes, après avoir été peints par des artistes talentueux, ont été réunis au sein d'une exposition à Milan, à la Dom Gallery, pendant 1 mois.

Certains de ces bustes rejoindront notre série « Women for Rock And Soul ».

Pour toutes ces expositions : 300 jours d'exposition dans nos propres murs et 286 jours d'exposition dans différentes galeries, le constat est le même que l'année dernière : un manque de promotion des expositions, lié à l'absence d'attaché de presse, et le manque de partenaires financiers permettant de développer des outils de communication événementielle.

3- Campagnes d'Information

- **Non Toxic Revolution**

La mission de « NTR » est d'informer et d'éduquer les jeunes sur les dangers des produits chimiques (dans leur environnement domestique, alimentaire et cosmétique) et leur lien avec le cancer du sein.

« NTR » est une mission de la Fondation « Keep A Breast » qui encourage les jeunes à intégrer dans leur mode de vie ce qui est bon pour leur santé.

Le support d'information est fourni par la Fondation Américaine, donc en Anglais, et « KABE » cherche un partenaire pour le faire imprimer en Français. La campagne vidéo réalisée par Lorène CARPENTIER dont le montage est assuré aux Etats Unis par Duncan BARNES, a été dévoilé mi avril à l'occasion du festival de musique Coachella, aux Etats-Unis. L'exposition de la campagne a été présenté à Cologne lors de Bloom Art Fair, la campagne sera lancée en Allemagne au Printemps prochain.

Nous recherchons des partenaires permettant de présenter cette campagne dans différents pays d'Europe, et de traduire les supports de communication dans les langues des pays où est présentée cette campagne.

- **Aime tes Seins !**

Cette année, 15000 plaquettes d'informations sur « l'autopalpation des seins » et des « conseils pour aimer ses seins » ont été distribués en Anglais, Italien, et en Allemand. Ces informations constituent la base de ce que « KAB » peut transmettre. Nous avons traduit ces informations en Italien, Anglais et Allemand, comme recommandé lors de l'assemblée générale de l'année dernière.

« KABE » recherche un partenaire permettant d'imprimer de nouvelles cartes, avec de l'encre végétale, et sur papier recyclé bien entendu.

- **I Love Boobies**

Il s'agit d'une campagne internationale unique qui développe un style de communication positive sur le cancer du sein. La campagne vise à encourager les jeunes à prendre soin d'eux. Des T-shirts et des bracelets agissent comme un outil de sensibilisation, permettant aux jeunes de s'engager, de commencer à parler d'un sujet qui fait peur ou peut paraître tabou.

Les participants à cette campagne sont souvent désireux et capables d'engager la conversation sur le sujet. La campagne permet aussi aux jeunes touchés par le cancer du sein d'exprimer leurs sentiments, de se mettre en relation avec les autres, et d'apprendre des moyens d'adaptation utiles pour eux et leurs proches.

En portant un « I Love Boobies » bracelet ou t-shirt, vous annoncez, «J'aime les Seins », et je choisis de prendre soin d'eux ! Il est important d'apprécier, de respecter et d'aimer ses seins et soi-même. Beaucoup trop de femmes développent une attitude négative à l'égard de leurs seins et mettent tellement d'énergie à les critiquer ou souhaiter qu'ils soient différents ! Keep A Breast veut briser la honte qui est si profondément enracinée dans l'image du corps et souhaite que les femmes réalisent que leurs seins sont une partie importante et étonnamment belle d'elles-mêmes, et qu'ils ont un rôle vital dans leur corps. « Savoir, c'est pouvoir, apprenez à connaître vos seins, le remède c'est la prévention ».

Madonna et sa fille Lourdes arborant le bracelet « I Love Boobies » de Keep A Breast. A droite Justin Bieber faisant de même.

« Keep A Breast » et ses "I Love Boobies" est l'heureux bénéficiaire des récompenses suivantes:

- *Prix du champion de Yoplait* Shaney Jo Darden, Directeur exécutif US
- *Alternative Press*, 25 personnes les plus influentes dans l'industrie de la musique, à

Shaney-Jo Darden, Directeur exécutif US et fondatrice

- Bénéficiaire *Réseau Glue*.

