

CONSEIL d'ADMINISTRATION

18 janvier 2013

Keep A Breast Europe

Rapport d'activité de l'association

Exercice 2012

Projets 2013

KEEP A BREAST 

SOMMAIRE

INTRODUCTION et PRESENTATION DE L'ASSOCIATION

1. Stand Educatif Itinérant : 142 journées d'information
 - Festivals de Musique et tournées avec les artistes
 - Evènements Sportifs

2. Evènements Artistiques
 - KABE Galerie
 - Soirées caritatives
 - Expositions de Bustes

3. Campagnes d'Information
 - « Non Toxic Revolution »
 - « Aime tes Seins »
 - « I Love Boobies »

4. Programmes d'accompagnement
 - « Une Poitrine Si Précieuse »
 - « La KAB », Espace Communautaire

5. Communication de Keep A Breast Europe
 - Réseaux Sociaux
 - Presse
 - Newsletter
 - Site Internet

6. Partenaires et perspectives
 - Conseil d'Administration
 - Mécènes
 - Conseils

- Subventions
- Emploi

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 2012, nous nous sommes mobilisés pour être présents sur les principaux festivals de musique et événements sportifs à travers l'Europe.

Festivals de musique et Tournées en Europe

Cette année nous avons redoublé nos efforts, et nos ambassadeurs aussi, conscients de l'impact du stand Educatif Itinérant sur les événements musicaux:

Festivals de musique:

- *Rockstorm*, France
- *Solidays*, France
- *Francofolies*, France
- *Reggae Sun Ska*, France
- *Soirée Focus On*, France
- *Groezrock Festival*, Belgique
- *Slamdunk Festival*, Grande Bretagne
- *Download Festival*, Grande Bretagne
- *Highfield Festival*, Allemagne
- *Area 4 Festival*, Allemagne
- *Leeds Festival*, Grande Bretagne
- *Vans Warped Tour*, Grande Bretagne

Tournées Européennes auprès des ambassadeurs Keep A Breast :

- *We Came as Roman*
- *Angel And Airwaves*

- *Blink 182*

Evènements Sportifs :

- *Zarbi Tour*, snowboard, France
- *X Games*, sports extrêmes, France
- *Sosh Freestyle Cup*, France
- *Anglet Film Festival*, surf, France
- *Lacoste Open Lady*, golf, France
- *Lacanau Pro*, surf, France

En 2011 notre présence sur 27 festivals et évènements, ainsi que la tournée de deux mois d'Angels and Airwaves avaient mobilisé 3 volontaires en Angleterre, 1 en Allemagne, 3 en Hollande, 7 en France, et 5 en Italie. Cette équipe était 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.

En 2012, durant 142 jours, 47 volontaires ont mis en place notre stand Educatif Itinérant dans 12 pays Européens afin de porter notre message sur 12 Festivals de Musique, 3 tournées musicales, et 6 évènements sportifs touchant ainsi près d'un million de jeunes, et leur permettant de participer à nos campagnes de sensibilisation.

2- Evènements Artistiques

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.

En Europe, pour la seconde année consécutive, nous avons offert un lieu d'exposition au sein de notre Espace Communautaire :

Expositions d'artistes et de talents à Keep A Breast Galerie :

- Lancement du Calendrier "*Daniel's Longboards*" à notre galerie bordelaise. 190 personnes présentes lors du vernissage.
- Exposition "*Hello Boobies*", par Sup de Pub à Bordeaux à notre galerie bordelaise. 300 personnes présentes lors du vernissage.
- Exposition "*The Extra Terrestrial*", par Brian Bastidas à notre galerie bordelaise. 300 personnes présentes au vernissage.

Projets 2013: l'année prochaine nous envisageons de répartir les expositions comme suit: une exposition liée au street art "high end", avec Carole Bielicki et Spig; une exposition "skateboard", une exposition plus liée au "surf-art".

Soirée caritatives:

- Lancement de la collaboration "*Beach Access*", au Vent d' Ouest à Biarritz, 150 personnes présentes.
- "Le Petit Commerce", Bordeaux.
- Live Auction "*Défi de Femmes*", Mairie de Bordeaux.

