

Des Child alerts dans le fil d'actualité Facebook

DISPARITION Les sept millions d'utilisateurs belges seront directement avertis et sollicités en cas d'enlèvement présumé d'enfant

Sept ans après le lancement de son système d'alerte en cas de disparition très inquiétante, Child Focus va considérablement étendre son champ de diffusion en diffusant ses appels à témoins sur le mur Facebook de tous les utilisateurs belges. Concrètement, Facebook relayera le message dans les actualités de ses utilisateurs avec une photo de l'enfant et toutes les informations pertinentes, comme les vêtements qu'il portait au moment de sa disparition. Jusqu'à présent, seules les personnes qui avaient liké la page de la Fondation recevaient ces avis de disparition et de les partager. « Grâce à ce système, on pouvait déjà toucher deux millions d'utilisateurs. Ici, on en touche sept millions et demi, soit 100 % de la population en âge d'aller sur Facebook », objective Maryse Rolland, porte-parole.

Deux alertes depuis 2011

Child Alert ne peut être activé que par un magistrat, et en concertation avec la police. Le mécanisme vise à avertir les citoyens le plus rapidement possible en multipliant les canaux de diffusion : télévision, applications mobiles, courriels, panneaux dynamiques sur les autoroutes. Depuis 2011, le système n'a été activé qu'à deux reprises : en décembre 2011 pour retrouver un jeune autiste de 19 ans disparu à Wanze et en février 2014 pour localiser deux enfants originaires du Limbourg. Dans les deux cas, les disparus ont été retrouvés sains et saufs.

Contrairement à d'autres pays, à la France notamment, la Belgique ne déclenche que très rare-

ment l'alerte enlèvement. Quant aux avis de disparition, ils ne sont émis que dans 10 % des cas, lorsque celle-ci est jugée très in-

quiétante. En 2017, ce fut le cas pour 207 dossiers sur 1.823.

Les fugues constituent en effet la majorité des dossiers (1.151, soit 65 %) pris en charge par la Fondation. « Nous n'avons pas forcément la même façon de travailler que dans d'autres pays, poursuit Maryse Rolland. En Belgique, on a l'avantage de pouvoir se rendre facilement à divers endroits et de rencontrer les familles qui peuvent nous donner de précieuses informations. Outre les campagnes d'affichage dans les lieux publics, on peut aussi tra-

vailer de manière discrète, en distribuant par exemple des vignettes auprès des conducteurs de bus ou de taxi ». Diffuser précipitamment le portrait du jeune, c'est aussi risquer de perdre le contact et de le pousser à s'éloigner de sa zone de confort. L'an dernier, Child Focus a mené 73 campagnes d'affichage et 71 cam-

pagnes de vignettage.

Aujourd'hui, la Belgique devient le 17^e pays à collaborer avec Facebook pour la diffusion d'avis de recherche d'enfants disparus. Un partenariat qui est également un beau coup de pub pour la société dont l'image est écornée depuis le scandale Cambridge Analytica. Hasard du calendrier sans

doute, c'est justement ce mardi que Mark Zuckerberg était tenu de s'expliquer devant le Parlement européen sur les lacunes du réseau social dans la protection des données de ses utilisateurs.

Reste que pour Child Focus, accepter la proposition de Facebook de servir d'amplificateur pour la diffusion de ses Child Alerts représente une chance inestimable de récolter un maximum de témoignages pertinents. Et de gagner un temps précieux. ■

LUDIVINE PONCIAU