- Le récipiendaire du *Prix de la LMSI Fonds humanitaire*.

- *Emergen-C* "limonade rose" bénéficiaire.

- *La Fondation Quiksilver*, Initiative internationale pour le cancer du sein

- La page "*My Space Impact Award*" pour la santé et la sécurité.

Enfin cette année, Shaney-Jo Darden a été nommée Humanitaire de l'Année par la SIMA, porte parole de l'industrie de la glisse dans le monde.

La campagne I Love Boobies a été développée spécialement en Italie, Allemagne, Angleterre, Belgique et Hollande cette année.

4- Programme d'Accompagnement

- « Une poitrine si précieuse »

Ce programme permet aux femmes nouvellement diagnostiquées d'illustrer leur corps et leurs sentiments à un moment précis de leur traitement. Il est celui pour lequel « KABE » recherche un partenaire financier de toute urgence.

En effet, ces femmes peuvent être confrontées à un changement radical de leur corps suite à la perte d'un sein (mastectomie), l'ablation partielle d'un sein (tumorectomie) ou le rétrécissement d'un sein causé par le rayonnement. Le programme « Une si précieuse poitrine » est conçu pour aider ces femmes.

Les changements psychologiques qui accompagnent un diagnostic de cancer du sein sont tout aussi importants que les possibles changements physiques.

«J'ai documenté mon voyage contre le cancer de plusieurs façons : la photographie, la journalisation et après ma mastectomie j'ai fait mouler mon buste. J'ai donné mon buste à KAB et il est maintenant utilisé comme une pièce d'enseignement. Je crois qu'il contribue à sensibiliser et à sauver des vies. Je serai à jamais reconnaissante à KAB pour cette opportunité.»

Miss Nixon.

Le coût de ce programme est toujours de 229 € par coffret offert.

Cette année encore, « KABE » a recherché des partenaires pour ce programme. La Clinique Tivoli, à Bordeaux, le soutient aussi (objectif de 50 coffrets offerts par an). Le programme est à présent aussi proposé en Hollande et en Italie, et nous nous réjouissons d'y intégrer d'autres activités d'accompagnement des femmes touchées par le cancer du sein

5. Développement et perspectives de l'association

- **Réseaux Sociaux**

La page Keep A Breast Europe de Facebook a vu le nombre de ses fans multiplier par 2, atteignant ainsi le nombre de 2074.

Keep A Breast Italie a aussi créé une page Facebook, qui a elle 750 fans

Il serait important de communiquer plus sur Facebook, mais aussi sur Twitter et le blog du site de Keep A Breast Europe qui sont de bons vecteurs de communication via le public des jeunes.

Pour mémoire, le site internet de la Fondation « KAB » assure 1 million de visites par jour; les posts sur le blog « KABE » sont donc assurément lus.

- **Partenaires**

Des partenariats existent et vont être confortés avec des associations comme « Au Sein des Femmes ». Cette amitié a d'ores et déjà permis aux deux associations d'avoir plus de visibilité auprès des femmes.

Nous avons aussi naturellement développé des partenariats dans différents domaines :

- **Concernant les programmes** de Keep A Breast, nous sommes partenaires avec Pays Basque Santé, la Clinique Tivoli, le comité d'organisation d'octobre Rose, Bio-Box, et espérons créer de nouveaux projets avec Cindy Huard, ostéopathe, et Véronique Davant-Moisan, sophrologue, afin de développer les activités d'accompagnement proposées ici même. Nous recherchons aussi un professeur de Yoga.

- **Concernant la récolte de fonds**, les partenariats avec Obey, Billabong, Beach Access, et Macbeth ont donné naissance à des produits dont le produit de la vente est reversé à Keep A Breast Europe : une veste de Snowboard pour Billabong, un set d'accessoires de plage pour Beach Access (parasols, serviette, espadrilles), et une ligne de Tee Shirts et Sweat Shirts signés Shepard Fairey pour Obey et enfin une paire de baskets pour Macbeth.

- **Concernant le développement** de Keep A Breast, le partenariat avec A3C Audit Conseil nous permet d'avoir une vision globale de nos possibilités et de faire grandir la structure administrative de Keep A Breast en même temps que nos activités. L'internationalisation de notre conseil d'Administration permet aussi de développer en profondeur nos actions dans les pays européens où nous sommes d'ores et déjà présents.