Expositions de Bustes customisés Keep A Breast:

- London Magazine, Londres: 10 bustes,
- "*Hello Boobies*", Bordeaux, 12 bustes,
- "*Women Who Rock*", Amsterdam, 15 bustes,
- "*NTR Show*", Berlin, 4 bustes,
- "*Tivoli Show*", Bordeaux; 10 bustes,
- "*Bordeaux Love Show*", Bordeaux, Bruxelles: 100 bustes exposés, inauguration par le maire de Bordeaux et ancien Premier Ministre Alain Juppé,
- "*Une Poitrine Si Précieuse*", Lyon: 7 bustes, grâce au partenariat du "Le Ruban de l'Espoir"
- Journée d'accueil du Ruban de l'Espoir par "*Au Sein des Femmes*", 7 bustes exposés à la Faculté de Bordeaux lors de la conférence du Professeur Joyeux.

Alors qu'en 2011 286 jours d'exposition de nos bustes avaient sensibilisé le public Européen dans une dizaine de lieux différents, cette année les 154 bustes produits ont été exposés au total pendant 269 jours, sur plus de 100 lieux différents, 5 pays, ce qui nous a permis d'estimer le public sensibilisé à plus de 300 000 personnes, notamment grâce au soutien exceptionnel de Strychnin Gallery, de notre bienfaiteur Gilles Patat, la Mairie de Bordeaux, de l'AGIDECA, de Monsieur Alain Juppé, Maire de Bordeaux, et ancien Premier Ministre de France, et de l'incroyable couverture presse de ces événements.

Projets 2013 : afin d'élargir notre territoire de sensibilisation nous avons cette année décidé de créer une exposition de bustes Keep A Breast à Paris, et une autre à Londres. Effectivement il semble que la mise en place de telles expositions dans les capitales Européennes permettent d'attirer plus facilement la presse nationale, et donc de sensibiliser plus de monde.

Cependant , conscients de l'impact que le « Bordeaux Love Show » a eu localement, et forts du soutien de Monsieur Alain Juppé, Maire de Bordeaux et ancien Premier Ministre, nous projetons aussi d'exposer un buste customisé Keep A Breast par Centre Communal d'Action Sociale, en 2014.

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

Cette année la campagne a été présentée à Berlin, en partenariat avec Strychnin Gallery, et elle recevra lors d'ISPO 2013 le « Multichannel Award. »

A Berlin l'équipe NTR est intervenue dans un Collège afin de présenter l'atelier de prévention auprès des jeunes que nous souhaitons développer.

Charles Maury est responsable de ce programme.

Projets 2013 : Si les financements sollicités nous le permettent, , en partenariat avec l'INCa , nous souhaitons multiplier en 2013 nos interventions dans les collèges et les lycées, afin de sensibiliser les jeunes directement dans une cadre voué à l'éducation.

- **Aime tes Seins !**

Cette année, comme en 2011, nous avons distribué environ 11 000 plaquettes d'information sur « l'autopalpation des seins » et des « conseils pour aimer et connaître sa poitrine » ; ce en Anglais, Italien, et en Allemand. Ces informations constituent la base de ce que « KAB » peut transmettre.

Projets 2013 : Nous avons deux nouveaux supports de communication, créés par la fondation mère aux Etats-Unis, que nous souhaiterions pouvoir mettre à disposition des européens. Ces documents résumant des conseils pratique pour prendre soin de soi.

- **I Love Boobies**

Il s'agit de notre campagne internationale unique, elle développe une 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.

La campagne I Love Boobies est spécialement développée par Martin DAVEY en Angleterre, Lenneke Knappe en Hollande et Belgique, et Nils David Gebbert en Allemagne.

Projets 2013 : En 2013, nous souhaitons revenir sur le territoire Italien grâce au soutien de Danièle Denegri, et en Suisse grâce à celui de Corine Tâche-Berther. Baptiste Dieu est actuellement en formation auprès de Lenneke Knappe, afin de développer ensuite la campagne en France, et Pierre-Bernard Gascogne propose aussi son aide pour mettre en place un réseau de distribution en France.

4- Campagnes de Sensibilisation, photo et vidéo

- « **Imagine If** »

Cette année 137 photos ont été prises sur les différents événements où nous avons été.. Pour le reste de l'Europe elle n'ont pas systématiquement été collectées, mais nous estimons à 150 supplémentaires leur nombre.

Projets 2013 : nous avons mis en place le set up de Imagine If dans l'Espace Communautaire afin de permettre aux bénéficiaires de nos activités et aux jeunes de passage de participer à la campagne. Nous avons aussi remis aux différentes équipes un kit permettant de prendre les photos plus facilement, et que la qualité du résultat soit améliorée.