- **D'un point de vue artistique**, le choix d'un directeur d'exposition s'est porté sur

Yasha Young, qui vit à New-York, et qui est une figure reconnue du milieu artistique contemporain. Propriétaire de la Galerie Strychnin à Berlin, Yasha a mis au service de Keep A Breast ses contacts, tant dans le milieu du cinéma américain que celui des artistes, offrant ainsi à Keep A Breast une magnifique collection de nouveaux bustes.

- **Perspectives 2012**

Siège de « KABE »:

Nous étudions le déménagement du siège de Keep A Breast Europe : la boutique solidaire de l'emplacement actuel, bien qu'idéalement situé, ne nous permet pas de couvrir les charges de location de l'espace. Après considération des résultats du 1^{er} trimestre 2012, et l'aménagement définitif des locaux, nous envisagerons 2 possibilités :

Location d'un petit espace dans un quartier plus passant : Saint Pierre par exemple, ou bien location au sein du projet Darwin d'un espace suffisant nous permettant de mettre en œuvre tous nos programmes et projets.

Autres antennes en Europe :

Lenneke Knappe a créé l'antenne hollandaise, à Amsterdam qui sera chargée de la récolte de fonds par la vente de la collection Keep A Breast.

Rita Mastririlli a mis en place l'antenne Italienne à Milan, elle nous permet de toucher le milieu de la mode et de nombreuses célébrités.

Des membres extrêmement actifs sont le relais de Keep A Breast en Allemagne, Autriche, Belgique, Suisse, et Angleterre, mais aucune antenne n'a été créée officiellement dans ces pays. Le nouveau conseil d'administration, plus international, permettra de nous implanter et de développer nos programmes dans ces pays.

Série de moulage en cours :

Série de Bustes « Kings and Queens » :

Bustes de skateuses peints par des « street artistes »

Une exposition internationale à Milan en octobre 2012, à l'occasion de la fermeture de la fashion Week. Avec une exposition artistique : My Dad's favorite Cover.

Série de bustes Comics and Icons

Cette série a été commencée aux Etats Unis ; les bustes d'icônes sont peints par des

artistes du milieu de la bande dessinée. Un partenariat avec le festival de la BD d'Angoulême est à l'étude, avec une possibilité de proposer un stand sur le site.

Série de bustes Women for Rock And Soul

Cette série a débuté aux Etats Unis : les bustes de rockeuses sont peints par des artistes du milieu de la bande musicale. Un partenariat avec des salles de spectacles, ou des distributeurs de musique permettrait de contacter les artistes.

Nouvelles activités:

Siège Européen de Keep A Breast Foundation Europe :

Le siège de Keep a Breast a été tenu de janvier à Mai par des volontaires : Carole Bielicki, Stéphane Getas, Charlotte Fisher, Maylis Aumonier et Mathilde Delfour ont assuré l'ouverture de l'espace durant 4 mois. **Et je les en remercie.**

Nous souhaitons bien entendu cette année ouvrir notre portes à de nouveaux intervenants : de jeunes artistes bien entendu, mais surtout nous recentrer sur le soutien que nous pouvons apporter aux femmes touchées par le cancer du sein.

En mettant à disposition de professionnels expérimentés notre espace, nous espérons organiser régulièrement des séances de yoga, de sophrologie, des ateliers artistiques encadrés, par des artistes ou bien par des psychologues, et la mise à disposition de paniers bio. Ceci de manière hebdomadaire.

Nous envisageons aussi de créer un studio photo et vidéo.

Distribution de Keep A Breast Europe :

Lenneke Knappe et son mari Ion ont ouvert un entrepôt qui stocke la collection qui est distribuée en Europe. Ce sont les bénéfices de cette activité qui nous permettent à 83% de développer nos actions de sensibilisation e de soutien.

Présence sur les évènements

Afin de répondre au besoin grandissant de différentes communautés, nous avons décidé de multiplier encore notre présence sur le terrain, notamment en France où nous sommes plus connus pour nos interventions sportives que musicales.

Communication

Besoin d'une meilleure visibilité auprès des différents médias, réseaux sociaux, et auprès de partenaires éventuels.