- « **This is My Story** »

Cette année nous avons filmé le témoignage « *This Is My Story* » de nos ambassadrices Anne Flore Marxer and Anaïs Caradeux, en Français et en Anglais

Nous avons aussi fourni de nombreuses images vidéo de Margaux Arramon Tucoo.

Projets 2013 : l'année prochaine nous projetons de recueillir le témoignage vidéo des Frères Mouss, de Sébastien Daurel, et de Coline Ménard.

Les Etats-Unis ont créé une nouvelle campagne vidéo : « *This is My Pink Ribbon* », et nous espérons la présenter à nos ambassadeurs et qu'elle aura un franc succès ici aussi.

5- Programmes 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.

Le programme a été introduit dans les Cliniques et hôpitaux de la région Bordelaise, où nous intervenons directement pour mouler les bustes ; nous sommes aussi sollicités pour envoyer des kits en Angleterre, en Allemagne, et en Belgique principalement. C'est Shirley Nahon, jeune infirmière de 33 ans qui est en charge de ce projet.

Projets 2013 : L'objectif fixé en 2013 est de développer les moulages des bustes auprès des femmes touchées par le cancer du sein, en le proposant dans 4 lieux différents, avec une personne en charge du programme, bénévolement. Un partenariat avec d'autre organisation qui interviennent déjà auprès des jeunes, comme la Teenage Cancer Trust : <http://www.teenagecancertrust.org/> , en Angleterre, serait déterminante pour voir le programme se développer avec l'envoi de kits au domicile des patients au dans les services hospitaliers. Il faudra alors envisager de stocker les kit chez notre distributeur RLP en Hollande, qui pourrait ainsi recevoir les commandes et les envoyer directement.

- « La Kab »

La « KAB » c'est l'espace communautaire où nous proposons des activités telles que yoga, reiki, sophrologie, cours de conversations en anglais, massages ayurvédiques, à tous nos membres et ceux qui souhaitent être « bien dans leurs seins ».

C'est aussi dans ce lieu, situé au centre du quartier historique de Bordeaux, que nous proposons l'espace d'exposition « KAB Gallery », la boutique solidaire, et le point d'information NTR. Le chiffre d'affaire de la boutique en 2012 était de 4.329, 50€. La KAB est le lieu de travail des 3 stagiaires, de Charles Maury et de Shirley Nahon, sa surface est de 90m² (968sq feet) et ne permet donc pas de stocker les matières, ou d'avoir un bureau

plus confidentiel pour la direction et les membres du bureau.

Ces activités, orchestrées par Shirley Nahon, sont absolument gratuites pour les femmes touchées par le cancer du sein.

Perspectives 2013 : L'année prochaine, nous souhaitons étoffer le calendrier des intervenants et permettre à plus d'adhérents d'y avoir accès en multipliant les plages horaires d'intervention. Les bénévoles seront aussi sollicités afin d'assurer une permanence au sein de l'Espace Communautaire, ce qui permettra d'étendre les horaires d'ouverture au public à la journée entière.

Le Bureau a accepté d'étendre cet espace à un appartement de 40m², situé au-dessus de l'Espace Communautaire. Ce bureau héberge la direction de Keep A Breast Foundation Europe, le Conseil d'Administration, et servira de salle de réunion. Y seront aussi stockés en sécurité les archives administratives, les bustes Keep A Breast, et tous les supports d'information imprimés. Le coût annuel de ce nouvel espace, charges comprises, est 7.000eu.

6.Communication de Keep A Breast Europe

- **Réseaux Sociaux**

La page FB de KABE atteignait 1000 fans en 2010, 2000 en 2011, et elle est à ce jour à 3267 fans. Nous n'avons donc pas atteint notre objectif de doubler le nombre de fans, mais la page France a été créée en 2012, rassemblant 459 francophones.

La page de Keep A Breast Italie grandit elle aussi, atteignant à ce jour 850 fans.

Des comptes sur d'autres supports ont été ouverts, permettant de multiplier nos moyens de sensibilisation : Flick'R, Instagram (266 abonnés, 1008 like et 115 photos), Twitter (262 abonnés et 130 twits), sont à présent régulièrement abreuvés de news. C'est Charles Maury, responsable Communication, qui est chargé d'augmenter notre auditoire.

- **Presse**

Nous avons eu une large couverture presse cette année (voire annexe Revue de Presse) autant radio, télévision que magazines et journaux. Le Bordeaux Love Show a attiré le plus d'attention. Cependant nous pouvons noter qu'afin d'attirer l'attention de la presse nationale, il faille probablement organiser des expositions dans les capitales Européennes. Il apparaît clairement aussi que le soutien de célébrités attire l'attention des médias, et

que l'investissement d'une célébrité auprès de Keep A Breast serait bénéfique à nos actions.

- **Newsletter**

Charles Maury a mis en place, grâce au contenu de toutes les équipes de bénévoles, l'envoi d'une newsletter, afin de tenir nos membres informés de nos activités et projets. 15 Newsletter ont été envoyées cette année, à 1046 contacts. Nous espérons voir le nombre d'abonnés à cette Newsletter grandir lors de la mise en place du site internet européen, seul portail disponible pour faire le lien entre les internautes et notre organisation.

- **Site Internet**

Charles Maury, chargé des réseaux sociaux, du contenu photo et vidéo, et de NTR, travaille étroitement avec Torrey, de l'équipe US, afin d'offrir à notre public Européen un site internet qui corresponde à notre demande. Toutes les informations pour un site européen en Anglais seront transmises avant le 1^{er} février 2013. La seconde phase, dont Lorène carpentier sera responsable, consistera à traduire chacune des pages pour avoir un contenu en Français, puis en Allemand et en Espagnol (probablement 2014), grâce aux traductions offertes par nos bénévoles à travers l'Europe.

7. Partenaires et perspectives

- **Conseil d'Administration**

A ce jour et pour une durée de deux années le conseil d'administration de Keep A Breast Europe est composé comme suit :

- Merlijn Langenhuijsen, Hollande
- Shaney-Jo Darden, United-States
- Philippe Laburthe, France
- Xavier Peyrelade, réelu Secrétaire, France
- Miguel Rideau, réelu Trésorier, France
- Pascale Poincet, qui vient d'être intégrée au Conseil d'Administration et élue Vice Présidente, France.

Karen Decoster quitte le conseil d'administration, elle devient Membre d'Honneur, tout comme Gilles Patat, notre bienfaiteur.

Perspectives 2013 : nous souhaitons créer les antennes européennes de Keep A Breast Europe au Portugal, en Allemagne, en Angleterre, en Suisse, en Espagne, et en Italie, afin de donner une résonance européenne à nos actions.

- **Partenaires**

Cette année nos principaux partenaires furent :

- « *Presta 33 Service* », qui nous a eu la générosité de financer nos programmes à hauteur de 25 000eu.

- « *Borgia and Co* », Denis Borgia, avocat international, a mis gracieusement à notre disposition ses services, son excellence en terme de droits et protection juridique de Keep A Breast Foundation Europe et renouvelle sa confiance en 2013. Nous valorisons son soutien à une hauteur de 25.000eu

- « *BNI Bordeaux Partner* »

- « *Mairie de Bordeaux* », avec Monsieur Alain Juppé, Anne Brézillon, Isabelle Madrid et le service communication représenté par Michèle Walter-Canalès.

- « *Rose Magazine* »

- « *Clinique Tivoli* »

- « *Institut Bergonié* »

- **Financement**

Malgré la multiplication des projets sur le terrain en France et dans le reste de l'Europe, nous n'avons pas su satisfaire les demandes des appels à projets de la Mairie de Bordeaux et du Conseil Général. Nos principaux axes de recherche de fonds concernent le développement de la Non Toxic Revolution dans les collèges et le développement des expositions de bustes. L'Espace Communautaire devient un réel point relais à Bordeaux, tout comme le stand éducatif itinérant en Europe.

Nous dépendons à ce jour entièrement de la bourse allouée par la Fondation Américaine Keep A Breast Foundation. La résonance des actions menées en 2012 est telle que nous sommes dans la meilleure situation pour pouvoir trouver des fonds nous permettant de développer nos actions.

- **Subventions**

Nous avons d'ores et déjà répondu à deux appels à projets lancés par l'Institut National de lutte contre le Cancer (INCa) ; à hauteur de 50 000€ et 62 000€.

Nous devons poursuivre ces demandes auprès d'autres institutions. Nous restons optimistes, mais sommes bien conscients que nous ne pouvons dépendre exclusivement des Etats-Unis.