Création d'emplois

Considérant le développement de Keep A Breast Foundation Europe, la création de 3 postes au sein de l'association est indispensable :

Directeur Executif Europe

Responsabilités générales :

Sous la responsabilité du président, le titulaire de ce poste planifie, développe, organise, coordonne, contrôle l'ensemble des activités de l'association

Responsabilités spécifiques :

Identifie et analyse les programmes à développer, le public cible et les communautés cibles.

Définit la stratégie de pénétration.

Établit les stratégies de développement.

Prépare les stratégies d'extension.

Dirige la conception des outils de communication et développement.

Supervise la rédaction des communications stratégiques.

Suggère la sélection des niches visées.

Représente l'association et son président.

Assure le lien avec les la Fondation Keep A Breast, et Keep A Breast Merch

Dirige et coordonne à travers les responsables, les activités à court et long terme de l'association, soit les secteurs reliés aux programmes, maintenance, développement, gestion des bénévoles, relations publiques et ressources humaines, administration, juridique..

Initie, maintient et améliore les processus de gestion : structure organisationnelle et développement, planification stratégique et philosophie de gestion.

Initie, maintient et améliore les processus de communication.

Avec la participation du responsable financier aux Etats Unis, assure la préparation des budgets et des rapports financiers, analyse périodiquement les écarts et apporte les changements si nécessaires.

Coordonne les réunions du conseil d'administration.

Communication / Event Manager

Le ou la event manager s'occupe de l'organisation de notre présence à des évènements dans les domaines du commerce (foires, lancements de produits), de la culture (vernissages, expositions, concerts, festivals), du sport (compétitions, galas), du tourisme (manifestations dans les stations, animations), pour les autorités (évènement

officiels, manifestations) ou des privés (anniversaires, mariages, baptêmes, etc.). Il intervient à tous les stades du processus, qui va de la recherche de financement à la promotion de l'évènement.

Les principales activités consistent à:

Planification de l'évènement

Identifier les souhaits et les attentes de notre partenaire (but recherché, public cible, etc.);

Proposer le concept à l'aide d'un dossier (images, graphiques) et négocier le budget;

Clarifier les questions de droits d'auteur, demander les autorisations nécessaires aux autorités, contracter des assurances;

Solliciter des dons, obtenir des contrats de sponsoring;

Alimenter et tenir à jour un carnet d'adresses et le calendrier de l'évènement;

Définir le matériel et les installations nécessaires; trouver des entreprises chargées de fournir les prestations, négocier les contrats;

Définir un cahier des charges pour les différents intervenants;

Elaborer ou adapter des stratégies de communication et gérer les relations avec les médias; préparer des dossiers pour les campagnes de promotion; exploiter le nom et l'image de l'évènement;

Engager le personnel (fixe et intérimaire), recruter les bénévoles;

Gestion de l'évènement

Assurer le suivi des mandats en supervisant le travail des différents prestataires et intervenants;

Organiser le transport et le montage des infrastructures (scènes, écrans, tentes de fête, etc.);

Superviser et diriger le personnel et les bénévoles;

Gérer les imprévus, trouver des solutions alternatives si nécessaire;

Veiller au respect des normes de sécurité et de prévention des accidents;

Clôture de l'évènement

Superviser le démontage des infrastructures et veiller à la remise en état des lieux;

Etablir un bilan et un dossier de la manifestation;

Selon l'importance de l'évènement, organiser une séance de clôture et diffuser un communiqué à la presse;

Veiller à la facturation des infrastructures mises à disposition et au versement des salaires du personnel et des prestataires.

Assistant de Direction

Relais du Directeur Executif sur ses missions, en contact avec les différents services de Keep A Breast Foundation Europe il identifie les besoins pour chaque service.

Prise en charge progressive et gestion autonome des stocks: centralisation des besoins, anticipation des commandes. Il proposera des systèmes de suivi favorisant une optimisation de cette gestion.

Suivi de la maintenance des biens de l'association.

Gestion administrative de l'association, et ponctuellement soutien aux autres services de l'entreprise.

Contribution quotidienne sous l'angle de la logistique: rangement des livraisons, mise sous pli et affranchissement du courrier, accueil hebdomadaire des intervenants dans le cadre de nos campagnes de sensibilisation.