- **Emplois**

L'équipe salariée de Keep A Breast en 2013 sera composée de :

- Directeur Exécutif Europe : Lorène Carpentier

- Supervision all programs,
- Administration,
- Team management,
- Budgets,
- Set up/follow up goals,
- Procedures,
- Legal,
- Board of Directors meetings,
- Fundraising campaigns,
- Grants applications,
- Accounting- Amex Report,
- DIY Program in Europe,
- International fundraising campaign,
- International grant applications,
- Pin Up's Paris,
- Pin Up's London,
- UK Set Up,
- GERMANY Legal Set Up,
- BELGIUM Legal Set Up,
- PORTUGAL Legal Set Up,
- IRELAND Legal Set Up,
- NETHERLANDS Legal Set Up,
- POLAND - Set Up,

Budget annuel indispensable au maintien de son poste : 96.220€ (\$123 973), avec

les Public Relations 100.000€ (\$130.000)

- Responsable Communication : Charles Maury

- Social media
- Graphic design
- Media Planning
- Photo
- Video
- Press release
- Blog posts
- NTR in schools x 4
- Marketting/skateboard industry
- PR/skateboard industry
- Ambassadors manager/skate
- Art show's manager for Community Center x4 max
- NTR TEB x 4
- Website EU/FR
- Image managment
- Pin Up's Bordeaux / Skate shops

Budget annuel indispensable au maintien de son poste : 53.340€ (\$75.804), avec le développement de Non Toxic Revolution : 70.000€

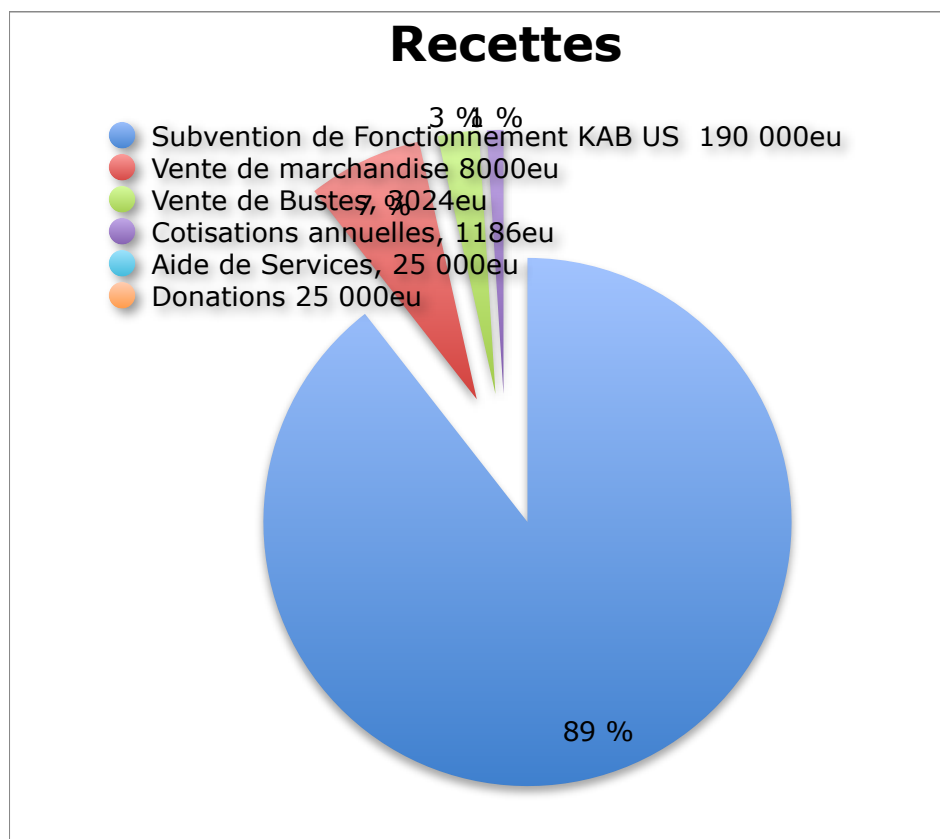
- Responsable Espace Communautaire : Shirley Nahon

- Community Center
- Yoga
- Reiki
- Group talks
- English Class
- Ayurvedic massages
- TCP x 50 from 4 different Hospital/Clinics in FR
- Conferences/health
- TEB in 4 Health Events
- Marketting/health
- PR/ Health / VIP Cap Ferret
- Pin Up's Bordeaux
- Blog Posts/health
- Social media content/health EU FR
- Charity shop

- Volunteers manager
- NTR in schools
- BNI weekly meetings

Budget annuel indispensable au maintien de son poste : € 83.440 (\$ 108 211).

RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2011



Dépenses