Cabinet Comptable

Au vu de la reconnaissance d'utilité publique demandée, nous avons pour obligation de présenter une comptabilité certifiée par un cabinet d'expertise comptable, puis visée par un commissaire aux comptes. Et concernant le fonctionnement de l'organisation avec des salariés, nous devons mettre en place une gestion sociale stricte. Pour ces deux missions nous avons recours aux services de A3C, cabinet comptable et de conseil en entreprise..

Conseiller Juridique

Concernant le volet juridique du développement des activités de Keep A Breast en Europe, nous sommes conseillés par Maître Antonio Garnier.

Calendrier 2012



Présentation des nouveaux membres du Conseil d'Administration :

Italie :

Docteur Claudio Lombardo de l'Institut National pour la recherche sur le Cancer de Gênes, et l'Alliance Contre le Cancer de Rome.

France :

Xavier Peyrelade, gestionnaire de biens immobiliers.

Hollande :

Merlijn Langenhuijsen, architecte paysagiste, architecte en design intérieur, spécialiste en histoire de l'art et photographie. Merlijn vit en Belgique où elle est manager dans la Police.

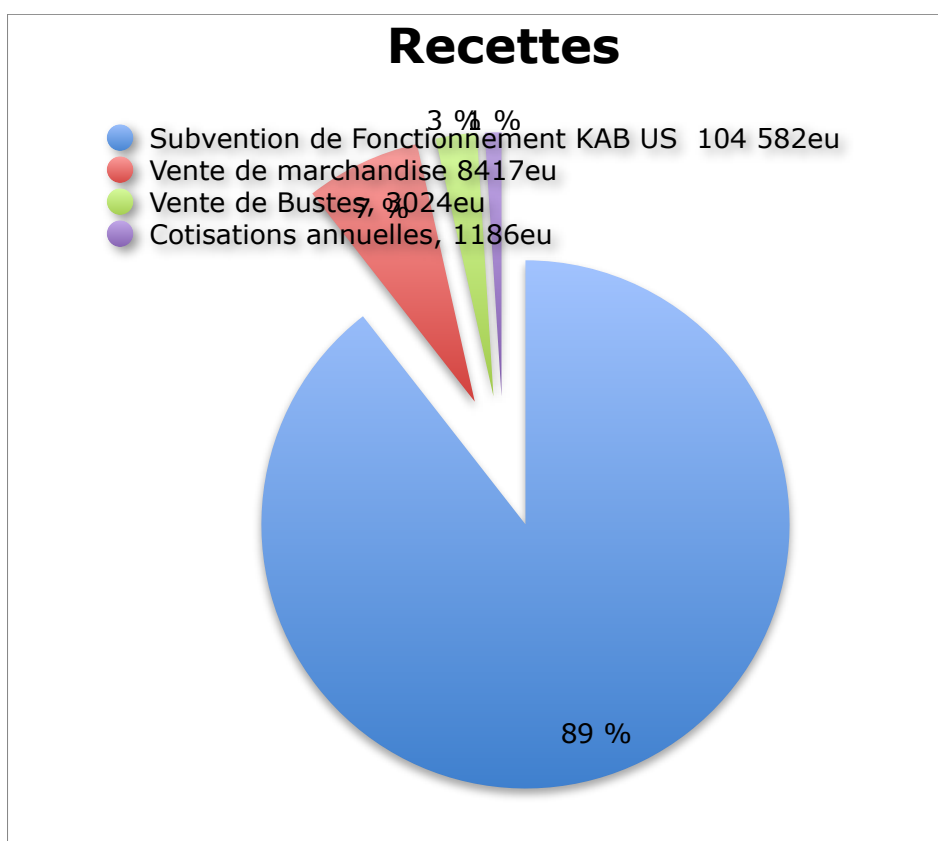
Allemagne :

Michal or Nadine Edelstein, membre du conseil d'administration du Centre de Recherche Chaim Sheba, elle est reconnue l'une des organisatrices de soirée de charité les plus influentes d'Europe

Et toujours

Karen Decoster, Shaney-Jo Darden, Philippe Laburthe, et Carmela Fleury pour la France.

RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2011



Dépenses

